

# 大河有水小河满 新能源车热销后劲足

中青报 中青网记者 许亚杰

升级、企业转型的成效。

## 颠覆燃油车时代传统格局，中国品牌为什么能逆袭

最近宋PLUS DM-i的需求特别大，可能需要您等3个月左右。近日，记者实地走访了比亚迪环耀盛元4S店，工作人员告诉记者，该店主推宋PLUS DM-i等混合动力车型，也有客户质疑我们是不是在搞饥饿营销，可实际情况就是它上新后一直供不应求。

记者在店内注意到，尽管天气闷热，但在短短1小时内就有四五组到访客户。95后车主侯先生表示，自己选择宋PLUS DM-i的原因就是两个词：省油、环保。一句话，它能跑得比纯电动车远，又比油车更省油、更环保，完全符合我的用车需求。

事实证明，一旦购买成本下降到一定程度，新能源汽车就能形成对燃油车的降维打击。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为，以往新能源车与同级别燃油车存在较大的价格差，两个市场相对独立，而今年3月比亚迪推出秦PLUS DM-i后，直接将插电混动车型的价格拉低到与合资品牌燃油车同一水平。

他向记者直言：购买门槛不高，而使用成本和驾乘体验更佳，这样的新能源车才真正称得上是燃油车颠覆者。

统计数据显示，今年6月，比亚迪新能源汽车销量达到40116辆，同比大涨207.1%。其中，DM车型销售20100辆，EV车型销售20016辆，均创下了新的销量纪录。中大型轿车比亚迪汉6月销售8386辆，全新一代唐DM同比增长134.8%，秦PLUS DM-i环比增长67.3%，比亚迪e2同比增长161.8%，而让孙伟等车主苦等的宋PLUS DM-i则销量同比增长414.2%。

一个令人印象深刻的对比是，一边是比亚迪、蔚来、小鹏等中国品牌在新能源市场上节节攀升，另一边，合资品牌乃



今年上半年，在汽车芯片短缺、原材料价格上涨等不利因素的影响下，新能源汽车累计销量已经与2019年全年水平持平。对于普通消费者来说，有了琳琅满目的新能源汽车供挑选，才能满怀希望地拥抱更美好的生活；而对中国汽车产业尤其是自主品牌来说，今年上半年新能源车的热销势头，将直接决定产业升级、企业转型的成效。图为消费者在4S店内体验比亚迪宋PLUS DM-i。

至传统豪华车品牌却被逐渐挤出榜单之外。

中汽协公布的数据显示，中国品牌的新能源车渗透率高达28.4%，传统豪华车品牌的新能源车渗透率14.2%，而主流合资品牌的新能源车渗透率仅有2.2%。

今年，国内新能源汽车年销量突破200万辆不成问题。尤其是双碳目标的提出，将进一步优化发展新能源汽车的内外部环境。在中汽协副秘书长师建华看来，随着新能源汽车技术的进步、续航里程的提升等，消费者对于新能源汽车产品的接受程度越来越高，新能源车市已经进入了真正的市场化阶段。

当汽车业潮流的方向愈发明显，中国汽车品牌能否抓住这样一次千载难机？

## 碳中和 时间表水落石出 汽车业脱碳还需技术先行

技术、技术，还是技术。在谈到今年6月新能源汽车销量再创新高、中国品牌乘用车市场份额上升的原因时，中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林教授直言不讳地说，中国既是全球规模最大的汽车市场，也对碳达峰、碳中和提出了明确目标。

应当说，碳达峰、碳中和目标的提出，将进一步优化国内发展新能源汽车的内外部环境。盘和林分析说，一方面，中国新能源汽车产业链、供应链较完善，并在动力电池领域取得了一定的优势地位，例如

比亚迪等中国企业都在电池领域掌握了关键技术；另一方面，中国向来注重基础设施建设，已经在充电桩、换电站建设上进行了充分布局，这有利于提升用户的消费体验。

发展新能源汽车无疑是中国自主品牌换道超车的良机。他表示，电池技术将极大地决定中国在新能源汽车产业链的地位，同时新能源汽车也能够更好地与智能车联网技术相融合，像自动驾驶技术和全新的车载视听体验，都将为用户提供与过去截然不同的用车体验，这甚至可能会颠覆当前全球汽车业的格局。

当前，仅从技术上看，中国品牌已实现了全面超越，不管是造型技术，还是电池、电机、电控等新能源汽车核心技术，以及智能网联、智能座舱等智能化技术，已经超越了合资品牌的技术水平，引领全球新能源车的发展。不久前，比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福公开表示，2030年新能源车在中国市场占有率有望达到70%，而中国汽车品牌的市场占比有望达到60%。

据他介绍，去年以来，比亚迪推出了刀片电池、超级混动DM-i两大颠覆技术，通过刀片电池解决市场最关心的安全痛点，通过超级混动DM-i加速新能源车对燃油车的替代。

汽车行业正处于变革的关键期，变革就要有创新的技术，要能解决消费者的痛点。王传福认为，10多年前新能源车刚出现时，消费者最关心的是续航里程，而现在，消费者最关心的是产品安全，对新能源车来说，安全就是最大的豪华。

他判断说，新能源车发展仍然会有个较长时间的过渡阶段，从插电混动过渡到纯电动。在插电混动这条赛道上，目前行业可能关注度还不够，但未来这个市场的体量会非常大。在王传福看来，插电混动要解决的是中国2/3无车家庭的购车问题，让家庭第一部新能源车可油可电。

资深媒体人、汽车行业分析师杨小林也提醒称，新能源汽车市场目前总体上仍处于消费尝鲜阶段。

中国汽车品牌在成本控制和智能化

体验上都要比主流合资品牌做得更好，所以在市场竞争初期会更有优势，能抢到更多的市场份额。但我们也注意到，面对碳中和带来的挑战，大众、奥迪、奔驰等德国品牌均已开始积极响应。杨小林建议，中国品牌要加快拥抱电动化，加速产业链的升级迭代，及时更新理念发布碳中和目标，并在实际行动中逐步落地。

## 更好的新能源车撑起更多的绿色梦想

作为人类主要的移动出行工具，汽车常常跨区域行驶，其使用强度、运输周转量通常与车主使用场景、地方经济结构乃至产业布局密切相关。因此有人感慨说，与其他行业相比，交通运输行业的碳排放构成更复杂。

从解决城市等局部环境问题的角度来看，推广电动汽车有明显的积极作用。但从全局以及电动车全生命周期的角度看，电动车在碳中和之路上还有不小的提升空间。联合国环境规划署驻华代表涂瑞和此前接受记者采访时表示，实现碳中和的核心问题是能源的生产、传输、储存和使用，因此最根本的方式还是转变能源结构，推广使用清洁能源和可再生能源。

因此，除了生产更多能够得到市场认可的新能源汽车，清洁能源的应用和推广也成了众多中国企业面临的必答题。

2008年，我们提出了太阳能+储能+电动车的企业愿景，当时，外界不理解比亚迪。但现在来看，随着我国2030年碳达峰、2060年碳中和目标的提出，愿景片里所涉及的行业领域，都已成为当前的风口。回忆起比亚迪的创业过程，王传福感慨说，谁也不曾想到，太阳能发电能从15元/瓦，做到1.3元/瓦。比亚迪坚持以技术创新为驱动，坚守绿色梦想，为碳中和、为人类社会可持续发展提供有效的、接地气的解决方案。

显然，实现碳达峰、碳中和绝不仅仅依靠新能源汽车。改善能源结构，推广使用可再生能源需要全社会的共同努力，但在培养消费者使用新能源车的习惯，打造更多适销对路的好产品上，中国汽车企业责无旁贷。杨小林总结说，

虽然道路曲折，但已经有无数人因为减碳这个共同的目标而行动起来。在后劲十足的新能源车热销潮流中，每一位消费者的用脚投票，每一辆下线的新能源车，终将为人類的绿色梦想添砖加瓦。

## 既是销量 台柱子，也是品牌重塑 先手棋

# 主动求变的智跑 Ace 胜算几何

中青报 中青网记者 许亚杰

重新发现起亚。

实际上，作为东风悦达起亚启用新标后的首款量产车，同时也是东风悦达起亚品牌重塑后的首款量产车，智跑Ace倾注了厂家的不少心血。

例如，在命名上，Ace是顶尖、王牌的意思。汤跃进表示，智跑Ace在智能化和网联化达到优秀的基础上，在发动机、变速箱、底盘这老三样技术的发挥上也要达到同级最顶峰的状态。

而在起亚品牌最擅长的造型设计上，智跑Ace试图为年轻消费者带来一种独家定制的热血质感。

一款新车只有展现出强健敏锐的风格、棱角分明的个性、十足的科幻感，才能让体验者一秒进入亢奋状态，获得极大的感官满足。在汤跃进看来，年轻消费者的这些特点可以被形容为热血质感。

所谓质感，是指经过相当强度的抗阻力训练后，大量的血液涌向目标肌肉。此时，肌肉产生的膨胀感觉就被称为泵感，这

个过程称为泵血。

所有看上去很完美的肌肉，都来源于无数次默默挥洒的汗水。健身达人李祥说，泵感是衡量健美训练是否有效的一个标志，而首次采用新LOGO的智跑Ace外观棱角分明、肌肉线条感十足，确实给自己留下了能量满满、泵感超然的美感。年轻感更强的1.5T的GT版更吸引我。

从一体贯穿的中网和灯罩到繁星点阵式横向中网、瀑布流水式竖纹中网，从钻石切割的战斧式LED前大灯到刀锋日间行车灯，智跑Ace的外观设计强调强健运动画风。

一方面，高耸的车头、平直发动机舱轮廓、直贯式劲道腰线和18寸高级感大轮毂、GT-line专属活力橙色饰条也让智跑Ace显得更有个性。另一方面，在车身颜色上，新车提供珍珠白、檀木黑、活力橙、大漠金和弥空蓝5种车身色，而除了黑色内饰之外，黑色+橙色/黑色+棕

色的撞色搭配也为用户带来静谧又不失活力的体验。

如果说造型是新车的宣言，让人们得以从中读取品牌的意图，那么动力和智能化则是支持其品牌构想的核心亮点。

动力是东风悦达起亚智跑Ace最核心的亮点，也是其内在的基础，能不能风驰电掣，能不能直面各种挑战，发动机的升级是首要支撑。东风悦达起亚工程师告诉记者，智跑Ace提供1.5T和2.0L两种动力总成。其中，1.5T车型搭载了全球独创的第四代CVVD发动机技术，最大功率为200马力，最大扭矩为253牛米，百公里综合油耗仅为6升。

有人说，对于年轻人而言，一辆令人着迷的新车应该像是一把梦中的钥匙，拥有它便能激活一个新世界。

搭载百度智能互联系统3.0的智跑Ace，显然正是这样一把解读年轻消费者需求、诠释汽车业智能化转型的钥匙。据介绍，新车不仅拥有丰富的车载智能数据

服务，还可实现车/家/移动终端的实时交互和云端OTA升级等功能。

此外，智跑Ace还提供L2+级智能驾驶辅助系统，可实现包含高速公路驾驶辅助(HDA)、基于导航的智能巡航控制(NSCC)、360度全景影像(SVM)等超25项安全智驾功能。

东风悦达起亚汽车有限公司品牌营销室室长权一权表示，今年起亚发布全新企业标识和全球品牌标语，开启了新一轮品牌焕新。而东风悦达起亚的品牌重塑也于4月上海车展启动，智跑Ace正是我们实

现品牌重塑的先手棋，它将为为消费者带来移动出行新体验。

据他透露，为了逐渐改善年轻消费者对起亚品牌的认知，东风悦达起亚将于今年下半年推出全民试驾活动，让消费者在体验中发现新起亚。作为东风悦达起亚品牌重塑后的首款量产车，智跑Ace希望以百分之百的诚意俘获年轻消费者的芳心。其实，起亚和东风悦达起亚都在进行全面的调整和改进，希望我们能以崭新的姿态，从整体上让大家感觉到它跟之前不一样了。



7月12日上市的智跑Ace共推出5款车型，官方指导价13.98万-15.78万元。智跑Ace除了要继续充当起亚销量的台柱子，还要下好品牌重塑先手棋，让用户重新发现起亚。

## 双指阵容 全力出击

# 广汽菲克引领了哪些合资新价值



2021年6月24日上线 成为Jeep合伙人 蓝“股”可见换Jeep，高品质者请进。

一个汽车品牌必须认真思考的课题。特别是对于25岁-35岁的青年消费者来说，他们充满活力和好奇心，喜欢运动、健身、出行玩乐。作为新锐中产，他们注重高品质生活，同时也独立自我，个性张扬。如何满足青年消费者多样化、全场景的用车需求，成为汽车品牌被年轻化关键。

无论是更为个性化的外观设计，还是更加智能的互联体验，亦或是更为丰富的功能配置，2020年12月上市的Jeep新指南者便是广汽菲克为年轻消费者祭出的一道好菜。

Jeep新指南者搭载了全新GSE-T4四缸涡轮增压发动机+9AT变速箱的黄金动力组合，可实现127kw的最大功率和270N·m的峰值扭矩，再加上全系标配的发动机启停系统，可以较大限度

地降低油耗和排放。

此外，Jeep新指南者还搭载了领先的Active Drive智能四驱系统，能在多种路况下实现0.2秒之内由两驱到四驱的快速切换。同时，自适应巡航、盲点监测系统和车道偏离预警系统等多达70项主动安全科技也被Jeep新指南者收入囊中，新车笼罩上78%高强度的钢材车身，堪称移动的安全堡垒。

同时，Jeep新指南者不仅搭载了更符合年轻人审美的炫酷双拼车身，还拥有科技感十足的双十智能大屏，以及腾讯TAI 3.0汽车智能系统。内外兼修的优秀品质更能迎合年轻人都市+越野的双重个性需求，让他们可以在稳定通勤的同时，也能偶尔体验远离都市、接近自然的舒适生活。

如果说，Jeep新指南者是专为年轻人而生，那么广汽菲克双指阵容的另一款车型Jeep+大指挥官，对于渴望更高效、更安全、更舒适家庭出行的都市人群更是更优解。

Jeep+大指挥官支持Car Play/Car Life的8.4+7英寸双液晶超大屏人机交互系统，搭配与牧马人同源GME-T4 2.0T发动机和ZF 9AT变速箱动力组合。

在中大型SUV消费者更为看重的安全性上，Jeep大指挥官更是摆出了毫不妥协的态度，车身270Mpa-1500Mpa

高强度钢比例达到76%，其中1300-1500Mpa以上强度热成型钢更是达到13%，也就是说在相当于指甲盖大小的面积上可以承受13吨以上的压力。

目前，国产Jeep车型全系出征，成为广汽菲克体系实力跃升的一个标签。

例如，Jeep新指南者不仅是广汽菲克的主销车型，也是Jeep第一款完全根据中国市场潮流进行革新的车。在概念阶段，广汽菲克就把中国市场、中国需求导入，并在其后各个阶段持续参与。它也成为广汽菲克一体化运营以来，在产品研发、生产、销售、服务上全流程再造的一个缩影。

同时，除了双指阵容，Jeep+自由光、Jeep自由侠皆实力不俗。这些车型的集体亮相也正是广汽菲克Jeep产品全面快速升级的有力展现。

## 推出多重购车优惠 广汽菲克发展 提档加速

除了在产品上的持续进化，为了进一步降低购车门槛，让更多消费者感受到具有野性的城市SUV生活，广汽菲克近期更是推出了多重购车优惠。

定位为 新悦城市实力SUV 的Jeep新指南者，颜值科技双升级，城市穿梭游刃有余，翻山涉水无畏不惧。现在订购新

指南者部分车型，可享60期超长贷，利率仅1.99%；复购新指南者的现有忠诚客户，至高可返还2期月供金额。

拥有领先真7座的Jeep+大指挥官，配置再升级，动力不妥协，能为每一趟家庭旅途的安全与舒适保驾护航。现在购车，可享24期0利率/前3月0月供，至高5年10次免费保养，以及2万元置换补贴，限牌地区置换补贴则为2.8万；购四驱车型还可享价值5000元的3年5险无忧用车礼包。

现在订购Jeep大指挥官PHEV车型，可享24期0利率/前3月0月供，8000元置换补贴，以及新能源专享政策：免购置税、车船税，加赠百万额度三险，更享核心三电系统8年/12万公里超长质保。

惊喜满满，福利多多，除了充满诚意的购车政策之外，更有Jeep合伙人计划重磅上线，推荐他人到店或购车，可获合伙人股份激励，细则以小程序的活动规则为准，即刻扫码加入Jeep合伙人计划，轻松开启躺赢之旅。

在产品始终传承Jeep基因内核的同时，广汽菲克Jeep也在不断地进行产品的升级换代，不断地引入新技术来跟上全球趋势的脚步。而在产品、制造、营销、渠道等多个方面，广汽菲克也正引领合资汽车价值标杆，驶入发展的全新快车道。