

拿情怀吸引欧洲人，拿性价比吸引美国人

ID.4：大众给德系车铁粉的纯电礼物

首席记者 李修惠

这两天，ID.4在全球范围内陆续上市，欧美媒体都拿到了试驾车。《Auto Express》表示，这辆车能不能受到全球消费者的认可，对大众品牌至关重要，甚至被抬高到了和甲壳虫

车型相当的地位。能否在纯电动车型市场上和特斯拉分庭抗礼，就看这款车了。

根据欧美媒体目前的试驾反馈来看，ID.4的出现对德系车铁粉而言无疑是个好消息。

让毒舌的英国人都说好

欧洲人一直很买大众汽车的帐。ID.3车型在欧洲市场投放前，特斯拉在欧洲各国的纯电动车型细分市场称霸。去年下半年，ID.3上市后，销量迅速超越特斯拉，成为细分市场的销量冠军。

有了欧洲消费者对大众品牌“情怀滤镜”的加持，ID.4在欧洲的市场占有率值得期待。

Top Gear作为全球最具权威和人气的汽车媒体之一，给ID.4打出了8分（10分制）的成绩。

作为一家来自英国的汽车媒体，Top Gear面对大众的里程碑车型时，一改“毒舌”作风，表示ID.4在科技、舒适、设计上达到了一个很好的平衡。“ID.4给人以标准的德系车驾乘感受，稳重而不失灵巧，风噪和胎噪都很轻微。”

同时，针对许多美国媒体对ID.4缺乏驾驶乐趣的抱怨，Top Gear是这样回击的：“ID.4是一款跨界SUV车型，没有一个想要追求极致驾驶乐趣的人会去买一辆跨界SUV吧？ID.4作为家庭日常通勤用车，显然在方方面面都做得很到位。”

在车身尺寸方面，ID.4的大小和大众“销量王”之一的途观差不多：车顶比途观低1.9英寸，但车身比途观宽约

半英寸。与途观相比，ID.4的内部乘坐空间更大，储物空间也更多。尤其是后排空间，ID.4将新能源车型后排地板较平的优势发挥得淋漓尽致，足以让3位乘客舒舒服服地坐在后排。

英国媒体认为，ID.4瞄准了一个不一样的纯电动车型细分市场：和车身尺寸更小、价格更便宜的韩系新能源汽车相比，该车402km的续航里程更长；和野马Mach E以及特斯拉Model Y这两款续航里程差不多的车型相比，ID.4的售价又低了不少。

不过，Top Gear还是很公正地指出了ID.4存在的一些缺点，那就是它的车载系统。和大众此前发布的车型相比，ID.4在这方面已然有所提高。你可以告诉ID.4“我有点冷”，或者要求ID.4给你讲个冷笑话，ID.4会自动将车舱内的温度调高，或是讲个和安全带有关的段子。可问题在于，语音助手虽然回复了，但响应速度有点慢，其间可能需要等待好几秒。

Top Gear指出：“大众的公关人员说，我们试驾车的车载系统还不是最终版本。ID.4交付到消费者手中的时候，系统会有所升级。同时，大众集团承诺，每两个月就发布一次OTA更新。”

如果说，世界上有哪辆车能让毒舌的英国人说好，还能让在“油老虎”和特斯拉之间反复横跳的美国人支支吾吾，那非大众集团的ID.4莫属了



要怎么打动美国人的心？

美国媒体面对ID.4的时候比英国媒体严格许多。有媒体表示，ID.4很有竞争力，但和野马Mach E以及特斯拉Model Y相比，少了点特色和驾驶乐趣。

很正常，就像欧洲人没办法拒绝大众的新车一样，美国人怎么可能不偏爱野马的纯电动新车和特斯拉的新车呢？

针对美国市场，大众品牌这次想用性价比和亲民度来吸引消费者。

ID.4的价格有竞争力到什么地步呢？

《华尔街日报》说，2021款ID.4可能会让更多美国人开始使用电动汽车。“这款车适合这样一部分人——需要一辆和途观尺寸差不多的SUV，但又要有足够宽敞的座舱和比较大的行李空间。此时，ID.4是个不错的选择，它会是紧凑型纯电动SUV市场的有力竞品。”

对美国人而言，宽敞的内部空间是ID.4的一大亮点：“ID.4的设计师给车舱一个更开放、通透的空间感，全景天窗功不可没。同时，换挡旋钮杆和中控屏提供了几乎所有控制装置，为多个杯托、储物格和

无线充电区域提供了充足的空间。后排座椅放倒后，行李箱空间可扩大到1.81立方米（1812升）。”

此外，很多美国媒体在测评中指出，ID.4有着紧凑型纯电动SUV中最好的后排空间，后排所有乘客都有不错的腿部空间。

美国媒体的吐槽主要针对驾驶乐趣部分。ID.4能够很好地吸收路面的颠簸，提供舒适的乘坐体验。但对驾驶者来说，ID.4的加速“肉”了一些，尤其是和Mach E，还有Model Y相比。ID.4 0-60mph（0-96.3km/h）加速用时在8秒内，有些媒体测出的结果是7.4秒，有些则是7.7秒。而Model Y号称其0-60mph加速耗时只需3.3秒；野马Mach E的加速耗时则在3.5-4.8秒内。

但ID.4显然不是奔着性能车去的。ID.4的广告语是“不只是给百万富翁的车，更是给百万用户的车”。大众汽车产品高级经理马克·季利斯在采访中不止一次地表示，ID.4是一款“大众”车型，ID.4的定位就好比纯电动车领域

的丰田RAV4和本田CR-V。这辆车不是给那些买辆纯电动车玩玩，体现自己先进环保理念的消费者用的，而是给那些没有财力购买多辆汽车的家庭使用的。

汽车测评网站edmunds指出：ID.4的驾驶体验当然不能和GTI比，但后续大众会推出

性能更佳的双电机版ID.4。目前，ID.4拥有轻快的加速和颇具爆发力的瞬间扭矩。遗憾的是，不少电动车型会提供单踏板驾驶模式，即当驾驶员将一只脚从油门踏板抬起时，能量制动回收系统会立刻降低车辆行驶的速度，而ID.4仍然需要踩刹车才能使车辆完全停下。

大众加速电动化战略

大众品牌似乎对ID.4的销量颇具信心。据悉，到明年年中，ID.4将在5家工厂生产制造。其中，德国两家、中国两家、美国一家。

大众对此很急迫。3月初，大众品牌正式推出“加速战略”，宣布加速转型为软件驱动型移动出行供应商。其中，大众对电动化转型目标最为明确和果决。

在欧洲市场，大众计划到2030年将纯电动车的市场份额提高一倍以上，纯电动车销量预计将占该品牌在欧洲总销量的70%以上，远高于此前35%的目标。在美国和中国，大众品牌计划到2030年，使纯电动车销量占该品牌总销量的50%以上，目

标是击败特斯拉等竞争对手，成为全球电动汽车生产的领导者。

为实现上述目标，大众汽车每年将至少推出一款全新纯电动车型。2021年上半年，大众将推出四驱ID.4 GTX，并于下半年推出运动型ID.5。在中国市场，大众将在2021年内推出专为中国市场打造的纯电动SUV ID.6 X和ID.6 CROZZ。此外，大众还计划在2025年推出一款级别低于ID.3的纯电动车型。

ID.4作为大众的冲锋号，已在全球多个市场吹响，用情怀吸引欧洲市场消费者，用性价比吸引美国市场消费者。接下来，大众又将打出什么牌呢？