



### 转战B端市场

# 电动化 春风 能否让老富康焕发新生机

中青报 中青网记者 张真齐

将时光的指针向前推移,1995年9月,随着富康车型正式在武汉工厂下线,雪铁龙成为最早进入国内市场的合资品牌之一。也就是从那时起,富康被广大消费者称为家轿“老三样”之一,开始承载70后和80后以及90后的回忆、青春和梦想。

在我的青春记忆当中,都市小说里的男主角,大多都会开着一辆富康车。富康不仅成为富裕小康的代名词,家有富康更是成为那个年代年轻人的梦想。谈及这一话题时,武汉车主孙墨总是十分感慨。

不过,随着中国汽车产业的快速发展,几个品牌、几款经典车型就构成了一个时代的场景早已一去不复返了,群雄逐鹿、百家争鸣成为汽车市场发展的新常态。

在这种情况下,为了老富康焕发新生机,神龙汽车决定将富康品牌与当下最为火爆的新能源技术相结合。近日,神龙汽车30周年首款纯电动车型东风富康ES600焕新上市。此次上市的东风富康ES600充电版,共推出了出租车版、网约车版两款车型,市场指导价为15.38万元。

作为神龙汽车东风富康品牌旗下的全新纯电动车,东风富康ES600在传承富康品牌30年安全性、耐用性、经济性、实用性



近日,神龙汽车30周年首款纯电动车型东风富康ES600焕新上市。此次上市的东风富康ES600充电版,共推出了出租车版、网约车版两款车型,市场指导价为15.38万元。

的基础上,升级成为满足新能源出行市场所需的长续航、大空间、舒适性等需求的B端市场全能型纯电动车新旗舰。在发布会上,东风公司党委常委、副总经理,神龙汽车董事长张祖同介绍说。

在会上,东风公司党委常委、副总经理,神龙汽车董事长张祖同介绍说。

如何是消费者决定是否购车的关键,也是纯电动车的核心竞争力的重要体现。而此次上市的东风富康ES600就是一款有着

超长续航功能的经济实用车型。

记者了解到,东风富康ES600采用的是中航锂电电池,经过16类极端单体试验,累计试验项目达109项。同时电池的耐受温度达到零下37℃,在零下20℃到55℃工况环境下都可以正常运行。

此外,新车搭载的电机是使用成本低、可靠性高、更适合城市工况的永磁同步电机。其电机的峰值功率为110kW,峰值扭矩为230N·m,最长寿命可达10年。

正是因为有着这样出色的三电系统,东风富康ES600的综合续航里程达到了430公里,以及530公里的等速续航里程,居行业领先水平。这样的续航表现,能帮助我们充分满足日常营运工作的需求,缓解里程焦虑。观看发布会的武汉的哥王师傅写下了这样的留言。

作为一款瞄准B端市场的产品,东风富康ES600并没有放弃对于舒适性的追求。新车针对座椅做了优化设计,提升乘坐舒适度,其座椅面料采用更为舒适柔软的全仿皮材质。

座椅采用了人体工程学和仿生学原理进行设计,座面、靠背的外形曲线和人体背部曲线相吻合,让长时间驾驶不再易感疲劳,带来更加舒适、自在的乘坐体验。张祖同解释道。

值得注意的是,在消费者比较关心的中控方面,东风富康ES600同样表现出色,其搭载了一款9.7寸竖式TFT触控清大屏,集成了在线娱乐(酷我音乐/喜

马拉雅)、高德在线导航(地图可自动更新)、手机互联、倒车影像等功能,让用车生活更加简单、轻松。

事实上,对于注重性价比和服务消费者来说,经济、实用也是购车时需要考虑的因素。除了拥有同级领先的超长续航外,东风富康ES600的能耗表现也十分出色,达到了能耗低、经济性更高、使用成本更低的目标。

据悉,东风富康ES600由神龙汽车武汉工厂生产制造,其整车制造采用一致性极高的冲压工艺、100%自动化焊接、机器人自动喷涂等行业领先的制造工艺,以及严苛的质量测试,确保车辆质量的可靠性。

另外,张祖同强调,东风富康ES600还在全国范围内,为车主提供7×24小时服务热线及救援,并向所有购买车主提供正常维修超期48小时后赔偿误工费200元/天,购车即享神龙汽车五心服务。

值得一提的是,东风富康ES600在上市发布的同时,与众多行业伙伴签署战略合作协议,共达成订单3万辆,其中首批订单1000辆已顺利交付。

作为一个自带情怀和回忆的品牌,东风富康的回归,引发了不少消费者的共鸣。有业内人士分析指出,东风富康ES600将为神龙汽车进一步开创电动化市场的新局面,助力神龙汽车实现30周年的新发展。

东风富康ES600作为今年神龙汽车首款全新商品上市,拉开了神龙2022年新产品投放、新能源转型升级的序幕,更是神龙而立新生的序幕。张祖同自信地说。

张祖同告诉记者,从2022年起,神龙汽车的三大品牌,东风雪铁龙、东风标致、东风富康,将陆续投放多款纯电动车及插电混合动力产品,不断丰富新能源产品布局,为神龙事业的持续发展创建新的增长极。

中青报 中青网记者 张真齐

众所周知,每一次年轻消费群体的登场都会带来全新的产业变革。综合数据服务平台大搜车智云发布的《2021乘用车零售量分析报告》显示,随着新兴消费群体成为汽车市场主力,传统的汽车产品和销售渠道均受到了不同程度的冲击,高品质家用型产品成为人们的新宠。

透过对中国汽车消费市场变化和结构演变的洞察,3月28日,江铃福特汽车科技(上海)有限公司(以下简称江铃福特科技)旗下全新SUV江铃福特领睿正式上市,共推出精英型、领航型、尊领型、尊领型PLUS四款车型,售价分别为13.98万-16.58万元。

作为以挑战者精神铸就的年轻车型,江铃福特领睿凭借宽体设计、先锋科技和高能品质三大核心优势,挑战老传统,用极致和全能颠覆市场认知。在发布会上,江铃福特汽车科技(上海)有限公司总裁向东平表示,以颠覆10万-20万元级市场格局之姿,江铃福特领睿将成为定义主流SUV价值的全新标杆。

在向东平看来,当前,智能驾驶和智能座舱已经成为衡量一台汽车科技力的重要坐标,而江铃福特就希望领睿能够成为一位智商在线、情商出众的智行伙伴。

据介绍,新车采用毫米波雷达+视觉融合方案的福特Co-Pilot360™智行驾驶辅助系统,将LRAS循迹倒车、DCLC智能变道辅助、APA 5.0融合视觉全自动泊车等黑科技集成,打造全新的出行方式。

此外,记者发现,江铃福特领睿还拥有双12.3英寸悬浮一体式智联屏,并植入了腾讯TAI 4.0智能车机系统,能够轻松

## 以挑战者为名 领睿要用科技重塑价值



江铃福特汽车科技(上海)有限公司总裁向东平表示,以颠覆10万-20万元级市场格局之姿,江铃福特领睿将成为定义主流SUV价值的全新标杆。

实现AR实景导航、微信车载版等功能。此外,新车还拥有同级独有的车联网智能儿童安全座椅交互系统,使带孩子出行的家长更放心。

领睿的设计将动能与力量完美融合,充分诠释了福特中国全新一代设计理念——势能美学。来自福特设计团队的Henry Bernardo直言。

正如他所说,江铃福特领睿在外观设计上,汲取了美系独特的设计理念,同时加入了宽体的概念。因此,这款领睿前脸是福特家族化的设计语言,但却有着1935mm的宽度作为支撑,视觉上给人完

全不同的体验。值得注意的是,江铃福特领睿拥有295mm同级最优过道空间,配合后排纯平地台,使坐在后排中间的乘客也能体验到出色的舒适性。最大1422升的后备厢空间能够放置容纳一家人的出行用品,满足年轻家庭出行自驾的切实需求。

向东平透露称,领睿是集江铃福特最新科技力量于一身的心血之作,它的科技感不仅体现在内饰与造型领域。为了迎合当下消费者对动力性能的要求,江铃福特领睿全系搭载福特高性能EcoBoost®170发动机,采用霍尼韦尔小惯



江铃福特领睿拥有295mm同级最优过道空间,配合后排纯平地台,使坐在后排中间的乘客也能体验到出色的舒适性。

量高速涡轮增压器,有效提升进气效率,最大功率125kW,峰值扭矩260N·m,配合传动效率高达97%的第三代麦格纳湿式7DCT双离合变速箱,实现强劲性能与低油耗的平衡统一。

主动安全方面,新车全系标配1500MPa高强度热成型硼钢,达到飞机起落架的强度级别;6个安全气囊为驾乘人员提供全方位保护;前下视野盲区达到同级领先的6.4度,能够提供更宽阔舒适的驾驶视野。向东平补充说。

众所周知,当前中国传统汽车行业正在面临一场前所未有的大变革。人工智能

和大数据技术的发展,正在成为产业变革的重要推动力量。在这种情况下,降低整个购环节的

市场摩擦成为当下车企打造自己新零售渠道的首要目标,有评价说,与年轻一代消费者的距离,是一款产品市场表现好与坏的决定性因素。

为此,从2021年起,江铃福特科技行业首创Family Space家空间福特体验馆,通过打造如家一般舒适温馨的沉浸式空间,重新定义乘用车消费服务场景。数据显示,截至目前,已有180多家

Family Space遍布全国超过150个城市。此外,江铃福特科技还从挚诚安心、挚享款待、挚爱关怀三大核心特色出发,推出全面升级的Always-on用户体验计划,实现对消费者细致周到的关爱和照顾。

福特汽车公司集团副总裁、福特中国总裁兼首席执行官陈安宁表示:我们正在全面加速以用户为中心的业务转型,突破自我,果敢前行,在深化落地战略远景的同时,进一步兑现更福特、更中国的承诺。

正是秉持着这份承诺,江铃福特科技向最强者发起挑战。陈安宁表示,通过传承百年福特的先锋创新基因,发挥福特领先的全球设计、研发、管理体系以及在SUV和皮卡领域的独特优势,并依托福特山皮卡工厂的智造实力赋能,高效构建强势产品矩阵,全面满足中国用户日益增长的个性化需求。

在不少业内人士看来,随着领睿的到来,江铃福特科技也将以此为契机,从中国用户需求出发,用新合资、新科技思维,构建自己独特个性的产品阵容,逐鹿乘用车市场。

我们将以 待客如亲 的理念持续升级差异化服务,为用户带来耳目一新且激情十足的福特式专业越野生活方式,向自我发出挑战,向时代发起挑战。向东平总结说。

## 中国市场棋局 北京现代如何落子

两周前的3月18日,北京现代刚刚获得中韩双方股东共同增资60亿元,资金注入后一方面用于缓解北京现代的经营困局,一方面用于加大在新能源产品上的投入。北京现代决心通过电气化转型在中国市场打一场翻身仗,可谓破釜沉舟。同时,北京现代发布改革规划,决定通过发展新能源、扩大进出口双管齐下实现稳定年销的目标。

### 稳定年销,新能源市场不可弃

北京现代发布的改革规划显示,要构建稳定的年产销50万台以上量纲体系,力争在2025年实现52万台的销量目标,采用精简高效的产品布局,未来将保持全系20%的产品为纯电车型。发展新能源既是顺应国家政策,也是大势所趋,更多的可能还是现代汽车的全球发展给了北京现代信心,让其决定放手一搏。

作为一家典型的合资企业,北京现代很多尖端技术都依托于现代汽车,而现代汽车在全球市场上的活跃表现,无疑也给北京现代注入了一针强心剂。据现代汽车集团销售数据显示,在市场规模及新车效应双重推动力叠加之下,现代汽车自2011年推出环保车型以来,在美国市场共售出50.86万辆。现代汽车今年1月-2月在美国市场销量为19.9



万辆,其中环保车型销量为2.69万辆,占比达13.1%,创历史最佳业绩。

再从车型来看,伊兰特混合动力车型曾两次获得北美年度汽车,基于现代汽车集团电动车专用平台E-GMP打造的IONIQ(艾尼氪)5,自去年5月上市以来销量持续走高,并多次受到全球媒体和机构的一致好评,斩获多项大奖。公开数据显示,2021年第三季度销量现代汽车起亚共售出近14万辆电动汽车。

据乘联会数据显示,2022年1月-2月,中国新能源乘用车全球占比高达

65%,远超欧洲21%、北美洲12%的占比,说明中国市场对新能源车的需求更强。

在北京现代前几年的新能源领域的探索可以说是五试水,目前在售的新能源车型共五款,除了名图纯电动、菲斯塔纯电动外,其他三款均为混动车型。乘联会数据显示,菲斯塔纯电动、名图纯电动这两款油改电车型,2021年销量分别为1241辆和118辆,在一众造车新势力及传统车企不断发力的情况下,竞争力明显不足。

在中国新能源汽车市场趋于年轻化的背景下,消费者对续航里程、智能网联技术的需求比较强,北京现代长期使用百度智能网联技术,也许这也是个加深的契机,借由互联网企业为其提供技术支持与产品背书,能不能实现弯道超车不敢说,但至少可以避免被边缘化。北京现代若快速追上中国新能源汽车的发展步伐,除了把现代汽车全球顶尖的技术加速引入,打造真正具有实力的产品之外,没有别的出路。想要拿下这群精明的年轻消费者,北京现代不仅要有破釜沉舟的决心,还要拿出实力与诚意,或许方能扳回一城。

到欧美市场认可。然而在国内,北京现代虽然不是刚刚入局新能源领域的,但它在中国新能源汽车市场中的表现却稍显羸弱。如何借助全球市场背书,加速引入明星产品,也许是北京现代赢得中国新能源市场这盘棋局的关键。

北京现代前几年的新能源领域的探索可以说是五试水,目前在售的新能源车型共五款,除了名图纯电动、菲斯塔纯电动外,其他三款均为混动车型。乘联会数据显示,菲斯塔纯电动、名图纯电动这两款油改电车型,2021年销量分别为1241辆和118辆,在一众造车新势力及传统车企不断发力的情况下,竞争力明显不足。

在北京现代前几年的新能源领域的探索可以说是五试水,目前在售的新能源车型共五款,除了名图纯电动、菲斯塔纯电动外,其他三款均为混动车型。乘联会数据显示,菲斯塔纯电动、名图纯电动这两款油改电车型,2021年销量分别为1241辆和118辆,在一众造车新势力及传统车企不断发力的情况下,竞争力明显不足。

在中国新能源汽车市场趋于年轻化的背景下,消费者对续航里程、智能网联技术的需求比较强,北京现代长期使用百度智能网联技术,也许这也是个加深的契机,借由互联网企业为其提供技术支持与产品背书,能不能实现弯道超车不敢说,但至少可以避免被边缘化。北京现代若快速追上中国新能源汽车的发展步伐,除了把现代汽车全球顶尖的技术加速引入,打造真正具有实力的产品之外,没有别的出路。想要拿下这群精明的年轻消费者,北京现代不仅要有破釜沉舟的决心,还要拿出实力与诚意,或许方能扳回一城。

### 汽车市场红海过招,加大进出口能否打开局面

当今国内汽车工业已经发展至极为成熟的阶段,市场保有量也在不断提升。如何在一片红海中开拓新的发展路径,北京现代做出了回答。

改革规划中,北京现代提出将从产品竞争力改善、中长期产能优化、销售竞争力强化等方面,对市占及销量进行固本拓源。在以优化产品、深耕新能源来固本之外,北京现代开辟了新的举措,将通过加大出口外销力度,在未来形成10万台的出口规模,以实现拓源。

受疫情的持续大范围影响,全球汽车产业供应链问题频现,在这样的恶劣环境下,中国汽车产业链依靠质量高、产量大、生产周期短等体系优势,体现出极高的抗风险韧性,这也为国内汽车出口市场的发展提供了契机。海关总署数据显示,我国汽车出口量从2017-2020年稳定的100万辆左右,在2021年跃升至213.8万辆,同比增长102%,2022年1-2月,出口销量为48万辆,同比增长70%,增势表现依旧强劲。

北京现代洞察到国内汽车出口市场焕发出的新生机,同时结合企业当前拥有的完善的供应链条、熟练的工人和产能雄厚的生产线等优势,以及部分空置产能的现状,作出了加大出口外销力度的战略决策。

规划出口车型包括伊兰特、途胜、ix35、库斯途等车型,其中库斯途还将面向台湾市场销售,未来还将持续加速推进全球车型+中国专属车型+EV车型的出口阵容,全面对接全球生产体系和市场体系。

当前中国汽车工业已经进入存量市场,走出去不仅是北京现代的新路径,也是中国汽车工业的重要选择。在此种格局的加持下,北京现代的产品销量必然能够迈上新台阶,取得新成就。而从更高的视角来看,北京现代的高品质出口产品将为合资车企进行一次卓有成效的正面宣传,届时全球消费者都能感受到中国合资产品所散发出的魅力。

中国汽车市场发展正面临着新的机遇,而北京现代这次的组合拳,显然意在未来,用市场发展的红利,带动中国汽车产业完成一次新的跨越,并凭借着自身的优势和实力,在中国汽车产业高质量发展的快车道上行稳致远。而中国市场这局棋北京现代最后是否能一招制敌,只有时间会给我们答案,让我们拭目以待。



(数据、图片和信息来源:北京现代) 广告