

东风日产N7单月交付破万,官宣玫瑰摩卡新内饰

素妮 莞尔 文/图

东风日产于成都车展举办N7秋季新品发布会,正式推出全新限定内饰“玫瑰摩卡”及多项购车权益。现场以4万朵云南玫瑰营造浪漫氛围,知名演员、N7玫瑰摩卡代言人毛晓彤亮相发布会,与东风日产高管、经销商、媒体及车主共同见证新品发布。

作为东风日产智电转型的首款“最家”车型,N7上市后市场表现持续走高:6月零售量为6189辆,在合资纯电中表现亮眼,7月仍高达6455辆,8月销量继续攀升。目前N7产能已翻番,交付量连续4周增长,8月底实现单月交付破万。同时交付周期大幅缩短,新下单客户等待时间仅2—4周,部分地区1—2周即可提车。

东风日产新能源品牌总经理王骞说,N7受青睐的核心原因是“20万级满配,15万元以内拿下”。这款专为中国家庭打造的“超舒适中高级纯电轿车”,搭载五大行业领先科技:AI零压云毯座椅、全域智能防晕车技术、一段式端到端组合驾驶辅助系统、NISSAN OS超



级车机系统,以及通过四针刺多电芯无热蔓延测试的超安全电池,以高性价比赢得用户与媒体认可。

N7全新限定内饰“玫瑰摩卡”的诞生,源于对用户需求的深度洞察。数据显示,N7车

主中59%为年轻用户,女性车主占比达33%,基于用户对“独特高级配色”的期待,东风日产联合毛晓彤共同构思并命名该内饰。

毛晓彤在发布会上分享,“玫瑰摩卡是不分性别的美,既有浪漫,更有自信与力量”。该

内饰灵感源自秋日暖霞、矿物陶土与玫瑰的天然色泽,研发过程中团队研究全球时装周、家居展色彩趋势,历经27轮颜色精调,通过“百人情感实验室”的“情绪算法”,最终锁定温暖愉悦的色调。材质上与全球一流供应商合作,统一不同材质色调,同时在方向盘LOGO、空调出风口、座椅头枕等细节处镶嵌玫瑰金饰条,连安全带也采用同色设计,营造视觉一体感。

同步推出的还有3款“玫瑰摩卡”主题壁纸,以及TPE负氧离子地毯(专利认证),可为车内提供森林般清新空气,进一步提升驾乘体验。

伴随秋季新品发布,东风日产推出多项限时权益。购买Pro版和Max版的用户可限时免费选装价值7000元的玫瑰摩卡内饰,已锁单未配车的用户也可限时改配。副驾AI零压云毯座椅继续免费赠送。品牌还提供5000元选装基金。

从N7上市到首次OTA,再到秋季新品推出,东风日产仅用4个月便以“合资新势力”姿态,树立合资智电转型标杆。

张耐 莞尔 文/图

全新深蓝S07重磅亮相成都车展。作为深蓝汽车的经典之作迭代升级款,新车依托新央企卓越品质,以“全系标配华为乾崮智驾”为核心亮点,叠加“豪华、舒适、智能、又省又强”四大价值突破,为全球用户带来高阶出行体验。

全新深蓝S07将科技与艺术深度融合,



以同级领先的设计诠释豪华内涵。外观采用领先体态设计与共生美学理念,流畅线条搭配力量感型面,呈现动静皆宜的视觉张力;内饰以“豪华游艇”为灵感,搭配环抱式悬浮中控台,营造出悬浮感与高级感兼具的座舱氛围。

材质上,车内软包面积达10.7平方米,部分区域采用100%绒感麂皮包覆,触感温润高级;提供月雾灰、热浪橙、暮烟紫3款自然灵感

内饰色,搭配高级皮质打孔座椅,提升整体格调。细节处,星河律动氛围灯与浮光律动音箱氛围灯交织光影,前排双零重力按摩座椅支持主驾16向、副驾14向电动调节,还配备石墨烯加热等功能,让每一次出行都成为奢享体验。

全新深蓝S07以一流底盘配置与调校,重新定义中型SUV驾控舒适标准。新车全系标配30万级可变速自适应悬架,集成FSD可变阻尼减震器与HRS液压式回弹止动器,通过毫秒级分频滤震技术,精准化解路面冲击,无论颠簸路面还是减速带,均能保持车身平稳。

底盘结构上,后悬架采用铝合金H臂轻量化设计,提升灵活性与耐久性;前悬架全系标配液压衬套,有效过滤细碎振动。经大师级调校后,车辆实现“刹车不点头、过弯不侧倾、烂路不颠簸、坑洼不弹跳”的全能表现,搭配后H臂多连杆结构与精准转向控制,从容应对全场景路况。

新车基于全新WEWA架构打造,搭载华为乾崮智驾ADS 4 SE,通行效率提升20%,重刹率降低30%,变道更丝滑、驾驶更类人;同时配备高通第四代数字座舱平台骁龙8295P芯片,接入AI大模型,实现人车互联越级体验。

新车高速领航辅助支持智能上下匝道与精准匝道口识别,智能过弯“顺稳准”,智能变道辅助可即时决策;城区场景下,具备信号灯控车、拨杆换道、车道巡航等功能,还能跨车道避让施工障碍物;智能泊车支持300+场景识别。此外,全维防碰撞系统CAS 4.0提供20向保护,覆盖10大高频安全场景,搭配哨兵模式,构建全方位安全屏障。

全新深蓝S07以领先电动化技术,消除用户里程与补能焦虑。增程版搭载深蓝超级增程2.0系统,CLTC纯电续航至高300km、综合续航1385km,满足城际出行需求;全系标配3C超充,30%—80%充电仅需15分钟,高效增程器2.0实现NEDC馈电油耗低至3.8L/100km,大幅降低用车成本。

纯电版同样实力出众,CLTC续航550km,搭载宁德时代电芯与金钟罩电池,支持3C超充,原力超集电驱2.0峰值功率200kW,标配热泵空调,续航、补能、动力、能耗全面进化,适配不同用户需求。

凭借硬核产品力,深蓝S07已畅销全球超70个国家和地区,赢得超25万用户认可。目前,新车出海计划持续提速,预计2025年覆盖全球超90个国家和地区,让更多用户体验新央企新能源车型的卓越魅力。

魏牌携高山7重磅亮相 双山旗舰领航品牌向上新征程

郭华 莞尔 文/图

长城汽车旗下高端新能源品牌魏牌携高山家族、蓝山等主力车型亮相成都车展,并宣布全新高山7将于9月10日开启预售。今年1—7月,魏牌累计销量突破4万台,连续两月交付破万,展现出品牌向上的强劲势头。现场还设置了国民IP奶龙“宝宝巴士”萌趣互动区,进一步增强了与用户的互动体验。

魏牌“双山旗舰”成为品牌增长的核心支柱。全新高山自5月上市以来,累计交付已近2万台,多次登上新能源MPV周销榜前列。定位“一家人的移动大客厅”的高山7,未上市便凭借30万元内“得房率高”“标配激光雷达与智能四驱”等核心优势收获广泛关注。

蓝山则在大六座新能源SUV领域持续领跑,累计交付已突破10万台,成为第3款达成“10万交付”里程碑的大六座新能源SUV,其辅助驾驶、极限续航表现获媒体实测认可。双山家族全系标配Hi4性能版,三擎驱动配合9

种驾驶模式,实现复杂路况高通过性与全工况高效率的双重优势,精准匹配中产家庭“动力与能耗兼顾”的核心需求。

魏牌坚持以用户为中心,构建“物理+心理”双重链接的深度服务体系。在渠道建设上,魏牌采用DTC模式直面用户,一年多时间内,零售中心数量从0快速拓展至460多家,年内计划增至700家,覆盖全国200个以上城市。

在用户互动层面,魏牌将用户视为核心伙伴,邀请用户参与全新蓝山颜色命名,在青藏/川藏/青甘环线建成30个护航驿站,推动双山车型完成3.3 OTA升级,给用户带来安全感与归属感。

此次车展,魏牌宣布下一代全动力智能超级平台即将面世。该平台依托长城汽车35年技术积累,是兼容5大动力形式的超级平台,将搭载双4秒级2.0混联系统、800V混联架构、纯电续航超400公里的混动6C电池及VLA大模型等前沿技术。

现场互动环节亮点十足,国民IP奶龙与

相声演员孙越组成“龙越”体验官CP,孙越分享高山7体验感受时称赞:“空间大、动力强、乘坐舒适,是一台满家用车”;此外,魏牌在成都万象城同步打造“宝宝巴士乐园”,以萌趣场景为用户带来沉浸式体验,进一步强化品牌

亲和力。

从双山旗舰的市场突围,到DTC模式的用户深度链接,再到下一代技术平台的前瞻布局,魏牌正以“技术+用户”双轮驱动,坚定走“品牌向上”之路。

