

用苹果模式造汽车

观致汽车全国首家经销商落户南京
车企车商与快报记者深入交流

车市发展到现在这个阶段，还需要一家新公司吗？是什么样的汽车，让经销商连车型照片都没看过，就决定代理品牌了？日前，观致汽车在南京开出其第一家经销商，这家新公司的奇妙之旅就此拉开帷幕。对于这家誓做汽车界“苹果”的新公司而言，希望与挑战并存，未来的路还很长。日前，现代快报记者专访了观致高管及南京经销商高管。

现代快报记者 张曦



观致全国首家经销商开业庆典现场

【厂家篇】

明年门店数量将达100家

受访人：观致董事长兼首席执行官 郭谦

现代快报：为什么第一款新车会选择A+级这个市场？

答：选择这个市场是权衡的结果。定低了有利于冲销量，定高了则有利于品牌塑造。当然，市场发展趋势也是重要考虑因素。综合权衡利弊之后，我们选择进入A+级市场。在同级别车里，我坚信我们的性能是大大占优的。明年门店数量将达100家。

现代快报：市场已经发展到这个阶段，还需要一家新公司吗？

答：虽然从零开始，但观致可以吸取别人的经验和教训。我们是参照苹果的模式来做汽车，观致会把大量成熟的技术和研发工作外包给国际公司，将自己的精力专注于消费者研究、新兴技术开发及市场营销等方面。在各个汽车企业造车水平日趋同质化的今天，只有集成各种新技术，为驾驶者带来超越驾驶的消费体验，才有机会颠覆汽车行业。对我们来说，营销是一方面，最重要的是把产品做好，做出特点，让一部分消费者能够识别、欣赏我们的车。

【经销商篇】

没看过观致车就做了决定

受访人：南京长江汽车销售服务公司销售总监 谭想

问：长江汽车为什么会选择观致？

答：其实，我们做观致汽车代理之前，连车的照片都没有看见，纯粹就是跟观致汽车的高管讨论完之后，我们觉得这是不可以放过的一个机会，并希望参与其中。我们就是看好这个团队。

问：作为全国第一家观致4S店，有何销售预期？

谭想：因为我们4S经销商店搭建得比较快，所以有幸成为全国第一家观致经销商。第一个经销商店很多东西都是新的，新的工厂、新的主机厂、新的产品、新的要求。我们对厂家而言也是一个新的经销商，所以双方需要磨合。

销售预期的具体数字现在很难讲，我估计一开始很可能供不应求。我们对观致汽车的销售充满信心，观致目前主推的车型在十多万，属于性价比比较高的车型，适合年龄小于35岁、对互联网比较熟悉的中青年人群。

请消费者当设计师

——访东风日产销售总部长 中村一亲

作为带领日系车反击的重要力量，新天籁也是东风日产今年产品线中的重磅产品，“这款车是在消费者的需求下设计出来的。”中村一亲这样表示。它与新轩逸一道肩负着东风日产的重任，今年前10个月，新天籁的销量已经突破8万辆，11月更是有望突破1.5万的月销量大关。在这样的背景下，天籁系列的高端车型公爵也及时到来，为东风日产打造的中高级车全体系覆盖增添了一支高端力量，在公爵上市在即之际，现代快报记者与东风日产乘用车公司市场销售总部长中村一亲做了一次深度交流，这款东风日产的旗舰轿车背后，有东风日产怎样的心思？

现代快报记者 张瀚中



现代快报：公爵与天籁的关系是怎样的？东风日产如何定位这款产品？

中村一亲：这款车的名字就叫新世代天籁·公爵，与新世代天籁一起组成天籁品牌。我们希望这两款车以“两强同堂”的态势，全面满足消费者的需求，同时也提升天籁的品牌形象。

中国市场目前可以说已经成为世界上最大的市场。在这个大市场里，顾客的需求是多样化的。如何满足不同消费者的需求，对于我们来说是最重要的问题。在中高级车市场里，消费者的需求导致了这个市场愈发趋于细分化。而天籁·公爵正是针对消费者的需求而定制的车型。

现代快报：天籁的知名度很高，但公爵的知名度远不如天籁，东风日产将如何打造这个品牌？

中村一亲：天籁·公爵这款车，拥有同级别最长的轴距以及同级最大后排空间，还拥有众多可媲美豪华车的舒适配置。我们希望通过这款车强劲的产品力，吸引到更多消费者的关注和青睐。

此外，我们认为，天籁·公爵这款车开创了中高级车的“L”化潮流。相信大

家在商品说明会上也了解到，“L”代表的正是长(Long)、豪华(Luxury)以及领导者(Leader)。我们相信，集超长轴距和豪华驾乘享受于一体的天籁·公爵，将会是中高级市场上独一无二的豪华车型。而它与新世代天籁组成的“两强同堂”，也会成为中高级车市的领导者。

现代快报：东风日产今年以来的成绩如何？

中村一亲：今年东风日产设定的年度销量目标是90万辆。从目前的情况来看，9月份和10月份的销量都达到9万辆以上，1-10月的累计销量也超过了71万辆。接下来，通过我们的努力，以及强而有力的产品投入，我相信90万辆的销量目标是可以实现的。

今年是东风日产成立十周年，我们开展了很多营销活动，旨在更好地回馈消费者。接下来的两个月，我们主要通过两款新车型吸引消费者的眼球——启辰R50X以及天籁·公爵。我们希望通过更好的产品和服务，吸引更多消费者关注，同时也促进年度销量目标的达成。

车型对比

“新三样”接班“老三样”

2013年9月26日，作为“老三样”续写不老传说的压轴大戏，全新爱丽舍在中国正式上市。至此，以全新桑塔纳、全新捷达、全新爱丽舍组成的“新三样”集体走近消费者，在传承经久不衰的可靠品质之时，融合随时代而变的最新科技工艺，引领中国车市走入全新时代。

现代快报记者 张瀚中

内在

配置方面，全新爱丽舍同级别唯一集成影音娱乐和倒车影像的MRN大触屏导航娱乐系统、PM2.5车内滤净系统、造就独一无二的舒适感受。新桑塔纳和新捷达在配置方面的提供也比较到位，一些耳熟能详的常用配置应有尽有。动力方面，全新爱丽舍拥有高达86kW的同级别最大功率，同时显著降低油耗。而新桑塔纳与新捷达共享动力总成，搭载大众EA211系列发动机，有1.4L和1.6L两种排量可供选择。



外观

外观方面，全新爱丽舍极具风塑美学感的造型设计十分抢眼，呈现出焕然一新的视觉享受。风塑流体腰线、风驰晶钻前大灯和风翼组合式尾灯的整体设计，彰显了全新爱丽舍大气稳重的气质。全新桑塔纳和全新捷达在外观上沿用了大众品牌的家族化设计，全新桑塔纳相较于其他大众车型更显简约干练。全新捷达的外形更加趋近于一汽大众的车型，特别是略带俏皮感的前保险杠和圆形雾灯设计，要比商务气息的新桑塔纳更显运动。



总结

中国汽车市场上的“老三样”完成焕新，都在各自老车型的基础上有了很大的升级。其中新桑塔纳、新捷达基于大众PQ25改进平台升级产品，全新爱丽舍则诞生于PSA全新战略平台——EMP1平台，打造面向全球市场投放的全新一代产品。我们期待焕新之后的“老三样”会在新时代以“新三样”之势再创辉煌岁月。



岁末冲量 车价骤降

第31届 西祠(奥体)冬季 万人团车惠

tuanchehui.xici.net / tuanchehui.net

12月7日~8日 奥体中心西便门广场

(地铁一号线奥体中心站，免门票入场)

50余家主流品牌、200多款热门车型，岁末万人底价团购！

参展4S店联合承诺：车展团购价低于店头成交价！

购车即送6000元汽车装潢礼包+保养券+加油卡*

千元加油卡/GPS/车载冰箱/全车膜/折叠自行车...现场购车100%有奖！

网上报名：tuanchehui.xici.net / tuanchehui.net

微信报名：搜号码或查找公众账号 tuanchehui

报名热线：400-091-5177

微信扫一扫

分享车惠网车友福利！

官方微博：@tuanchehui

官方微信：tuanchehui