

与时间赛跑的蔚来：ES7发布俩月即交付

今年蔚来NT2车型集齐

去年底发布的ET5还未交付，蔚来又抢先放出NT2平台第三款车型ES7，让今年NT2平台3款新车已经集齐。

据了解，蔚来ES7定位中大型纯电动SUV，车长近5米、车宽近2米、轴距近3米，售价为46.8万-52.6万元。从车身尺寸到售价区间，该车型介于ES6和ES8之间，以至于在新车发布前，业内曾出现“ES7定位过于模糊，蔚来SUV车型间是否会产生内耗”的声音。

据了解，在50万-65万元售价区间，蔚来旗舰SUV ES8采用6/7座设计，但部分车主将7座车当5座车用，直接放倒第三排座椅。李斌表示，此次推出的ES7定位大5座车型，以满足市场需求。

补齐短板的同时，ES7也是蔚来NT2平台诞生的首款SUV车型。作为蔚来二代平台的产品，ES7和同平台的ET7更为相似。同样采用■望式传感器布局，拥有33个高性能传感器，包含1个1550纳米激光雷达、7颗800万像素摄像头、4颗300万环视摄像头等配置。

同时，ES7全系标配4颗Orin X芯片驱动，搭载蔚来自动驾驶技术——NAD。如果以ES8为代表的866产品线是蔚来1.0时代产物，从ES7开始蔚来2.0时代将从757产品线开始发力。

不仅“堆齐”现有技术，ES7更是蔚来从发布到交付时间最短的车型。目前，蔚来旗下在售车型包括ES8、ES6、EC6、ET7和ET5，所有车型从发布到交付最短也要近一年。

“蔚小理”加剧咬合

从发布节点到交付时间，都透露着ES7对

为了ES7这剂“猛药”，蔚来打破将重磅新车放在年底NIO DAY上发布的传统，选择提前半年上新。6月15日晚，蔚来正式发布中大型SUV——ES7，并将于8月28日开启交付，蔚来汽车CEO李斌表示，ES7是蔚来从车型发布到开启交付时间间隔最短的车型。

从上市到交付仅两个多月，蔚来与时间赛跑的背后是异常激烈的市场竞争压力。此前，小鹏G9已经发布并将在今年三季度交付，几天后理想L9也将上市；“蔚小理”的“799”中大型SUV争夺战已经开始。



于蔚来重要性，而背后是异常激烈的市场竞争压力。

去年，蔚来搞了一年基建，将工作重心全部放在搭建服务网络体系建设方面，在产品上仅亮相ET7和ET5。而就在蔚来忙着铺设网络设施时，竞争对手们已先后盯上蔚来所在的高端SUV市场。去年，小鹏亮相旗下中大型SUV——G9。据悉，该车型将于今年三季度上市，并搭载小鹏最新的X-EEA 3.0电子电气架构和最新的XPilot 4.0辅助驾驶系统。而理想则将在下周发布L9车型，这是继ONE车型后理想发布的第二款新车，同样定位为高端中大型SUV。“蔚小理”将在中大型SUV市场直接对位竞争。

蔚来、小鹏汽车和理想汽车（合称“蔚小理”）都是国内造车新势力中唯三的主角甚至是代名词。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为，与其说三家是在争抢销量，不

如说是在争抢利润。中大型SUV属于高端车型，这类车型追求的是利润，对于还未盈利上岸的“蔚小理”而言，高利润车型也意味着高毛利，也将能进一步提升盈利表现。

数据显示，今年一季度蔚来整车毛利率为18.1%，理想整车毛利率为22.4%，小鹏整车毛利率为10.4%。尽管这三家中小鹏销量依旧领先，但由于车辆定价偏低，整车毛利率上小鹏处于低位，而毛利率最高的理想，今年一季度的亏损额在三家中最低。

小鹏汽车已经意识到毛利率问题，董事长CEO何小鹏也曾表示，中长期目标是将公司整体的毛利率提升到25%以上。业内人士表示，汽车毛利率回正和盈利是盈利的前提，不仅是降低成本，高利润车型也必不可少，蔚来ES7打破以往发布规律，是想抢在其他车型进入市场前争取份额，占据高利润空间为后期毛利率和盈利打下基础。

紧盯豪华品牌

虽然是造车新势力，但蔚来竞争目标始终锁定在奔驰、宝马、奥迪（BBA）等豪华品牌身上。对蔚来而言，ES7的上市不仅是要对抗理想和小鹏，更要抢夺BBA在细分市场的份额。

ET7发布时，李斌就将竞品直指宝马7系。而在ES7发布时，虽然李斌未过多透露竞品信息，但业内普遍认为，ES7在BBA中锁定目标是宝马X5。不过，与ET7一样，ES7在售价上还是避开了与竞品正面交锋。据了解，蔚来ES7补贴前标准续航电池包起售价为46.8万元，长续航电池包售价为52.6万元起，首发版售价为54.8万元，BaaS方案补贴前起售价为42万元，与国产宝马X5仍存一定差距。

虽然，蔚来ES7在售价上略低，但国产宝

马X5在车身尺寸和轴距上数据均优于ES7，也让外界出现蔚来ES7很难与宝马X5相抗衡的声音。

此外，相比宝马7系，X5为宝马在华的高利润走量车型，并在今年实现国产化。北京商报记者了解到，国产宝马X5上市后车源紧缺，经销商一度加价售车，对于蔚来而言无疑加大了挑战难度。不仅燃油车市场，在纯电领域豪华品牌也开始发起进攻，近日凯迪拉克首款纯电车型LYRIQ正式上市，起售价43.97万元。上汽奥迪Q5 e-tron也正式上市发布，售价区间为37.65万-47.95万元。这意味着，在豪华市场中，蔚来ES7还要面对传统豪华品牌纯电车型的挑战，而这两款车从价位与车身尺寸上来看更接近于蔚来ES7。

尽管竞争对手众多，但李斌认为：“ES7是50万级SUV天花板。”而他的自信是将宝押在了车辆性能和智能化等方面。除传感器、激光雷达、自动驾驶外，蔚来ES7还应用碳化硅功率模块的第二代高效电驱平台，百公里加速仅需3.9秒。同时，蔚来还将AR技术运用到新车上。

“蔚来ES7搭载应用AR/VR技术的全景数字座舱PanoCinema。”蔚来相关人士表示，蔚来与创新AR设备企业NREAL联合开发专属的AR眼镜，可投射出视距6米，等效201英寸的超大屏幕，配合全新256色数字光幕氛围灯和杜比全景声以及7.1.4沉浸声音响系统。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，相比其他车型，造车新势力出身的蔚来造的不仅是车，更是将重点放在智能化和用户体验上，这也是蔚来与其他竞争对手抗衡的杀手锏。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦
图片来源：视频截图

油价跨入“10元时代” 沃尔沃汽车“加满一箱油”好评不断

随着国际油价的持续走高，国内成品油零售限价也将继续上调，部分地区95号汽油售价或进入“10元时代”。对此，不少用户都表示，沃尔沃汽车“加满一箱油”的服务体验非常好，沃尔沃真的是将用户放在了心上。



坚守承诺，坚持“加满一箱油”

不知道从何时起，新车仅提供一个能够跑到最近加油站的油量，成为了汽车行业的“潜规则”。虽然时常可以看到用户的抱怨，提车后的第一件事就是去最近的加油站加油，但却始终没有品牌愿意打破这个规则。

去年成都车展，沃尔沃汽车首次打破这一“潜规则”，高调提出“加满一箱油”：只要在沃尔沃4S店购买新车，在新车交付前，销售将以“交车前加满油、交车后陪同客户加油、赠送等值油卡”等方式，为用户加满第一箱油。对于用

户来说，一箱油的价值在爱车面前显得微不足道，他们需要的其实是品牌贴心服务所带来的温暖感。

面对今年以来不断加码的油价，沃尔沃汽车依然坚守着自己的承诺，坚持为每一位沃尔沃用户加满“第一箱油”，这也意味着沃尔沃品牌需要付出更多成本。虽然“成本和利润”与“用户体验”总是两个矛盾的存在，但沃尔沃汽车选择的是后者，而这背后体现的也正是沃尔沃“以人为本”的核心。

以人为本，专业服务体系用户

服务是增强用户信任度的关键一环，沃尔沃汽车希望能够用温馨真诚的关怀和周到的服务，让用户的买车用车全周期内变得更加轻松愉快，而“加满一箱油”仅仅是沃尔沃贴心服务的其中一项。去年成都车展，沃尔沃汽车推出了包括“免费取送车”“等您到9点”等服务在内的12项全心承诺，为用户带来省心省力的豪华服务体验。

以“免费取送车”为例，这项服务解决了特殊时期很多车主的保养难题，而沃尔沃汽车也是疫情期间首个向客户提供“免费取送车”服务的豪华汽车品牌。截至目前，沃尔沃已累计向全国超过4万位车主免费提供了5.6万次安全取送车服务，其中使用服务2次以上的占比超过40%，服务的覆盖人群数量、客户接受度均超过行业水平。

针对近期因在疫情封控期间无法及时到店进行保养或理赔的车主，沃尔沃汽车也在不久前推出了“三大守护政策”“两大关怀福利”。用户可在疫情解封后进店提出延长保修期以及延保索赔，享受正常的保障服务。若车主在封控解除后出现车辆无法启动等状况，也可向沃尔沃官方道路救援热线求助。此外，沃尔沃汽车也将为长期封控区用户提供保修期外优惠更换电瓶的福利与车内空调消杀活动，真正让用户更加安全、安心。

在油价上涨的当下，坚持为用户“加满一箱油”彰显了沃尔沃汽车的责任与担当。相信未来，沃尔沃汽车也将持续以贴心的服务，为每一位用户提供畅行无忧的出行解决方案。

图片来源：企业供图

沃尔沃全心承诺 12项服务承诺升级

