

主动担当 逆势而上 抢占先机

上汽MAXUS EUNIQ系列车型上市，优惠后最低售价14.98万元

首批盲订用户表示“真香”

本报记者 顾行成

截至目前，上汽MAXUS EUNIQ系列车型收获了2261个盲订订单。“其中，将近一半的订单来自非限购限行城市。”上汽大通新能源事业部总经理李应军告诉记者，“EUNIQ是上汽MAXUS面向新能源乘用车市场推出的产品系列，我们这次一口气推出了4款车型，提供混动和纯电两种动力总成供选择。因为可以提供近百种配置的个性化定制，在网络上，我们的车被网友亲切地称呼为‘由你刻’。”

5月18日，上汽MAXUS EUNIQ系列车型正式上市。EUNIQ 6纯电版、EUNIQ 6 PLUG IN极客定制版优惠后的价格区间分别为16.98万~24.127万元和15.98万~21.467万元。EUNIQ 5纯电版、EUNIQ 5 PLUG IN极客定制版优惠后的价格区间

分别为16.98万~22.43万元和14.98万~20.069万元。

在发布会现场，华为智能电动领域总裁王超，宁德时代研发体系联席总裁、首席科学家吴凯和斑马网络技术有限公司CEO郝飞一同解锁“由你刻”。

携手全球顶级供应商

发布会上，华为技术有限公司旗下华为智能电动领域总裁王超表示：“电机控制器是新能源汽车的核心功率控制与转换单元，关乎EUNIQ系列车型的整车安全和动力安全。华为依托领先的电力电子关键技术及软件控制算法，打造高效动力总成平台，助力EUNIQ系列车型提升整车续航里程。优秀的低噪音设计，为用户营造舒适、安静的驾驶环境。抖动抑制专利和高精度的转矩控制技术，使EUNIQ系列车



型行驶更加舒适、顺畅。”

据了解，除了华为，EUNIQ系列新车还有宁德时代、上汽阿里斑马等全球顶级供应商的合作与加持。上汽MAXUS为EUNIQ系列车型选择了全球电池出货量最多的宁德时代三元锂电池。

同时，EUNIQ系列车型还搭载了上汽阿里斑马智行互联系统3.0，随时随地为车主提供全方位的用车服务。

盲订用户表示“真香”

“价格和优惠福利一出

能充电桩、终身免费基础流量、免费道路救援及免费升级N95级空气滤芯等一系列上市好礼。

据统计，在EUNIQ 6的盲定用户中，有60%的人选择了混动车型，而小陈就是其中之一。“之前看过一些自动挡的车，大概在10万到14万元之间，牌照费9万元，我选的配置估计在17万元左右，比燃油车能便宜个两万元，没想到不仅可以享受三年免费充电，还能拿到6000元现金优惠，这波真是赚到了。”

“EUNIQ 6混动版的油耗非常低，纯电模式下很安静。”“后排空间非常大，跷二郎腿完全没问题。”“我选了红色的内饰和配色，搭配蜘蛛格栅和酷黑套装，还有360度全景倒车影像。”……说起自己看中的EUNIQ 6 PLUG IN，小陈根本停不下来。

上汽大众终端订单激增，转化率超预期

加强线上、线下营销融合

本报记者 邹勇

记者在近日走访上汽大众4S店时发现，虽然“五与上汽有个约‘惠’”汽车嘉年华活动结束了，但4S店的购车优惠未停，消费者的购车热情不减。利用线上工具广集客，通过现下体验促成交，上汽大众销售终端正在加速线上、线下的营销融合。

终端人气走高

走进上汽大众百联沪东4S店，记者立刻感受到了现场人气的火爆：几乎每辆展车前都有客户在看车，销售顾问应接不暇。即将上市的上汽大众MPV威然前围了不少客户，有的客户坐到第二排礼宾座椅后连称“舒服”，有的客户打开后备箱在仔细研究。还有几位客户专程来看车、交定金。

在展厅的新能源汽车展区，王先生对最新推出的2020款途观L插电式混合动力版很感兴趣，在咨询了销售顾问后，他表示：“买这款车不限牌、不限行，除了能享受多重优惠，厂家还提供了3年免费基础保养等增值服务，确实挺划算。”

据百联沪东总经理谭宏珠介绍，在做好疫情防控的前提下，“五一”假期过后进店的客流仍处在高位，前几日平均每天入店客流达到30组左右。从5月11日开始，平均每天入店客流仍保持在20组客户左右，虽然有所回落，但也属于高流量的情况。

激发购车热情

虽然“五五购物节”的集中性展销活动已经结束，但是4S店内促销仍在延续，包括置换补贴、保险贴息、

保养补贴、免息信贷等活动都得以保留。大众品牌还加推了200辆朗逸纯电动车型参与55折秒杀抢购。

“多重优惠政策有效激发了消费者的购车热情，可以说，整个‘五五购物节’期间都是购车的绝佳时机。”谭宏珠告诉记者。

截至5月19日，百联沪东4S店的订单数量已经比整个4月高出66%，收货颇丰。汽车嘉年华期间，在上海展览中心主会场，以及百联中环、市百一店、八佰伴等分会场也有大量客户进行咨询，大部分咨询客户都有较高的购车意向。

谭宏珠表示：“很多客户在‘五一’假期后的1~2周时间内回展厅看车试驾、详细了解购车细节，订单转化率比较高。”

另据了解，5月1日至18日，上汽大众大众品牌在上海地区累计收获意向客户超



过5.5万人，同比增幅超160%，较上月增长25.2%；展厅客流超过1.4万人次，环比增长28.4%；订单数量突破2800辆，同比增长11.3%。

积累实战经验

疫情期间，大众品牌举行的上门试乘试驾等一系列“云服务”加速了线上、线下营销融合，为其4S店转型升级为“7S体验终端”积累了实战经验。

在谭宏珠看来，在提振消费的政策大环境下，进一步做好线上和线下的互动将

成为百联沪东吸引更多消费者到店的“助推器”。“我们将在线上继续维持抖音、懂车帝等平台的直播，保持新媒体的露出率。同时，鉴于疫情的好转和市场环境的转热，我们将在线下投入更多资源和人力。”

据介绍，借助上汽大众天使购政策，百联沪东将走访街道医院和社区卫生服务中心，增加销售机会。同时，借鉴55折秒杀抢购案例，百联沪东将与保险公司、金融机构、电商平台等第三方寻求合作机会，让利于消费者，提升销量。

探店