

13458万能买法图片

EMCm7DuGMf9lBRLV

13458万能买法图片领克900家用大六座，力争SUV细分市场标杆

上海车展接近尾声，而上海车展的故事正值高潮。

“生而全球，开放互联”的领克汽车一直在瞄准新能源时代全球高端豪华品牌的宝座，这个由吉利汽车、沃尔沃汽车和吉利控股集团合资成立的新时代高端品牌挺过传统车企的发展瓶颈，从2016年崭露头角的造车新势力到如今在车企混战中独当一面的优质品牌，在与极氪战略整合之后更是找准方向，向宽拓展，切入家用大六座SUV30万-40万的细分市场，在今年新款SUV扎堆的“修罗场”下，推出领克900旗舰大六座SUV，直击中国车主的出行痛点，用技术定义高端，用场景重构亲情，把“生活的方向盘”交回每一个车主手中。

一、领克向宽，极氪向上

"无论是汽车行业还是其他行业，最终决定成败的还是品牌。"安聪慧如是说。

想要在一众品牌中脱颖而出，就不能再别人身后亦步亦趋，清晰明确的定位和鲜明的品牌特色才是制胜未来的法宝。

领克和极氪两个品牌合并之后，总的产品的数量预计会减少20%。面对热火朝天的市场，吉利控股对汽车行业的未来趋势有着清晰明确的规划，比起眼前的销量和产品的竞争，吉利更希望极氪与领克在各自的细分市场中形成各自的品牌特色。

领克向宽，极氪向上。在本次上海车展前，极氪009光辉就是40万加价位纯电动车的销量冠军，而在上海车展首秀的预计在三季度上市的极氪9X也成为新能源旗舰SUV的标杆，领克也在积极调整产品规划，进入更多的细分市场，去赢得更多消费者的青睐。

领克家用，极氪商务。极氪定位于更加豪华、商务的市场，面向成功人士和精品化的高端消费者，而领克900则更适合家庭使用，在大型家用SUV这一重要细分市场中具有很大潜力，在细分领域各自为王，协同构建品牌护城河，在形成品牌差异化的同时，通过规模化效应提升品牌整体竞争力，从而更好地参与市场竞争。

领克和极氪自11月份宣布整合，到今年2月份完成交割，再到今天领克900发布会，1.5T的版本是上市即交付，2.0T搭载Thor芯片的版本5月上旬开启交付，2.0T探索版5月底开启交付，半年时间可以看到极氪科技在智能化方面对领克的支持，半年时间将千里浩瀚H7方案的技术方案搭载到领克上，实现“1+1>2”，在未来全面平台化的过程中，加快迭代开发速度，让自研更加聚焦。

二、既有国际范，又有中国风

领克的设计依然在欧洲进行，其实从一开始，领克的设计就由位于哥德堡的设计中心负责。为了更好地理解用户需求，我们的欧洲团队与中国市场之间的合作日益紧密。过去，海外设计师可能对中国市场特有的需求，如对第二排、第三排的重视程度理解不够深入，但现在他们已经能够更准确地把握中国消费者的需求。

随着多年的合作与交流，设计团队对中国用户的需求有了更深的理解，这使得领克在设计上在保持了全球化和国际化风格的同时，也能越来越贴近中国用户的期望。

本次上海车展许多来自海外的经销商也对领克900表现出浓厚兴趣，领克的设计能够兼容更多审美，国际范和中国风的融合确保了领克900能在全球市场上都能获得良好的反响。

这种对于产品的自信背后源自于整个极氪科技，包括整个吉利汽车体系化的能力。一个好的汽车造型设计不单单取决于市场的产品定义和需求，也不是强大的研发实力和沉淀的技术，也不是完全取决于设计师的能力，而是取决于设计、研发、市场等各个环节的紧密合作。在这个产品定义的过程中，有很多故事的，领克的团队们亲自露营，一起去探讨汽车的实际使用场景，思考产品价值。

家用大六座的SUV市场发展是非常迅猛的，可能相对于整个市场来看规模不是特别大，但却是增速是最大的一个细分市场。得益于整个中国社会和经济的发展，随着道路越来越宽和人口政策的调整，中国大六座的市场还在持续增长。领克不仅要做大六座，而且要做具有高价值的大六座。在部分功能鱼和熊掌不能兼得的情况下，把鱼和熊掌都做到极致，把最好的体验带给客户，让客户根据自己的偏好自行选择。

林杰表示，从预售情况来看，领克900发布后置换率特别高，置换率达到80%以上，BBA的用户占了三成。“不怕不识货，就怕货比货，只要你开过领克900，你就知道什么才叫好开的车。”领克在驾控等各方面正在征服BBA车主的心。

三、人无我有，人有我优

进入大六座SUV的前三是领克的目标。

今年领克销量目标是39万辆，1-3月份的领克品牌的销量是7.2万多辆，同比于去年增长了18.9%，3月销量同比增长28.6%。随着领克900的加入，领克销量很快将有望突破3万台以上。

极氪09虽然给领克900开了个好头，但在六座空间上并未能完全满足消费者的需求。领克注意到一些友商在被忽视的需求方面做得非常出色，比如提供了冰箱、彩电和大沙发等舒适配置，而过去专注于性能和安全的领克则没有在这些方面下功夫。因此领克900的研发就围绕着哪些被忽略的需求而展开，在性能好、好开和安全之外，在舒适的座舱和智能化配置上做文章，打造一些人无我有的产品亮点和人有我优的产品爽点。

此外，过去领克智能化的短板也随着领克与极氪的整合被补齐。极氪的智能驾驶技术全面赋能领克品牌，领克900车型不仅搭载了SPA Evo架构，还配备了全球首发的Thor芯片，领克与极氪的资源整合为领克900提供了强大的智能化支持，确保其在智能化方面也有出色表现。

在智驾方面，领克希望做的要比说的好。整个吉利系对于智驾方面的传播一直是比较严谨的，也坚定支持国家出台的相关政策。在目前的L2的阶段，再好的智驾也还是要消费者自己负责，但是领克希望在智驾上的传播是保守的，体验是超越用户期待的。

在传统汽车时代，中国的车企很难成为一个受人尊敬的豪华品牌。因为汽车一百多年历史的发展，从以奔驰为代表的欧洲的豪华车企，以福特为代表的美国车企，再到石油危机阶段以丰田为代表的日韩企业崛起，中国一直都只能扮演跟随者的角色，而新能源汽车时代到来对中国车企来说则是一个机会。雷峰网

查询澳彩资料

澳洲幸运十计划精准冠军定位计划

澳洲10开奖网官网app

澳洲幸运10开奖公告

168澳洲幸运5官方开奖记录

澳洲10专家推荐计划

澳洲10开奖网官网

澳洲幸运10技巧公式图片

幸运飞行艇官方开奖历史

澳洲幸运10赢怎么看走势

助赢计划永久免费版

澳洲十开奖记录

澳洲幸运八开奖结果官网最新

澳洲10怎么玩才能赢

飞艇精准冠军计划全天免费

飞艇教你三招回血

澳洲幸运10精准计划app介绍

飞艇345678玩法攻略

168飞艇免费计划入口