

交付营收再创新高,毛利率大幅改善 零跑汽车三季度财报表现亮眼

梦琳 文/图

11月11日,浙江零跑科技股份有限公司(以下简称零跑汽车)发布2024年三季度财报显示:2024年第三季度,零跑营业收入为98.6亿元,同比增长74.3%,增长幅度位居新势力

前列;交付达86165台,同比增长94.4%;四季度热销势头延续,10月交付38177台,大定订单超4.2万台,其中零跑SUV家族零跑C16、C10、C11大定订单均超万台,成为新势力中又一爆款产品矩阵。

毛利率方面,得益于销量结构优化及持续

的成本控制、销量提升带来的规模效应,2024年第三季度零跑毛利率为8.1%,同比及环比均大幅改善;预计第四季度将延续整体快速发展的态势和不断向好的财务表现。

2024年三季度,零跑汽车国内国外共同发力,赢得销量口碑双丰收。出海方面,C10、T03从上海港发运,正式在欧洲上市。

通过与Stellantis集团的合作,零跑开创中国车企出海新范式,海外动作落地迅速。7月30日,零跑国际将首批零跑C10和T03电动汽车发往欧洲。9月24日,两款车型在欧洲正式上市,同步在意大利米兰开启全球媒体试驾。目前在法国、德国、希腊、意大利等欧洲13个国家开启销售。

截至10月底,欧洲已开业339家经销商门店,全部都具有销售及售后服务功能。零跑国际也将逐步布局亚太、中东及非洲和南美市场,预计到2025年形成500家以上的渠道规模。

首款全球化车型零跑C10从2024年1月开始,由Stellantis集团旗下的玛莎拉蒂团队与零跑团队展开联合调校。7月,该团队来到

中国中汽中心盐城试验场,与零跑团队再次打磨产品,进一步提升零跑产品的全球竞争力。

国内市场销量口碑双赢:C16销量持续攀升,C10、C11口碑霸榜,收获用户好评。零跑C16上市首月大定即破万。零跑C11迎来上市三周年,成为15万—20万元内新能源中型SUV优选,赢得超20万名“零居”的喜爱。

继三季度月月交付新高后,四季度继续迎来开门红。10月零跑汽车交付38177辆,净增大定订单数超过4万辆,其中SUV家族C16、C10、C11净增大定订单均超万辆,四季度将保持快速增长的态势,预计将超额达成全年25万辆的销售目标。

10月,零跑全新B系列首款全球化车型B10在巴黎车展全球首秀,吸引海外媒体广泛关注,零跑展台成为巴黎车展最热的展台之一。B10将在广州车展上开启国内首秀,并带来全新车色。

零跑还计划于2025年上半年,在全新LEAP 3.5架构上配置以“端到端”大模型为基础的高速及城区的高阶智驾功能,全面跻身智能驾驶第一梯队。



奥迪打造旅行车文化IP“瓦罐节” A6 Avant/allroad2024 大探险家版上市

尹晨 文/图

日前,2024 Audi Wagon Day在绍兴鉴湖之畔举行,以“Wagon Town”的形式,打造Wagon发烧友的集聚之地。同时,新奥迪A6 Avant/allroad 2024大探险家版正式上市,市场指导价分别为51.89万元和61.39万元,进一步丰富奥迪旅行车家族产品矩阵的同时,满足用户更高阶的个性化用车需求。

本届 Audi Wagon Day以“Wagon Town”的形式,把多彩的生活融入旅行。在绍兴鉴湖之畔,一汽奥迪打造了一处精致的Wagon集聚之地,并通过Wagon晒场、Wagon街区、Wagon现场和Wagon赛场等体验区,塑造Wagon的多重精致玩法。

在Wagon晒场中心,奥迪100 Avant、奥迪RS4 Avant和奥迪A6 allroad quattro等十辆经典稀缺的奥迪旅行车,以生产时间先后为序,彰显Wagon名场面,折射着奥迪品牌47年来对旅行车的坚守。晒场外围,是彰显不同生活方式的后备厢营地。以奥迪旅行车为主角打造的户外场景一应俱全,以后备厢为载体,结合滑雪板、路亚钓具和桨板等

户外装备,打造出Wagon发烧友喜爱的营地。

Wagon赛场内,引擎轰鸣,声浪阵阵。奥迪RS系列高性能旅行车,带着一众发烧友体验赛道基因带来的速度与激情。Wagon现场,来自全国各地50多辆改装旅行车集结PK。

最令人兴奋的当属奥迪Wagon音乐节,奥迪英杰汇进取先锋代表与奥迪旅行车车友一起,用音乐演绎对Wagon精神的理解,唱出生命的辽阔。

作为一个旅行车文化IP,2024 Audi Wagon Day共吸引了来自全国69个城市、近2000位车迷朋友的参与。这场因用户而生的节日,处处展示着奥迪旅行车随性但精致的生活态度。

在2024 Audi Wagon Day举办之际,一汽奥迪适时推出旅行车家族的诚意之作——新奥迪A6 Avant/allroad 2024大探险家版,带给旅行车用户更高端的个性化出行体验。新奥迪A6 Avant 2024大探险家版,标配Bang & Olufsen豪华3D音响系统和高清矩阵式LED大灯等配置,保持其先锋型格的同时,让豪华再次进阶。



新奥迪A6 allroad 2024大探险家版,则标配Bang & Olufsen豪华3D音响系统、奥迪扩展黑色外观套件、尾部极简设计和5双辐Y型设计21寸轮毂等配置,让用户在征服全路况的同时,始终保持优雅格调。

作为豪华旅行车的引领者,奥迪品牌凭借对旅行车的执念,始终保持着与用户同频共振的进化步伐,以双向奔赴的体验IP和扎实的产品实力,回应用户高端个性化出行需求,开创旅行车领域出行新风尚。

“我们的星愿”美好招聘会助力青春“星愿”成真

思佳 文/图

日前,由吉利汽车举办的“我们的星愿”美好招聘会,在浙江传媒学院钱塘校区举行。现场,来自浙传的学生达人们带来了精彩的歌舞表演,更在“心动的offer”“十问boss”等活动环节中与吉利高管直接互动,收到吉利营销岗位的直通offer。吉利星愿在校园中化身“愿望收集车”,收集年轻人的美好“星愿”,助力年轻人圆梦,打造出一场别开生面的梦幻秋招会。

作为中国汽车行业的领军企



业,吉利一直都将“人才培养”视为与“科技创新”同等重要的企业发展战略。不仅通过创办不同培养层次的专业院校,以独创的“产教协同”模式,为吉利和社会输送“内生型”人才,另一方面,也通过校招、社招等渠道,广泛吸纳优秀毕业生和经验丰富的专业人士,以“外引内培”的方式构建“人才森林”。

在汽车业整体“年轻化”发展的当下,吉利坚定培养和吸引优秀人才,为每一位优秀青年提供成长空间和展示自我的舞台,并以年轻人喜闻乐见的方式,搭建汽车品牌与年轻人间的沟通平台,实现企业与人才间的“双向奔赴”。

此次“我们的星愿”美好招聘会,是吉利以年轻人的创新思维打造的独特人才通道,以“快乐文化”作为吸引更多年轻人加入吉利的“引力”,用更具创意的玩法,与年轻人深层次沟通。

凭借年轻化人才战略和深刻洞察年轻人的营销活动,吉利正吸引着越来越多的毕业生,成为他们心目中的理想之选。今年9月,吉利控股集团2025年全球校园招聘一经启动,就迅速吸引了众多学生的高度关注和踊跃参与,彰显了吉利汽车在青年人才群

体中的强大吸引力和号召力。

此次招聘会的“主角”吉利星愿,在研发过程中得到了吉利众多年轻工程师的共同参与,其以1大设计创新和5大颠覆式创新,满足年轻人对“第一台纯电车”的全部期待。

6.98万—9.88万元的限时先享指导价,让每个年轻人的心愿触手可及。吉利星愿的推出,让吉利银河进一步成长为年轻人最喜欢的潮流新能源品牌之一,也再次刷新了吉利年轻化的品牌形象,加速迈进拥抱年轻人的“银河时代”。

随着吉利“年轻化”发展战略的持续推进,类似此次的特别招聘会也会持续举办,不断为吉利注入新鲜血液,并转化为吉利在科技创新等领域的核心竞争力,为实现“让世界充满吉利”的美好愿景注入更多活力。