

## MG品牌旗下首款“智潮科技SUV” MG ONE-α上市

# “燃油新势力”要触及年轻人的灵魂

本报记者 金京

15万元以内唯一搭载高通骁龙旗舰级8155芯片、同级唯一拥有可开关式立体运动排气声浪、燃油车领域首个无感手机车钥匙、全品牌首款搭载洛神智能座舱系统、行业内首个具备“T+X”自我学习能力的达摩AI语义系统……一系列在高端智能新能源汽车上才会出现的配置，竟然出现在10万~15万元级别传统燃油车MG ONE上。

“MG ONE是‘燃油新势力’，树立了燃油车智能化的新高度。”上汽集团数据业务部副总经理、上汽乘用车公司首席数字官张亮说，“它虽然是燃油车，但智能配置、与用户的沟通方式等都体现出了‘新势力’的腔调。”



## 让年轻人花最少的钱，买到最喜欢的智能汽车

12月2日，MG品牌旗下首款“智潮科技SUV” MG ONE-α上市，迅速引起了网友的热议。

不少年轻人关注到MG ONE-α起售价下降至11万元以下。MG ONE-α推出3个版本车型，初创版售价10.78万元，标准版售价11.78万元，进阶版售价12.98万元。此前，该车的预售价为11.11万元起。张亮说，上汽乘用车管理层充分讨论后，最终决定将价格下放，让更多消费者感受到高科技、智能化和新架构带来的乐趣。

不少年轻人注意到，和业内常见的起售价赚噱头不同，MG ONE起步即豪华。张亮总结为三个“唯一”和三个“首个”。三个“唯一”，即同级别、同价位中唯一搭载骁龙旗舰级8155芯片，让整个车机和互联系统反应更快、操作更顺利；同级唯一的高精地图，可以加载许多手机导航目前无法实现的车道引导功能；同级唯一拥有排气声浪，足以让一辆SUV也能拥有“超跑”的既听感。三个“首个”，即燃油车领域首个无感手机车钥匙，让“忘带钥匙”成为历史；行业内首个可“自我学习”的AI达摩语义MG ONE系统；全品牌首个搭载“洛神智能座舱”，

系统和智能驾驶成为一个整体。

上汽乘用车副总经理孙亦炯直言：“我们把钱花在硬实力的打造上，把车做好，传出口碑，而不是把关键的配置先去掉，去打低价，这样永远没有竞争力。”

通过高通骁龙旗舰级8155芯片的赋能，MG ONE有更多智能功能浮出水面。例如，全场景无人自动泊车，消费者通过中控屏幕，甚至手机就可实现自动泊车。此前，这些功能在15万元以下传统燃油SUV中未曾出现。

为什么此前的传统燃油车做不到，而MG ONE却能做到？因为上汽智能全球模块化架构SIGMA，解决了电动车的平台化问题和燃油车的智能化问题。据介绍，SIGMA架构增加了新能源驱动架构、智联架构两个板块，可以覆盖全能源（传统燃油、新能源），并且自带以太网、芯片能力、OTA等各种智能科技。MG ONE是SIGMA架构上打造出的首款智潮科技SUV。

上汽乘用车公司副总经理崔卫国指出，“MG希望在保留燃油车驾控乐趣的同时，赋予MG ONE比肩高端电动车的智能科技，让燃油车消费者平等地享受到智能化带来的便利体验，从而进一

步推动智能汽车在中国的普及。”

当下，燃油车仍是市场主力，约占90%的市场份额；广大的燃油车消费者同样期待汽车智能化。

## 容得下所有年轻人，更要触及年轻人的灵魂

放下的不仅是价格，还有沟通方式。孙亦炯说：“MG不仅要容得下所有年轻人，更要触及年轻人的灵魂。”

为了与年轻人产生共鸣，MG ONE“玩”起了跨圈合作——联合机甲大师孙世前，打造了中国汽车行业首个概念飞船装置。自12月2日起，该装置在无锡大梦想城进行为期一个月的线下展示。该装置以SIGMA超母体架构为灵感原点，对MG ONE进行解构重塑，融入智能潮流元素，承载着MG对未来智能出行的思考和探索。无锡大梦想城的大型机甲机械原创机甲机器人主题乐园，是难得一见的中国原创可变形机甲机器人主题乐园，是年轻机甲爱好者的打卡地。

MG跨圈异次元，打造了行业内首个虚拟形象代言人“机电潮人”。在MG ONE上市发布会上，孙亦炯化身MG ONE原创虚拟代言人——机电潮人亮相，通过未来感十足的3D全息投影，列举了MG ONE的

创新优势。据悉，MG与国漫顶流IP《一人之下》深度共创，将于12月10日推出定制番外篇，既展现了MG ONE的科技属性，更丰富了MG为年轻人打造潮玩新主场的内涵，带给国漫用户完全不同的感受。

这股跨界风还将吹向中国潮服。据悉，MG ONE将与“潮范中国风”品牌密扇联合打造限量款潮服，该款潮服由中国新生代独立设计师韩雯设计，延续MG ONE“一体双面”的潮流设计风格，汲取气泡橙和荒野绿打造“一衣双色”，融入双子星前脸格栅等车身经典元素，将MG和密扇的品牌理念相互融合，生产出的内容更有叠加价值。

“明年将是MG的产品大年，将推出多款全新车型。”张亮透露，“MG品牌将从品牌向上、理性形象、电动化三个方面发力。其中，理性形象就是令人印象深刻的硬核科技，通过标签化，让用户深深记住。”



## 11月MG全球热销7.4万辆，同比增长42%

继9月、10月连续月销量突破5万辆后，MG再创新高。11月，MG全球继续热销，销量达7.4万辆，同比增长42%，今年前11个月连续保持同比上升态势。截至目前，MG国内累计交强险数位列规模品牌燃油车增长第一。1-11月，MG海外整体销量累计达31万辆，继续保持自2019年起中国单一品牌海外销量冠军的地位。

凭借年轻、运动、潮流等属性，MG旗下多款车型持续热销。其中，全新MG5继续保持运动潮跑细分市场领先地位，月销继续破万，并凭出色的设计和品质，成为2021年唯一获得日本优良设计奖G-Mark的中国整车作品。

第三代MG6 PRO的销量也是稳中有升，成为运动轿车细分市场中极具竞争力的车型，并凭借气泡橙车身配色斩获国际CMF设计奖，这是继第三代MG6赛道绿获奖后，MG再次拿下该奖项。

11月，MG在海外市场上的表现依然十分亮眼，同比增长42.6%。2021年1-11月，包含泰国和印度生产基地在内的MG海外整体销量累计达31万辆，继续保持自2019年起中国单一品牌海外销量冠军的地位。在澳大利亚，MG以超3000辆的销量夺得当地汽车销量排名第七，成为当地主流品牌之一。

（宗何）