

对话卢放：岚图“争峰”，泰山显锋

来源：陈士贤 发布时间：2025-11-23 01:54:05

尽管卢放强调“‘争峰’，不是谁与争锋的锋，而是勇攀高峰的峰。”，但岚图泰山尽显锋芒。

这家成立于2019年的央企新能源刚刚完成了30万辆整车下线，一转身，就以“争峰”为主题，于深圳正式发布其“新时代全尺寸旗舰SUV”——岚图泰山。新车共推出Max版、Max+版、Ultra版、黑武士版四大版型，官方指导价为37.99万元-50.99万元，直指豪华大型SUV的竞争腹地。

一个高峰连着另一个高峰，岚图的向上似乎就写在这一步步“争峰”之中。会后，星车场与岚图汽车董事长、总经理卢放，以及岚图汽车CB0邵明峰共话，这台中式豪华大六座SUV的诞生。

“华系真旗舰”的四个硬指标



这些年，“9系”们对40-60万元豪华SUV市场前仆后继，谁都想做规则和标准的制定者，但这并不容易。

有的打出了“家庭”或“科技”等个性鲜明的标签，岚图泰山则试图用“全能”撕裂现有市场格局。

邵明峰表示，岚图泰山凭借“最强智能化、最强三电、最强底盘、最硬核的安全”四大核心素质，构筑其“华系真旗舰”的内涵。

在智能化方面，卢放表示“大家互通有无，把自己最强的一面展示出来，通过大家一起努力实现了今天的结果。”

岚图泰山搭载了华为乾崮ADS 4，高配版本甚至采用了百万级车型才配备的四激光雷达解决方案，旨在应对更多极端场景“从从容容”。

其“最强底盘”的打造是本次新车的亮点，除了老生常谈的双叉臂五连杆，又加了后轮独立转向、EDC魔毯功能与双向16°后轮转向还跟博世把RPB升级到2.0版本，共同组成了岚图泰山操控基石。

此前仅应用于劳斯莱斯、库里南、保时捷Taycan等百万级豪车的三腔空气悬架，也水灵灵的出现在了岚图泰山上，来了差异化竞争力。

卢放还提到了发布会视频中展示的冰雪路面绕弯和高速过坎的稳定姿态，他认为，这套底盘系统带来的动态体验真正诠释了“稳如泰山”。

岚图泰山搭载的岚海智混三电技术，采用了行业最高效率的电机，采用了800V、5C超充的电池技术，12分钟电量可从20%充电至80%，还能实现350km纯电续航与1400km综合续航。

而在四大核心素质中，“安全”被赋予了最重要的责任。

主动安全方面，岚图泰山搭载全维防碰撞系统CAS 4.0，可实现对周围环境的全维度感知。被动安全方面，岚图泰山采用七重正碰与五层追尾防护设计，拥有2200MPa堡垒级门环，9气囊。

邵明峰分享了背后的付出：“今天卢总讲2200兆帕（高强度钢），不要看这200兆帕的提升，其实是付出了巨大的成本和验证代价。”在测试阶段，团队投入了约60台车进行各种被动安全测试，包括翻滚、正碰、侧碰、冰雪路面等。

“在试制阶段，一台车的成本大概是（上市后）4—7倍的价格。这只是实物成本，还包括测试各种各样的环境成本，我们愿意去付出这个代价。”邵明峰强调。

在“华系”标签越发泛滥的当下，邵明峰笑呵呵的表示“（华为）肯定有很多赋能，（但）只靠华为也是远远不够的，岚图目前在持续向上。不管是境还是界还是岚图，我们最终还是以产品的综合实力说话。”

打造中式豪华的全方位生态

如今豪华汽车市场的竞争已经超越了简单配置比拼，进入了品牌、技术、生态和用户体验的全方位较量。

五年五款车型，如今岚图已经拥有覆盖轿车、SUV、MPV全品类的高端新能源产品矩阵，成为产品布局最完整的中国新能源汽车品牌之一。

泰山在上市21分钟时，卢放，这家央企高端新能源车企的董事长、总经理收到好消息：大定破万。

是成绩也是压力，即将迈入后补贴时代，岚图泰山能否保障交付？如何打造从产品到服务的中式豪华？

邵明峰表示，岚图发布了“尊享计划”，11月30日下订并锁单的用户，如果确实没有交付出来，可能会对用户带来损失，但我们会努力抢生产交付。

在产品层面，岚图泰山的设计语言，没有盲目追随德系或美系的豪华范式，而是以“天地共雅”为美学基底，从车身比例到内饰细节，融入了甲骨文、鲲鹏、泰山破晓等东方意象。

在服务层面，邵明峰强调三块能力：硬实力、软实力加上售后能力。

据透露，岚图在今年7、8月份对整个渠道开始进行全面升级，包括展厅面积，以前1500m²起步，现在是起步2500m²，而且大旗舰店原来是3500m²，现在是5000m²。

“因为霸气的岚图泰山需要一个霸气的旗舰4S店，武汉还有2万平米的旗舰店。还是要给用户一种豪华的到店体验”

硬实力之外再看软实力，目前岚图扩大了整个培训团队。“这次我们专门招了很多原来做教培行业或者高端奢侈品牌的培训老师进来对我们所有销售顾问、售后做培训升级。”

第三个是售后服务，以前内部相互协同时讲“非请勿扰，有求必应”。“对于用户来说，平时我们不去打扰他，但他有求必应。希望我们的售后和服务可以做到这一点”。这样的服务留下一段清水般淡泊的余香。

为什么岚图能把到中式豪华的脉呢？

“我们岚图坚持和用户产生共鸣，无论是通过产品的功能还是通过品牌设计的理念，包括和用户持续的沟通。”

卢放的一句话显现了岚图的“特性”，曾经我们称之为“听劝”，现在来看是骨子里的一种尊重和谦卑：“我们还是要尊重用户，要去听用户，不能说由于我们是什么什么样子，就很傲慢或者很怎么怎么样，我觉得我们没有那个资格。”

可以看到，岚图泰山不是一台孤立的车。它是岚图五年技术积淀和品牌调性的集大成者，是岚图对“价值竞争”解答。

写在最后：

从首个十万辆用34个月，到第三个十万辆仅用7个月，央企新能源的速度不断加快；从追光L到梦想家，再到泰山，“三旗舰”布局已经完成，现在的岚图正在从单品突破转变到体系作战。

泰山之巅，自巍峨，岚图争峰，尽显锋。

HTML版本：[对话卢放：岚图“争峰”，泰山显锋](#)