

造车新势力 靈战“后交付”时代



图片来源:理想官网

理想发布限量版珍珠漆车型

本届上海车展，理想品牌亮相上海国际车展并发布ONE车型Baby Blue限量版珍珠漆版本，同时展出多种外观、内饰及轮毂搭配，包括白、银、灰、蓝4种金属漆外观，白色、棕色、黑色3种内饰皮革颜色，及20英寸运动型灰色、20英寸运动型黑色和20英寸豪华型双色3种轮毂。

理想ONE Baby Blue珍珠漆区别于普通珍珠漆工艺，漆面中的珍珠粉粒径小于6微米，呈现出更加柔和的闪烁度。同时，为增加色泽层次丰富度，Baby Blue珍珠漆选用蓝珠光和粉珠光

混合调色工艺，相较一般豪华品牌珍珠漆观感更佳。

喷涂工艺方面，为使零部件色差匹配更加准确，色泽更加饱满稳定，理想联合德国巴斯夫公司实现珍珠漆漆面的机械化喷涂，保证最佳漆面品质和一致性。理想品牌相关负责人透露，理想ONE Baby Blue限量版珍珠漆版本车型，将在2020年一季度开启交付。

爱驰公布“7921”用户伙伴计划

作为造车新势力，爱驰汽车在本届上海车展不仅携旗下U5、Gumpert Nathalie、U7 ion三款车型登陆展台，还发布全新用户战略——7921用户伙

伴计划。

进入移动互联时代，新一轮消费升级来临，汽车用户越来越难以按照原来方式被满足，消费意识与决策也亟待重构，应对新的时代背景下消费需求变化所带来的市场变革，已经成为中国车市的重头。

爱驰汽车联合创始人兼总裁付强表示，如果爱驰一直以来的努力，定义了一个硬核产品的“好”，未来，用户在使用过程中的不断尝试和创新，就是在重新定义他到底有多“好”。我们将产品交付给用户，并不意味着创造的终止，而是另一个全新开始。”基于对新趋势下用户需求的深度洞察与理解，爱驰汽车推出“7921用户伙伴计划”，将U5作为首个移动智能养成伙伴，用“优异品质”为用户创造价值，用“共创生态”吸引用户参与，“突破进化”成为共生共创成果的美好寄寓。

据了解，“7921”并不是一串简单的数字。79:21，是空气中的氮氧比，该比例和谐稳定、一呼一吸的关系，如爱驰与用户之间的依存共生；字母表上第21个字母是“U”，21谐音是爱你，不仅代表爱驰对用户的爱与重视，更蕴藏着“用户伙伴”战略的源动力；79则代表爱驰行动，79+21等于100，当用户与爱驰成为伙伴，进化出100分的出行体验绝非奇迹。

博郡iV6开启全球预定

继此前完成全球首秀后，本届上海车展，博郡汽车再次携iV6、iV7两款车型亮相展台，正式开启博郡iV6全球预定，并揭晓新体验商业模式。

作为本届上海车展最受关注的新晋造车企业之一，博郡汽车展出中高端智能电动跨界SUV博郡iV6和智能电动旗舰SUV博郡iV7两款车型。博郡iV6源自博郡汽车自主正向研发的i-MP平台，该车型车长4700毫米，轴距达2900毫米，轴长比实现0.618黄金比例，前后排座椅间距可达940毫米，以B级车型长度实现D级车型空间享受。

同时，博郡iV6搭载永磁同步电机，电驱动效率高达95%以上。其中，两驱最大功率120千瓦、最大扭矩300牛·米，百公里加速时间8秒；四驱最大功率230千瓦、最大扭矩550牛·米，百公里加速时间仅为5秒。

本届上海车展，博郡iV6正式开启全球预定，预定价格区间为25万—35万元。此外，博郡还公布车辆预定政策，预定金额为5000元，前5000名定车用户将享受特殊尊享礼遇，包括终身免费质保、优先交付、赠送充电桩、积分加速等六大权益。据了解，该车型将于2020年一季度开始交付。

北京商报记者 刘洋 潘振宇

产品大幕拉开

长安马自达“创驰蓝天”全阵容登陆上海车展



命，展现优雅灵动的都市出行新风尚。

作为长安马自达进军国内七座SUV市场的战略级车型，CX-8以旗舰车型为标准，在荣登2018年日本三排座SUV细分市场销量冠军后，也开启国内7座SUV车型市场的2.0时代。该车型致力于实现设计感、空间感、操控感的统一，同时CX-8还诠释“新驾享主义”，即时尚魂动设计演绎的“观享”；人马一体操控打造的“驾享”；优雅舒适大七座营造的“奢享”以及先进主被动安全保护下的“安享”。CX-8已成为一款具备马自达核心DNA的旗舰车型。

作为马自达品牌全球车型，以45.82万辆蝉联2018年全球SUV销量前十的第二代CX-5，马自达以“造车如艺”的设计理念，赋予第二代CX-5具有

生命力的外观造型；“创驰蓝天”高压缩比自然吸气发动机与“创驰蓝天”6AT变速箱的组合，搭配“以人为本”的驾驶舱布局，让驾乘者在舒适自然的状态下享受愉悦的驾乘时光。在外观设计与动力表现高于同级对手的同时，在2018年与2019年IIHS（美国公路安全保险协会）安全测试中，第二代CX-5均凭借超越同级的安全性能，从共同参与测试的数百款车型中脱颖而出，获得最高级别“顶级安全奖+”评级。此外，第二代CX-5在中国汽车消费者研究及测试中心(CCRT)发布的2019年度第一批车型评价结果中，位列评价结果第一名，并成为CCRT2019年度推荐车型”。

同时，作为超越半个世纪的经典之作，昂克赛拉完美承袭Mazda3车系运

动基因精髓，在设计理念、操控性能、安全性能等方面实现全面革新。自2014年导入国内市场以来，昂克赛拉始终是长安马自达最具代表性、最为成功的车型之一，凭借高颜值的造型和傲视同级的操控性能，昂克赛拉可谓重新定义运动型中级轿车细分市场，成为无数追寻个性、钟情驾控乐趣的汽车爱好者的Dream Car。时至今日，昂克赛拉车型已在国内赢得超过55万用户的选择和信赖。

值得一提的是，以产品为基石，长安马自达还通过“用户+”思维，打造与用户之间的沟通纽带。2018年，长安马自达提出“致生活·不辜负”的品牌沟通主题，2019年，长安马自达将更进一步，以“唯挚爱·不辜负”主题开启全年品牌活动，继续拉近与用户的情感距离，打造坚固的情感纽带。

此外，在客群向上、产品向上的同时，长安马自达亦同步开启品牌向上之路。为推动品牌持续向上，全面赋能研发、生产、采购、营销四大板块，长安马自达围绕客户、经销商两大领域开启数字化营销变革，深度拥抱互联网。目前，长安马自达已开启未来三年的企业数字化营销变革蓝图，结合行业趋势、数字化技术和企业发展现状，打造数字化平台赋能营销，不断迈向国内一流的特色精品车企。