上汽跃进携重磅产品强势出击上海车展

当前，汽车行业“电动化、智能化、网联化、共享化”正以前所未有的速度相互融合。在全球汽车智能化和电动化浪潮趋势面前，2019年4月16日，上汽大通南京分公司携两款重磅产品——EC101智慧电驱物流车和EC500i智能城市物流车，强势出击第十八届上海国际汽车工业展览会（以下简称：上海车展）向外界发出上汽跃进在新能源和智能化方面的最强音。为助力绿色低碳、城市智能物流美好生活，贡献跃进力量。

重磅产品出击 树价值新标杆

依托上汽集团强大的技术支撑，上汽大通南京分公司建立了国内领先新四化产品开发体系和能力，将新能源、智能网联技术与轻卡产业进行深度融合、制造的EC101智慧电驱物流车和EC500i智能城市物流车展现了上汽跃进引领行业发展的研发制造硬实力，树立了新能源智能轻卡价值新标杆。

上汽跃进此次带来的这款全新EC101智慧电驱物流车，定位中高端纯电动市区级驳运、城市配送（含冷链），是在全新架构平台开发的轻载物流车。在前一代产品基础上做了大幅提升和优化，具有长续航、低能耗，高效率突出优势，具体来看：

在动力保障方面，EC101搭载全新一代高效电芯，能量密度提升了18%，电池箱能量密度提升至140wh/kg，提升了 21%，等速续航达到超过300km的超高水准。动力强劲，0-80Km/h加速时间≤16.7s，最大爬坡度超过25%，起步无忧，可有效满足城市配送市场需求。

全新轻量化设计架构，让EC101实现整车减重超过700kg，载质量利用系数大幅提升，4.2m厢货整车自重更是低于2500kg，同样的装载量下，整车可多行驶35km以上，Ekg低至0.25Wh/km.kg以下。

应对充电难题，EC101智慧电驱物流车采用新一代大功率交流快充技术，最快2小时充满，全面达到直流快充水平，而且无需专门直流充电桩，用可挂壁的交流桩就能随时满足快充需求，占用空间小，充电设施成本压缩至极致。

在操控体验和日常实用性方面，上汽跃进毫不妥协，在前一代产品基础上，EC101智慧电驱物流车在操控舒适性上有着显著提升，绝对是当下新能源蓝牌货车的最优之选。

2019年，注定是5G商用元年，万物互联和智能城市已经展现出它颠覆传统生活模式的巨大魅力。上汽跃进，作为未来智能物流装备制造的专家。其不止为客户提供智能和智慧的产品，还致力于为人们创造更美好的绿色物流新生活。

上汽跃进带来的另一款重磅明星产品EC500i智能城市物流车，是基于跃进新能源轻卡打造的新一代智能网联城市道路运输解决方案的首款产品，集合了上汽集团优势资源和核心技术，匹配了多传感器融合的感知决策系统、融合智驾技术的线控底盘和三电系统，依托云OS系统和大数据算法，让绿色新能源车搭载了智慧的大脑。

EC500i智能城市物流车拥有的国际一流自主“三电”全系统解决方案，自主开发基于智能驾驶的控制算法，全面提升了跃进自主动力链的核心竞争力；同步全球领先技术，在轻卡行业率先开发出融合了智驾技术的C-
EPS&EHPS、EBS和EPB的线控底盘，为跃进智能网联平台提供多重安全保障。

EC500i智能城市物流车可实现自动规划作业路径，进行主动避障作业，可广泛适用于城市物流园区等场景下的智能运输作业，为智能物流作业开创了应用先河。

可以说，此次参展的两款产品是上汽跃进研发制造实力的一个缩影。

营销创新突破 赢在终端客户

自2016年以来，通过业务整合和技术升级，在上汽集团赋能下的跃进品牌，频频发力，在产品和服务层面构建用户满意度指数。

在加快产品更新速度的同时，上汽跃进还推出了“520计划”，为用户提供从买车、用车到置换的全周期保障服务。

“5”是“双五计划”的简称，用户可以享受长达5年的整车质保和5年的发动机保养（不包含车型跃进C系C500-33-WP3.7-D7）；“2”指二手车交易置换，跃进推出了“置换无忧 勇跃升级”的二手车置换平台服务，所有升级购买跃进产品的用户均可在二手车平台进行交易；“0”是指分期零利率，用户首付最低10%可购买上汽跃进主销产品，且享受12期0利率的支持。

迭代出新的爆品加上全周期保障服务，让上汽跃进保持销量稳步增长的同时，客户的认可程度也有了明显提升。

2019年，中国轻卡市场既有三年蓝天保卫战、蓝牌车营运证取消、轻卡下乡优惠政策等多重利好，也有部分城市对柴油轻卡禁行、国六排放升级等带来的成本增加等挑战。面对诸多机遇与挑战，谁能为客户带来更多的价值，谁就能抓住客户。

要赢在终端，产品的创新、营销的创新必要有所突破。在激烈的市场竞争中，一季度，围绕用户需求，营销部门有力联动各相关部门，打响2019营销第一战。

面对轻卡用户年轻化的趋势，上汽跃进精准洞察行业变化，线上联合卡车之家等行业内垂直媒体平台展开深度合作，获得传播资源、树立用户口碑效应的同时，更首创线上直销轻卡的模式：设立卡车之家官方客服，上线新春520、开工大吉买车送油卡叠加优惠等购车专区，直接在线上达成订单。

在传播方面，通过策划用户采访、新车深度评测等专题，提升产品和品牌好感度。通过全方位、立体化的传播，活动专题广告曝光量累计5920万次，获得点击17万次。提升了跃进品牌在用户心中的认知度和好感度。

线下，上汽跃进凝聚全公司的力量从活动组织、金融、服务等各个方面支援经销商，启动了“百城

千店万人喜跃购”活动，把实惠和服务落实给用户。

一季度以来，每天早7点，区域销售人员指导经销商蹲守线索池的潜客信息，三个月来，潜客数据从24136到98151增长了3倍多，跃进在轻卡行业数字营销模式创新上做到了先人一步。

通过线上线下一系列营销创举，实现了品牌价值和业务额的快速、协同发展。数据显示，上汽跃进2019年一季度终端销售同比增长23.5%，同时也定下了全年终端销售同比增长33.3%，市场份额同比增加1%的年度目标。

营销之外，强大的产品力与口碑才是品牌经久不衰的法宝。接下来，上汽跃进将以强大的产品研发实力抢占国六市场先机，加快完善国六市场布局。在国六产品投放上， S系列（小福星）国六产品已先人一步实现销售，4月底将在全国重点区域全面上市，此后，还有S系、C系、H系等多款重磅国六新品也将会密集投放市场，上汽跃进将以引领之姿成为2019“国六”轻卡新时代的领跑者。

未来，上汽跃进将始终坚持客户优先、技术领先的原则，不断苦练内功、自我提升，积极打造更加智能、智慧的产品服务服务社会，为客户带来更多价值！