

上汽大众SUV战略新起点

一款重新设计的轿跑SUV，途观X上市

本报记者 邹勇

潮流颜色、运动尾翼、科技配置……这些开始成为消费者购车的关注点。11月9日，定位于高端轿跑SUV的途观X在云端上市，建议零售价为24.59万~30.59万元。

定位于高端轿跑SUV

虽然名字叫途观X，但有点像当年的iPhone X，这款车并非是途观的改款车型，而是一款重新设计的轿跑SUV。

途观X将SUV车型和Coupe车型两者的设计风格融为一体，全系采用R-Line造型设计，彰显天生运动基因。途观X的长、宽、高分别为4764mm、1859mm、1628mm，轴距为2791mm，具备充裕的乘坐空间。

与途观L相比，途观X的内饰变化非常大。途观X在用户最常使用的部位采用了全触摸的设计，首次配备了全新触控式真皮多功能方向盘。



盘，多功能按键区域升级为高光黑一体式触控面板，令操作准确、便捷、安全。

此外，途观X还搭载了10扬声器车载音响系统、Travel Assist全旅程智能驾驶辅助系统、PLA3.0全方位智能泊车辅助系统等众多前沿科技，在以往，这些配置一般只会出现在豪华车上。

SUV战略新起点

十年前，伴随着首款SUV车型途观上市，上汽大

众开启SUV市场的征途。如今，上汽大众SUV家族已拥有途昂、途昂X、途观L、途观L插电式混合动力版、途岳、途铠等多款产品，覆盖各细分市场。截至目前，其累计销量已经达到300万辆。

途观X不仅是上汽大众在SUV市场的十年积累之作，更是面向未来之作。上汽大众汽车有限公司执行副总经理、上海上汽大众汽车销售有限公司总经理贾鸣镝表示，“途观X是一款战略级的产品，融合了途观家族的

荣耀历史和上汽大众的无限未来。”

目前，市场上20万元以内的轿跑SUV市场基本上被自主品牌垄断。在合资品牌方面，消费者能买到的德系轿跑SUV只有宝马X4，起售价格在45万元以上。在20万~30万元区间，市场上缺少一款主流的合资品牌轿跑SUV，途观X的出现填补了这一细分市场的空白。这款战略级SUV的上市将进一步夯实上汽大众在SUV市场的领先地位。

南美地区出门都难，上海海外销量为何逆势上扬

“销售趁着买菜的机会去卖车”

首席记者 李修惠

今年10月，上汽海外市场单月销量同比增长20.5%。今年1至10月，上汽实现海外市场整体销量26.5万辆，保持国内行业第一，超过中国车企海外市场总销量的三分之一。海外市场捷报频传，但“不易”才是今年上汽各海外公司的底色。

以智利汽车市场为例，今年1~9月，当地的汽车市场受新冠肺炎疫情影响，整体下滑50%，然而MG品牌却逆市上扬，成为当地唯一一个销量同比去年上升的主流汽车品牌。

“我们在明星产品上做足文章，不断调整营销策略，成为整个SUV细分市场第一名。”上汽南美公司销售总监徐海洋表示，“疫情加重了大家工作和生活的压力，但我们的团队顶住了困难，抓住了机会。”

逆市上扬的销量

正常情况下，MG品牌在智利的月销量在1000辆左右。“智利全国汽车销售总量每个月也就在1万辆左右。”徐海洋表示，在智利，MG品牌拥有不错的市占率和知名度。“但受疫情影响，在今年五六月份疫情最严重的时候，我们每个月只卖出两三百辆车。”据了解，在南美地区，新冠肺炎疫情仍较为严重。徐海洋说：“我们现在去菜场都是防护服、口罩、护目镜‘全副武装’。”

为了在出门都难的情况下稳住全年销售节奏，上汽南美公司不但将市场营销计划从线下调整到线上，加大在社交媒体和电视上的营销力度，还加强了对销售人员进行线上销售技巧的培训。

销售人员也拼劲十足，“见缝插针”，不放过

任何一个销售机会。据徐海洋介绍，智利部分区域为了控制疫情，会限制居民出门的次数，每人一周只有两次出门采购生活用品的机会，“我们的销售人员在做好防疫措施后，趁着一周两次出门买菜的机会，开着试驾车找到附近有购车意向的消费者，向他们介绍产品。”

除了售前，上汽南美公司也进一步优化了售后服务。售后服务品牌“MG CARE”就是MG品牌在当地的一大亮点。疫情期间，上汽南美公司把这个亮点发挥到极致，率先推出免费车内空气清洁，以及上门保养等服务，进一步提升了MG品牌在当地的美誉度。

充分了解消费需求

打开任何一个智利汽车门户网站，如果看到一篇“细数智利市场上

TOP 10汽车品牌”的帖子，里面一定会有MG的身影。进入当地市场5年内就能取得这样的“战果”，离不开上汽南美公司对当地汽车市场的了解。

智利的地貌特殊，有许多起伏较大的坡道，每每引进新产品，上汽南美公司都会对其进行适应性改进，为产品配备大速比的变速箱。“这里的消费者更喜欢手动挡车型，不仅是因为价格实惠，更是为了追求手动挡车型起步快和推背感强的驾驶乐趣。所以，MG在南美市场推出的手动挡车型在配置上会比在其他海外市场更丰富一些。”

徐海洋表示，得益于精准的产品定价和适合当地消费者习惯的品牌营销活动，MG进入智利市场以来，每年都有50%左右的销量增长。“如果没有疫情，我们今年的销量增幅会更大。”

“我们在阿里门口‘组战队’”

享道出行与阿里组建“双11保障车队”

通讯员 吕修全

首席记者 李修惠

贴心，让为“双11”忙碌了一整天的阿里人在回家的路上得到更好的放松。

11月10日晚上9点至11日早上7点，这16支车队在10小时内为2000余名阿里员工提供了通勤服务。

这两天，阿里巴巴位于杭州的各大办公园区门口集结起了多支“战队”，他们是来自享道出行的司机，享道出行不但为司机们提供了夜间完单奖励，还提供了车队专属奖励。

“双11”当天凌晨，当你正在疯狂“剁手”支付尾款，绞尽脑汁计算“满减”时，在阿里巴巴西溪园区工作的阿里小二@付付发了条微信朋友圈：“凌晨两点半下班打车，发现附近竟然还有一排享道专车在坐等接单。”“双11”期间，享道出行联合阿里巴巴集团企业员工出行服务App“阿里欢行”，在杭州组建了16支“双11保障车队”，分别于11月1日前夜、11月10日晚投入高峰节点路段，为阿里西溪园区、滨江园区、Z空间等阿里巴巴园区的员工提供高品质、更便捷的出行服务。

每支车队由30辆专车组成，整个保障车队共有480辆专车。这些专车都是享道出行在杭州地区口碑较好、评分较高的“学霸”级专车，专车司机驾驶风格平稳，服务细致、



用户点赞EVCARD App更新版 八大功能变革提升

“通过芝麻信用还能免押金，越来越人性化了。”转眼间，EVCARD App已更新上线一个月了，最新的4.0版本在南京和苏州等首批上线城市运行顺畅，当地用户对新升级的App赞赏有加。

据悉，最新版本的App进行了用车模式优化和区分、取还自助、解除用户押金顾虑、首创“EVCARD健康码”以及车内消

毒等八大功能的变革提升。“用户可根据出行时长，选择‘15分钟订车即走’或‘提前预约长时间用车’，在方便用户的同事，也有效缓解了网点车辆供不应求的现状。”相关负责人介绍道。据介绍，在刚刚过去的第三季度，EVCARD用户规模进一步扩大，月活跃用户数量持续上升，人均使用时长高于行业平均水平。(宗禾)