



马克·菲尔兹：福特将成为智能移动技术的领军者

本报记者 王超

在履新福特汽车公司总裁兼首席执行官近9个月后,马克·菲尔兹来到了中国,首次与中国记者见面。在此之前,菲尔兹也曾多次到访中国,但都属于秘密行程。直到今年3月24日长安福特杭州工厂投产,全新福特锐界正式下线,菲尔兹才公开与中国记者接触。

从菲尔兹在记者会上的表现来看,他显然做了很多的功课。从畅谈“新常态”,到分析中国车市增长潜力,再到解析新能源汽车市场发展,菲尔兹已然成为中国通。甚至更有记者问起杭州等区域市场的情况时,菲尔兹都能分析得头头是道。



拉利作为“福特拯救者”拥有巨大的光环,但菲尔兹试图带领福特奔向新纪元的“创想计划”,同样让人们佩服有加。人们相信,福特依旧会是一个伟大的公司。

菲尔兹表示,在过去的8年中,他与穆拉利先生肩并肩合作,共同制定和执行福特的核心战略。“在未来,我们会继续关注市场环境的变化,并且抓住一切可以发展的契机。我们的目标是,通过推出品质卓越的产品以及智能化技术实现盈利性增长。

未来,我们的重心将会放在创新上,并把创新引入到福特业务的各个方面。”

在菲尔兹看来,今天的福特已经完全恢复了元气,并在既定目标下实现了跨越式的发展。但是,福特仍然要改变,要接受未来的挑战。“我们希望,人们不仅仅把福特当作一个汽车公司,还能把我们当作一

个科技公司。福特一直深耕于智能技术的研发,我们将会把智能技术的推行,作为未来驱动增长的一个核心内容。”

无人驾驶汽车、车联网技术、智能交通城市和移动生活已经成为福特业务的重点。菲尔兹告诉记者,近期福特在全球范围内推出了25项智能移动技术方面的试验项目,其中包括中国。他希望,福特能通过这些项目,探索和研究出未来改变人类智能出行的途径和方法。

“我们相信,互联网行业将会非常深刻地影响到汽车行业的发展,但是我们从来没有把它当作是威胁,而是当作新的挑战和巨大的机遇。”菲尔兹预测,未来所有的汽车都能有收取和存取信息的能力,汽车会成为互联网的一部分。

SYNC和MyFord Touch车载连接技术是福特车联网技术的基础。未来,福特决定与其他互联网公司共同研发新技术。菲尔兹透露,福特在美国硅谷设立了研发中心,整个研发团队在逐步扩大。“福特也会在未来继续提升消费者的价值体验,包括车内的

联动技术体验也将得到改进。我们会继续观察行业环境的变化,并积极主动地探索互联网技术的发展。”

随着杭州工厂的投产,长安福特年产能已经达到140万辆。对于即将导入市场的新产品,菲尔兹有着足够的信心,他认为,现在的产能规划是科学合理的。“在中国市场有很多强劲的对手,对于我们来说有压力也有挑战。我们连续推出的新产品受到了消费者的好评和很好的回应,近几年福特在中国的骄人成绩也让人信心倍增。几年前,我们在中国的市场占有率只有2.5%,现在已经达到4.5%,同时乘用车销量的排名也从几年前的全国第14上升到了第6。我相信,只要我们的产品和服务体验能够超过消费者的心理预期,我们就能够实现更多、更好的增长。”

福特公司创始人亨利·福特说过,“一个不懂得赚钱的公司是一个非常穷的公司。”菲尔兹说,福特先生的这句话是一直驱动他努力工作的动力。“我参加了在北京举办的中国发展高层论坛,期间听到了一些中国官员的发



言,让我深受感动。他们说,要加大中国在环保方面的努力,并且要进一步地改善民生,这与福特公司的价值观是非常一致的。我们希望在2015年中国田径公开赛”冠名赞助商,并将继续支持四站“爱跑·北京”系列全民健身活动,为2015年世界田徑锦标赛的国内首席合作伙伴,“2015年国际田徑世界杯田徑挑战赛(北京站)”冠名赞助商、“2015年中国田径公开赛”冠名赞助商,并将继续支持四站“爱跑·北京”系列全民健身活动,为2015年在中国举行的一系列国际顶级田徑赛事提供助力。

亨利·福特打造第一条流水线开始,到今天的EcoBoost和SYNC,再到无人驾驶技术和新能源技术,福特一直在坚持创新。菲尔兹说,未来福特会继续致力于研究智能移动出行,成为这一领域的主导者。

“对于福特在中国和全球的业务来说,创新都是最大的驱动力。”菲尔兹如是说。

沃尔沃的预言：自动驾驶将“飞入”寻常百姓家

本报记者 钟天骢

博鳌论坛期间,当李彦宏、比尔·盖茨、马斯克关于“无人驾驶”技术的讨论被争相报道和追捧的同时,一个叫“Drive Me”的自动驾驶实验测试项目正在北京西六环的高速公路上悄悄地进行着……

毫无疑问,从媒体曝光的角度,行业三巨头的对话完胜自动驾驶实验测试。但后者却是全球首次真正把自动驾驶技术从实验室、赛车场搬到了复杂多变的实际公路,迎接来自科研机构、媒体和消费者们的苛刻目光。北京是继瑞典哥德堡之后,沃尔沃“Drive Me”项目的全球第二站。

当天,沃尔沃展示了湿滑路面提醒、全自动驾驶、快速倒车、行人防撞以及自动驾驶实验测试等创新科技。在湿滑路面提醒测试中,前车如果轮胎打滑,摩擦系数的改变会反馈给车内智能系统,仪表盘随即会显示路面湿滑标志。与此同时,即将经过这一路段的后备箱仪表盘同样会出现该标志,提醒驾驶员谨慎慢行。沃尔沃技术人员告诉记者,此前汽车安全分为主动安全和被动安全,现在应该再增加一个“互联安全”。

“除了湿滑路面信息之外,未来,拥堵、颠簸等路况信息,都可以通过这种方式在汽车之间传递和分享。”

在行人防撞系统中,如果驾驶员没有注意到前方30米以内的行人或障碍物,沃尔沃的车辆会首先用灯光和声音信号发出警告,基本上是一个脱胎换骨的改变。”

沃尔沃的发布既是郑州日产进军大众化乘用车市场的又一起点,也是在东风和日产两大股东之间,寻求更多话语权的又一次尝试。在SUV细分市场,郑州日产也希望结合市场机遇,实现其自主品牌快速发展。

为了配合乘用车的销售,郑州日产的经销模式也在发生变化。“对于实体店,我们要加强二三级网点的下沉。与此同时,我们会充分利用互联网进行销售,同时增加现有店面的用户体验功能。”郭振甫说。

东风MX6的上市意味着郑州日产向综合性汽车制造商的转型。在未来3年内,郑州日产要想实现销量翻倍的目标,必须做更多的准备。如此,才能打好这场“突围战”。

如果驾驶员仍然没有刹车动作,汽车便开始自动制动,时速20km/h以内完全刹停,时速超过20km/h,可以最大限度减轻碰撞的危害。

重头戏是自动驾驶实验测试。“大家看好了,我要撒手了……”高速公路,沃尔沃高级技术主管Erik按动了V60方向盘上的一个按键后,双手慢慢离开方向盘。“大家看看我的脚。”此时此刻,Erik的双脚也已经离开了油门和刹车踏板。而V60从容地完成了直行、转弯、加速、刹车等一系列动作。当后方的一辆宝马欲进行超车时,V60“聪明地”降低了车速……

Erik告诉记者,目前沃尔沃“Drive Me”测试的V60达到了自动驾驶的第二阶段,即高度自动驾驶。驾驶员只需偶尔操控汽车,双手双脚得到解放。通过汽车前后左右精密的雷达、探测仪及传感器,车辆可以监测来自各个方向的路况信息,路况、路线,车内智能系统会分析并作出最安全的行车选择。

“自动驾驶最大的优点就是有效避免碰撞,这也是基于沃尔沃一贯的安全理念。”沃尔沃集团高管柯林介绍说,由于汇集了全球万起交通事故的大数据分析,相比于大部分驾驶员而言,自动驾驶技术就相当于一个经验丰富的老司机,面对道路上的各种状况况都能基于减少伤害的角度去做出反映。同时,自动驾驶技术还可以减少交通拥堵,避免疲劳驾驶。

柯林说,沃尔沃现阶段开发的自动驾驶的同时,沃尔沃完整保留了传统汽车的功能。目的并非要取代驾驶员,“只是在驾驶员不想开车时多一种选择”。在这一点上,与“无人驾驶”有本质区别。

相对于谷歌、苹果等互联网公司,以及奔驰、奥迪、凯迪拉克等传统汽车企业在自动驾驶技术上的探索,沃尔沃不仅率先把测试放到了实际公路上,并且首次给出了量产车的时间表。“2017年,沃尔沃首批100辆自动驾驶量产车将交付到瑞典的普通消费者手中,XC90将率先搭载这一系统。”沃尔沃中国区首席执行官拉尔森·邓说。

据了解,在中国测试之后,沃尔沃“Drive Me”的下一站会去美国。自动驾驶实验测试开展的如火如荼,但这并不意味着推广之路一帆风顺。Erik告诉,自动驾驶是一项社会生态系统,需要与政府、交通部门、研究机构、消费者的共同配合才能实现。

要实现大规模推广,目前沃尔沃还面临着几道坎,其中最要的是交通法规的空白。自动驾驶汽车的司机需不需要驾驶证?残疾人可不可以“驾驶”无人驾驶汽车?交通事故中,制造商、驾驶员谁来承担赔偿责任?斯坦福大学法学院专门研究无人驾驶汽车的讲师布莱恩·沃克·史密斯认为,目前自动驾驶与大多数国家的法律法规难以适应。

发展中的问题必须要在发展当中解决,好在沃尔沃勇敢地迈出了第一步。毕竟纸上得来终觉浅,须知此事要躬行。

告别传统汽车制造 海马要领游车联网蓝海

张露

“把世界装进你的手机”,这是海马汽车在3月25日moonfun移动互联人车生态系统发布会上的口号。moonfun系统的发布,代表着海马汽车也正式加入了车联网俱乐部。海马汽车表示,moonfun将以移动互联生态下汽车消费需求为依据,将移动互联技术、汽车消费需求与人车生活三者紧密融合。

moonfun将率先搭载在海马M6车型上。该车型将于4月20日在上海国际车展正式上市。将来,moonfun将实现在海马汽车更多车型上应用。

据统计,2015年中国车联网市场规模有望突破1500亿元,2020年90%的汽车将具备车联网接入功能。也就是说,车联网连接将成为未来汽车的标配。汽车将作为继手机之后的又一个互联网入口。海马汽车选择在这个时间点推出车联网系统,显然是有备而来。

如果说互联网巨头的纷沓沓来,是为了抢夺汽车作为互联网全新入口的先机,那么,对于海马汽车而言,车联网更是发展的必然趋势。

汽车业发展到今天,智能化已经成为最明确的需求。消费者越来越希望自己的

平台的能力,填补了主机厂和经销商之间的观念鸿沟、数字鸿沟,同时带领经销商一起通过“电商化”,达到一个新的阶段,包括模式的升级、服务的升级、消费体验的升级。如要求旗下经销商逐渐具备电商能力,即使是三四线城市也都要采用O2O的解决方案。

在新闻发布会上,海马汽车销售有限公司总经理刘海权表示,不断思考怎样构建以用户服务为核心的人、车、生活新型关系,如何为用户提供更有趣和新颖的车生活体验,是海马汽车在移动互联网时代的新思考。

随着海马汽车步入2.0时代,旗下产品线逐渐形成M(轿车)、S(SUV)和V(MPV)三大系列,产能和销量不断扩大。随着产品结构的调整与扩充,海马品牌正在实现由“造中级车”向“造家轿”定位的切换。在“家轿进化论”的造车理念指引之下,海马汽车的新款车型在造车理念上大大增强了产品竞争力,展现出高于同级别自主品牌的产品品质以及合资品牌相抗衡的实力。

在海马实施从“中级车专家”向“家轿专家”的企业定位转变之后,在海马网上的布局展示了其更凌厉的进攻态势。海马已经具备了向经销商输出创新营销和管理

奇骏“变身”风度MX6 郑州日产向乘用车领域急进

张露

“近期各个品牌推出的SUV车型,都逐步回归了硬朗的风格。基于这样的认识,我们最终选择了经典奇骏作为开发平台,但在这个平台上又做了一些包括两驱在内的改造工作,并增加了更多满足市场需求配置。”近日,在北京风度MX6上市会上,东风汽车股份有限公司副总经理兼郑州日产汽车有限公司总经理郭振甫如此表示。

本次东风风度MX6共推出六款车型,包含两驱、四驱、MT、CVT多重组合,官方指导价12.28万~16.98万元。作为目前郑州日产品牌唯一的都市SUV车型,MX6以超越同级的扎实和稳重诠释了这款SUV的品质。在活动现场,通过不同领域“敢闯”人物的分享,风度MX6喊出了“敢闯”、“敢担当”的口号。

MX6标志着郑州日产从LCV(轻型商用车)到P(V乘用车)的转变,郭振甫表示:“我们在常州成立了一个新的风度研发院,会支撑东风风度未来的发展,希望每年带来一到三款新车。此前我们做的主体部分是LCV车型,但现在要进行车型序列、产品序列等方面的扩充。”

郑州日产市场公关部部长霍雷透露:“未来3年内,郑州日产将会发布八款车型,包括NISSAN品牌的皮卡、SUV以及东风风度品牌的SUV和MPV,2018年的目标销量为30万台。”

之前,郑州日产是一个定位于东风与日产双股东LCV(轻型商用车)的企业,从皮卡(如锐骐)和SUV(如帕拉丁、奥丁)做起,后来增加了有代表性的CDV产品,如

荣威550 PLUG-IN:百公里油耗两升的秘诀

本报记者 马连华

3月28日,30位荣威550PLUG-IN车主驾驶该车齐聚上汽乘用车公司,随着发令枪响,车队从上汽乘用车亭亭基地出发,驶向终点耀华路。这段道路全长83公里,包括高速公路和城市道路。车主们在比赛中挑战荣威550PLUG-IN的极限节油水平。最后,车主张先生以0.92升的油耗行驶完全程,创下此次比赛的纪录。

荣威550PLUG-IN的节油秘诀在哪里?上汽工程师介绍,该车是一款插电混合动力车型,采用全时混动技术,可以根据行驶状态自动判断动力源的输出。在满油满电的状态下,60公里以内可以只用电力驱动行驶,油电混合续航里程达到500公里,百公里综合油耗2.3升,在任何工况下都有良好的节油表现。

驾驶员如果熟悉荣威550PLUG-IN的性能特点,还可以进一步降低油耗。一位车主表示,自己曾实现了行驶73公里不耗油、只用电的成绩,也有车主表示,曾数次将百公里油耗控制在两升。超低的油耗让荣威550PLUG-IN非常适合在城市使用。

在人们的常识里,电池不能接触水,否则会发生漏电等危险。在比赛的一个环节,上汽工程师还向车主们展示了荣威550PLUG-IN的防水防水功能。展车区内,一辆荣威550PLUG-IN正在充电,“雨水”从天而降,充电进程不受丝毫影响。工程师介绍,荣威550PLUG-IN的电池获得了美国UL2580大电池安全认证,达到最严格的IP67防水防尘标准,整车及关键零部件也通过涉水及雨淋等各项实验检测。

以动力电池为例,荣威550PLUG-IN的高压电源安全按照多重保护的原则设计,从零件、模块、系统到整车,都能自动防护来自外部或自身的干扰或损坏。如高压安全防护体系,包括高压电保护、车辆碰撞断电保护、高压部件防水保护、高压漏电绝缘保护等;侧柱防撞保护系统在车辆遭遇撞击时,能将冲击碰撞力缓冲和吸收,最大限度地保护电池,从而保障车内乘客安全。

与插电燃油车相比,由于新能源车装载了重量更重的电池包,操控性能会受到影响。因此,无论是电动车还是插电混合动力车,设计人员都在车身重量分配和操控方面大费脑筋。荣威550PLUG-IN也通过多项优化设计确保优异的操控性能。在绕桩环节,该车的操控和平顺性同样被车主称道。

上汽表示,面对严峻的雾霾和拥堵问题,国内汽车消费者日趋理性,越来越多的市民开始考虑购买新能源汽车。由于电动汽车对基础设施的依赖性相对较高,插电式混合动力汽车很好地平衡了“节能”与“便利”的出行需求,很多人倾向于购买插电式混合动力汽车。

在上海地区,荣威550PLUG-IN售价25万元左右,可以享受国家、上海市的补贴6.15万元,在闵行、嘉定、浦东等试点区县还可再获得1.5万~2万元的补贴,加上免费专属牌、免购置税、购买荣威550PLUG-IN和购买一辆传统燃油车价格相差无几。此外,上汽还提供免费充电桩安装、申请补贴等一条龙无忧服务,“宅捷修”上门取送车服务,以及资深顾问定制化服务等新能源车用户的专属售后服务,因此获得消费者的肯定。



诸葛正品基地上线 汽车后市场垄断破冰

本报记者 马连华

近日,在诸葛修车网正品基地上线发布会上,诸葛修车网运营总监张振钢表示,2015年,中国汽车配件市场规模将突破7000亿元,其中超过60万家车修厂占据市场60%以上份额,其他份额被2.3万家4S店把控,中国汽车后市场的垄断生态由此而来。“原厂件”、“副厂件”、“品牌件”等概念牌流行,少数4S店借此抬高配件价格,获取大量利润,60万车修厂依靠无序竞争提升自身竞争力,利润微薄。车主在抱怨4S店贵的同时,也抱怨社会修理店的不规范。

2014年9月,交通部联合10部委印发了《关于促进汽车维修业转型升级,提升服务质量的指导意见》,明确提出,破除维修配件渠道垄断。保障所有维修企业、车主享有使用同质配件维修汽车的权利,促进汽车维修市场公平竞争。充分利用物联网技术,建立汽车维修追溯体系,保证维修配件供应渠道公开透明。中国汽车后市场多年的垄断生态开始破冰。

诸葛修车网便是打破汽车后市场垄断

的先驱。2014年2月18日,诸葛修车网正式上线,将互联网思维融入中国汽车后市场的运营,实现了扁平化渠道资源共享模式。借助这一平台,生产厂降低了风险成本,可以针对市场需求提高生产效率;经销商降低了流通成本,得以利用互联网大数据合理调配库存,轻松整合大量制造厂、修理厂资源,修车厂则免去了配件积压及冗余支出的困扰。

张振钢说,通过汽配行业与互联网思维的契合,诸葛修车网正式上线一年,在线交易额突破22亿元人民币,日均交易额突破2500万元,月均增长率突破223%,整合20万家车修理厂,并以每天近千家公司数量持续增长、覆盖全国80余城市、建立100余家地面服务站,建立600余条配送专线,日配送4万余次。

在此基础上,3月21日,诸葛修车网正品基地上线。张振钢介绍了正品基地平台的四大优势:首先,它让生产厂家和供应商的联系变得更紧密、更高效、更快。生产厂家通过一键操作即可实现全国范围的高效沟通;一键还原终端反馈、调配全国库存,普及促销政策;下发统一规则、传播品牌优势、追溯产品流向、界定退换货,树立口碑评

价等。

其次,诸葛首创了货品全程追溯系统——Traceability system。通过独创的二维码标签系统实现了对汽配产品自始至终的追踪。通过软件和标签的结合帮助厂家清楚地看到产品卖给了哪个修理厂,装到了哪台车上,使用了多久出现故障,具体是什么故障等。

再次,该平台还可以提供数据库。产品的追溯汇入诸葛的数据库,基于对产品的跟踪分析,可以帮助厂家制定科学的市场规划,例如厂家可以清晰地了解全国的销售情况,哪里出现了滞销,哪里库存告急,足不出户地解决产品的流通问题。

最后是诸葛指数。该平台将为消费者长期提供汽车消费白皮书,通过真实的数据分析报告告知消费者往年的市场动向,例如哪款车的哪个部件坏得最多,哪个车型的哪个部位最易出问题,甚至是某个车型的某个部件报废率是多少。

车业前沿

一汽丰田·中国田徑“黄金2015”战略合作启动

本报讯(汪宁)近日,一汽丰田·中国田徑“黄金2015”战略合作启动发布会在国家体育场举行。继冠名“2014年国际田徑世界杯挑战赛(北京站)”后,一汽丰田将作为2015年世界田徑锦标赛的国内首席合作伙伴,“2015年国际田徑世界杯田徑挑战赛(北京站)”冠名赞助商、“2015年中国田径公开赛”冠名赞助商,并将继续支持四站“爱跑·北京”系列全民健身活动,为2015年在中国举行的一系列国际顶级田徑赛事提供助力。

一汽丰田总经理姜岩表示:“世界田徑锦标赛所展现的活力、激情与挑战自我的体育精神,与一汽丰田所倡导的‘积极、活力、自信’的品牌精神高度契合。此次与北京世界田徑锦标赛、中国田协、北京市体育竞赛管理中心携手,希望在能为大家带来精彩比赛的同时,让更多人有机会了解、感受到一汽丰田品牌和产品的独特魅力。”

《引擎的新革命》央视首映 展现汽车发展新可能

本报讯(张露)日前,柴油技术发展纪录片《引擎的新革命》举行了点映仪式,这部历时一年完成的纪录片与曾经的央视纪录系列片《汽车百年》出自同一制作团队之手,将于3月31日至4月2日晚8点34分登陆CCTV10中央电视台科教频道。

《引擎的新革命》共分上、中、下三集,纪录片以柴油发动机技术发展为主题,详细追溯了柴油发动机的进化与演变,以及人类对柴油发动机坚持不懈的技术革新。纪录片总导演兼制片人陈怡表示:纪录片的进步是推动人类文明进步的重要力量,团队制作纪录片的目的是希望在技术发展进程中找寻力量,解决当代工业文明中遇到的问题。

巴黎国际汽配展和国际卡车展召开推介会

本报讯(记者马连华)3月27日,巴黎国际汽配展和巴黎国际卡车展等主题推介会在北京召开。该会议由法国国际专业展促进会及巴黎大区企业发展局组织,涵盖建筑、环境、能源和工业展会板块、农业和食品展会板块、交通和物流展会等板块,向国内人士介绍了巴黎大区经济优势及其国际专业展览会,以及为中国企业带来的机遇。巴黎大区计划发展为全欧洲领先的环保地区,其推出的巴黎计划也是欧洲最大的城市开发计划,总投资额达320亿欧元,为中国企业提供了海外投资发展的机遇。

全球汽车论坛6月登陆重庆 纵论“重构造业体系”

本报讯(记者马连华)近日获悉,2015(第六届)全球汽车论坛(www.ga-forum.org)将于6月9-10日移师重庆迎来国际会议中心举办,届时,2015(第十七届)中国重庆国际汽车工业展将同期启动,这将在是举办的规模最大、档次最高、最为重要的国际会议之一。经过3年在成都、两年的精心打造后,本论坛首次登陆重庆,并第一次从秋季转到夏季召开。本届论坛的主题定为“大变革:重构造业体系”。全球汽车论坛自启至今,已举办5届,早在“2011中国最具影响力会议(100)排名”中,就已经跻身第10位,在汽车行业的会议中排名第一。

北京第二家林肯中心开业

本报讯(记者钟天骢)日前,北京第二家林肯中心——北京奥吉通林肯中心正式开业。北京地区既是林肯品牌规模最大、发展最为迅猛的市场之一,也是林肯中国经销商网络布局的战略重地。林肯中国总裁寇立博表示:“两家林肯中心都拥有绝佳的位置优势,将是北京地区的林肯车主带来更为便捷的购车、拥车体验。”据了解,截至目前,已有11家林肯中心在中国陆续开业。到2016年,林肯的独立经销商网络将在全国50个城市布局60家经销商店。林肯经销商将首先推出中小型豪华SUV林肯MKC以及中型豪华轿车林肯MKZ。两款车型都提供尊享、尊贵和尊耀三款配置。截至2016年,林肯将向中国市场投放五款全新车型。继MKZ和MKC之后,林肯还将推出一款中型SUV——MKX,一款全新的全尺寸豪华四门轿车,以及一款大型豪华SUV——林肯领航员。

米其林驰加推出O2O解决方案

本报讯(记者钟天骢)近日,米其林旗下汽车售后服务品牌驰加在天猫商城上线的“米其林驰加天猫官方旗舰店”正式上线,这是继去年12月驰加零售网站上线以来,米其林在创新服务方面的又一重要事件。这标志着米其林汽车售后服务市场正式推出驰加O2O解决方案。据介绍,借助该创新方案,米其林将线上驰加零售网络平台及线下驰加门店网络结合,通过构建多样化的渠道将线上购买与线下服务无缝连接,从而为消费者打造一体化的消费体验,在提供优质产品的同时,亦能让消费者享受到驰加专业化、高品质的服务。2014年6月至11月期间,驰加零售网站在全国12个城市的门店进行试运营,消费者满意度达98%。目前,该解决方案已覆盖超过全国110个城市的584家驰加门店。