

上市仅10天销量突破6000辆,订单超过3万辆

李书福:星越L是一款划时代的新车

本报记者 王静 章伊琦

7月20日,吉利控股集团董事长李书福时隔多年,破例站在了一款新车的发布会上,他说:“这是一款划时代的新车”。它就是中国星·旗舰SUV吉利星越L。

上市不久,星越L的“战报”频传:上市仅10天销量突破6000辆,订单超过3万。一个全新的“爆款”诞生了!究竟是怎样的产品力,能让群雄逐鹿的汽车圈风波乍起,又是怎样的吸引力让见多识广的网友,惊呼“20万元以内大五座SUV全无对手”?上周,钱江晚报·小时新闻记者率先试驾体验了星越L。

推荐值拉满

同类车型“碾压级”优势

记者试驾的是售价16.52万元的星越L两驱旗舰版。“翠羽蓝”的车身颜色高级而不张扬,星越L车身轴距达到2845mm,超越途观L、CR-V、奇骏等强势合资品牌SUV,仅比全新汉兰达少了5mm,但全系均提供5座的座椅布局,其乘坐、装载空间显得非常“奢侈”。坐进车内,映入眼帘的就是IMAX三联屏,10喇叭的BOSE音响、透明底盘和符合L2+级的辅助驾驶功能,360度全景影像、可开启全景天窗,这些配置放在合资品牌车型上都要30万以上级别才会配备。

试驾路感更是一流,普通模式平顺、安静,切换到运动模式,动力响应又极为灵敏。

据悉,这是由于“CMA超级母体”为星越L打造了一个“好底子”,全系标配Drive-E系列2.0TD发动机,高功率版本最大功率175kW,最大扭矩



350N·m,匹配可靠性高、换挡平顺的爱信8AT变速箱,以及国内首发博格华纳第六代电液式四驱系统,百公里加速7.7秒,百公里制动37.37米,综合机械素质“碾压”同级,媲美高价值豪华品牌。此外,星越L具备的全域FOTA能力,让燃油车也能像纯电车一样实现多维升级。

体验后,一向“吹毛求疵”的记者都忍不住感叹:“这真的是20万以内的车吗?太超值了。”

高配车型超六成 高销量更具“含金量”

值得一提的是,在目前星越L的销量占比中,高配车型销量占到62%,全系车型平均成交价格高达

17万元。由星越L、星瑞、星越S三款明星产品组成的吉利品牌CMA高端系列——“中国星”7月销量为18235辆,1-7月累计销量95465辆。真正在“高端产品”领域站稳脚跟。

其中,“中国星·旗舰家轿”星瑞持续保持月销破万态势,7月销量10116辆,上市9个月累计销量近10万辆,以强劲的市场表现与强悍的产品力,为用户带来颠覆性家轿体验。

据悉,这是“中国星”成团后第一次公布销量,无论是轿车还是SUV,都成功杀入合资品牌“自留地”,以“高价值”与合资品牌正面硬刚。正如吉利一直强调的“为汽车价值而战”,“中国星”的成功对吉利的高质量发展、品牌向上乃至整个中国品牌而言,都极具意义。

插混、纯电齐发力,7月销量超五万辆 比亚迪破新能源乘用车月销纪录

据官方数据显示,比亚迪乘用车7月全系销售56975辆,同比增长89.4%,环比增长14.5%;其中,新能源汽车销量达50057辆,同比增长262.7%,环比增长24.8%,创比亚迪月销量新高,同时破国内新能源乘用车月销量纪录。比亚迪作为新能源汽车领导者,市值突破8000亿,在中国汽车企业中遥遥领先。

今年销量屡创新高 7月突破五万大关

比亚迪销量今年屡创单月新高,连续三个月暴涨,7月的新能源车销量更是直接突破五万大关!显而易见,比亚迪如今销量的攀升,最大的动力来自于技术的驱动。从刀片电池到超级混动DM-i,这两项技术的到来,让比亚迪处于全球新能源汽车的高光时刻。

自制研发的刀片电池在消费者中也是有口皆碑,消费者中甚至流传出一个段子:“世界上有两种电池,刀片电池和其他电池。”同为磷酸铁锂,比亚迪的刀片电池在安全性方面做了极大的保证,刀片电池凭针刺测试一战成名,叠片式的结构有着更均匀一致的电流密度、优良的内部散热性能,更适合大功率放电。因此刀片电池有着更好的循环特性、安全特性和能量密度,这些独特属性也让刀片电池重新定义了新能源汽车动力电池的安全标准。

DM-i超级混动给比亚迪注入了非常强大的活力,区别于传统混动技术以内燃机为中心的“油混动”路线,选择了以电驱动为主,很好地解决了燃油车和纯电动车的痛点,较好地内将内燃机和电动机完



美组合,以高效为目标,同时具有快、省、静、顺、绿这五大优势。在DM-i超级混动的加持下,“可油可电”还能上绿牌的插电式混动显然更接“地气”,比亚迪就此在各个细分市场全面开花,DM-i带动DM车型销量大幅提升,7月共销售DM车型25061辆,同比增长650.6%;EV纯电动车型销量稳出佳绩,共销售24996辆,同比增长138.9%。

销量的持续走高离不开消费者的认可和对比亚迪品牌的信心,在技术创新和打磨产品的同时,比亚迪也关注民生,回报社会。7月21日,河南突降暴雨,天灾面前,比亚迪不仅向郑州捐款2000万人民币用于救灾及灾后恢复工作,还开放郑州所有4S点作为应急避难场所。展现了一个国产自有品牌的担当与实力。

市场竞争之下 全系产品持续增长

作为比亚迪旗舰以及刀片电池的首发车型,汉这一款中大型豪华轿车7月的销量为8522辆。迄

今为止,汉上市仅一周,销量就已经突破十万,一年中连续多月月销破万,这是比亚迪高端化战略的重要战果。

值得关注的是,在产品实力处于行业领先的情况下,在市场战略战术方面比亚迪也能够快速响应。特斯拉在宣布Model 3降价后的第二天,7月31日汉EV加推标准续航版豪华型,售价20.98万,以强硬之姿迅速对降价竞争作出回应。在中国新能源车企将受冲击时,比亚迪吹响了中国汽车品牌进攻的号角。

细分到车型,秦PLUS DM-i作为DM-i系列的排头兵,以其自身超长、超省、超快优势在众多车型中一骑绝尘,销量持续走高,7月销售11230辆,创单月破万纪录,加上秦PLUS EV,秦PLUS共销售16753辆。最近两月,搭载DM-i超级混动的车型,已经在中国的多个城市和地区,从合资品牌手中夺回了紧凑型轿车和紧凑型SUV的销量冠军。

靠着技术逆袭,比亚迪在新能源汽车发展上实现了突破,并且成为了自主品牌新能源汽车的引领者和领导者。而月销量5万辆,是比亚迪刚刚完成的一个目标,企业的愿景相信远远不止如此。王竞一