

亏损难解 观致再陷渠道维权风波

尽管经销商联名状告厂家解决低价直销的传闻被否认，但观致目前所处的状况并没有想象得那样轻松。近日，针对观致汽车全国40家经销商联名发起致厂家函，要求厂家解决低价直销等问题的传闻，北京商报记者走访了位于京城的部分观致汽车4S店，有4S店销售负责人表示听说过这件事情，但否认了出现联合抵制的现象。同时指出，今年观致的亏损仍在延续，市场销量并不理想。

业内人士认为，渠道风波仅仅是观致目前所处状况的一个缩影，通过依靠B端订单实现较快增长，但无法兼顾经销商利益的话，这种增长模式很难长期持续下去。



年底三方签署投资协议时规定的内容。而按照宝能与奇瑞、Kenon Holdings的投资协议，2018-2020年，宝能或宝能关联公司将每年从观致采购约10万辆汽车。

对于宝能采购观致汽车最后的流向，有传闻称，这些车主要流入宝能共享平台“联动云”；“联动云”在2018年从观致汽车购买了约4万辆新车。这意味着，观致汽车的新增销量大部分来自联动云，对经销商来说，单店销量增长并不大。

观致4S店销售负责人对北京商报记者表示，这个系统（联动云）应该属于共享汽车租赁平台，北方地区使用的并不普遍，在南方地区使用较多，是以租车形式运作的，没有卖车资格。

不过，即便销量暴增，观致依然没有摆脱亏损的困境。Kenon Holdings的财报显示，今年上半年，观致汽车亏损仍高达7.41亿元。自2013年底首款车型上市以来，观致汽车累计净亏损已经超过了110亿元。

业内人士认为，来自B端的订单虽然有助于迅速提升观致汽车的销量，但与经销商的实际利益关系不大。如果只注重眼前自身利益，不能兼顾经销商利益，对观致的长期发展并非好事。

汽车行业专家颜景辉则表示，从目前来看，宝能入主后，观致在低谷的时候能够迅速恢复而且有一定的发展，这对于观致汽车的发展是非常有利的。不过，作为一个比较新的品牌，如何能够继续保持目前的增长态势还有待于自身产品力和服务力，同时提升品牌力。

北京商报记者 蓝朝晖 濮振宇 于海/文
代小杰/制表

维权风波发酵

12月6日，有媒体报道称，观致汽车全国40家经销商联名发起致厂家函表示，厂家低价直销扰乱市场、不按期兑现新产品承诺、设置各种限制不给承诺的返利及推广费等行为，导致观致汽车经销商面临大量亏损情况。该40家经销商要求厂家10天内给出解决方案，履行承诺。

对此，北京某观致4S店销售负责人对北京商报记者称，今年经销商的整体销量确实不太好，几乎每家都在赔钱，现在各家经销商也在向观致汽车厂家寻求一些政策，避免更大亏损。

值得注意的是，尽管观致汽车并未对经销商抱团维权的相关传闻进行公开回应，但12月7日观致汽车发布官方消息称，在前一天举行的观致岁末营销工作会议上，观致汽车销售公司总经理陈思英对经销商关注的产品、渠道、市场等方面问题进行了剖析，提出了解决思路和解决方案。

终端以价换量

12月6日，在观致汽车2018岁末营销工作会议上，宝能汽车常务副总裁、观致汽车总裁李峰称，观致汽车有十年的发展历史，具备了做高端化的品牌和产品基础；观致汽车坚持做新时代中国高端品牌的路线不动摇，将坚持资金投入、技术投入、产品投入。

虽然宣称要走高端化之路，但观致汽车的终端售价却正在大幅下降。记者在北京某观致汽车4S店中注意到，店内在售车型包括观致5 SUV、观致3都市SUV、观致3轿车三厢和两厢。店内销售负责人告诉记者，观致5 SUV的售价为17.49万元，会有3.5万-4万元的优惠。如果置换的话，还有1万元的置换补贴。其他车型则有2万-3万元的不同优惠。

即使算上优惠政策，以观致5 SUV为例，该车售价也超过13万元。上述负责人坦言，这个价格相对其他国产品牌确实高了些，即使用材实惠，但较高的价格仍会让消费者望而却步。

上述销售负责人向记者透露，该店

每月观致5的销量大概在20辆左右，整个店内的销量每月在40-50辆。

押宝B端增长难持续

今年以来，无论是整体销量还是经销商数量，观致汽车都开始迅速增长。全国乘用车市场信息联席会公布的数据显示，10月，观致汽车销量为6015辆，1-10月累计销量为53987辆，而2017年1-10月累计销量为12545辆，增长率高达430.3%。

今年6月，在经销商投资人签约大会上，观致汽车一口气新签约了51家一级经销商。观致相关负责人表示，近两个月来，已有几百家经销商表示希望加盟观致经销商渠道。

观致汽车一路的高歌猛进与宝能集团的人主不无关系。2017年12月，宝能集团战略投资观致汽车获得51%股份，这让处在绝境中的观致看到了希望。

根据观致汽车外方股东Kenon Holdings二季度财报，观致汽车今年的销量包括了来自宝能引进的租赁公司的订单。Kenon Holdings表示，这是去

纸上谈车——

迟来的爱驰还有机会吗

蓝朝晖

近年来，凡造车新势力的新车亮相，少不了PPT秀和热血澎湃的演讲。作为造车新秀，爱驰也不例外，在近日爱驰首款车U5全球首秀活动上，爱驰汽车联合创始人兼总裁付强，一开场就谈起了自己的梦想。简单归纳一下，大概是：让出行生活更美好；引领中国智造品质，走向全球，聚焦人工智能，重塑产业链。

虽然说充满智能科技的U5电动汽车可以让爱驰的高管们长舒一口气，但作为造车新势力，爱驰的考验才刚刚开始。

如果问造车新势力追求的是什么，无非是改变出行方式，解决现实汽车使用中的诸多痛点，然而，在爱驰的产品讲解中，有些过于低调，反而看不到诸多亮点。

根据爱驰提供的资料，爱驰U5是爱驰汽车MAS平台的全球首款量产车型，该平台拥有“上钢下铝”的车身底盘框架，满足减重需求的同时保障安全，还便于制造、降低维护成本。最主要的是，MAS平台的轴距可以在2700-3000mm之间扩展，从而衍生出SUV、MPV、轿车跨界车以及皮卡等15种车型。

爱驰U5具备L2级自动驾驶能力，拥

有双触控大屏并搭配AI-ID体系，可以实现远程服务、多端互联、出行服务、车辆管家、语音交互、个性定义、社交娱乐、创新服务等八个功能。AI能量续航包是爱驰汽车为了解决电动车续航里程的痛点而打造的，使得用户可以根据出行情况，增加能量续航包，最终续航里程可以达到560公里。

看起来配置满满，但仔细研读上述内容之后，你会发现除了里程相比其他精品多了个能量续航包外，亮点并不突出。即使是在自动驾驶方面，也仅仅是实现了L2级的能力。

实际上，作为一款追求智能科技的车型，爱驰在创新方面并没有给人耳目一新的感觉，反而更像是一次传统车企的升级改造。

同时，按照爱驰的计划，到2019年四季度，爱驰U5首发限量版将在全国批量交付。等到2019年四季度正式上市之时，蔚来汽车、威马汽车、小鹏汽车都已交付了近一年时间，作为科技智能的车型不知道预计也要迭代几轮。届时爱驰的长处还是长处吗？它又能靠什么吸引消费者呢？这些都应该是爱驰考虑的问题。