

预订速度放缓 零跑销量考题待解



在造车新势力纷纷实现量产车交付后，销量成为各企业迎接的新一轮大考。北京商报记者近日发现，首轮451个限量名额不到4小时被抢订一空，选择蔚来或小鹏汽车退699元订金并额外返还699元的零跑汽车，旗下首款纯电动车型S01在进入考验销量的预付款阶段后，开启放缓模式。近日，零跑汽车官方发布消息称，预付款9900元订单突破3000辆。这意味着，2019年1月3日上市并接受预付款预订的零跑S01，时隔近两个月才完成3000辆目标。

此前，零跑汽车曾与蔚来汽车、小鹏汽车、威马汽车“对赌”销量。零跑汽车副总裁赵刚表示：“2019年6月1日后，因为选择小鹏汽车、威马汽车或蔚来汽车而放弃零跑S01，公司承诺除退还699元订金外，凭相应购车凭证，还将额外给予699元。”

然而，从预订量看，2017年12月，蔚来汽车首款量产车ES8上市后，1万辆ES8从开启预订到售罄仅用了3个月；2018年4月26日，小鹏汽车开启G3车型预订后，2000个预订名额更是29小时便售罄。

事实上，作为一款双门轿跑车型，零跑S01较竞争对手定位相对小众。目前，包括蔚来、小鹏等大部分造车新势力都将首款车型聚焦SUV领域，仅有零

跑、游侠和前途等少量车企的首款车型为轿跑甚至超跑。

小众的定位，意味着零跑S01的目标市场规模有限，为了在竞争残酷的汽车市场突围，零跑S01被描述为“当年轻消费人群喜爱的高度智能化、高性价比、极致体验的智能电动汽车”，并加上颇具价格诱惑力的前缀——“10万元级”。

同时，零跑S01综合补贴后全国统一售价为10.99万-14.99万元，但补贴前售价则高达18.99万-22.99万元，这意味着零跑S01的价格优势受补贴政策影响较大，零跑S01本应归于18万-23万元级细分市场。

目前，随着自主品牌向上，18万-23万元间的细分市场竞争极为激烈。该市

场燃油车型中，既有本田雅阁、丰田凯美瑞、日产天籁等日系主力产品，也有大众迈腾、帕萨特、别克君越、雪佛兰迈锐宝等德美产品，而自主品牌吉利博瑞也希望在该市场分一杯羹。同时，在纯电动车领域，零跑S01也要面对比亚迪—秦Pro新能源、北汽新能源EX5、威马EX5等对手的挑战。

然而，要与上述传统车企及新造车势力相抗衡，零跑S01需要首先解决的挑战是产能。

零跑汽车创始人朱江明透露，零跑汽车位于浙江金华的工厂，预计将在2019年一季度完成整体建设，前期规划产能为年产5万辆。但是，由于目前零跑汽车尚未取得“双生证”，因此零跑S01将选择以“代工”的方式投放市场，代工

方为长江汽车。

对于造车新势力而言，虽然代工能够绕过资质问题，但该方式在生产效率上存在不确定性，造车新势力需要在造车过程中与代工企业进行磨合。以蔚来汽车为例，虽然有江淮汽车代工，但蔚来汽车在2018年仍遭遇过一次交付延期。

值得注意的是，即便顺利完成量产，零跑汽车还是要面对产品如何进行销售的难题。这方面，零跑一直在摸索中。在“渠道”和“服务”上，零跑汽车计划通过直营+城市合作伙伴两种渠道销售，未来除在杭州建立直营店外，其他城市全部开放合作。

针对传统汽车销售中存在的线下4S店模式单一和线上缺少金融类服务等问题，赵刚认为，零跑汽车将提供线上流量、互动支持，为用户提供金融、保险及融资租赁产品；在售后服务端，零跑汽车将基于智能网联及Leap cloud系统提供服务。

然而，要想顺利打造新零售的营销模式，零跑汽车的规划并不清晰。此前，诸多造车新势力都提出新零售模式，蔚来、电咖等都开出与零跑汽车类似的“药方”，零跑汽车在营销上未抢占先机。

汽车行业专家张志勇认为，对造车新势力企业而言，汽车新零售方面并没有成熟的案例可循。在此情况下，零跑汽车能否真正解决销售与售后的痛点，实现新零售顺利落地，还有待后续观察。

北京本报记者 刘洋 濮振宇

· 资讯 ·

柳长庆续任一汽轿车总经理

北京商报讯(记者 刘洋)采用“一把手”公开竞聘制的一汽轿车，近日市场化选聘结果出炉，柳长庆将续任一汽轿车总经理。但是，根据一汽轿车对总经理任期设定的核心指标显示，2019年实现一汽轿车销量翻番，将成为柳长庆新任期的首次大考。

此前，一汽轿车面向集团公司启动总经理的公开竞聘报名，释放向市场化转变信号。根据一汽轿车发布的《第八届董事会第三次会议决议》公告和《关于聘任高级管理人员的公告》显示，根据市场化选聘结果，董事会聘任柳长庆担任公司总经理，任期与第八届董事会相同。在发布总经理竞聘公告的同时，一汽轿车还发布了五位副总经理的竞聘信息。

据了解，本次人事变动，是2017年8月一汽轿车开启全面改革后开展的新一轮市场化公开选聘。事实上，对于柳长庆来说，面对的压力并不小。按照此前一汽轿车发布的公开竞聘公告显示，一汽轿车总经理任期核心指标为：2019-2021年，利润总额目标分别为3亿元、5亿元和10亿元；自主品牌销量目标分别为15万辆、27万辆和41万辆。同时，总经理还要面对考核，如果考核结果为D级，将重新竞聘，原总经理将被“降级降档”处理。

数据显示，2018年，一汽轿车自主业务奔腾品牌销量为8.86万辆。按照公开竞聘要求，2019年，柳长庆的任务要将该销量实现翻番，达到15万辆。同时，2020年，一汽轿车自主销量要达到27万辆，同比增长80%。2021年，一汽轿车自主销量达到41万辆，同比增长超50%。这对于柳长庆来说是不小的挑战。

戴姆勒宝马联手研发自动驾驶技术

北京商报讯(记者 刘洋)戴姆勒公司与宝马集团近日宣布已签订谅解备忘录，将共同研发自动驾驶技术。戴姆勒在一份声明中表示，合作初期，将重点推进新一代驾驶辅助技术研发、高速公路自动驾驶和泊车功能。双方将本次合作关系视为长期、战略性合作，并希望未来几年更先进的技术能够得到广泛应用。

据了解，戴姆勒与宝马将通过一个可伸缩平台实现联合开发，该平台涵盖自动化诸多阶段，其中L3

级和L4级可实现高速公路自动驾驶。同时，双方计划探讨深化合作可能性，将合作范围扩大至高速公路和城市地区更高水平的自动驾驶技术。为促进该平台成型，戴姆勒与宝马还将探索与其他技术公司、汽车制造商合作的可能性。

戴姆勒在该声明中还表示，本次合作将为双方带来明显优势，通过合作伙伴的技术、经验，加速研发可伸缩平台。除双方协同效应，还能加速新技术市场化的速度，缩

短创新周期，以及能够加速和简化未来技术研发的可伸缩平台。此外，双方合作还能加速新技术市场化速度，缩短创新周期。

事实上，此前戴姆勒和宝马都已在自动驾驶领域进行布局。戴姆勒与博世、英伟达进行合作，共同开发高级自动驾驶技术。同时，宝马也已与Mobileye、德尔福、大陆等组成自动驾驶联盟，目标是在2021年将L4级自动驾驶技术进行商业化应用。

雷克萨斯2018年销量近70万辆

北京商报讯(记者 刘洋)雷克萨斯近日公布数据显示，2018年，雷克萨斯全球销量近70万辆，累计销量突破千万辆，再创新高。同时，在2005年推出全球首款豪华智·混动车型后，雷克萨斯向全球市场已推出11款搭载全混动系统车型，用户量累计超145万人。2018年，雷克萨斯智·混动车型销量同比增长近20%。

数据显示，2018年，雷克萨斯全球销量为69.83万辆，同比增长4.5%。得益于旗舰车型全新LS和LC、走量车型ES、RX、NX，以及首次推出的全新UX等车型，雷克萨斯创下全球年销量历史新高。

雷克萨斯国际总裁泽良宏表示：“雷克萨斯在全球市场上继续稳步发展，在向新兴市场扩张的同时，积极稳固我们在原有市场的

优势。”

值得一提的是，作为雷克萨斯重要市场，数据显示，2019年1月，雷克萨斯在华销量为1.44万辆，同比增长5.3%。其中，雷克萨斯ES仍为主力车型，销量占比超过40%。面对ES高销量占比带来的车型依赖，雷克萨斯计划在2019年引入多款新车和改款车型，包括全新雷克萨斯IS、RC F、LX570、GS等车型。