

杭州西湖旗舰中心启幕 品牌灵感研究所开启

smart 迎接品牌 25 周年：迈入全速运营发展新阶段

芦荟 文/图

继2月份smart杭州西湖旗舰中心在南山路正式启幕后仅几周,近日,smart品牌灵感研究所登陆杭州。活动现场,smart精灵#1全家族集结登场,全新smart精灵#1 Pro配置版型正式开启大定,同时揭晓多重密友权益。此外,践行“用户中心”的运营理念,



smart将展开全链路业务的全面优化,正式启动“smart care密友护航行动”。

smart品牌全球公司销售、市场及售后副总裁张明霞表示:“2023年,smart迎来品牌发展历程的25周年。25年间,smart收获了全球百万拥趸和品牌粉丝。2023年,smart品牌迈入全速运营发展新阶段。”

smart首台量产车于1998年在法兰克福车展亮相,便令世人惊叹。自此之后,smart品牌更塑造了一系列风格多元、个性鲜明的量产和概念车型,让smart成为高品质都市生活方式的代名词。

2019年,smart从燃油车全面转型为纯电动车品牌。同年,以“中欧双核,全球布局”为前瞻发展战略,smart品牌全球公司正式成立,致力于将smart塑造成全球领先的新奢智能纯电汽车品牌。此后,smart历经品牌、产品、商业模式的全面焕新,在2023年走上全速运营的新阶段。

秉持“用户中心,数字驱动”核心运营理念,smart正快速推进D2C直销代理商业网络建设,并不断加快交付流程。目前,smart品

牌在华已完成154家线下渠道网点建设,覆盖超过40座城市。2023年,smart将继续扩大在华销售、服务渠道覆盖范围。预计今年底,smart全国渠道布局累计将超200家,覆盖60余座全国一线、新一线及二线城市。

不断拓展销售服务网络的同时,smart将持续深化“用户思维”,展开全链路业务的全面优化。

此外,smart品牌全球培训中心及售后服务品牌将于年内正式揭幕,持续赋能服务及运营质量提升。同时,smart正式启动“smart care密友护航行动”,通过与一线代理商伙伴共创,优化服务标准,打造“护航方案”,并继续构建与用户积极互动的沟通平台,邀请用户参与品牌和产品共创,让“密友发声”。

全新smart精灵#1 Pro官方零售价为17.90万元(不含付费选装),目前已正式开启大定,并带来诚意满满的密友权益。至此,包含Pro、Pure+、Pro+、Premium、Pulse心动版以及BRABUS性能版6款配置车型,smart精灵#1全系产品集结就位。

长安马自达 MAZDA CX-50 正式下线

饶莹 文/图

日前,长安马自达MAZDA CX-50首台下线仪式暨小定全面开启。4月18日前,199元下定新车即可享1198元四大好礼。

“山系生活宽体SUV”MAZDA CX-50自开启国产化进程以来,得到了市场和用户、粉丝的高度关注。长安马自达执行副总裁邓智涛分享了MAZDA CX-50作为新时代SUV“六好车”的价值标准:“好看、好开、好品质、好大、好安全、好智能”。

不断进化的“魂动”设计理念让MAZDA CX-50成为紧凑型SUV的颜值担当;独特的“人马一体”驾控性能赋予MAZDA CX-50好开易上手的特点;马自达全球质量标准则为MAZDA CX-50的好品质坚实背书;宽敞的车身尺寸和旗舰级的空间感让MAZDA CX-50“大”而得当;领先的主被动安全性能让MAZDA CX-50已位于碰撞测试榜单前列;为中国市场消费者量身打造的第三代马自达悦联系统,将用车生活与智能化深度融合。

马自达深度凝聚匠心情怀,无论是技术研发还是生产制造,都将精益求精发挥到极致。这样的精神在MAZDA CX-50征服极限测

试的实力中也得以展现。

青藏高原平均海拔4000米以上,工程师已进行了多日的极限环境测试,在低气压、低含氧量、昼夜温差大的高原环境中,MAZDA CX-50连续多次点火测试均顺利完成;新车全系配有机油润滑通道的叶片型真空泵,在高强度连续制动下依然保持良好的线性特征,实现从容制动。同时,MAZDA CX-50的动力在高原试验中呈现出操作性好、冲击小、平顺性佳、更线性的四大特点。凌驾高寒,MAZDA CX-50表现出了出色的耐久性、可靠性和多路况适应性,这是对其高品质的有力印证。

用户参与、用户共创是MAZDA CX-50国产化过程中不可或缺的一环。本次下线,在马自达产品工程师的带领下,用户代表驾驶MAZDA CX-50进行了多种路况体验。

MAZDA CX-50作为一款朝向户外生活场景的SUV,与之相伴而生的是“山系”理念。“山系”生活是一种更自由轻松的生活方式,它不是让用户去翻山越岭征服自然,而是适时地让自己回归到山野,融入自然,在自然中放松身心。因此,MAZDA CX-50用更气势的“魂动”外观带来了充满生命力的阳刚感,用更宽适驾乘空间加深了家人与朋友之间的亲密感,用更强劲的“人马一体”驾乘愉悦让出

行从此驾趣满满,用更安全的周密呵护让驾乘者在多种场景下能安全安心驰骋。每一次向山而行的美好旅途,MAZDA CX-50都是可靠而有安全感的伙伴。

借助MAZDA CX-50的首台下线,长安

马自达执行副总经理吴旭曦向全国网友发起了MAZDA CX-50的中文名征集。在即将到来上海车展,长安马自达将正式公布MAZDA CX-50的中文名字,同时也会邀请命名人参与新车的命名仪式。



新技术 新趋势 新增长

绿源发布全新液冷技术战略蓝图 掀起下一个千亿级产业浪潮

一获 文

以自主研发的技术创新,带动“新一轮的千亿级产业大增长”。近日,“聚浪成潮·创新境”2023绿源液冷科技趋势暨新品发布会在杭州召开,绿源首度公布了全新一代液冷2.0系统和液冷技术趋势。备受期待的绿源年度旗舰级产品——搭载液冷2.0系统的百公里液冷全能旗舰S70系列也于当日公开亮相。

为了推动下一个千亿级的产业浪潮,绿源联手权威机构、52家战略供应商,携千人研发团队、6500多项技术专利正式组建了以液冷技术为轴心的品质联盟,代号“浪潮计划”。该

计划不仅联合“国家摩托车质量检验检测中心”“中检西部”发布了《电动两轮车耐用标准》,同时发布了名为“1022”的品质承诺,即“10年超长质保、用户及商户两个服务平台、产品质量及服务时效的两套赔付承诺”。“浪潮计划”将推动两轮电动车从“易耗型消费品”升级为“耐用型消费品”的高质量发展新周期。

当前,中国两轮电动车保有量已经快速突破3亿辆大关。产业高速增长的同时,却可能忽视对消费者痛点和核心需求的探查。绿源创始人、总裁倪捷指出,上一代轮毂电机散热问题导致本该是耐用品的电动车变成了易耗品。在今年两会期间,倪捷受邀参加人民网“人民会客

厅”时也曾表示:“未来没有简单的百公里电动车,只有不衰减的百公里电动车。”

2019年,绿源成功研发液冷电机技术,该技术直面上一代轮毂电机在高温运行状态下产生的热负效应,从根本上解决了影响电动车耐用性的核心掣肘,拉开了两轮电动车从“易耗品”向“耐用型”迭代的序幕。液冷电动车一经问世便备受追捧。据悉,该品类电动车销量累计已经突破800万台,2022年全年的销量同比增长了50%左右,是增长最快的一年。

当天,绿源还公布了液冷电动车的长期行动蓝图——“ALL IN液冷”。一方面,绿源将逐步探索液冷3.0和4.0的技术迭代,实现续

航耐用性的突破与核心部件集成液冷,将液冷技术完美嵌入两轮电动车的发展新周期。另一方面,“ALL IN液冷”则指的是绿源的全品类、全系产品将全面覆盖液冷技术。在功能电踏产品和休闲电踏产品方面,将分别搭载液冷双舱电机和液冷双舱中置电机,同步推出搭载液冷技术的便捷换电类产品——“车电分离”。并加速两轮车产业进军国际市场,开创行业新格局。

会上,绿源正式官宣成为中国国家乒乓球队的官方合作伙伴,将全力支持“中国乒乓”备战以杭州亚运会和巴黎奥运会为主的体育赛事周期。