

Ferrari Luce và cuộc chuyển mình trong kỷ nguyên xe điện

05:55 20/07/2026

Sau gần 80 năm gắn liền với những khối động cơ V8 và V12 danh tiếng, Ferrari chính thức bước vào kỷ nguyên thuần điện với Luce. Mẫu sedan liftback 4 cửa không chỉ đánh dấu bước ngoặt công nghệ của thương hiệu Ý mà còn phản ánh chiến lược tái định vị tại thị trường Trung Quốc – nơi xe điện đang trở thành chuẩn mực mới của phân khúc xe siêu sang.

Thiết kế gây nhiều tranh luận có thể khiến người hâm mộ truyền thống thất vọng, nhưng đằng sau đó là những tính toán kỹ lưỡng về khí động học, quy định thị trường và xu hướng tiêu dùng của nhóm khách hàng giàu có.



Ferrari Luce – Mẫu xe điện thương mại đầu tiên trong lịch sử Ferrari
(Ảnh: internet)

Sự xuất hiện của Ferrari Luce là một trong những sự kiện đáng chú ý nhất của ngành xe hơi năm 2026. Đây là mẫu xe điện sản xuất hàng loạt đầu tiên của Ferrari, đồng thời cũng là chiếc Ferrari đầu tiên mang cấu hình sedan liftback 5 chỗ thay vì coupe hoặc spider truyền thống.

Khác với những mẫu xe điện chuyển đổi từ nền tảng động cơ đốt trong, Luce được Ferrari phát triển trên kiến trúc thuần điện hoàn toàn mới. Theo Ferrari, dự

án được thực hiện trong nhiều năm với mục tiêu tạo ra một mẫu xe điện vẫn giữ được cảm giác lái đặc trưng của thương hiệu, thay vì đơn thuần thay động cơ xăng bằng mô-tơ điện.

Mẫu xe được giới thiệu tại Rome vào cuối tháng 5/2026 với giá khởi điểm khoảng 550.000 euro (640.000 USD). Những chiếc đầu tiên dự kiến được bàn giao vào quý IV/2026.

Điểm gây tranh luận nhiều nhất của Luce là ngoại hình. Khác hoàn toàn với những đường nét cơ bắp của SF90, 296 GTB hay Purosangue, Luce sở hữu thân xe liền khối, mui vuốt dài theo kiểu fastback và bề mặt tối giản. Không ít ý kiến trên mạng xã hội cho rằng mẫu xe có nhiều nét tương đồng với Nissan Leaf, Faraday Future hay một số mẫu xe điện Trung Quốc.



Thiết kế phía sau Ferrari Luce – Phần đuôi xe được tối ưu khí động học nhằm giảm hệ số cản gió. (Ảnh: internet)

Tuy nhiên, Ferrari cho biết, đây không phải là lựa chọn mang tính thẩm mỹ đơn thuần. Theo Giám đốc thiết kế Flavio Manzoni, xe điện có yêu cầu khí động học hoàn toàn khác xe sử dụng động cơ đốt trong. Nếu siêu xe truyền thống ưu tiên tạo lực ép xuống mặt đường, xe điện lại phải giảm tối đa hệ số cản không khí nhằm kéo dài quãng đường di chuyển. Vì vậy, thân xe cần liền mạch, ít khe hở, bề mặt phẳng hơn và bánh xe cũng được tối ưu để giảm nhiều dòng không khí. Nói cách khác, nhiều chi tiết bị chê "quá hiền" thực chất là kết quả của quá trình tối ưu hiệu suất.

Dù thay đổi triết lý thiết kế, Ferrari vẫn duy trì những thông số vận hành thuộc nhóm hàng đầu phân khúc. Theo thông tin công bố, Luce sử dụng:

- 4 mô-tơ điện độc lập
- Công suất hơn 1.000 mã lực
- Hệ dẫn động bốn bánh toàn thời gian
- Tốc độ tối đa trên 310 km/h
- Quãng đường hoạt động hơn 500 km mỗi lần sạc (chuẩn WLTP)
- Hệ thống kiểm soát mô-men xoắn độc lập cho từng bánh xe (Torque Vectoring)
- Ferrari chia công bố dung lượng pin chính thức, nhưng giới chuyên môn dự đoán bộ pin có thể không 110–120 kWh, hỗ trợ sạc nhanh công suất cao đáp ứng nhu cầu sử dụng của nhóm khách hàng siêu sang.



Khoang nội thất Ferrari Luce – Không gian hiện đại với màn hình kỹ thuật số và vật liệu cao cấp. (Ảnh: internet)

Nội thất cũng được thiết kế theo hướng hiện đại hơn với màn hình kỹ thuật số cỡ lớn, vật liệu sợi carbon, da cao cấp và nhiều tính năng kết nối thông minh. Một số nguồn tin cho biết quá trình phát triển giao diện người dùng có sự tham gia tư vấn của Jony Ive, cựu Giám đốc Thiết kế của Apple.

Trong nhiều năm, Ferrari nổi tiếng với tỷ lệ khách hàng trung thành rất cao. Năm 2025, hãng bán khoảng 13.640 xe, trong đó hơn 80% được giao cho những người đã từng sở hữu Ferrari.

Giám đốc Marketing Enrico Galliera cho biết khách hàng mục tiêu của mẫu xe này là những người đã quen sử dụng xe điện cao cấp. Điều đó đồng nghĩa Ferrari muốn mở rộng tệp khách hàng thay vì chỉ phục vụ cộng đồng người chơi Ferrari lâu năm. Đây là bước đi cần thiết trong bối cảnh thị trường siêu xe đang thay đổi nhanh chóng, đặc biệt tại châu Á.



Góc nhìn bên hông Ferrari Luce – Thiết kế fastback liền mạch tạo nên nhiều tranh luận sau khi ra mắt.

Nếu châu Âu và Mỹ vẫn là thị trường cốt lõi của Ferrari thì Trung Quốc được xem là nơi quyết định thành công của Luce. Trong vài năm gần đây, doanh số Ferrari tại Trung Quốc liên tục giảm. Một phần nguyên nhân đến từ chính sách thuế cao đối với xe động cơ dung tích lớn, chi phí sở hữu đắt đỏ và việc cấp biển số hạn chế tại nhiều thành phố lớn.

Ngược lại, xe điện được hưởng nhiều lợi thế hơn như miễn hoặc giảm một số loại thuế, thời gian đăng ký nhanh và phù hợp với chính sách phát triển phương tiện không phát thải. Quan trọng hơn, thị hiếu của tầng lớp giàu có tại Trung Quốc cũng đang thay đổi. Xe điện công nghệ cao ngày càng được xem là biểu tượng

của sự hiện đại, trong khi những mẫu siêu xe động cơ V12 ồn ào không còn là lựa chọn mặc định như trước.

Ferrari không chỉ cạnh tranh với Porsche, Mercedes-Benz hay Tesla. Thách thức lớn hơn đến từ các thương hiệu nội địa Trung Quốc đang tiến rất nhanh ở phân khúc xe sang.

Huawei cùng Maextro giới thiệu S800, Nio có ET9, còn BYD phát triển siêu xe điện Yangwang U9 với hiệu suất tiệm cận nhiều mẫu hypercar châu Âu. Những mẫu xe này sở hữu công nghệ thông minh, hệ thống hỗ trợ lái tiên tiến và mức giá thấp hơn đáng kể so với Ferrari.

Trong khi đó, các hãng xe nước ngoài cũng buộc phải thay đổi. Volkswagen đã xây dựng thương hiệu AUDI dành riêng cho Trung Quốc, hợp tác phát triển nền tảng với SAIC và tích hợp nhiều công nghệ bản địa nhằm đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng.



Hệ số cản gió đặc biệt quan trọng đối với hiệu suất pin khi lái xe ở tốc độ cao. Nguồn HUGE

Ferrari lựa chọn cách tiếp cận tương tự khi phát triển Luce như một sản phẩm thuần điện hoàn toàn mới, thay vì cố gắng giữ nguyên triết lý của các mẫu xe động cơ đốt trong.

Luce chắc chắn sẽ tiếp tục gây tranh luận về thiết kế. Ngay cả cựu Chủ tịch Ferrari Luca di Montezemolo cũng công khai bày tỏ sự không hài lòng với ngoại hình của mẫu xe. Tuy nhiên, lịch sử ngành ô tô cho thấy nhiều thiết kế từng gây tranh cãi lại trở thành chuẩn mực khi thị trường thay đổi.

Điều Ferrari hướng tới không phải là chinh phục toàn bộ người hâm mộ truyền thống, mà là xây dựng hình ảnh thương hiệu trong kỷ nguyên điện hóa. Nếu Luce thành công tại Trung Quốc – thị trường xe điện lớn nhất thế giới, Ferrari sẽ có nền tảng vững chắc để mở rộng danh mục xe điện trong thập niên tới. Ngược lại, nếu không thuyết phục được nhóm khách hàng siêu giàu tại đây, mẫu xe điện đầu tiên của Ferrari sẽ phải đối mặt với bài toán khó nhất trong lịch sử thương hiệu.

L.T (t/h)