

仅售 2.88 万元,20 天热销 15000 辆

## 代步神器五菱宏光 MINI EV 来了

20 天销量突破 15000 辆,订单总数达到 50000 辆,这是五菱宏光 MINI EV 交出的上市成绩单。简单换算,每两分钟就有一辆新车被交付出去,“人民的代步车”着实火了。

■新快报记者 张磊 文/图



## 代步超值之选,小车身也有大乾坤

亲民的价格和扎实的实用价值是其创造销量纪录的核心原因。售价 2.88 万元-3.88 万元,五菱宏光 MINI EV 用小车身解决了城市出行普遍存在的拥堵、停车难等难题。新车整车尺寸为 2917/1493/1621mm,充电模式不依赖传统充电桩,家用 220V 即可完成便捷充电,且每公里花费仅 5 分钱,出行“轻成本”,成为名副其实的“人民代步车”。

得益于“机械空间最小化、乘坐空间最大化”的设计理念,车尾空间最大可达 741 升,可以放下 2 个 26 英寸行李箱等大件物品,同时,新车巧妙设置了包括前排奶茶杯托、车门板后排储物格等 12 处贴心储物空间,将空间的实用性发挥到了极致。

在用户关心的安全层面,新车全系标配了 ABS 防抱死系统、EBD 制动力分配以及胎压监测和倒车雷达功能,后排还配备 2 个 ISOFIX 儿童安全座椅接口。三电层面新车搭载低温预加热技术和电池保温功能,并历经 16 项严苛安全测试项目,防尘防水达到 IP68 等级,充分保障充电及用车安全。

在销售网络层面,五菱也宣布预计将在全国各地建成上百家五菱新能源体验店。据了解,绝大部分体验店选址设在市中心人流高区域,从而让用户在休闲逛街时,享受看车、试车的沉浸式服务,拥有更便捷、更轻松舒适的全新消费体验。

## 品牌年轻化加速,最年轻车主仅 20 岁

在“宏光·MINI DAY-大人们的小乐园”主题活动中,五菱宣布与潮流电商平台 YOHO!达成战略合作。从合作内容来看,销售平台的互通是重头戏。这也意味着,满足年轻用户的 YOHO!大军能在它们的官网上浏览宏光 MINI EV 信息,并进行消费。此外,双方还将基于产品层面开发周边,这也是五菱在“年轻化”战略上下的一步大棋。

事实上,这也不是潮酷属性的宏光 MINI EV 第一次出圈了。自带“网红”潜质,它从预售到上市,就在改装圈、涂鸦圈持续露脸,吸引了众多年轻群体的关注,五菱品牌此前也已经在螺蛳粉、喜茶等领域持续释放年轻化基因。

五菱还发布了《城市青年代步出行白皮书》,进一步阐述了 MINI EV 与年轻人的“亲密关系”。数据显示,年轻人已经成为宏光 MINI EV 用户中的主力人群,最年轻车主仅 20 岁。且在超万名用户中,90%的车主每天出行半径在 30 公里以内,85%的车主单次行驶时间不超过半小时,这一数据也印证了宏光 MINI EV 对短途代步需求的满足到位。

五菱 MINI EV 的热销也提振了新能源市场的信心。乘联会方面预计,今年下半年,微型电动车销量将有望大幅回升,由此推动下半年的新能源车持续双位数高速增长,而五菱等 A00 级车型与特斯拉的高端车型将并列成为车市销量领军产品。

特别报道

## 集体失利央企车辆采购,新势力站稳脚跟了吗?

当中国要率先建成智能汽车强国的大棒在挥舞,智能电动车便成为了央企车辆采购的“香饽饽”,广发英雄帖后,小鹏、蔚来、威马等一众头部新势力车企便“挤破了头”。然而,在率先公布的南方电网采购大单中,集体折戟沉沙,给近来风头正劲的新势力泼了一盆冷水。

产品力、品控力、成本控制、供应链体系、售后服务……全体系竞争之下,严苛的央企采购指标犹如一块“试金石”,让新势力的“短板”暴露无遗。那么在这场比拼中,谁最独树一帜?广汽新能源的埃安系列以全面碾压对手的实力,分食到最大“蛋糕”。



## 当央企车辆采购呈“智能化”趋势,新势力机会几何?

随着“让中国率先建成智能汽车强国”的《智能汽车创新发展战略》出台,犹如一盏“明灯”照亮着还在黑暗中摸索智能网联汽车车企之路,也成为了勇当国家科技强国战略“排头兵”中央企业,在公务车选择上的“指南针”。

近日,南方电网电动汽车服务有限公司(以下简称南网电动)启动为期 2 年的协议供货采购竞标,其中纯电动(SUV/轿车)预算金额达 1.2 亿元。据了解,此次竞标从商务、技术、价格三方面表现综合评分,竞标区域共涉及广东、广西、云南、贵州、海南五个省份。记者查询相关资料发现,此次参与竞标的除了广汽新能源、北汽、长安、比亚迪、东风等外,还有小鹏、威马、蔚来、合众等新势力车企。

南方电网供应链统一服务平台官

网的采购结果显示,此次共计 7 家车企中标纯电动(SUV/轿车)领域采购项目,且中标对象均为传统车企。

业内人士分析表示,新势力虽然话题性更高,理念和模式上的创新以及对年轻用户的把控上有自己独特的优势,但在造车经验、制造水平、资金链等方面均处于劣势,所以在严苛的央企采购指标犹之下,集体败北。

## “下一代智能车”标准制定者,广汽新能源埃安系列全面突围意料之中

对于央企的采购需求来说,品质保证、服务到位等是基本保障。由于公务出行用车使用周期长、外出时间久的特性,长续航和高品质成为刚需。同时,数字化转型也成为采购的“新风向”,南方电网区公务出行都启动了数字化系统管理,通过采购智能网联汽车、安装卫

星定位等方式实现公务用车、平台驾驶员、用车单位的互联互通等。

在这份中标名单中,广汽新能源表现亮眼,共计入围 4 项内容,旗下三款車型埃安 LX、埃安 V、埃安 S 全部中标,以中标榜首的地位全面碾压对手,体现了“稳品质、高智能”的大趋势。

值得一提的是,广汽新能源埃安 V 占比最大,成为这场央企采购竞标中的赢家。5G 技术的到来,政策的加码,中国汽车市场的得天独厚,都在预示汽车行业正在以磅礴之力酝酿着变革,而广汽新能源埃安 V 便如同“天选之子”,成为了这场变革标准的制定者。

拥有 600km 续航、轴距达 2830mm、领先两代的纯电专属平台技术,20 万元购买百万级智能配置,同级唯一 L3 自动驾驶、最炫酷智能遥控泊车、智能健康座舱的埃安 V,以全面的领先的产品实力,早已超越了对纯电动

车续航、空间、品质、性价比等“基础购买诉求痛点”,满足了你对纯电动车的想象。

“时也,命也,运也,更是吾之所能也”,机会总是留给最有准备的人,因为其背后是广汽集团三十多年汽车产业的厚积薄发,形成全球研发网、广汽生产方式、全球供应链、营销服务生态等体系优势。其中,以用户体验为核心、融入智慧生活的营销服务新生态体系优势,“线上 APP 与线下 25 小时体验中心”,构建“用户-经销商-主机厂”的三角服务新模式,直接连接并服务到每一位用户。

而这些,终不负央企的信任,更是新势力望其项背的核心。而消费市场的选择就更具说服力,乘联会数据显示,今年 1-7 月,广汽新能源累计销量 25440 辆,同比增长近八成,逆势一枝独秀。

(张磊)