

补贴浪潮退去 看欧拉如何以“技术+服务”脱颖而出

随着6.25补贴过渡期结束，新能源汽车市场正式进入白热化竞争阶段，大批造车新势力也迎来了生死存亡的关键时刻。而就在近期，一些行业专家、车企领导却相继抛出了“纯电动车续航在200-350公里就足矣”这样的言论，让习惯了“续航竞赛”的消费者有些摸不着头脑。那么，我们究竟需要一台什么样的电动车？在欧拉抛出首个技术IP——“ME”之后，答案逐渐明朗。



(唯·ME营深圳站活动现场)

电动小车是最理想的通勤工具

相信对于绝大多数人来说，每天上下往返通勤基本都在60公里以内，甚至一些生活在四五线城市的消费者，上下班通勤距离在30公里以内。这样算下来，300公里续航即可轻松应对一周工作日的通勤需求。这种情况下，我们还有必要买一辆长续航纯电动车吗？

目前，国内高速公路充电网络的建设日益完善，让很多电动车车主已经完成了“电动中国行”。而消费者购买长续航里程车型，其实需要自己来承担高昂的购车成本，目前500公里以上续航的纯电动车动辄都要20万元以上甚至更高，这显然不是绝大多数消费者可以承担得起的。而且，电动车续航里程长了，随之而来的是电池重量的大幅增加，这不仅会增加车辆负重，甚至可能引发零件过度损耗等诸多问题。而日常通勤又是最为频繁的用车场景，长续航纯电动车感觉更像是资源浪费。如此看来，电动车的续航不是越长越好，尤其是城市代步用的电动小车。



(唯·ME营深圳站试驾现场)

提到“小车”，大家总会与廉价挂钩，再加之近期频繁的电动车自燃事件，让“电动小车”这个词显得有些站不住脚。但欧拉在活动现场放出这样的结论：认准电动平台，拒绝油改电！只有专属平台生产的纯电动车型才能够根据电动车结果需求、原理，合理布置电池位置，对车内电气结构实施有效地防护。因此，基于专属平台打造的电动小车，从根儿上就与“小破车”彻底划清了界线。



(唯·ME营深圳站活动现场)

如今，欧拉走在行业前端率先推出技术IP——“ME”。ME平台是国内首个电动车专属平台，基于该平台打造的欧拉R1上市仅3个月，便一举拿下A00级纯电动车细分市场销冠，如今也稳居纯电动车型销量榜前十位。但在这台电动小车上，欧拉为它加上了“精品”标签。

ME让一切变为可能

对于ME平台，欧拉并不只是在讲故事，从欧拉R1身上，我们可以看得见平台技术落地为车辆所带来的改变。欧拉R1虽然是A00级车型，但却拥有A0级别2475毫米轴距，其轴距与车长比甚至达到了70%以上，足以见得欧拉最大化利

用了车辆的空间。另外，车身与电池组很好地融合在一起，并采用“井”形结构保证电池包安全性，全车416项整车电安全设计举措更是全方位保障了电池的安全。众所周知，由于负担着沉重的电池组，电动车的重量都要高于同级燃油车，而欧拉R1的整备质量仅为990kg，这也让车辆能够拥有更好的能耗表现，因此，欧拉R1所具备的351km续航里程更是同级电动小车中最高的。



(中国首个电动车专属平台——ME平台)

在智能化领域，ME平台已预留5G接口，ME平台下打造的产品可通过FOTA的方式持续升级更新，更多黑科技将源源不断地走进欧拉旗下产品，从而为用户构建一个完整的出行生态服务体系。



(欧拉R1女神版自动驾驶车)

在今年4月举办的上海车展上，ME平台下打造的欧拉R1女神版自动驾驶车惊艳亮相，车内搭载的“i-Pilot智慧领航”系统由长城汽车牵头，充分整合美国、印度研发中心资源，与百度、华为技术合作打造完成，使其成为国内首款具有自动驾驶技术的电动小车。随着5G技术的普及，传输速率的提升，延时的缩小，“i-Pilot智慧领航”系统也将进一步升级，助力欧拉旗下产品实现L4级高度自动驾驶。



就在欧拉公布技术IP“ME”的前一天，长城汽车联手腾讯、阿里、百度、中国电信、中国联通、中国移动、华为和高通8家战略伙伴，共同签署了战略合作协议，在即将到来的5G浪潮下，共同建立智慧出行新生态。未来，欧拉旗下产品必将从中受益，基于巨头们的研发实力，拥有ME平台的欧拉将迎来更大的技术突破。届时，“新一代电动小车”或将再次刷新大家对于出行的认知。

精致生活从“唯·ME”开始

本次，与技术IP“ME”一同公布的，便是欧拉专为粉丝打造的“唯·ME营”——这不光是粉丝集群，更是欧拉品牌生活方式的体现。“唯·ME营”将更多关注智能技术、相信“欧拉品牌”的伙伴聚集在一起，通过不同兴趣圈话题、活动事件的发动，让粉丝们找到归属感。

未来，欧拉还将在全国多个城市进行“唯·ME营”的推广普及活动。另外，加入“唯·ME营”还可有机会优先体验欧拉最新的产品技术，时刻保持与用户、消费者保持“亲密接触”。



(唯·ME营深圳站活动现场)

一直以来，欧拉都在寻找品牌精神对用户出行生活的“代入感”，创造一个粉丝聚集地。创造一个沟通平台的落地是个好办法！通过唯·ME营，将欧拉的核心技术与用户连接，同时用户也可以直接反馈高价值信息。欧拉同用户在一起，把科技玩到极致，玩出趣味，玩出不一样！而突出“玩”的概念，也让欧拉品牌更有活力，这也与当前年轻消费者个性独立，自信自我，追求极致的态度相吻合。这种精致化生活理念也是欧拉从用户思维角度出发的最佳体现，也符合当前汽车行业都在强调的“互联网思维”。这样一个诞生于传统汽车厂商的新能源汽车品牌，比绝大多数造车新势力都更应该被称之为“新物种”。

今年，欧拉在产品与服务上双管齐下：一方面，以技术推动产品力向上升级，引领电动小车走向智能化出行时代；另一方面，“7天无忧回购”和“保值换购”等服务推出，彻底扫除用户的购车顾虑和残值焦虑。可以说，欧拉不光传承了长城汽车对技术的执著，更领悟到了对脚踏实地服务于用户的真谛。伴随“唯·ME营”的启动，欧拉所强调的“精品小车+精致生活”的概念，势必会走进更多都市青年的心中。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/142599.html>