

# 北京门店关停 前途汽车谢幕倒计时

首批拿到新能源造车“双资质”，并造出高端跑车欲与特斯拉硬刚的前途汽车，正黯然落幕。北京商报记者近日走访发现，前途汽车资金链断裂后，位于三里屯的全国首家门店已经撤出，同时位于金港汽车公园的交付中心也人去楼空。

作为最早入市的造车新势力之一，由于产品定位过高、融资受阻等问题，唯一量产车型K50推出不到两年，前途汽车便接连“爆雷”。随着市场变化和政策调整，新能源汽车市场已经由蓝海变为红海，在资金承压、线下门店收缩局面下，前途汽车前路未卜。



位于三里屯北街的前途汽车全国首家体验店已经撤出，等待新租户。

## 门店人去楼空

2018年4月20日，前途汽车首家体验店落户寸土寸金的三里屯北街，时隔两年多，随着前途汽车问题缠身，该店已悄然撤出。北京商报记者发现，此前为方便过往消费者直观看到展车而设计的落地橱窗已贴上磨砂贴膜，店内精致装修也被铲平，露出光秃秃的水泥墙。

据了解，这家名为“前途·驿”的前途汽车首家体验店，得益于三里屯核心地段的高客流优势，开业以来一直被认为是前途汽车的集客利器。对于店面撤出原因，一位前途汽车官方客服仅表示“撤了”，其他避而不谈。

事实上，除“前途·驿”，前途汽车位于金港汽车公园的体验店及交付中心也已撤出。北京商报记者在现场看到，该店大门紧闭，店内仍摆放着K50展车，落地窗上已贴上招商标语，店外一辆落满灰尘、车轮没气的试驾车停放在门口。该店面房东对记者表示，2018年与前途汽车签订租赁合同，去年该店开业，不过近日已解约，正在招商。

前途汽车官网显示，2018年起，前途汽车开始在北京、上海、广州以及苏州、成都开设线下直营体验店，并开启扩张模式。其中，北京设立两家门店，一家位于三里屯太古里，一家位于金港汽车公园，随着两家店相继撤出，意味着前途汽车已撤出北京市场。

同时，一位上海华府天地前途汽车体验店工作人员对北京商报记者表示，目前上海也仅剩一家前途汽车直营店，而位于闵行区的门店也已关闭。

## 卖车难成本高

“撤店是因为前途汽车无法支付房租。”上述店面房东直言，当初双方签订10年店面租赁合同，展厅面积4300平方米，一年租金约500万元，但合同执行第二年前途汽车便开始拖欠房租。今年拖欠半年多，后来双方解约了。”他表示。

汽车行业专家颜景辉表示，直营店租金、服务中心及人员薪酬等营销支出持续高位，是造车新势力车企高成本的来源之一。据统计，造车新势力企业营销

支出占营收比例超20%，传统车企则仅为10%左右。

前途汽车官网显示，此前前途汽车共在线下开设9家门店，其中一部分选择在一二线城市的高端商圈，希望借助高端商场人群定位及较大客流量提升品牌形象和认知度。然而，不同于传统车企的经销商模式，选择直营店模式意味着所有展厅的装修开销及人员成本均由企业负担，在一定程度上也给企业造成成本压力。前途汽车金港体验店装修花费达1200万元，比一年租金都高。”上述店面房东透露。

不过，前期高成本投入并未让前途汽车获得相应回报。2018年8月8日，前途汽车首款车型前途K50在苏州生产基地正式上市，该车型定位为纯电动双门双座跑车，综合工况续航里程为365公里，售价高达75.43万元，补贴后售价也达68.68万元。

上市后，K50因市场定位和定价太高，目标人群又太小，并未让前途汽车迅速打开市场，该车型遭遇滞销。一位金港汽车公园工作人员表示：前途汽车店内很少有人光顾，K50售价太高。”数据显示，上市后K50累计销量不足200辆。

实际上，用超跑树立品牌形象，前途并不是第一家，此前特斯拉也曾规划该发展路径，不过因市场小众电动车很难作出亮点，因此在后期推出更务实车型，但显然以特斯拉为目标的前途并没有吸取教训。此前，有消息称，前途线下门店为清理库存，K50曾被28万元低价售出。对此，一位前途汽车体验店工作人员表示，曾有一批车型因为特殊原因降价销售，但目前没有任何优惠，订车时间也不能保证。

颜景辉表示：不同于传统车企由经销商承担部分销售成本，直营店由厂家负担，在品牌达到宣传效果后，此前搭建的实体店如果在效益上达不到要求，厂家持续投入将使成本激增。”

## 融资遇困资金链断裂

前途K50的销量不仅追不上线下门店的“烧钱”速度，也把前途汽车的节奏完全拖垮。

事实上，走到退出一线市场的前途汽车也曾有过高光时刻。当其他造车新势力车企还在为资质而发愁、还在展示PPT向资本市场“讲故事”时，前途汽车便获得发改委和工信部“双资质”并推出首款车型。如

今，不仅线下门店接连关闭，前途汽车也正经历至暗时刻。

北京商报记者了解到，在“造血”能力不足情况下，前途汽车资金链断裂。据了解，前途汽车母公司长城华冠成立于2003年，2015年9月正式登陆新三板，成为新三板新能源第一股。去年4月19日，长城华冠宣布退出新三板，长城华冠的持续亏损同时加剧了前途汽车的困境。

数据显示，从2015年上市到2018年底在新三板挂牌期间，长城华冠归属于挂牌公司股东净利润亏损逐年扩大，分别为-2200万元、-9800万元、-2.26亿元、-6.06亿元。据统计，自登陆新三板后，长城华冠成功募资5次，合计募集资金21.2亿元。有消息称，长城华冠用于造车的20亿元资金已于去年9月全部用完。去年，前途汽车董事长陆群表示：原计划在8月和9月能分批到位的融资款，因为一些原因需要延期到账。”据了解，上述融资款项金额高达10亿元，原计划最晚于去年11月到账，如今却一拖再拖。

造车资金紧张局面下，前途汽车也开始进行人员缩减。据了解，去年7月起，前途汽车率先停发A、B、C三个级别的员工工资。截至目前，前途汽车及母公司长城华冠共推出三份离职结清协议书。据了解，长城华冠及旗下子公司（含前途汽车）从去年开始大量扩招，人数从原来的600余人迅速扩张至2000多人。有报道称，截至今年4月3日，长城华冠微信大群内员工剩余不足1440人。在曝出公司欠薪后，陆群也被法院实行限制消费令。

业内人士表示，造车非常烧钱，长城华冠的融资全部投入造车，但推出的车型发展路径失误，让企业错失前期优势，造成如今的局面。

不过，前途汽车并没有放弃造车，根据企业规划将在明年交付第二款量产车型。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，在融资困难的情况下，第二款车的研发势必还要继续烧钱，前途汽车的资金能否支撑还很难说。即便第二款车型推出，但现在渠道收缩后没办法很好地推广，产品推出后对企业促进作用也不会很大。

针对融资情况以及第二款新车的进展，北京商报记者联系前途汽车相关负责人，但截至发稿，并未得到回复。北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

## “南北”投放 大众ID.4入华

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦) 新四化”趋势下，坐稳中国燃油车市场把交椅的大众汽车，开始加速电动化布局。大众汽车近日正式在华发布旗下首款MEB平台打造的纯电动车型ID.4。作为大众汽车纯电动ID.4家族旗下首款引入中国市场的产品，ID.4的到来意味着大众汽车品牌在全球最大新能源汽车市场走出电动化“第一步”。

去年，大众品牌在华交付量高达316.3万辆，占全球总销量的50.38%，目前中国已成为大众集团最重要的区域市场。但是，在销量提升的同时，大众汽车在华也面临较大的“双积分”压力。今年4月10日，工信部对2019年度119家境内、27家进口乘用车生产企业平均燃料消耗与新能源汽车积分情况进行通报，在119家境内乘用车企业中，共有28家车企“双积分”为负。其中，一汽-大众位于负积分排行榜榜首，上汽大众也位于前十位。“双积分”已成为监督企业油耗和排放的重要指标，如果不能达标将限制企业在华发展。”汽车行业专家颜景辉表示。这意味着，大众汽车急需引入增量新能源车型以平衡“双积分”压力。

为此，大众汽车开始将发展重心落在电气化转型上，此前在华推出纯电版高尔夫和朗逸等车型。然而，由于几款车型基于“油改电”技术，存在价格高、里程短等问题，并没有为大众汽车敲开国内纯电动车市场大门。试水后，大众汽车意识到推出真正适合中国的纯电动产品的重要性。大众汽车相关负责人表示，ID.4车型基于大众汽车MEB平台打造，是专为纯电动汽车研发及制造而开发的专属性模块化制造平台，100%为电动汽车而生。作为大众集团旗下首个可实现完全软件化的制造平台，MEB平台将诞生出始终在线、支持OTA升级并接纳第三方服务及应用的产品。

除采用全新平台打造外，大众汽车还将在中国市场上对ID.4车型采取双车型策略，并通过上汽大众和一汽-大众两家在华合资企业分别生产。其中，在上汽大众体系内，该产品被命名为ID.4 X车型，一汽-大众体系内则被命名为ID.4 Crozz，两款车型续航里程均超过550公里；对于国内纯电动汽车市场，此前大众品牌处于观望阶段，前期投入的产品多为“油改电”的试水车型，但随着新能源汽车市场逐步被认可，采用新平台打造的ID.4车型才是大众真正在华投放的纯电动汽车产品，而采取双车战略也是为了能迅速打开市场大门。”颜景辉对北京商报记者表示。

北京商报记者了解到，目前大众汽车在华共布局两座具备MEB产品制造能力的生产基地，今年9月底开始，上汽大众安亭工厂及一汽-大众佛山工厂的MEB平台已经开始分别投产。这标志着，大众汽车品牌在中国所投放的首款ID.4家族产品已全面进入量产阶段。

上述相关负责人对记者表示，目前两款车型已开启预售，并将于明年一季度到店，目前预售车型补贴后售价均不超过25万元。

随着两款车型投产，大众汽车在华的纯电动车型布局也浮出水面。据了解，2023年前，大众汽车将在华引入8款ID.4家族车型，其中一汽-大众将生产其中4款，其余4款则由上汽大众生产。同时，按照大众汽车计划，2025年，在全球范围将年产100万辆MEB车型，其中2/3产自中国，用以实现更为全面的电气化布局。

# 新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车定义“新豪华主义”标杆

1947年问世以来，梅赛德斯-奔驰E级车历经十代革新，它不仅是豪华行政级轿车的代表，更是梅赛德斯-奔驰家族历史上最畅销车型。据统计，奔驰E级问世以来，全球交付量超过1400万辆。今年，梅赛德斯-奔驰第十代E级车迎来中期改款，新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车的到来不断刷新用户对豪华车型的认知，同时兼备驾驶辅助领域的科技进化，更向全球展示智能行政座驾的风范。近日，北京商报记者与新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车开启试驾旅程，近距离地感受到梅赛德斯-奔驰不断提升的豪华感。

新一代长轴距车型提供轿车与运动轿车两种造型风格。其中，轿车采用全新盾形格栅搭配经典立标的全新设计，源自迈巴赫S级轿车的贯穿式前包围设计恢宏大气，让豪华感再度提升。而运动轿车则呈现出更为运动的设计风格：极具辨识度的闪钻格栅，引擎盖上的双棱线设计结合AMG风格前包围，在行驶中呈现出强烈的动感姿态。

不过，豪华并不只局限在外在。在坐进



新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车的后排时，充满豪华气息的内饰、环抱式的曲线与高档木材材质所打造的质感空间，都让人倍感心旷神怡。同级独有的64色环境氛围照明系统带有10种色彩主题，为乘客营造出只属于梅赛德斯-奔驰的豪华特有格调。私密三角窗等超过10项的后排中国专属增配，也让豪华的享受进一步提升。为给用户提供更豪华舒适的驾乘体验，新一

代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车后排电动可调节座椅可放倒37度，配合天鹅绒豪华型头枕，为旅程带来舒适之感。同时，后排座椅中央扶手上的智能7英寸触控屏，可远程操作前排显示屏，从不同维度满足后排乘客多样的全方位需求。

在试驾的过程中，新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车的驾驶辅助黑科技与性能驾控也被完全展示出来。坐入驾驶座位，

最先看到的就双12.3英寸高清显示屏，一体式设计使得整体感很强。此外，新一代车型中央显示屏具有触摸功能，同时创新采用了电容感应式触控方向盘，运用NAPPA皮革材质，握感特别舒适，该技术强化了对于驾驶员驾驶状态的识别。

而最让人心动的还是其智能化的升级，全新的MBUX智能人机交互系统搭载英伟达Parker 128芯片，6核CPU、256核GPU、8G DDR4 RAM内存，支持语音、触控和手势三种操作方式。在体验的过程中，能最直接地感受到画面质感流畅、品质细腻，智能感应助理可预设并识别驾驶员和前排乘客的手部动作，同时部分功能可通过OTA在线升级进行软件更新。

新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车还针对中国交通情况适配L2级驾驶辅助系统。新一代车型搭载4个全景摄像头，1个双目立体摄像头，5颗毫米波雷达，12个超声波传感器，最大探测距离500米。在将主动式变道辅助系统启用从80公里/小时降到60公里/小时，缩短交通拥堵辅助系统的

跟车距离，开启主动式行走辅助功能，可自动减速刹停，在刹停后1分钟内自动跟车。主动式盲点辅助系统带下车警示功能，停车后3分钟内依然有效。

在其他的驾驶辅助方面，新一代梅赛德斯-奔驰长轴距E级车也给人留下了深刻印象。新增转弯功能的主动式制动辅助系统可在发现前方静止车辆和横穿公路行人的紧急情况下，施加制动力，降低碰撞程度，甚至避免碰撞。在即将与盲点区域中的其他道路使用者发生侧面碰撞时，带有下车警示功能的升级版主动式盲点辅助系统将发出视觉和声音警告。此时若车内乘客企图打开车门，系统将通过声音与照明警示向其发出提醒。

在保留了前代E级车的优势同时，新一代车型以专属长轴距设计、再度升级的后排豪华空间、特别优化的驾驶辅助系统等配置，给用户带来更好的用车体验。同时在数字化的浪潮下，这家豪华品牌已经将数字豪华与经典豪华的融合进行布局，引领市场走向“新豪华主义”时代。