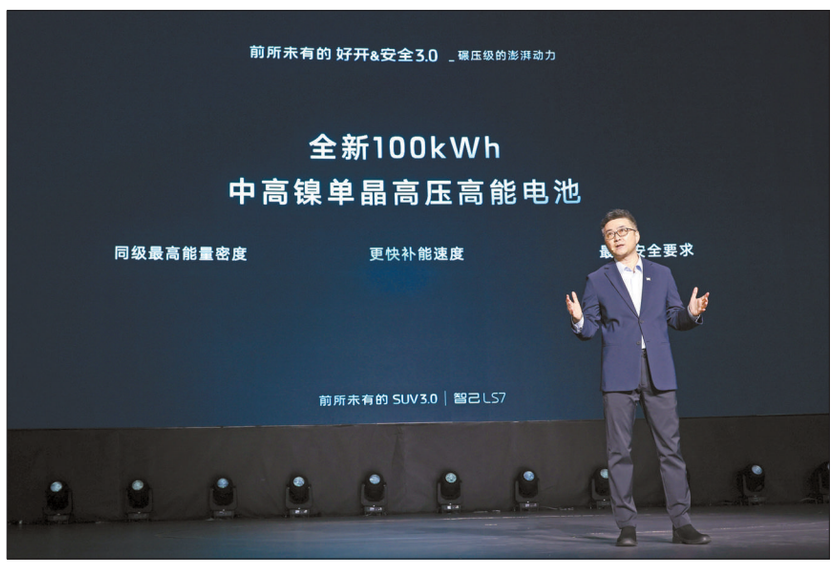
寻找智能纯电SUV高端化的秘诀

中青报·中青网记者 许亚杰

在长期呈现哑铃状的新能源汽车市场，外资品牌和造车新势力一度占据着高端市场的大部分份额。而如今，随着越来越多中等收入群体投来关注的目光，中高档品牌成为新能源汽车市场的“兵家必争之地”，同时也是诸多新品牌锁定的“战场”。尤其是那些脱胎于国有汽车集团，志在突破高端化天花板的新品牌。

作为一家由上汽集团、张江高科和阿里巴巴集团共同打造的全新用户型汽车科创公司，智己汽车近日亮出了自己的“大招”。

在位于红河之北的云南省弥勒市，智己汽车推出了自己的第二款新车——智己LS7。新车定位于智能纯电中大型豪华SUV，售价区间为30.98万-45.98万元。据了解，目前该车已开启大定，预计于3月开始交付。



智己汽车联席CEO刘涛表示，消费者明白什么是真正的好产品、哪些是好配置，因此该“卷配置”时绝不能手软，但对于产品设计和技术路线，智己有自己的坚持。

智己汽车联席CEO刘涛表示，“产品设计必须要有自己的思考和独到见解。我们认为，在智能电动汽车时代，通过方向盘上方的孔去看转速表、仪表盘的时代一去不复返了。”刘涛向记者直言，在打造智能电动汽车产品、突破品牌高端化天花板的时候，中国车企不应该陷入“人云亦云”的陷阱，不能误以为“装上一块大屏就万事大吉”。

他强调说，在智己LS7上采用半幅式方向盘，就是为了把前面的遮挡拿掉，让用户在车内拥有真正沉浸感的视野和交互。据了解，在这一套扫除视野阻碍的组合拳下，智己LS7拥有同级最大的106度纵向视野，和国内最大的可视面积，打造出颇具新意的驾驶舱。

有市场调研发现，国内85%的中高端SUV用户对车内空间有着强烈需求。为此，在轴距3060mm、后排头部空间1030mm的基础上，智己LS7还应用了新的智能化技术。在车内右舱，智己LS7安装了一条长达1955mm的电动滑轨，将副驾侧前后座椅联通。该车的副驾座椅可实现电动全水平折叠，可秒变“三座车”，并按照用户的场景需求进行灵活变化。

刘涛在发布会上表示，智己LS7后排右侧座椅是全球首款真正的“零重力浮感座椅”。“121度的躺姿夹角重塑了后排舒享水平的新标准。同时，更大的支撑面积让全身的压力分布更均匀，平均压力值仅为0.27N/cm²，让用户在长途行驶时腰椎尾椎无负担。”他还透露称，有用户在试乘后感慨，这个“零重力浮感座椅”的乘坐体验超过了许多百万元级别的MPV保姆车。

对于向来重视汽车机械素质和新车操控感的智己汽车来说，安全与性能则是另外两个不容忽视的关键词。

据了解，智己汽车全新发布中高镍6系单晶高压100kWh高能电池，可实现充电26分钟续航400公里的充电速度，并实现超高的单体能量密度和同级最高整包能量密度。智己LS7搭载的定制版黑标铝镁合金直瀑油冷电机，采用EVD矢量四驱技术，两驱/四驱切换时间仅为300ms，可兼顾不同模式下的极致动力和效率；eTAC边缘扭矩控制技术可实现毫秒级别的防滑控制响应，相较于传统TCS快了3倍以上，可有效提升驾驶安全性。

“不能认为车辆的操控感、驾驶品质在电动化时代就不再重要。”刘涛在解释全明星底盘驾控时透露称，与部分品牌的新车在上市前进行40万至50万公里测试不同，智己汽车坚持“不完成500万公里测试不上市”。

抢夺市场份额，该卷就得卷

此前，智己汽车的首款车型——智己L7就被贴上了“好开”和“操控感强”的标签。刘涛在接受媒体采访时表示，智己L7帮助智己汽车初步站稳了高端品牌队列，而智己LS7则要通过更高的“价值比”去争取更多的市场份额。

据了解，智己LS7从立项到上市共耗时27个月。在立项后第二年就已具备量产条件，但为了进一步强化新车的软硬件实力、进一步提升用户体系，智己汽车又挤出3个月来进行优化。

他表示，在智能化方面，智己LS7几乎“被武装到了牙齿”。智能硬件方面，该车配备了英伟达OrinX超高算力智驾芯片、双激光雷达、高通8155智舱SoC芯片、AMOLED 2K极清交互屏等。软件方面，该车推出了新一代全域融合智能和创新交互的IM OS 2.0，可让用户通过更加新颖、多元、有趣的出行体验，拓展生命的宽度。

“人工智能时代，各式各样的智能科技给我们提供了新机会。让我们思考，人与智能汽车之间的关系究竟是什么？”刘涛直言，与此前100多年的汽车工业发展史不同，智能汽车的真正意义就在于AI所带来的数据驱动。

他认为，一旦新车上市后，用户使用产品所产生的海量数据，会在脱敏合规处理后反哺产业链，进而推动产品迭代。以智能驾驶为例，在智己的数据工厂，对自动驾驶的迭代有95%以上都是自动化完成，大幅加快迭代步伐。得益于此，智己NOA已在全国各城市陆续上线，基于高精地图的NOA计划在年底前开始公测，去高精地图化的城区NOA开发也将于年底完成。

过去十年，中国新能源汽车产业不仅跑出了“加速度”，还成为带动全球汽车产业电动化转型的领导者。而在刘涛看来，智己汽车各母公司背书所带来的强大潜力尚未被完全发挥。

“上汽有供应链、制造的背书，只要上汽买得到芯片，就绝对不会缺智己的。同时，阿里、张江对智己汽车的赋能都很多。”他告诉记者，在供应链得到强有力保障的背景下，接下来智己要重点解决品牌知名度的问题，“我们计划用3个月的时间，将品牌知名度提升至80%。”

有人说，起初，SUV解决了中国用户“从无到有”的问题，然后在各类车内大屏、车载冰箱的加持下，进化出了“极致家居化”的体验。而如今，随着新能源汽车的产品阵容更丰富，一款又一款新车疯狂“内卷”，堆砌出越来越多的新配置，中高端新能源SUV的需求被逐渐推高。

“高端新能源汽车市场‘卷配置’是一时的，真正重要的是提升用户体验。”刘涛对此回应说，消费者明白什么是真正的好产品、哪些是好配置，因此该“卷配置”时绝不能手软，但对于产品设计和技术路线，智己有自己的坚持。

“相信智己LS7会给大家带来耳目一新的创新科技，开启属于智能纯电SUV的时代。”刘涛说。

型

中青报·中青网记者 许亚杰

在各种关于95后、00后消费习惯的市场调研报告中，消费意愿高、自我意识强、热爱社交、爱好广泛等成为了他们的主要标签。尽管已有不少车企将这些标签挂在嘴边，但真正能与年轻人玩到一起，并让传统、沉闷的新车发布会改头换面的车企并不多。

2月28日，广汽本田就将型格HATCHBACK的上市发布会，搬到了被称为“华南地区首个策展型商业体”的YCC!天宜。这款五门轿跑共推出3个版本6款车型，MT手动挡版本13.99万元，CVT版本14.89万-17.19万元，e:HEV版本16.99万-18.29万元。

记者了解到，为了持续圈粉年轻潮人群体，广汽本田同步发布了全新“INTEGRA LABEL型格潮牌”，试图为各圈层时尚用户带来新鲜独特的同频体验。

值得一提的是，“INTEGRA LABEL型格潮牌”第一拨合作就选择了国内独立设计师品牌“KADAKADA”。在发布会现场，该品牌主理人表示，创立“KADAKADA”品牌就是想传递年轻人坚持自我、敢于选择的态度，而这与型格HATCHBACK“时尚锋芒 掀动型潮”的态度不谋而合。

据透露，今后“INTEGRA LABEL型格潮牌”还将推出时尚、科技、运动三大主题，通过季度发布的形式，结合潮牌诠释当季潮流亮点，让粉丝深度感受新车与潮牌梦幻联动的魅力。

当然，作为一款要成为“年轻人专属潮流大玩具”的新车，型格HATCHBACK在产品设计上也下了很多功夫。

得益于Honda Architecture新架构先进造车基准，型格HATCHBACK拥有领先同级的高刚性、低重心、轻量化车身。通过对流线轿跑车体与新架构的融合，该车将整车的掀背设计、运动驾控、灵活空间、顶级安全、先进配置等价值推向新高。

一方面，新车通过低位引擎盖、清爽低腰线、流线轿跑车身等新潮设计，将整车的轿跑气场大幅拉升；另一方面，上下双色拼接车身、三瞳式前LED灯、凌锐贯穿式LED尾灯、大开口双出镀铬排气和18英寸多幅式运动轮毂等细节设计十分抢眼，强化了整车的运动个性气场。

空间上，该车采用五门流线型掀背设计，却有着和三厢几乎同等空间水平。得益于五门轿跑车身+本田MM理念，型格HATCHBACK拥有灵活多变的魔术空间，后排魔术座椅支持4/6分割，可以整排放倒，让用户体验到更宽敞、自在的自驾生活。

配置上，型格HATCHBACK搭载了Honda CONNECT 3.0、12 BOSE音响、卡片钥匙等智能装备。Honda SENSING和全系标配的高刚性车身、10安全气囊则共同打造出更高的安全性能。

作为历史悠久且风靡全球的车身类型，HATCHBACK车型被认为更能彰显个性。近年来，随着中国汽车市场消费升级和年轻消费群体崛起，越来越多的品牌推出了HATCHBACK车型。

“型格HATCHBACK要做最懂年轻人的五门性能轿跑，同时也要尽量满足当前愈发多元化的消费需求。”广汽本田相关负责人表示，该车提供了市场少有的三大动力组合，其中入门版即搭载了手动挡车迷们钟爱的6MT版本，可“原汁原味传承本田性能车INTEGRA的驾驶乐趣”。

据他介绍，型格HATCHBACK的CVT版本搭载1.5T直喷VTEC涡轮增压发动机，最大可爆发134kW/240N·m，带来最正宗的“本田式”驾驶体验；而e:HEV版本搭载了本田第四代i-MMD混动系统，驱动电机峰值扭矩高达315N·m，可带来更快、更稳、更远、更静的行驶质感。

独立汽车评论员白德认为，对于那些瞄准年轻消费群体的汽车品牌来说，首先要满足年轻人对自我满足、社交和专属感的消费需求。他表示，近年来，国内汽车企业在智能化、电动化赛道上疯狂内卷，却忽视了新崛起的年轻一代消费者。“他们中有不少人对个性车型有更大的需求，这也意味着，以HATCHBACK为代表的个性车型蕴藏着巨大的市场潜力。”

有分析人士认为，广汽本田导入型格HATCHBACK，并延续型格“智能潮品式”营销手法，同步发布“INTEGRA LABEL型格潮牌”，这一套组合拳践行了广汽本田坚持与粉丝共创的思维逻辑。因此，新上市的型格HATCHBACK有望辐射更多年轻圈层，打造独一无二的汽车潮牌文化，帮助广汽本田再次扩张品牌年轻化版图。

自上市以来，型格累计销量已超9万辆，迅速晋升A+级轿车市场第一梯队。如今，随着型格HATCHBACK的加入，型格品牌矩阵进一步多元化，有望持续提升广汽本田在年轻用户中的影响力。

与用户共创为何成为车企的“看家法宝”

中青报·中青网记者 许亚杰

在产业格局和市场竞争业态的快速变革中，车企究竟经历了怎样的阵痛？又是如何穿越迷茫、重整旗鼓，跑上新赛道的？

在不久前举办的捷途汽车主题家宴上，捷途汽车管理层结合公司创立5年的实践经验，道出了车企转型的“荆棘与花朵”。

从“用户的捷途”到“捷途的用户”

时间倒回至5年前，怀揣着“旅行+”的梦想，捷途汽车开启了从一款车到一个品牌的征程。而彼时，中国车市经历了近30年来的首次下滑，市场上一度寒气逼人。

“这5年，可以说是燃油车企业有史以来最困难的5年。”捷途汽车营销公司总经理张纯伟向记者坦言，疫情反弹、新能源汽车强势崛起、合资品牌价格下探……种种因素叠加在一起，大幅挤压了燃油车的生存空间。

但恰恰是在这5年，捷途汽车从一个新品牌实现了逆势突围，累计在全球收获了66万名用户，拥有超过2300万名粉丝。捷途为何能够成为众多新品牌中的“黑马”？核心原因还要归结于公司对用户的高度重视。

张纯伟表示，在过去5年间，捷途不仅提供了高品质的汽车产品，更注重用户需求和反馈，不断优化产品和服务。同时，公司也在推进用户积极参与产品设计和推广，与捷途共同成长，这才推动了从“捷途的用户”到“用户的捷途”的蝶变，让与用户共创成为捷途的“看家法宝”。

具体来说，捷途首先为用户打造了一个活跃且温馨的“线上家园”，让用户敢于分享自身真实的用车体验，从而助力捷途进行更加精准化的营销和改进服务。

“我们的App有近30万篇精彩的用户内容，这里边有用车的经验分享，有旅行过程中的游记，也有对我们产品和服务的宝贵意见。每一条、每一篇我们都仔细地阅读和分析。”张纯伟透露说，这些内容给捷途汽车的产品设计、活动策划、服务提升等方面，都带来了很大的帮助和指引。

据了解，捷途汽车一直采取直面用户的营销方式，整个营销体系有接近500名员工，直面用户群体多达3万多人。迄今为止，已经有超过60万人次的用户通过线上专区，参与体验捷途活动。

张纯伟告诉记者，未来，捷途汽车希望直连用户达到10万人以上，来帮助公司持续进步。

记者了解到，除了直面用户的营销模式，在具体的服务上，捷途汽车还采取了线上远程诊断、主动提醒、OTA空中升级等34项主动服务，大大提升了终端人员的服务水平。未来，捷途还将实现云端沟通，主动预警、引导等，来构建“服务先于需求”的主动无感式智能服务体系。

此外，捷途还围绕着用户自驾、生态圈体验日、啤酒龙虾节、粉丝节、家宴5大活动IP，为用户策划、提供了3345场活动，涵盖了文化、体育、旅行、美食等多个领域，累计有16.43万名用户参与其中。

捷途汽车营销公司总经理张纯伟表示，在已经开展的47场共创活动中，用户为捷途汽车的发展提供了2.12万条宝贵建议。这些来自用户的宝贵建议，让捷途真正了解到什么是“想用户之所想，爱用户之所爱”。

“我们从品牌建设初期，就积极吸纳用户建议，长期开展与大家直面交流的共创活动。在已经开展的47场共创活动中，用户为捷途汽车的发展提供了2.12万条宝贵建议。”张纯伟认为，这些来自用户的宝贵建议，让捷途真正了解到什么是“想用户之所想，爱用户之所爱”。

正是由于捷途对用户所想、所需的高度重视，公司才能在短短5年中率先突围，成为新生品牌的“黑马”代表，在全球范围内收获66万名用户。

与用户建立更“长情”的联系

如何建立与用户的关系，是车企一直在研究、探索和攻克的重要课题。特别是在电动化与智能化带动汽车产业大变革的背景下，企业与用户之间的关系已发生翻天覆地的转变。要构建“以用户为中心”的营销体系，特别考验企业的创新力与综合实力。

捷途汽车营销公司总经理助理刘航告诉记者，以往车企总是找不到特别好的与用户建立关系的途径，核心原因在于：汽车用户并不像在电商购物的消费者，总是非常活跃；他们的需求次数少但消费高，一次保养就要花费几百元，这就从本质上决定了汽车用户与企业之间的联系必然是低频次的。

在关注到这种特点后，捷途汽车主动强化了与用户之间的联系和粘性。“所有互联网企业的运营都遵循着一条黄金定律：即用户粘性就是一切”，刘航认为，对于现在的车企而言也是如此，必须要与用户保持较高频次的链接，这样用户才愿意回应品牌，增强互动。

据了解，捷途汽车的App就是一个帮助车企与用户建立强粘性关系的主阵地。与其他车企的App不同，捷途的App更注重便捷的功能体验，每个用户都可以在论坛上自发组织活动，参与话题讨论或购买商城中的产品。通过这些用户动态，捷途可以更好地与用户建立联系，更精准地把握用户需求。

除此以外，类似于家宴这类活动，也是捷途增强用户粘性的法宝。“捷途的家宴是按照To B与To C端结合的方式进行的，因此用户的参与更加活跃，也更高频。”刘航认为，把传统的营销模式和新模式做结合，才能进一步带动用户的参与度，让品牌进一步走进用户的心。

据透露，未来一段时间，捷途汽车将以更开放的共创生态，与用户互相成就、共赴旅途，坚持“以用户为中心”的理念，为用户创造价值。

高铁智能化勘测有了“中国方案”

中青报·中青网记者 张真齐

当前，高铁已成为人们日常出行选择最多的交通工具之一。凭借高效、安全、舒适的突出优势，中国高铁更是被欧亚大陆20国青年评选为中国的“新四大发明”之一，成为了一张架通天堑、走向世界的国家名片。

中国国家铁路集团有限公司网站发布的数据显示，2022年全国铁路完成固定资产投资7109亿元，投产新线4100公里，其中高铁2082公里。截至2022年年底，全国铁路营业里程达到15.5万公里，其中高铁4.2万公里。2023年，全路预计投产新线3000公里以上，其中高铁2500公里。

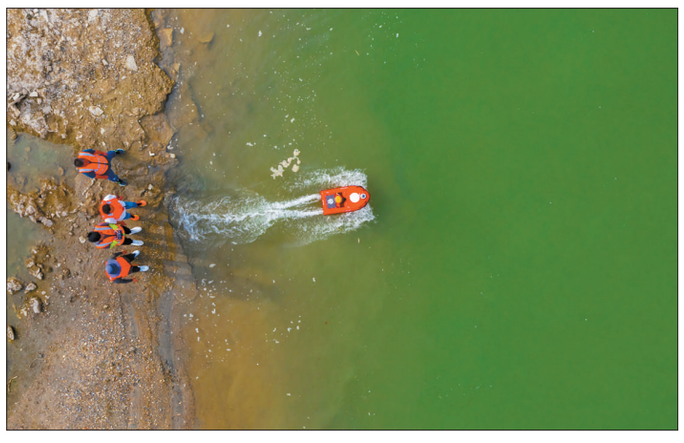
飞速建起的高铁网络像一条条血管，为中国各地的经济和社会发展源源不断地注入新的活力。但由于发展速度迅猛，且建设过程跨度大，遇到的地质环境复杂，高铁在建设及运维过程中，必须建立大范围高精度控制网，并对铁路轨道进行精确测量。

长期以来，铁路工程的勘测设计、施工、运营、变形监测等各个领域涉及导航定位技术的，仍以GPS导航定位技术为主，存在地下空间无信号覆盖、不够精准等问题。

不过，随着国内勘测和卫星技术的持续发展，2020年7月，中国北斗全球卫星导航完成全球组网并正式开通。这也让建立“中国标准”精密测量控制体系成为可能。

近日，历经三年多时间研发，由中铁第四勘察设计院集团有限公司（以下简称“铁四院”）牵头承担的《基于北斗导航系统的铁路及航运领域应用技术研究》基本完成。据悉，这项成果解决了中国铁路勘测设计、施工、运营、变形监测等方面完全依赖GPS的问题，基本实现北斗全替代，是交通领域探索“中国方案”的一次突破创新。

铁四院勘察院总工程师曹成度介绍，基于北斗导航系统的工程测量主要优势体现在卫星导航的自主可控。北斗导航技术可以通过地基增强来实现高精度定位，把所有的定位都放到施工、运维、建造各个环节，应用的范围比原来传统卫星导航更加广泛。



近些年，随着机载雷达、无人船、倾斜摄影、无人机等新兴测绘技术的逐步普及，以往需要翻山越岭、淌水过河、肩背仪器、风吹日晒的勘测场景将成为过去。图为襄荆铁路勘测现场。

目前，铁四院课题组已完成铁路北斗地基增强系统等技术研究，自主研制了整套基于北斗导航定位技术的软硬件系统，并在此基础上编制了多项企业标准和作业指导书。统计数据显示，铁四院课题组已累计申请相关专利31项，发表高质量论文34篇，取得软件著作权5项。

事实上，早在2012年中国高铁建设方兴未艾之时，铁四院就率先在铁路勘测中使用激光点云设备。航空遥感技术开启了中国高铁智能勘测序幕，见证了中国高铁时代的到来。

在曹成度看来，近些年，随着机载雷达、无人船、倾斜摄影、无人机等新兴测绘技术的逐步普及，以往需要翻山越岭、蹚水过河、肩背仪器、风吹日晒的勘测场景将成为过去。

他告诉记者：“如今，足不出户即可掌握测量区域全貌的全新勘测模式，一改传统勘测技术手段单一、测量效率低、质量控制难、数据处理低效等落后现状，实现了外业工作航测化、内业处理智能化、勘测产品标准化和产品应用服务化。”

铁四院勘察院测绘三所所长李猛回忆，以前铁路工程勘测，500公里长的道路要分5段，平均每段需要至少50名勘测人员，大约3个月时间才可能勘测完成。

“如今，在全新勘测模式的加持下，据估算，在铁路工程初测阶段的主要专业中，每次勘测可减少外业人员规模约40%，工期可缩短约30%。这无疑为后续的高铁提速建设提供了保障。”李猛说。

在铁路勘测的过程中，铁四院勘测人员以北斗技术的全面应用为基础，融合激光雷达、倾斜摄影等新兴测绘技术，实现勘测智能化、成果数字化。勘测成果也由最初的二维地图升级为三维设计模型。

除此之外，铁四院还自主开发了智能勘测大数据平台。其充分应用机器学习、大数据分析等人工智能方法，可将各类测量数据进行整合，涵盖“勘测-设计-施工-运营”全生命周期，实现测量成果和设计平台的无缝衔接。

“目前，铁四院已初步建立面向智能勘测的无人机测绘、倾斜摄影、激光雷达、无人测量船等生产组织流程和技术管理体系，形成一定的规模化生产应用能力，智能勘测体系基本成型。”曹成度透露，截至目前，相关技术成果已在襄荆铁路、长赣铁路等10余个勘察设计在建铁路项目中实现了规模化应用，累计推广应用里程超过2000公里，取得了巨大的经济效益和社会效益。

“铁路智能勘测的出现，完全改变了传统的铁路勘察设计模式，是铁路勘察行业的一项重大创新。未来这一技术将推动中国铁路尤其是高铁领域的技术进步和智能化转型，并不断提高行业的核心技术竞争力，持续提升人们的日常出行效率。”曹成度总结说。

汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹驾到公众号，给我们留言。消费维权邮箱：autocyd@126.com