

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，成为运动轿跑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）