

# 薛之谦助阵 锋范快闪店北京启幕



## ■ 资讯

### 北汽新能源 将新推多款电动车

青年报 孙臣

8月3日,2017未来汽车展今日在上海开幕,包括蔚来汽车、奇点汽车、开云汽车、北汽新能源、吉利新能源等公司在内的几十家新能源整车、配件以及分时租赁企业参与了本次展会。

大会期间,北京新能源汽车营销有限公司副总经理陆皓发表了主题演讲,并在会后与北京新能源汽车营销有限公司总经理助理王春风一道接受了媒体的专访,阐释了北汽新能源在智能出行方面的策略与计划。

陆皓首先明确,北汽新能源在今年上半年累计售出了3.01万辆新能源汽车,仍然处于市场领先地位。而根据全国乘用车联席会等第三方机构的数据,北汽已经连续4年占据了全国新能源汽车销量第一的位置。

今年年初,北汽新能源定下了年产销17万辆新能源汽车的目标,目前时间已然过半,对于北汽新能源来说,虽然其连续多年占据了新能源汽车销量第一的位置,但是距离今年17万辆的销售目标仍然有不小距离。

不过,在陆皓看来,对于汽车行业来说上半年本来就属于淡季,下半年才是冲量的时刻,而历史数据显示新能源汽车更是如此,到了下半年销量也会迎来更强劲的增长。陆皓预计,其下半年的销量有望较上半年翻一番。

另一方面,北汽新能源也计划在下半年推出多款新产品来进一步提振销量,包括EV300、EC200等多款车型都将在下半年上市。与此同时,北汽新能源方面在今年3月份的媒体沟通



会上也表示,将会加快技术升级,逐渐将旗下车型升级到续航可达400公里的“400”版本。

目前,汽车产业正面临着电动化、网联化、智能化、共享化的四大趋势。在过去,北汽新能源来一直都专注于电动化的层面。而随着新能源汽车业务的稳步推进,北汽也将加快自己在智能化、网联化方面的动作。

“在未来,汽车将不再是一个满足人类从A到B出行需求的工具,而是一个兼顾了社交、商务、娱乐、旅游和物流需求的生活空间。”陆皓说道。在推进方式上,北汽新能源仍将采取自研与合作并行的模式,不过陆皓称目前并不方便具体透露合作伙伴。

在推进节奏上,北汽新能源将会采用电动汽车业内常见的渐进式发展路径,陆皓表示,北汽在2018年-2019年将会推出L2和L3级别的智能驾驶系统,而2020年之后则会开始涉足L4/L5级别的完全自动驾驶。

“关于北汽新能源在智能网联方面的动作,我们会在下半年公布更多消息。”陆皓说道,“而到时候也将展出国内首款AI电动汽车概念车。”

## 青年报 车键

8月3日,广汽本田官方宣布“锋范快闪店启动会暨锋范x薛之谦潮牌2017联合新品发布”正式拉开序幕。作为CITY锋范MODE形象大使兼快闪店首席明星“店长”的薛之谦,在现场通过亲身试驾、品牌访谈及畅谈副店长招募标准等创新互动形式,为线上线下观众呈现一场轻松娱乐的“薛氏风格”直播发布会。此外,2017年锋范与薛之谦潮牌DSP联名合作特装车&合作套装正式亮相。

据悉,接下来MODE CHOICE锋范快闪店还将分别在武汉、广州、佛山等多座城市相继开展。各城市快闪店将设立多样化的体验专区,如迷你K房、沉浸式VR虚拟试驾专区等,打造一系列

炫酷科技平台,助力深化产品用户体验,为产品的年轻化标签及时尚、动感魅力加码。

随着“猜猜谁是薛之谦”的创意互动点燃全场氛围,锋范快闪店启动会正式拉开帷幕,广汽本田正式任命薛之谦为MODE CHOICE 锋范快闪店明星店长。此外,广汽本田以时尚年轻化的交互形式与目标群体对话,包括锋范与薛之谦潮牌DSP联名合作特装车&合作套装Fashion秀、薛之谦试驾直播讲解秀等,传递出锋范(CITY)独有的高价值感型格魅力,树立品牌跨界合作全新标杆。

凭借强大的产品力、精准的人群定位及创新营销方式,今年锋范(CITY)与薛之谦的跨界合作取得了双赢的效果——薛之谦主理的潮牌服饰DSP获得广泛关注,而

锋范(CITY)也向更广泛的人群展现出了不凡的MODE魅力。火热氛围不仅局限在现场,在天猫互动直播平台,全国各地的粉丝亦连接现场参与互动,平台的关注度与评论数一路飙升。

今年双方合作进一步升级,合作版《演员》MV与《MODE CHOICE 型格之选》交互式H5等创新的数字化内容的推出及锋范快闪店活动,体现广汽本田借势人气IP打造以年轻群体为中心,结合产品露出、与明星IP互动、粉丝触点等多维时尚营销的精准尝试。此外,已经“开张营业”的CITY锋范官网线上体验店及广本天猫旗舰店,通过金牌导购“薛店长”的互动,满足年轻族群的购买体验,与此次活动共同打造线上线下联动的闭环式营销机制。

## 特斯拉或将中国建厂

青年报 于诗婕

据外媒报道,上周三特斯拉CEO埃隆·马斯克在公司的第二季度财报电话会议上透露了在中国建立超级工厂的计划。

马斯克在电话会议中表示:“我们希望能在美国保持绝大部分生产,但很明显的是,在中国和欧洲建立超级工厂,并为当地市场服务是有意义的。在加州进行生产然后跨越大半个地球进行运送并不现实,尤其是在产品想让消费者尽可能负担得起的情况下。”

“我们非常希望我们的汽车价格尽可能被用户接受。”马斯克在电话会议中进一步表示,“因此,确实需要在当地进行生产,特别是对于大规模市场车型。”

这已经不是马斯克表现出对中国市场浓厚的兴趣,近一两年来,特斯拉在中国建厂的传闻接连不断,马斯克早在2014年就表示,特斯拉将于2017或2018年开始在中国本土生产电动汽车。苏州、合肥、上海、深圳等城市都成为过过特斯拉建厂的“候选之地”。甚至在6月还



出现过一场“乌龙事件”,当时谣传上海电气将于上海临港开发区组建合资公司,但这件事当晚就被否认。

中国市场确实是块大蛋糕,中国现如今虽然不是特斯拉全球销量的主体,但销量较去年翻了一番,增长速度非常快。今年第一季度特斯拉向中国出口了4799辆Model S和Model X,是去年同期的350%。并且,中国用户订购Model 3的数量也仅次于美国。可见,中国市场对于特斯拉来说愈发重要。

如果特斯拉在中国建厂,中国的新能源政策对提升销量来

说是个利好。再者,若特斯拉国产化,就可以省去一大笔进口关税,特斯拉的价格会下降很多,从而扩大受众群,销量自然会提升不少。

据悉,特斯拉的第一家超级工厂的建造成本估算为50亿美元,这对难以摆脱亏损状态的特斯拉来说并不是一个小数目。再加上造车成本、人工成本,一年不销售数万台车还是不能盈利。2016年在华特斯拉仅卖出1万多台车,全球也就售卖了8万余台。在中国建厂的想法是好的,但想要吃下这块大蛋糕,目前看来困难重重。

## 捷豹英仕挑战赛 II 上海站火爆开启

青年报 程元辉

8月3日,“捷豹英仕挑战赛II—决战无限弯道”试驾体验活动在上海世博园赛车场正式开启。这是继去年首届英仕挑战赛,捷豹再次为公众带来的极具感官刺激的试驾体验。

本次上海站上,刚刚于近日成功穿越高空钢索的新一代捷豹F-PACE,以及捷豹XFL、捷豹跑车F-TYPE等全系车型悉数登场,助力选手们在紧张刺激的赛道挑战中征服一个又一个极限弯道。这场由捷豹掀起的性能盛宴,不仅令选手们深入体验了捷豹车型的非凡魅力,更充分展现了捷豹品牌积淀80余年的性能美学精髓。

挑战赛特别设立了激动人心的动态试驾项目,为选手们带来极致动感体验。本站活动中,上海世博园赛车场丰富的动态试驾环节,带来紧张刺激的竞技挑

战。选手们需以最短的时间、最佳的技巧,征服弯道并同时闪躲桩桶、隔离墩、障碍墙等障碍物。惊险刺激的场景令每一位热爱驾驶的选手沉醉其中,尽情感受由极致操控带来的超凡魅力。本届挑战赛还别具一格地采用了“两人一组”的竞赛形式,既考验了搭档间的默契,又为紧张的比赛增添了更多的未知和精彩。

此外,捷豹XFL的出场亦带来出众的表现。跑车级的悬挂以及全铝车身架构,令这款超长轴距的中大型豪华轿车灵动、随心。运动性能与商务风范兼备,澎湃动力加之尊崇舒心的车内享受,给选手们留下了驾乘皆宜的深刻印象。

与此同时,四门轿跑XE、豪华轿车XJL以及捷豹跑车F-TYPE同样大放异彩,令全系车型在呈现产品非凡性能的同时,尽显捷豹品牌性能美学的独特魅力。