

“全球首款量产互联网汽车” 荣威RX5第2.5万辆下线 SUV“销量王”领跑品价比时代

上市首月即成为中国品牌SUV增速王之后，荣威RX5的产能也在快速跟进。9月27日，荣威RX5第25000辆在上汽临港基地正式下线。一亮相即是网红，一上市即成爆款，平均每2分钟卖出1辆，荣威RX5以SUV“销量王”的自信姿态领跑市场，并带动上汽荣威以205%的增速一举成为8月中国品牌增速王。

作为全球首款量产互联网汽车，荣威RX5以全方位越级品质及诚意的价格定义中国品牌SUV“品价比标杆”，回应互联网时代下消费者的全新需求，成为中国首个突破合资品牌15万元价格封锁线的SUV，让消费者“买得起、用得爽”。在两个“好爸爸”的力挺之下，以荣威RX5为起点，中国品牌不再只依靠配置和价格与合资品牌正面较量，中国汽车行业“品价比”时代已经到来。

百分百尊重用户

“四好一高”让荣威RX5“买得起、用得爽”

在互联网时代，消费者的购买决策思路完全颠覆，从过去的看功能、比品牌，到注重体验，分享体验。口碑这条产品生命线，有史以来第一次真正掌握在用户手中。上汽集团副总裁、上汽乘用车公司总经理王晓秋表示，上汽以用户为中心打造荣威RX5，用世界级的造型设计、世界级的研发制造、世界级别的技术、“良心”的价格和全方位越级的品质，打造荣威RX5 这款“全球首款量产互联网汽车”，表达对消费者的尊重，赢得消费者的认可与信赖。

荣威RX5搭载YunOS for Car智能操作系统，通过独立的ID身份账号，用户可语音控制车辆和远程控制车辆，而自适应地图、双盲定位、自助支付等“黑科技”带来了更多全新驾乘体验。除了互联网的“加分项”，荣威RX5的“基本功”同样扎实。它采用荣威全新一代律动设计，极具品质感的内饰，树立SUV颜值新高度；领先同级SUV两



个时代的世界级“蓝芯”高效动力科技，百公里加速比同级SUV快2秒以上，百公里刹车距离比同级SUV短2米以上，百公里油耗比同级SUV少2L；加上“基础服务、基本流量终身免费”政策、9.98—17.98万实际支付价，以及爆款热销也不加价的厚道，荣威RX5真正让互联网汽车“买得起、用得爽”。

中国“好爸爸”力挺 上汽率先进入“品价比”时代

上市首月交车近万，成为首月中国品牌SUV销量王，荣威RX5以销量增速赢得消费者信任，不得不提荣威RX5背后的男人——陈虹和马云这两个好“爸爸”。没有“陈虹爸爸”，就不会有荣威RX5超高颜值和“三大件”等让用户尖叫的亮点，以及产能迅速爬升的保证；没有“马云爸爸”，不会有荣威RX5吸粉无数的互联网黑科技。两

个中国好“爸爸”强强联手，顺利整合汽车和互联网这两大生态，改变它们“井水不犯河水”格局。

荣威RX5为代表的互联网汽车新产品，代表着探索，代表着未来，而之所以诞生在上汽则有其必然。在互联网的科技大潮面前，上汽选择相信未来，并从改变自己做起，使荣威RX5以超高“品价比”，让消费者享受汽车的创新成果。荣威RX5的热销，不仅证明上汽已经成功迈入了新产品时代，更改变了中国品牌单纯依靠配置和价格与合资较量的尴尬局面，开启了全新的“品价比”时代。

在荣威RX5热销势头的带动下，荣威品牌增幅不断提升，8月同比增速更高达205%，成为近期中国品牌增速王，重回高速成长的跑道。尽管目前全国各地均出现了排队订车购车现象，但荣威RX5不但不加价，还给予“基础服务、基本流量终身免费”等优惠政策，以全方位越级品质与诚意价格，让消费者“买得起、用得爽”。延续目前在全国各地的热销态势，荣威RX5有望持续挺进主流合资SUV细分市场，创造新的销售纪录，荣威品牌未来预期增速同样相当可观。

