市场多点开花 销量创下新高
阿维塔做对了什么？

上月，阿维塔实现销售11681辆，同比环比均显著增长，相较去年4月同比增长122.6%，相比3月10475台销量增加了1206台，涨幅达11.5%。11681辆的单月销售额，也创下了阿维塔的历史新高。

阿维塔06

销量创新高背后

销量增长并非一蹴而就，某种程度上这是阿维塔体系竞争力的外显，拉长时间轴能更加清楚地看到这家新能源车企自我蓄能和持续进阶。

实际上，爆发早在去年四季度便开始显露。当季阿维塔连续三个月销售破万辆，全年累计销售超7.3万辆，同比翻番。

进入2025，加速的节奏更为显著。

2月，阿维塔07Pro+正式上市，新款不仅标配同级唯一的前排双零重力座椅，可多角度调节，还搭载多达17项主动安全配置，甚至把方向盘电动调节、方向盘记忆、方向盘加热功能等选装配置，都变成了标配，即便如此，阿维塔07Pro+却加量不加价。

4月阿维塔更是在产品端迎来全面爆发。

当月12日，阿维塔07加推探索版。一周后，新车阿维塔06正式上市，起售价20.99万元起。新车以“猎豹凝势”为设计理念，低趴宽体车身，全系搭载华为乾崑ADS 全场景智能辅助驾驶系统，配备192线激光雷达在内的27颗高性能传感器。纯电版入门即为800V高压架构，搭载宁德时代超充电池，CLTC续航里程可达650km，增程版综合续航突破1190km。

凭借着多元卖点，阿维塔06一经推出便迎来爆发，上市48小时大定订单突破12536辆。

作为阿维塔第四款战略级产品，阿维塔06与阿维塔12构成“双轿车组合”，全面覆盖20万至40万元级新能源轿车市场，填补了阿维塔在20万元级市场的空白，进一步丰富了其产品矩阵。

27日，阿维塔11焕新上市。

半个月时间里，阿维塔三箭齐发。凭借着新车上市引发的订购热潮和在售车型的持续焕新升级，一举将4月销量推至顶峰。今年以来，阿维塔累计销量超过3.5万辆，与去年同期相比接近翻番。

销量爆发的背后也离不开渠道布局的拓展，今年一季度，阿维塔渠道已扩展至708家，覆盖200多个城市。

产品端的双轮驱动叠加渠道的耕耘与完善，也让阿维塔今年有信心冲击22万辆的年度销售目标。

随着三年四车布局的落定，阿维塔也成为行业首家完成纯电和增程双动力布局的高端品牌。以产品为抓手的阿维塔，正在逐步完善产品谱系布局，2030年内计划推出大五座/大六座SUV、跑车、MPV等17款产品。

新能源汽车长安阿维塔12双动力车型吸引往来游客

阿维塔012全球首秀

多国上演“阿维塔”热

阿维塔销量的爆发也离不开海外市场的多点开花。

刚刚过去的上海车展，阿维塔展台便吸引了不少外宾的驻足围观，包括卡塔尔AL ATTIYA Group、泰国Eternity at One在内的大批海外经销商集团都组团到访。记者在现场看到，由于前来阿维塔展台咨询了解的国外客户较多，一度出现了海外客户接待人手不足的情况。一位负责阿维塔海外客户接待的工作人员表示，初步估算车展期间接待了十几组意愿客户。

对于出海，阿维塔有着清晰的战略。它坚持高端定位，主打“高颜值、高智能、高价值”的“三高”战略，通过设计价值和科技体验赢得海外市场尊重，不参与低价竞争，其在海外车型基本上售价为50万—70万元起步。

阿维塔的出海始于去年。

彼时，其同步开启东盟、独联体、中东非、拉美四大市场，实现渠道触点签约55家，覆盖25个国家和地区，还相继在泰国、阿联酋完成上市发布。

在泰国市场，阿维塔11右舵版车型在泰国上市仅三周订单量就超过500台，单车成交价高达50万元人民币，甚至泰国副总理在参加阿维塔发布会后直接下定，一举打响其在当地的影响力和竞争力。

在不丹，阿维塔也收获了超预期的成绩，当地总代经销商说一年预计10–12台销售规模。结果去的第一周，国王买了一台，很快就卖出18台新车。

在阿联酋，阿维塔接到了头部豪华品牌汽车经销商集团Al Saqer Group抛来的橄榄枝。作为阿联酋地区最大的豪华品牌汽车经销商之一，Al Saqer Group拥有超过40年的发展历程，经销包括劳斯莱斯、BMW、迈凯伦等顶级豪华品牌，积累了丰富的豪华品牌运营经验和客户资源，在阿联酋乃至整个中东地区的豪华汽车市场都具有重要影响力。

随着海外多地上演“阿维塔”热，阿维塔的品牌影响力在海外不断扩大，公司计划今年覆盖50个国家和地区，年底海外授权门店数量突破200家，明年正式进入欧洲市场。

离不开的内里优势

阿维塔在海外市场快速发展，除了出色的产品力和完善的海外布局与渠道建设外，也离不开其更多的内里优势。

作为长安汽车、华为、宁德时代“三强联合”打造的品牌。阿维塔具备得天独厚的资源优势：长安汽车在整车研发、制造和质量控制等方面为其提供坚实基础；华为在智能辅助驾驶、智能座舱等领域赋予其领先的智能化能力；宁德时代在 “三电”领域以及能源管理和充电网络生态方面提供支持，三方优势资源整合，为阿维塔在技术、产品等方面带来强大竞争力。

作为老牌汽车军团，长安汽车早在1991年便开始海外业务布局，有着三十多年的海外市场经验。其在全球“六国十地” 建立了协同研发格局，还在五大区域市场设立了超9000个渠道网点，所到之处均建立起“研、产、供、销、运”一体化的出海体系。强大的体系也能为阿维塔在全球市场的产品研发、服务网络等提供坚实的基础和迅速赋能。

在智能化方面，阿维塔与华为的合作关系不断加强，已经进入HI PLUS模式，从最开始的技术赋能，扩展至用户洞察，产品定义、产品开发测试、整合营销服务等领域，并已开启第二代产品的预研。去年8月，阿维塔还成为华为旗下子公司引望智能技术有限公司的第二大股东，占股10%，朱华荣更是担任阿维塔科技董事长和引望副董事长双重身份。

此外，阿维塔全系产品均搭载了华为最领先的鸿蒙座舱和乾崑智驾，三季度，阿维塔还将首批搭载华为乾崑ADS 4。

除了智能化优势，阿维塔在安全性能方面也树立了高标准。阿维塔诞生于C-NCAP 2024和E-NCAP 2026双五星标准的高规格研发体系，这一体系确保车辆在安全性能方面达到高标准，其产品车身采用八横九纵钢铝混合车身架构，军用级热成型钢占比超过34%，B柱部位应用高强度复合材料嵌件CBS技术，为车身提供更稳固的结构支撑，有效保障驾乘人员的安全。

在智能化竞争激烈的当下，阿维塔强大的自研能力更是为其筑起了安全边际。

昆仑智慧增程和太行智控底盘被视为其自研实力的两大体现。前者早在2018年阿维塔便开始规划，经过近5年的努力，攻克了馈电动力差、怠速噪音大、充电速度慢等技术难题，带来了体验无限接近纯电、里程毫无焦虑的体验。后者采用前双叉臂及H臂后多连杆独立悬架，均使用强度更高、质量更轻的铝合金材质，大幅降低簧下质量。在悬架与车身连接的振动敏感点应用了同级少有的液压衬套技术，更好地隔绝路面的颠簸振动，提升乘坐和驾驶的舒适性。

自研能力的持续进化，也进一步丰富了阿维塔的体系支撑力，为其在全球市场的发展打下基础。

从国内市场销量屡创新高，到海外市场多点开花、品牌影响力持续攀升，阿维塔以产品创新与技术突破为矛，以完善的渠道布局和深厚的体系实力为盾，在新能源汽车赛道上稳步前行。

随着产品谱系的不断完善、海外市场的持续拓展，内里优势不断释放的阿维塔朝着更高目标迈进。 据国际金融报

去年营收超18亿元 这家重庆AI巨头冲刺港股

近期作为重庆AI领域的代表性企业，特斯联向港股更新招股书并披露最新财务数据。

招股书显示，成立于2015年的特斯联，是中国AIoT行业的参与者，致力于以科技推动产业升级及空间智能化以实现可持续发展。其AIoT领域模型、AIoT基础设施及AIoT智能体已逐渐成为其空间智能体系的核心技术支撑。

财务数据显示，该公司2024年营收18.43亿元，同比增长83.2%，2022–2024年，营收年复合增长率达58%；其中AI产业数智化业务端营收达16.4亿元，同比增长162.9%，成为AI行业增长最快的公司之一。在手订单金额23亿元，总客户数量达342个；三费费用率（销售费用率、管理费用率、研发费用率）由2023年的76.9%下降至45.0%；同时，特斯联应收账款周转天数从2022年的238天、2023年的180天、2024年进一步缩短至104天，资金效率提升显著。总体来讲，公司在开源与节流方面做到大幅提升，整体呈现非常积极的发展势头。

特斯联

招股书同时披露2025年伊始至今，特斯联新增投资获得所得款项约6.55亿元。其中，新入股股东包含青岛汇铸、青岛得厚、九江鄱湖、长沙经开等国有资本，诺哲瑞英、上海瑞力等产业基金。这样看来，特斯联业务增长迅猛，在手资金充裕，再辅以港股市场的发展趋势，此次招股书更新或许意味着港股IPO已箭在弦上。

作为人工智能与物联网融合创新的代表企业，特斯联的业务体系实现全面升级。公司聚焦AIoT领域模型、AIoT基础设施、AIoT智能体三大战略方向，推动前沿技术与产品体系的迭代升级。三大业务板块的优化升级，构建了特斯联的空间智能技术版图，也为未来的业务持续增长带来新动能。

特斯联是一家致力于以AIoT技术推动产业升级及空间智能可持续发展的高科技企业。其研发团队由三位电气和电子工程师协会会士：首席技术官华先胜博士、首席科学家邵岭博士、首席科学家杨旸博士领导，三位均连续多年入选斯坦福大学发布的全球前2%顶尖科学家榜单的终身影响力排行榜和年度科学影响力排行榜双榜。截至2024年12月31日，特斯联研发人员占员工总数46.9%，拥有专利超1700项。

据新重庆–上游财经