

像卖理财产品一样销售凯迪拉克

美国凯迪拉克小型经销商将开设“虚拟展厅”



未来，越来越多的汽车品牌会开设“虚拟展厅”，汽车销售人员上门卖车，买车的形式变得和买安利一样，而线下4S店将以体验和个性化定制为主。



本报记者 李修惠综合外媒

豪华汽车制造商们一直以来都在尝试打造虚拟展厅，消费者也在增加对触屏和虚拟现实技术的兴趣。现在，凯迪拉克想要和他的小型经销商们一起携手迎来虚拟零售时代。

据《美国汽车新闻》报道，凯迪拉克正在鼓励其400余家经销商加入虚拟展厅计划。

采用虚拟展厅的经销商将采用一种新的方式进行销售。销售人员会常规性地对潜在买家的工作地点或住宅进行拜访，用触屏设备和虚拟现实技术向他们展示凯迪拉克的车辆配置和相关信息。这种销售方式听起来有点像是安利。

这400余家经销商大都将凯迪拉克和雪佛兰、别克-GMC放在一起，并列销售，他们门店不大，销

量也低，有些门店一年售出的凯迪拉克甚至不足50辆。这些经销商都表示愿意采用虚拟展厅技术，因为这他们都不会大量库存凯迪拉克车型。

凯迪拉克总裁约翰·德·尼琛(Johan de Nysschen)表示，虚拟展厅不仅不会积压库存，反而会增加区域库存中心的销售订单。

尼琛解释，虚拟展厅将成为凯迪拉克一种新的销售框架，这一框架将在未来几年内助力凯迪拉克实现5亿美元的销售额，同时也可以使经销商获益。

据悉，凯迪拉克拥有925家门店，是宝马和奔驰的三倍，但是营业额只是其他两个品牌的一半。该品牌在2015年的销量为175265辆。

尼琛同时表达了他的担忧，他认为那些依靠销售雪佛兰Silverados或GMC Yukons为生的经销商们不

会将太多的注意力和资源分给凯迪拉克这样的豪华品牌。

但他也一再表示从那些覆盖了美国小城镇的销售和服务中看到的竞争优势，因为在那些地区几乎不存在其他豪华品牌竞争对手。他相信虚拟展厅概念可以使凯迪拉克维护住那些小经销商，因为其不需要场地、家具等大型的投资，也省下了为了那些只进店看一眼的顾客而做出周全筹备的成本。

尼琛表示，这是一种“让消费者拥有一种虚拟的品牌体验”的方法，经销商不需要对展厅的投资和品牌元素需求有所担心。

消费者对于高科技和个人体验非常推崇，而相对较低的成本也会让经销商容易操作。

但是，这一概念对那些在2009年通用破产的危机中幸存下来的小型经销商是一个不小的挑战。他们

对虚拟展厅计划有所担心，认为这种形式会让他们变成凯迪拉克的服务中心，偶尔才会卖出几辆新车。

事实上，凯迪拉克不是第一个想到要这么做的汽车制造商。宝马也花了1.2亿英镑（约合人民币11.53亿元）打造了一个线上零售架构，并试图把这套架构复制到中国，想要在中国申请直销牌照。

林肯在中国推出了“林肯之道·云服务”的线上4S店概念。林肯在其官方微信准备了个360度的虚拟全景体验店，消费者能够在手机上一键看车，一键订制个性车，一键下单预约经销商。

目前来看，经销商转型在全球范围内是大势所趋，但概念和现实之间还存在着一定的距离。如何将概念落地，最终实现销量提升才是厂商和经销商们重点需要考虑的问题。

Automotive News

上汽首入全球车企研发投入前20强

普华永道发布汽车行业公司研发投入排行榜，大众汽车集团以153亿美元再度领跑，上汽集团进入汽车行业前二十强。大众汽车不但是汽车行业研发投入第一，而且也是多年以来各行业所有公司研发投入最高者。丰田、戴姆勒、通用、福特等也都多次排在汽车行业研发投入前五强。

除了上述公司，汽车行业研发投入前20名中有两张新面孔，上汽集团排在第19位，起亚汽车排在第20位。



阿斯顿·马丁联手乐视生产电动车

2月17日，乐视与阿斯顿·马丁在法兰克福成立电动汽车合资公司，双方在合资公司中占股比为50:50。未来，合作合资公司的经营内容将包括但不仅限于电动汽车的研发、生产、制造与销售，合作范围将涵盖阿斯顿·马丁品牌、乐视超级汽车，以及乐视的合作伙伴Faraday Future的电动车型。

阿斯顿·马丁CEO安德鲁·帕尔默表示，通过与乐视的合作，可以大大加速双方首款电动超跑RapidE的量产，预计将于2018年年底之前上市。阿斯顿·马丁负责提供RapidE的整车技术，而乐视则将提供动力总成和车联网技术。



上汽投资美二手车平台Beepi

美国二手车交易平台Beepi近日宣布，该公司在2015年末进行的新一轮融资中获得7000万美元投资，此轮融资的领投者是中国最大的汽车制造商上汽集团。

Beepi面临eBay Motors和Carmax等汽车交易网站的竞争，这两家网站经营二手车业务的时间更长。此外，它的竞争对手还包括Shift和Carvana等其他刚起步的二手车初创公司。

Beepi公司CEO亚历杭德罗·雷斯尼克称，Beepi在去年5月份开始进行“规模庞大的”新一轮融资，预期为3亿美元。但在寻找投资者的过程中，融资市场开始陷入“混乱”。Beepi并未实现之前设定的3亿美元融资目标，而是从上汽和其他投资者获得了7000万美元。此轮融资过后，Beepi获得的投资总额达到1.5亿美元。

雷斯尼克表示，尽管Beepi目前仅在美国销售二手车，但它迟早会进入中国市场。

皮卡与SUV席卷风城

芝加哥车展上最闪亮的5款新车

本报记者 李修惠综合外媒

每年2月开幕的芝加哥车展因为被夹在声势浩大的底特律车展和豪车云集的日内瓦车展中间，因而被戏称为“三明治车展”，人气也一度不如其他两大车展那么高。不过，今年风城的车展却凭借着皮卡和SUV吸引了消费者的眼球。

雪佛兰创酷

今年的芝加哥车展让许多越野车友迷大饱眼福，雪佛兰新款创酷就是其中之一。新车的前脸能够看到全新迈锐宝和科鲁兹的影子，上下格栅的面积差异更大，大灯加入了LED光源，造型也变得更修长、漂亮。新款创酷的内饰也经过全新设计，增强了时尚感，7英寸的中控屏支持多种娱乐系统和WIFI热点功能。

2017款科迈罗 1LE

2016款雪佛兰科迈罗SS已经足

以让人不顾一切地掏钱埋单了，在此基础上进行了性能升级的2017款雪佛兰科迈罗1LE更是一举成为了世界一流的美式肌肉车。科迈罗1LE搭载3.6L六缸发动机，最大输出功率250kW。同时，1LE配备的全新悬架系统、更大的轮毂，以及黑色车身所带来的视觉冲击，都让1LE成为史上最佳科迈罗。

2017款道奇Ram 2500

如果你连这辆车都不感兴趣，那说明你根本不适合购买皮卡。每一个想购买皮卡的人都会忍不住在它面前驻足。该车标配前置绞盘，搭载了6.4L V8 HEMI发动机，最大输出功率306kW，最大扭矩581Nm。既有颜值又有性能，简直是最酷的皮卡了。

起亚Niro

在一大堆皮卡中，起亚的混动



2017款雪佛兰科迈罗1LE被评价为史上最佳科迈罗

紧凑型SUV Niro显得较为扎眼。Niro的外观设计依旧延续了起亚近来的都市时尚感。Niro的车名寓意为“排放量接近于零”。该车搭载了1.6L四缸发动机和电动机作为动力源，官方公布百公里油耗为4.7L。这辆外观时尚的新能源车有可能可以突破混合动力汽车的销售瓶颈。

2017款塔科马TRD Pro

丰田旗下的中型皮卡Tacoma

(塔科马)的名气虽然不及其同门兄弟Hilux的大，却在北美十分畅销。但它在配置和舒适性方面的良好表现更加符合美国人的口味。丰田在本届车展上推出2017款塔科马TRD Pro车型。

动力方面，这款车搭载的3.5L V6发动机可带来204.5kW的最大功率，虽然这样的动力表现算不上最令人满意，但该车的四驱系统、电子防滑差速器，以及前避震筒能够带来更好的越野性能。