

# 用户\_产品\_服务三大改革，广汽埃安营销端持续加码

来源：余仪礼 发布时间：2025-11-11 23:27:56

在广汽埃安举办的“AI上生活好状态”用户节交流活动中，埃安官方透露了目前埃安改革的进展及其后续规划。

目前，埃安已经累计接近200万聚焦纯电和智能化的车主，在2023年全球新能源车的销量排名前五。尽管这两年发展遇到一些波折和阻力，但全球排名依旧稳定在前八。



此外，埃安近期正式预售了首款增程车型埃安i60，增程版预售价格12.68万元起，纯电版预售价格11.98万元起。i60增程版预致力于解决亏电时的油耗高、加速慢和噪音大的这三大痛点，将于11月16日正式上市。同时，广汽埃安联合京东推出换电车型埃安UT Super，将换电产品价格下探至10万元以内，并通过Baas模式进一步降低拥车门槛。

在产品层面，2024年起，广汽埃安陆续完成包括埃安霸王龙、埃安RT、埃安UT在内的多款产品更新换代，并连续三年荣获中国新能源汽车质量第一；研发层面，广汽埃安一直坚持自研+合资合作并行的路线，随着因湃电池工厂、锐湃电驱工厂的投产，广汽埃安实现了三电全栈自研自产；补能层面，截至10月15日，广汽埃安（广汽能源）自营充电桩已突破2万根，1000V快充桩数量位居行业第一。目前广汽埃安（广汽能源）在“北上广深”核心城市通过自建+互联实现每平方公里约10根快充桩，并覆盖“6纵11横”的高速充电网络。广汽埃安（广汽能源）已成为首批通过国家3C认证的新能源车企之一。

在服务方面，广汽埃安在全国近1000家销售网络布局的基础上，今年计划新增100家，

明年新增至600家。

在理性消费成为主流的今天，汽车市场竞争日趋激烈，各家都在卷“半价大牌”、人人都是“百万配置”。但在10-20万元区间这一最具普适性的大众市场中，真正意义上的国民新能源品牌仍然缺位。广汽埃安认为，“物超所值”只是基本诉求，用户更期待的是，品牌所能带来的先享价值感与情感陪伴。

因此，在营销层面，面对近年市场的激烈竞争，广汽埃安启动了以“用户需求战、产品价值战、服务体验战”为核心的改革。品牌组建了200人的用户洞察团队，联合华为推行IPD与IPMS流程体系，以通过用户需求指导产品研发与服务。此外，埃安在营销交付环节设置160余项用户评分指标，通过NPS体系推动服务持续优化。

以2021年AION Y的“年轻潮改”发布会为例，埃安通过电竞、音乐派对等年轻用户喜爱的形式，与用户共同定义产品。此后，品牌围绕用户需求成立了潮改俱乐部，并在APP商城中引入车主推荐的“国民好评”产品，从产品设计到生活方式，实现与用户完整共创。埃安也旨在通过此次用户节，与用户深化互动，增强情感纽带，并持续推动产品与服务的不断提升。

在现场，埃安邀请了几位车主分享自己的用车体验，用户提到选择埃安源于其大厂品质、弹匣电池安全性及灵活空间。现场放置的改装床车、收纳育儿用品等多种形态，也是埃安进一步深化用户共创的体现。

文 | 李静文

图 | 网络

HTML版本：[用户\\_产品\\_服务三大改革，广汽埃安营销端持续加码](#)