

首家体验店广州开业,首款车 U5 即将上市交付 爱驰开启“跑马圈地”

厉兵秣马,渠道先行。对于新势力造车企业爱驰来说,在首款新车 U5 上市前,全国首家体验店的开业,让消费者能够更近距离体验产品外,也让之前在广州车展发布的“诺道”服务品牌,更具可行性。随着爱驰“7921 用户伙伴计划”渠道之策的逐步落地,外加首款新车的上市,爱驰也全面开启“跑马圈地”步伐。

■新快报记者 付花

“7921”战略赋能 12 家体验店整装待发

具有黑科技加持的人脸签到、专为亲子家庭打造的趣味互动屏以及爱驰星球装饰、趣味的机器人 DIY 和互动问答……坐落于白云大道的爱驰恒丰粤驰(2 号馆),集车辆交付、售后维修,用户众创与休闲小憩等多功能为一体,尽管不大,却小而精美,满满地科技味。

这便是爱驰全国首家体验店开业当天给予公众呈现的一幕,更是爱驰“7921 用户伙伴计划”渠道之策的正式落地。与之前所认识的 4S 店不同,爱驰恒丰粤驰(2 号馆)没有那种大气恢弘、一看就投入不菲的建筑,但展示出爱驰所倡导的生活方式,跨界共享,沉浸式体验和互动体验质感,却一点也不少。

“我们在全渠道布局策略中,通过厂家直营与渠道伙伴加盟结合,有效盘活社会存量资源,避免了前期高昂的固定资产投入,以实际行动践行‘不给渠道伙伴添麻烦’的初心。”爱驰汽车执行副总裁蔡建军在接受新快报记者采访时坦诚道,所有的成本最终都会让消

费者埋单,爱驰没有任何包袱,可以另辟蹊径地践行自己的商业模式,在传统 4S 店的模式上,打造出行业差异化的创新渠道形态。

据了解,为了提升用户的购车体验与解决用户全生命周期的用车痛点,爱驰打造了一个涵盖集产品展示、企业文化、科技成果、娱乐休闲等差异化场景化的多维度体验中心,提供 6 种不同功能属性的体验店分别是爱驰 7921 中心、爱驰 7 号(生活)馆、9 号(养护)馆、2 号(综合)馆、1 号、7 号快闪馆。

蔡建军透露,继首家广州 2 号(综合)馆开业后,2019 年底将陆续完成 12 家不同规模的体验店开业,截至目前,爱驰已经授权 43 家销售渠道伙伴,47 家服务渠道伙伴。未来,爱驰汽车将从包括北上广深成杭在内的 6 个核心城市,到 44 个省会城市及重点新能源市场城市,加速渠道拓展与落地。

U5 明日上市 先试后买“试爱行动”进行时

除了渠道创新外,爱驰在营销上也



十分创新,比如推出的“试爱行动”。对此,蔡建军称,很多人愿意成为新能源车的体验者,但不希望成为“小白鼠”。“试爱行动”就是为打消消费者的这种顾虑而推出的。

据介绍,“试爱行动”提供两种预订模式。“一种是针对已经了解和喜爱 U5 的用户,可以直接下单,成为超级用户伙伴。针对感兴趣有需求,但需要深度了解 U5 的用户,可以预约租赁 U5“体验车”深度体验。用户可以选择最长三个月的租赁期来体验 U5。爱驰汽车提供“半月免费,三月优惠”的租金返还政策。即在租赁之后,如果用户选择购买,则根据不同的租赁期,全额或部分返还用户在租赁期间所支付的租金。

“前 15 天,免费用,不够,可以租,服了再买。”蔡建军表示,尽管这个营销模式对于爱驰会产生一定的成本,但这是爱驰应该投入的,这是爱驰对产品品质、性能、服务的自信。

据了解,爱驰 U5 完成了一项史无前例的电动车严苛测试,从中国西安出发,历经 53 天、12 个国家、长达 15022 公里的亚欧穿越后,创下了吉尼斯电动汽车驾驶距离世界纪录,并于同期获得欧盟整车型式认证,成为第一家进入欧洲发达车市的造车新势力。12 月 19 日,以“爱驰 U5 有我在”为主题的 2019 爱驰全球超级伙伴日暨新势代品质 SUV 上市盛典于海南万宁举办,渠道、产品、营销全齐,接受市场检验,爱驰准备好了。

小鹏工商多次变动 或存变相套现的可能

■新快报记者 张磊

2019 年接近尾声,新势力生存状态如何?从目前的销量和交付情况来看,蔚来、威马、小鹏已经形成造车新势力“三足鼎立”局面,2019 年累计交付量均已超过万辆,但与各自的年度交付规划相比仍然相差甚远。

截至 11 月,蔚来、小鹏、威马三大头部玩家的 2019 年交付量分别为 17395 辆、15124 辆、14286 辆,而各自年度计划量分别为 4 万辆、4 万-5 万辆、10 万辆,按照目前交付量,三大头部玩家纷纷打脸,原定计划的二分之一也完成不了。

在严峻的市场环境下,头部玩家也玩起了抱团取暖。12 月 11 日,小鹏汽车正式向外宣布与蔚来 NIO Power 签约,双方就充电业务展开互联互通合作,为车主提供便利出行充电体验。随后,蔚来也在其官方 APP 内确认这一消息。

根据合作协议,小鹏汽车将陆续与蔚来 NIO Power 实现全国范围内充电桩分布数据、支付流程的互联互通。除充电站互联互通合作之外,蔚来 NIO Power 还将加入小鹏汽车家充业务供应商体系,为部分小鹏汽车车主提供家充桩安装服务。

小鹏与蔚来的“联姻”向外界释放出这样一个信号:造车新势力正在经历一场“合纵连横”,共同寻求抱团过冬之路。对于去年纽交所高调上市的圈内流量王蔚来来说,没钱可烧成为其今年的首要头痛难题。今年 9 月份,蔚来公布二季度财报,4 年亏损 400 亿元人民币的超级速度上了热搜,至此在上市前各大资本助推的大笔



资金几乎全部“烧完”,蔚来在融资道路上艰难前行,此前与北京亦庄国投达成的 100 亿投资框架协议、湖州政府 50 亿投资意向也暂时搁浅。同时,近一年来,蔚来还接连陷入了自然事件、大幅裁员等漩涡,品牌形象大打折扣,股价也已跌至 2 美元附近。

相对于蔚来的“至暗时刻”,小鹏汽车今年的表现中规中矩,正处于蓄势待发的状态。除了新车小鹏 P7 研发面市占据了其主要精力,资本层面的连连变动也抓住了行业人士的眼球。12 月 14 日,据国家企业信用信息公示系统显示,小鹏汽车运营主体广州橙行智动汽车科技有限公司 47 位股东将其所持的全部股权悉数出质,质权人均为广州小鹏汽车科技有限公司,股权出质等级日期为 12 月 10 日。

事实上,此次小鹏股东出质股权,与日前橙行智动发生工商变更不无关系。天

眼查数据显示,12 月 9 日,小鹏汽车的运营主体广州橙行智动汽车科技有限公司发生工商变更,阿里巴巴联合创始人 Joseph Chung Tsai(蔡崇信)卸任公司董事,新增董事俞永福。此外,小鹏汽车科技有限公司于 12 月 6 日新增一家新股东——广州鲲鹏科创一号创业投资合伙企业(有限合伙),投资 1.26 亿元,持股比例 2.06%,而广州小鹏汽车科技有限公司注册资本也从 60 亿元增长至约 61.26 亿元。

对于此次的股东集体出质股权,资本市场有了几分“遐想”,认为有变相套现的暗示。对此,小鹏汽车方面微博回应称,“股东集体出质全部股权”是小鹏汽车进行集团重组的一部分,属于企业发展及优化企业股权结构的正常行为。未来小鹏汽车也会继续以集团整体利益为目标,不断进行结构优化。

造车新势力再迎 新品牌天美汽车

新快报讯 临近年末,造车新势力又迎来了一位“新鲜血液”——天美汽车。12 月 11 日,新品牌天美汽车正式对外公布了首款车型及量产计划,宣布进军新能源乘用车市场。根据规划,天美汽车将于 2020 年至 2025 年期间发布 4 款纯电动乘用车型,并推出 N 项智能科技。相关招聘信息的企业介绍页面显示,天美汽车的生产制造平台分为 BE 和 CE 两种,其中,BE 平台以经济型纯电车型为主,CE 平台产品定位更高一些,主打中大型车。

查询工商信息发现,江苏天美汽车有限公司成立于 2019 年 11 月 1 日,注册资本 2 亿元人民币,法定代表人为黄宏生,由开沃新能源汽车集团有限公司 100%持股。由此可见,天美汽车的实际控制人为创维集团创始人黄宏生,而早在数年前,黄宏生就已经开始布局商用车领域,2011 年成立以南京金龙为主的开沃汽车集团,开始进军新能源汽车市场。而此番选择进军乘用车领域,则是其在 2017 年获得工信部批准的乘用车准入资质后的一次重要尝试。

(张磊)