

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 712 期 | 2017 年 12 月 13 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

除了钱和故事,造车新势力还剩啥

2017 年最后一个月,稍显安静的造车新势力界突然间又热闹了起来:乌镇互联网大会上,零跑汽车宣布获得了由红杉资本中国基金领投 Pre-A 轮融资;随后,威马汽车表示完成了由百度资本领投、百度集团等跟投的新一轮融资,11 日品牌正式亮相;不出意外的话,16 日,作为蔚来首款车型,ES8 量产 SUV 将正式上市。

带头大哥乐视汽车吸金出走后,造车新势力们讲故事的本领见涨,仍能刷新着融资进展和金额,保持着汽车行业一掷千金的豪情,在不断的融资、烧钱、烧钱、融资的循环中,呈现出百花齐放的繁荣。博世中国最新统计数据显示,目前中国新造车企业已突破 60 家,2018 年,各家企业的首款产品也将陆

续面市。

但是,从现有的信息来看,造车新势力们的热衷点仍是融资。原本应该畅谈的首款产品们,还停留在显示屏大小和续航里程等数字的比拼,表述最多的人工智能和自动驾驶等技术,资金和技术皆雄厚的传统车企似乎研发、应用得更得心应手。而一些迫切需要解决的问题,如保证产品力的同时,如何制定一个亲民的销售价格;建立直营模式和线下体验店的同时,如何让更多消费者享受到高品质的服务;支持快充技术并联手国家电网的同时,如何让消费者不为里程问题所困扰等等,造车新势力们尚未给出一个好的解决方案。

从另一个角度说,这也表明造车新势力们

没有核心技术,产品本身极有可能“恰属雷同”,在服务上没有实质性创新。再加上对资本的重度依赖,一旦量产车因产品本身或者实际使用不方便而受到市场冷落,那么,后续资金可能难以支撑,前景极其不容乐观。另一个令造车新势力整体难堪的是,有研究称,电动汽车要与燃油车在成本上有竞争力优势,电池成本必须压低到 100 美元/kWh 以内。而美国全电池咨询公司在一份报告中表示,在 2025 年之前,电池成本不可能降低到 167 美元/kWh。

虽然有投行表示,汽车行业是个万亿市场,完全可以产生千亿级的上市公司。但对于自带烧钱属性的造车新势力而言,追求核心技术无从谈起,要想做到千亿级,关键还得看谁的金主能屡败屡战,成功熬到那一天。白诚

北京现代日前在广州车展上携全新产品阵容、全新新能源技术、全新动力总成、全新智慧科技四大“王牌”重磅参展,并首发一款基于全球化平台打造的高性能车 ENCINO。

作为北京现代高性能车系的开山之作,ENCINO 基于全球化平台打造,并进行了本土化创新。新车集前卫设计、强劲性能、丰富的智能交互以及铠甲般的安全防护于一身。新车搭载高功率 T-GDI 发动机+双离合变速器动力组合,适用精准转向扭矩矢量控制,动力强劲,操控自如。ENCINO 人机交互出众,可提供全景语音、4G 导航、信息推送、音乐随点、在线支付、远程控制、紧急救援等卓越体验。

除了重磅车型亮相,北现还集中展示了现代汽车在新能源、新一代动力总成和智能网联等领域的科技成果,带来了融多项前沿技术于一身的下一代燃料电池车 FCEV,同时,还展示了全新索纳塔插电混动、第九代索纳塔混合动力车型以及现代汽车第三代发动机(1.6)和新一代变速箱(8-DCT),显示了现代在新能源领域和新一代动力总成技术的实力。港丽



中高端MPV市场正成为新蓝海

近段时间,越来越多的车企都发布了面向中高端市场的 MPV 车型,最为抢眼的便是上汽通用别克和广汽传祺。别克品牌作为中高端 MPV 市场的领头羊,在该款 GL8 之后又上市了定位家用的 GL6 6;而增长势头正旺的广汽传祺品牌也推出了定位高端 MPV 的 GM8,预售价区间更是达到 18 万-27 万元。与此同时,江淮中高端车型瑞风 M6 已于广州车展正式上市;吉利、比亚迪等也正在计划推出面向中高端 MPV 市场的车型。

今年前 10 月 MPV 产销同比分别下降 16.9%和 17.2%,但仔细分析,就能发现下滑的只是由微客衍生而来的低端 MPV,而与之形成强烈对比的是,中高端 MPV 却供不应求,MPV 市场出现了严重的两极分化。数据显示,在今年三季度,小型 MPV 市场下滑幅度达到 29.6%,而大型 MPV 市场前三个季度却实现了高达 40.5%的增长。这说明中国消费者的消费正在快速迭代,人们不只是需要汽车,更是需要更好的汽车。

曾几何时,由微客衍生而来的低端 MPV

市场火爆,低端 MPV 生产厂家赚得钵满盆满。然而好景不长,低端 MPV 卖不动了,在今年遭遇了前所未有的滑铁卢。原因大致有二:一是政策优惠退坡(购置税优惠政策),对小型 MPV 的销量有较大负面影响;二是随着经济基础的稳固和收入的提高、部分城市限购和消费升级趋势的显性化等原因,导致消费观念发生了变化,购买有品位、高质量、差异化的产品成为当下的消费趋势。

与 7 座 SUV 车型相比,中高端 MPV 在空间利用率上有着明显的优势,更为舒适的驾乘感受也是一大卖点。同时,宜商宜居的产品定位也符合当下消费者的期望,10 万-15 万元对于很多家庭来说已经不是负担,这就给发展中高端 MPV 提供了机会,同时也是各大车企纷纷开辟 MPV 市场的动力。

今年面向中高端市场的 MPV 车型密集上市,从实际表现来看,厂家很显然押对了宝。其中别克 GL8 换代为其销量增添不少活力,目前月销量已飙升到 1.3 万辆左右,新秀别克 GL6 仅上市一个月便获得 3000 多辆的

佳绩;长安欧尚 A800 也有月销近万的成绩表现;本田双子星奥德赛、艾力绅也在逐步提升市场占比;而像大通 G10 等大型国产 MPV 的迸发更意味着中国 MPV 正蓄势待发,为未来的中高端 MPV 蓝海做努力。不过总的来说,目前 MPV 市场份额依旧偏小,但随着二胎政策不断放开以及大量新 MPV 车型入市等因素的影响,未来中高端 MPV 车型将会迎来新的增长点。李永钧

锤炼专业技能 提供越级体验 广汽Acura首届售后服务技术技能竞赛收官

今年 11 月,广汽 Acura 正式发布了全新的售后服务品牌——“Acura Experience 精·诚 体验”,为让其核心内涵深入日常服务,广汽 Acura 举办了第一届“精湛技术 极致服务”售后服务技术技能竞赛。竞赛自 7 月启动,历时 5 个月,在经历了全国范围的层层选拔后,12 月 7 日,来自全国 24 家特约店的 48 位售后精英聚首厦门总决赛,角逐广汽 Acura 售后服务的至高荣誉。

在总决赛颁奖典礼上,广汽本田执行副总经理郑衡表示:本次售后服务技术技能竞赛的目的是,希望特约店通过活动提升全体服务人员的专业技能和服务水平。把竞赛过程中的训练和培养,形成一种习惯,在日常工作中不断提升每一位员工的能力,最终为广大客户提供超越期待的服务体验。

精湛技艺 尽展售后服务精髓

“Acura Experience 精·诚 体验”的内涵是:精确对车,诚意待客。以精湛技艺,精确服务,打造各个环节的精益求精;以诚信用心,诚挚呵护,诠释不凡的服务真谛;为客户提供专属、透明的尊荣体验。本次售后服务技术技能竞赛正是从理念化为实践的深化落实。



▲ 精彩激烈的五人快修表演

总决赛通过一整天的激烈角逐,来自厦门的海沧特约店以 119.25 分夺得了桂冠。在决赛环节设置上,除了理论考核与同轴双人快修实操考核,广汽 Acura 还专为现场观众安排了五人极速快修表演环节。五位售后技术精英通力协作,凭借精密的配合,娴熟的操作及精湛的技艺,为大家展示了极具观赏性的 15 分钟两万公里快速维修项目。这是广汽 Acura 一次全新的尝试,是对精湛技艺,精确服务的极致追求。

“以赛代练,强化实战”,通过竞赛的锤炼,检验广汽 Acura 全国售后人员专业技术水平的同时又深化了自身对“Acura Experience 精·诚 体验”的解读,从而为客户带来更加精确极致的服务。

精诚体验 建高品质服务体系

目前,“Acura Experience

精·诚 体验”已实现通过技术型专属管家、Acura Link 智能化互联服务平台(客户手机、车辆、特约店、厂家实现互通互联)等措施,为用户提供专属服务,让消费者放心;通过 4 年/10 万公里免费保养及保修、4 年不限里程免费专业道路救援等措施,保证服务透明,让消费者安心。

除此之外,全新售后服务品牌还提出了三大承诺,包括为所有用户提供便利,快捷,精准的服务;针对每一位用户的不同需求提供量身定制的个性化服务;为所有用户提供价值透明的安心服务。

未来,广汽 Acura 将继续加快售后渠道建设和人才培养,在北京和广州现有两大培训中心基础上,还将新增上海、武汉等培训中心,持续为全国特约店输送优质人才,将“Acura Experience 精·诚 体验”的售后服务承诺落实到每一家特约店。



全新启辰T70打造十万级互联网SUV

东风启辰全新 T70 上周在重庆上市。新车售价 8.98 万-12.78 万元,搭载 1.6L、2.0L、1.4T 三款动力。此外,全新启辰 T70 为前 10000 名的智联网车型成交客户提供终身流量大礼包,同时提供购置税减半补贴的购车金融政策,并对置换用户提供 3000 元置换豪礼。

全新启辰 T70 是基于东风启辰打造的全新高品质智联 SUV。新车与雷诺日产全球多款战略车型共用核心三大件,技术成熟可靠:日产战略引擎 MR20 实现高能效与低油耗的最佳平衡;行业领先的 CVT 无级变速器打造平顺自如的驾驶体验;日产专业 SUV 底盘,兼具乘坐舒

适性与操控性能。此外,全新 T70 新增东风军工品质 1.4T 涡轮增压发动机。

全新启辰 T70 搭载的智能车载互联网系统,可通过语音随时唤醒,导航、打电话、调节空调等功能皆可通过语音操作,让用户享受趣味十足的驾驶过程。

晓潮

荣威RX系列成互联网汽车爆款名片

临近年末,上汽荣威销量持续走高。从 11 月的销量来看,全球首款互联网 SUV 荣威 RX5 销量达 25009 辆,连续三个月销量稳超 2.5 万辆,使得 RX5 成为全球销量

最高的互联网汽车。同时,实力派互联网 SUV 荣威 RX3 上市两周的销量已超 6000 辆,订单更是突破万辆大关,成为又一“爆款”指日可待。

在荣威 RX 系列的带动

下,上汽乘用车开启未来出行时代全新增长点,1-11 月累计销量近 47 万辆,同比增长超 70%。其中,荣威品牌 1-11 月累计销量达 345706 辆,同比增长 72%。林夏