

# 威马 EX5 用户足迹已遍布全国

## 不仅提供更懂用户的智慧产品,更带来智慧出行新生活

青年报 程元辉

60万粉丝、42家门店、累计行驶6500000公里、超过8万根充电桩实时在线……2018年,威马汽车以用户为核心,不断践行智能电动汽车普及者的理念与目标。随着威马旗下首款全车交互智能纯电SUV EX5的上市交付,威马汽车实现了从0到1的跨越,不仅提供更懂用户的智慧产品,更为用户带来便捷舒适的智慧出行新生活。

威马汽车始终秉承用户至上、与用户共创共享的理念,自诞生之日起就与用户有着天然的亲和力。至2018年末,威马汽车吸引了逾60万“威粉”,其中包括473768名粉丝和166680名威盟会员。他们创想并参与了威马产品研发的全过程,来自“民间”的真实需求、喜好、脑洞等奇思妙想,增加了产品的丰富性。车头智能场景式动态Logo及后车厢“脚踢式”开启方式都是来自用户的需求和智慧。

为打通与用户互动的桥梁,威马汽车依托大数据,积极拓展新零售渠道网络。至2018年末,威马汽车已累计签约40家智行合伙人,覆盖北京、上海、广州等近40座国内主要城市。在全国已投入运营了包括9家Space(威马体验馆)、19家



Store(威马用户中心)、18家Station(威马服务之家)在内的46家线下门店,每天都有922名服务大使随时待命。

在线上,威马汽车4006999666客服热线,累计共受理用户咨询73499次,总通话时长330745分钟,在每天的互动交流中,很多用户和对应的服务大使从网友变成了“车友”,高频互动用车心得同时,解答疑惑并提供各种用车技巧,威马汽车不仅为用户提供贴心的产品,更积极与用户成为朋友。

在线下,自9月28日量产交付至年末,威马汽车已在全18座城市开启了EX5的交付工作,仅北京地区的交付量就高达1,726辆,高居造车新势力品牌交付榜首。威马EX5的用户们足迹已遍布全国30个省,共计

243座城市,累计行驶里程达6500000公里,距离相当于环绕地球162圈。相比燃油车,威马EX5累计为用户节省约2811900元的出行成本。

威马汽车不仅强调与用户共创和互动,更致力于为用户提供安全可靠、质量稳定、体验出色、成本合理的出行产品,首款全车交互智能纯电SUV EX5凭借可匹敌传统燃油车的强劲稳定动力技术,成为唯一荣获“‘中国心’2018年度新能源汽车动力系统金奖”的“新造车”品牌产品。同时,在第二届“‘长白山杯’新能源汽车低温性能评测”中,经组委会多重审核,EX5从众多新造车头部势力中脱颖而出,捧得“最佳耐低温奖”。2018年,威马汽车共斩获近三十项行业及媒体权威大奖。

### ■ 资讯

## Polestar 2全球发布在即

青年报程元辉

在线上发布的一周后,Polestar 2将于2019年3月7日至17日在日内瓦国际车展5号展厅5235展台上首次公开亮相。

Polestar以其首款汽车Polestar 1开启了新时代——这款限量生产的电动高性能混合动力GT跑车,能产生600马力最大功率和1000牛米的峰值扭矩,在纯电动模式下能够行驶150公里——是世界上纯电续航里程最长的混合动力汽车。未来,Polestar 2和Polestar 3将加入产品组合,这两款产品将是产量更高的、专注驾驶乐趣的纯电动汽车。

在线上发布的一周后,Polestar 2将于2019年3月7日至17日在日内瓦国际车展5号展厅5235展台上首次公开亮相。

Polestar以其首款汽车Polestar 1开启了新时代——这款限量生产的电动高性能混合动力GT跑车,能产生600马力最大功率和1000牛米的峰值扭矩,在纯电动模式下能够行驶150公里——是世界上纯电续航里程最长的混合动力汽车。未来,Polestar 2和Polestar 3将加入产品组合,这两款产品将是产量更高的、专注驾驶乐趣的纯电动汽车。

## MG名爵1月全球热销近2万辆

青年报 程元辉

刚过去的1月,来自英国的百年运动汽车品牌MG名爵延续2018年强劲势头,热销19127辆。同时,从目前公布的数据来看,名爵作为以性能见长的运动汽车品牌,在全新名爵6、名爵ZS、名爵HS等热门车型的联合助攻下,以近2万辆的成绩拿下了1月运动汽车品牌销量第一,紧随其后是长安马自达、领克、WEY和一汽马自达,销量分别达到了1.58万、1.26万、1.02万和0.7万。

其中,“全球潮车”名爵ZS在国内及英国、泰国等全球市场销量达8864辆,稳居高端小型SUV前三。“当红主爵”全新名爵6同样表现出色,占据“运动轿车前三强”。“高性能荷尔蒙SUV”名爵HS则以高品质持续推动口碑上扬。此外,即将于3月上市的名爵ZS纯电动,凭借其满足E-MARK、REACH等超严苛欧洲标准和法规认证的优势,势必将进一步开拓新能源汽车市场,从而提升名爵品牌销量,持续圈粉全球年轻消费群体。

名爵ZS自上市以来,全球热销不停,不仅多次销量过万,更在泰国、英国等多个国际市场刷出SUV销量第一的好成绩。在刚过去的1月,名爵ZS海内

外销量近9000辆,稳居高端小型SUV前三,“全球潮车”名副其实。

名爵ZS凭借“感性力”设计的国际范颜值、1.19㎡同级最大全景天窗、全球领先的“互联智行”系统等过硬产品品质,成为年轻人都在“盘”的车。特别是其“互联智行”系统,可语音控制车内绝大部分功能、可智能主动导航、可提供美食推荐地图,如贴心伙伴懂你所需、应你所需,真正实现吃、喝、玩、乐全方位服务。

全新名爵6红得有道理!Fastback溜背造型、豪车级渐进式转向灯尽显越级感,颜值拉风;“6秒级动力总成,36米级制动系统”的动力性能,驾控出众。如此有颜有料,让“当红主爵”全新名爵6持续热销,并在运动轿车市场和思域、昂克赛拉“三分天下”,持续巩固其“运动轿车前三强”之势。

“高性能荷尔蒙SUV”名爵HS拥有“7秒破百、36米刹停”的高性能,延续百年赛道基因;自带36.5分贝图书馆级静音效果,树立SUV静音新标杆;再加上BOSE音响、无级变色氛围灯、一体式真皮运动座椅等越级豪华配置,以及后排舒适的乘坐空间,给予年轻人高品质的出行体验。

## 上汽上港四度携手 球星成荣威MARVEL X首席体验官

青年报 程元辉

2月19日,上汽集团和上港足球俱乐部于上汽荣威智能广场联合宣布,上汽集团正式成为上港足球俱乐部2019年度战略合作伙伴,二者之间的品牌合作迈入了第四个赛季。在上汽集团的带领下,上汽旗下自主品牌荣威也与上港足球俱乐部展开了更广泛和深入的合作,上港足球俱乐部主力球员及教练员将正式成为荣威MARVEL X的“首席体验官”。

足球作为世界第一运动,具有无可比拟的巨大社会影响力。在我国,中超联赛竞技水平与品牌价值不断攀升,媒体总价值超过145亿元,已经成为亚洲最高商业价值的足球联赛。2016年,上汽与上港从团结协作、追逐梦想的共同理念出发,达成了“汽车+足球”强强联合的跨界合作,一路走来相互加持、相互赋能,实现了双赢局面。2018年,上港足球俱乐部创造了历史性突破,斩获联赛冠军,上汽集团的曝光度和品牌价值也随之“水涨船高”。

上港是当之无愧的冠军球队,上汽也是当之无愧的冠军车企。而作为上汽集团旗下的自主品牌主力担当,上汽荣威自成立以来就立足中高端,在产品品质、销量和用户口碑方面都稳居自主品牌前列。2016年,荣威



率先推出了全球首款量产互联网SUV荣威RX5,成为互联网汽车创行者,此后推出的荣威i6、荣威RX3、荣威ERX5、荣威Ei5等车型进一步扩大了上汽荣威在互联网汽车领域的优势。因此,2018年在国内车市整体低迷的大环境下,上汽荣威依旧逆势上扬,取得优异市场表现,并推动上汽乘用车全年销量突破70万辆,同比增长35%,超额完成全年销量目标,也成为年度增速最快的车企之一。

销量上涨的同时,上汽荣威更不忘推动产品升级、品牌向上。在上汽“新四化”战略指导下,上汽荣威推出了“全球首款电动智能超跑SUV”荣威MARVEL X,完成了从互联网汽车新品类到智能新物种的迭代进化。荣威MARVEL X凝结了上汽在新能源、互联网、智能驾驶领域的最新成果,能实现4秒破百、500公里最大续航,配备

19.4英寸互联网巨屏,还能完成覆盖时速0-150公里的双脱手智能驾驶。另外,为给用户带来更好的服务,上汽荣威双管齐下,不仅推出了线上“上汽荣威”APP,还打造出坐落在上海最核心商圈新天地的上汽荣威智能广场,用户在这里可以近距离体验酷炫VR沉浸式座舱、自动泊车等前沿科技,还能与车友、亲友共同参与线下活动。

未来,在上汽集团的引领下,荣威品牌将和上港足球俱乐部相互赋能、相互加持,共同推动上海足球、中国足球实现跨越式发展。同时,在借助中超、亚冠联赛提升品牌曝光度之外,上汽荣威还将坚持技术突破与产品创新,加强自身硬实力建设,在“电+互联网+人工智能+汽车”的道路上极速前进,为消费者带来更美好的汽车出行生活,实现中国汽车强国梦!

