



赛麟汽车：互联网时代传统造车的突破之道



一艘太空船在宇宙中航行，忽然全船听到船长的广播：“大家好，现在我有一个好消息和一个坏消息要通知大家。”船员们开始紧张……“好消息是，我们现在的速度越来越快了。”大家高兴了；坏消息是，我们不知道自己在往哪儿开”。

虽然这是一个老生常谈的笑话，但却正是传统造车企业目前所面临的问题。一批新势力造车企业的落地，使原本稳定发展的传统造车行业面临巨大转型考验。

如何应对互联网时代传统造车企业的发展焦虑？在赛麟的发展历程中，或许可以找到答案。

历史 致敬传统，不忘初心

赛麟在中国的发展非常低调，事实上早在2014年，赛麟就携旗下多款明星车型亮相北京车展，宣告正式进入中国市场。2017年11月，赛麟于上海举办了“万峰之巅，群动皆息”品牌发布会。

1983年，“世纪汽车大师”史蒂夫·赛麟(Steve Saleen)创立了同名汽车品牌赛麟(SALEEN)，从此这一具有纯正美式血统的汽车品牌开启了传奇式的发展。

品牌创立之初，赛麟主要打造专业的赛车，据统计，赛麟参加过500多次专业赛车比赛，246次进入前三名，171次跑出最快圈速，斩获168个冠军、排位赛杆位133次、19次GT锦标赛总冠军和8次超跑制造商冠军，所获大奖超过了法拉利、兰博基尼、玛莎拉蒂、迈凯伦、阿斯顿·马丁5家的总和。

史蒂夫·赛麟是享誉全球的高性能超跑设计大师，是“超跑之王”赛麟S7之父，此外，福特最经典的超跑GT40和多款好莱坞大片中的汽车明星也是出自他之手。美国探索频道曾经高度评价史蒂夫·赛麟的成就已经超过了恩佐·法拉利和费迪南德·保时捷。

很多汽车爱好者一定知道，史蒂夫·赛麟最早是一名职业赛车手，退役后转而投身造车事业，他将赛车方面独特优异的技术应用于高端性能车的打造之上，成就了赛麟品牌的高度，其本人也成为美国汽车文化的重要代表人物。

而将赛麟品牌带到中国的则是王晓麟。

王晓麟，美国杜克大学法学博士、汽车金融专家，现任江苏赛麟汽车科技有限公司董事长兼首席执行官，



史蒂夫·赛麟(Steve Saleen)

2014年和李嘉诚、马云等一起成为《中国日报》英文版向全球推介的华商领军者。他拥有全级别的国际赛车驾照，史蒂夫·赛麟曾经说过：“王晓麟是所有汽车公司董事长中最会开车的，也是所有赛车手中最会造车的。”

王晓麟曾在采访中多次提到：“自汽车从诞生之日起的100多年来，汽车大师们以匠心打造了无数经典车型，其中饱含着人类对速度和审美的执着追求，传统汽车是伟大的，是时代的印记，无论何时我们都要对传统造车保持敬畏之心。”

在王晓麟的带领下，赛麟汽车始终秉持自我超越的理念，将美国赛麟专业的汽车设计理念和造车技术与中国汽车市场实际需求相结合，以匠心融合创新科技，打造更高品质的汽车。

沿革 突破创新，无畏挑战

2000年，赛麟旗舰车型S7横空出世，于美国芝加哥车展一经亮相便受到汽车界的极大关注。2005年，S7荣登美国《福布斯》杂志世界上最名贵的10款汽车排行榜榜首，被称为“一头双涡轮增压发动机推动的怪兽”，众所周知的豪车劳斯莱斯幻影仅排名第九。在美国跑车界更有这样一种说法：教皇也许会偶尔开法拉利，但上帝本人的座驾一定是赛麟。

S7的全碳纤维车身、特殊的空气动力学设计、高性能驾驶室和精致的驾驶操作悬浮系统，突破了美式肌肉车的局限，更能根据车主的体型特征和驾驶习惯量身定制，每台车都独一无二。如今，S7的数据已经刷新到了百公里加速仅需2.2秒，最大马力1300匹，最高时速420公里/小时。

中国汽车市场群雄逐鹿，大众的消费升级也势不可挡。那么，当前的中国汽车市场需要的产品又是什么样的呢？赛麟进入中国还有机会吗？

放眼世界，作为连续七年成为汽车消费第一大市场的中国仍将是全球汽车市场增长的主要动力。中国汽车工业从无到有，从小到大；消费者的理念也从起初满足交通出行需求，到彰显身份地位，再到当前重品牌、品质和个性化。面对消费形态的巨变及年轻一代消费者对高端化、差异化、个性化的需求，车企必须从设计、生产、营销方式和渠道建设等多个角度做出相应变革，这对赛麟而言是机遇也是挑战。

另一方面，如今的汽车市场风起云涌，各种造车新势力涌入，相互角逐，势必会引发行业内一轮激烈的淘汰赛。但是，未来能在竞争激烈的市场中脱颖而出并成为行业领军者，一定是依靠品牌、技术、创新能力征服市场的车企。赛麟有30多年品牌积淀的优势、世界一流的整车设计研发能力，同时还汇聚了一批国内外顶尖技术和管理精英，把这些优势与行业趋势和用户需求结合起来，赛麟将大有可为。

赛麟S1就是赛麟迎接新挑战的决心。经过1260个日夜的精心雕琢，S1于去年年底的洛杉矶车展正式发布。该车首次将专业赛车制造技术，全面呈现在民用跑车上，延续了S7的经典两门两座、中置后驱设计，搭载2.5T涡轮增压直喷发动机，最大输出功率达到336千瓦(450匹马力)，峰值扭矩577牛·米，最高时速290公里/小时。得益于全碳纤维车身、铝合金底盘和发动机小型化设计，S1的整备质量仅为1218千克，0.37的推重比超越任何一台超级跑车，甚至可以媲美波音737。

过去，赛麟S7改变超级跑车的历史，未来，赛麟S1将以全新的操控感点燃运动激情，带给消费者非凡的驾驶乐趣。

应对 强化传播，尊重差异

赛麟的企业文化中有一条核心价值观：建设和维护合作互赢、公平透明的汽车生态圈。可见赛麟对自身发展目标与其他车企间的关系建设所持的态度。

据统计，截至2017年底，投入“新造车运动”的车企已超过300家，外界对这些造车新势力有质疑也有肯定。赛麟作为“造车老行家，中国新面孔”，在一批资深业界专家的带动下，克服

外部环境的干扰，始终坚守一颗沉静的匠心，在磨合中团结协作，立足高远，创造了良好的开局。

作为一个携带超跑基因和冠军血统的品牌，尽管赛麟早已是一个造车“老兵”，但是，与现下造车新势力相比，由于此前走顶级小众路线，进入中国时间比较短，很多国人对赛麟品牌还不是太了解。“酒香也怕巷子深”，据知情人透露，赛麟将借助品牌的宣传和推广，由小众的视线进入大众的视野，从而加快品牌定位向大众高端转型。“确实在中国赛车手之菜鸟驾道》等综艺节目，我们看到了赛麟S1惊艳四座的表现，对于这张‘新面孔’来说，我们期待有更多机会一识庐山真面目。”

与造车新势力不同的是，赛麟在产品上非常明确概念车和量产车的区别，从未发布过一款概念车，而是致力于量产车的匠心打造；在技术上，赛麟亦不一味追求炫酷式的技术堆积以博眼球，而是专注于核心科技的集成与突破；在商业模式上，赛麟也清晰地认识到理想式的承诺和可持续运营的区别；在汽车发展趋势上，赛麟更认识到未来方向和现实可行之间的关系。

赛麟在造车理念上与一些造车新势力的侧重点不同，赛麟时刻关注市场的最新动态和行业的发展趋势，始终以消费者为中心，把赛麟的技术优势与市场需求相结合，致力于打造满足消费者“高端化、差异化、个性化”需求的产品，让更多的汽车爱好者享受到独特的体验。

此外，要实现汽车行业的整体发展还离不开新老造车势力的合作。赛麟汽车研发总院院长马春野认为：未来新技术的诞生会颠覆整个汽车行业，传统车企和新势力车企要找到一个平衡点，两者互相借鉴、取长补短才能更好地完成汽车行业转型的历史性跨越。永不放弃、永不妥协、永不畏惧、坚持底线、保持敬畏、坚持梦想，赛麟汽车正在以更加稳健和充满信心的姿态去迎接这个风云变幻的伟大时代。

从不忘初心注重汽车品质提升，到突破创新链接时代打造智能化产品，再到强化与造车新势力的合作共谋发展，“中国智造，行销全球”战略勾勒出了赛麟未来发展的美好蓝图，凸显了赛麟竞逐汽车行业的梦想与实力。围绕这一战略，赛麟不仅为互联网时代传统造车企业提供新的发展思路，其本身更是将步入快速发展的新时代。