

小鹏的“危”与“机”



从7月10日2020款G3上市以来,小鹏汽车就被推上风口浪尖的位置,成立5年的小鹏汽车首次遭到大规模的讨伐。随着补偿方案的“救火”,如今的小鹏汽车的线下店会有哪些影响?随着未来新工厂的投产、新产品的上市、“自营”走向“加盟”服务模式的转变,在这场新势力淘汰赛,小鹏汽车还能硬多久?

小鹏汽车销量

2018年6月:146辆
2018年12月:41辆
2019年1月:599辆
2019年2月:600辆
2019年3月:1256辆
2019年4月:2200辆
2019年5月:2704辆
2019年6月:2237辆
总销售量:9783辆

(来源乘联会、小鹏官方、车辆销售网站)



记者观察

记者查阅资料得知,国内的电池生产基本上按照20%的成本在下降,续航里程更是飞速提升,半年或者几个月硬件和整车都有革命性的变化。小鹏汽车为了抢占市场,第一时间将新技术运用到新车设计上,是互联网产品迭代的必由之路。但同时也暴露出小鹏汽车产能爬坡太慢,造车技术较弱、过于紧跟政策步伐导致交付周期过长等诸多问题。

不过随市场而变的小鹏汽车,也总能适时而变。无论是对续航事件的

处理还是在车型优化、渠道转变、人才引进等方面,小鹏汽车还是比较尊重传统应对及时。只是在变与不变之中,是沦为众人还是独树一帜,值得再观察。

此外,站在消费者的层面来说,快慢之间,鹏友为先。以用户为核心,应当作为造车新势力文化理念的首要目标,回归到产品本身,安全性和高性能的竞争之外,新车上市前的市场推送和消费者心理缓冲预设也是必要的。

目前的数据表明,新势力中的“三

驾马车”——小鹏、蔚来、威马,在销量上明显领先其他新势力。玩家增多、政策红利退场的客观因素,表明市场将开始加速淘汰,造车新势力未来将面临更大的挑战。相比较于传统车企,造车新势力面对资本流动冲击的抵抗力更为薄弱。经历过去两年的井喷式发展过后,新能源汽车赛道下半年将经历大浪淘沙的历程,从PPT造车到真正地成为独角兽企业,能否实现销量增长和量产交付是造车新势力的分水岭。

(张磊)

小鹏 flag

2019年3月15日,小鹏公布阶段计划,计划2019年7月底交付1万辆,12月底交付4万辆,2019年共发展27个交付城市,年底前将有200座超级充电站投入运营。

2019年,小鹏汽车计划在34个城市建立34个服务中心,同时通过移动服务,扩大售后服务范围。

车主评车

小鹏G3 2019智享版车主

“全新的电动车品牌,主打新概念新科技,外观很吸引眼球。但是在性能方面并无亮点,号称365公里续航实际也就200公里。售后方面和后期保值方面也都是未知。”

小鹏G3 2019智享版车主

“不得不说,小鹏汽车的外形还是很有未来感的,但是内饰过于简洁了,后排比较紧凑,很多零件上还能看到其它厂家的影子。续航是个短板,不太令人满意。除此之外,海马郑州代工厂的做工水平也是令人担忧的地方。”

小鹏G3 2019悦享版车主

“这就是一辆平民版特斯拉Model X。”

小鹏G3 2019智享版车主 深圳

“胎噪和高速风噪很明显,中控台够大,可以当ipad用。”

●其它点评:

“起步慢,爬坡动力不足。”

“ABS过于敏感,偶尔介入生硬。”

“后备箱自动开启声音较大,影响质感”

“时速80km以上胎噪风噪较大,影响行驶品质”

“车顶360摄像头很实用,可以用于音像同步”

●下期预告

与小鹏同样风头正劲进入到交付阶段的蔚来市场情况又如何呢?在不断频发的车辆自燃、降价、裁员、股价大跌之下,蔚来的未来又在哪?