

站在共享经济风口上 EZZY 如何与过去的自己道别

程鸿鹤

王思聪与陈欧的共享充电宝之争让共享经济这一话题再度引发热议。从共享汽车、共享房屋到共享单车、共享雨伞，共享经济在中国大行其道已是不争的事实。政府预计，到2020年，中国的共享经济将在国内生产总值中占到10%的份额。

电、街电3个共享充电宝品牌就获得了5笔融资，融资金额高达3亿元。相关数据显示，中国共享企业去年的融资额接近250亿美元。

于产品的不断革命，提升自己的服务能力，才是众多企业应该专注的。近日举行的EZZY新闻发布会也被付强认为是一场EZZY与过去的自己的道别会。

自去年3月正式上线以来，EZZY即成为自动驾驶服务领域内特色鲜明的公司之一。无论是首批投放的车型宝马i3、首创的会员制，还是率先推出随时随地取还的摩拜式用车，EZZY一直在不断创新。

在付强看来，EZZY并不是一家互联网公司或科技公司，尽管EZZY自主研发了完整的车辆智能控制系统和车载智能硬件。EZZY也不是车辆租赁公司，绝大多数分时租赁只是把车辆交给给用户。

EZZY透露，在大部分业内企业还在采用固定网点取还车模式时，EZZY已率先实现随时随地取还、全城免费停车的摩拜式用车。同时，通过EZZY自主研发完整的车辆智能控制系统和车载智能硬件，不仅可以让用户轻松完成找车、约车、无钥匙开门、启动引擎，还可以远程控制用户忘记关掉的车灯、车窗、空调等。

如果只是将我们的服务Copy过去，你并不能做出另一家EZZY出来。付强自信地表示，EZZY并不惧怕被抄袭，而且更多EZZY式服务正在被复制变成行业的标准。

据悉，EZZY以纯电动车实现了运营单车6单/日，远高于业内平均单车运营数据。对于这份成绩，付强表示并不满意。EZZY没有竞争对手，也不跟其他同行比较，我们所做的一切都是为了取悦用户，我们最宝贵的也是收获了一批对

EZZY忠诚度极高的用户。所以，我过去学的EZZY打60分，刚刚及格，现在小学毕业，准备升初中。

付强透露，目前，EZZY的基础建设已基本完毕，从今年4月开始，EZZY每月都有车辆增加，预计今年在北京投放车辆将达到1500~2000台，全国达到5000台的规模。未来，EZZY还会在出行领域进行深入的拓展，并引入车媒体，与各类生活方式产业深度结合。用消费思路，打造时尚的出行方式。

拥有是一件很累的事情。不必拥有，却每天使用全新的豪华车型，不需要被车牌、限号、停车位、保险等种种事烦扰，这种生活方式相比于自购车，不仅便捷也更经济。EZZY作为一种时尚的生活方式，正在被越来越多的年轻人所推崇。我们希望EZZY可以改变更多人的生活，而每一个在城市的年轻人，也像EZZY的理念一样 DARE TO GO。付强如是说。

广汽传祺要做自主品牌高端化的 突围者



程鸿鹤

在不久前举办的上海国际车展上，中国汽车品牌占据主场优势，集体发力高端产品，全面展开向上攻势。其中，广汽传祺以“不忘初心 追求卓越”为主题，六款重磅车型吸引了众多媒体的目光。

其中，都市大5座SUV GS7国内首发亮相，公布预售价格为15.58万~22.98万元；传祺GA8 2017款以“敢享超越”的姿态发布，售价为14.98万~25.98万元，并于5月20日全国上市。

同时，广汽传祺新能源纯电平台车型GE3、插电式混合动力跨界概念车En-Spirit与GS4 PHEV国内首发亮相；GA3S PHEV公布价格，扣除补贴后售价2.88万元起，这也让上海车展成为传祺品牌新能源产品最密集、最强势的一次整体亮相。此外，GS8/GS4/GA6/GA3S等明星车型登场助阵，展现传祺品牌高端智造实力与持续向上的信心。

作为广汽传祺高端战略的开局之作，传祺GA8上市后在全国两会、夏季达沃斯会议、泰达论坛、亚欧博览会与G20峰会等国内、国际顶级峰会中崭露头角，被誉为“中国高端制造实力名片”。

据介绍，GA8 2017款具有超感大气造型、超享舒适座舱、超智尚品科技、超能舒适驾控四大产品核心价值，实现了30项优化升级。优化升级的内容包括增配全新280T动力、7英寸液晶仪表，全系标配PM2.5空气净化系统等。

而此次在上海车展上亮相的传祺GS7可以说是 载誉归来。在今年1月北美车展上，广汽传祺成为百年史上唯一一个进入主展馆的中国品牌，而都市大5座SUV 传祺GS7也于北美车展上全球首发，并获得福布斯授予的“杰出全球首发车型”以及纽约时报“新一代重磅SUV奖”。

据介绍，传祺GS7造型设计与GS8一脉相承，前脸采用炮筒式雾灯、黑色前保险杠，配以粗壮D柱及三角窗亮条，整

体姿态更显运动、矫健；宽敞大5座布局以及规整的超大后备箱，带来舒适宽大的驾乘与储物空间；搭载性能强劲的320T280T引擎，配合爱信6速手自一体变速器，动力输出平顺充沛，地形四驱系统拥有6种模式。

GS8去年10月上市时，我们已经明确提出，希望该车能和汉兰达、锐界形成三足鼎立的格局。在接受媒体采访时，广汽集团乘用车有限公司副总经理肖勇表示，该车上市至今大概已过去五六个月时间，我可以很自豪地讲，我们已经实现了自己的梦想。GS8的3月销量突破了一万台，超越了汉兰达和锐界。我们不仅实现了三足鼎立，而且超越了这两个竞争对手。

对于与传祺GS8同一系列，同为C级平台上进行开发的GS7，广汽传祺同样寄予厚望。从预售价格区间就可以看到，GS7是主流合资品牌的SUV车型进行竞争的，我们希望去和途观、CR-V、奇骏这样的主流合资品牌热销车型进行竞争，希望在这样的一个细分市场上占据一席之地。对于GS7，我们非常有信心把它打造成月销超过5000辆的明星产品。肖勇如是说。

业内人士看来，主打18万~25万元价格区间的GS8在众多合资品牌产品中的成功立足，可以说是自主品牌高端化的突围者。

数据显示，今年第一季度，广汽传祺在整体车市遇冷的环境下，全系销量121665辆，同比增长68.4%。其中，明星车型GS4三月份销量30113辆，位居SUV市场前二；GS8三月份销量突破万辆，创造同等价位中国品牌最好销售成绩。

据悉，GS7或将在第三季度上市销售。广汽传祺表示，未来，GS7将与GS8构成广汽传祺产品矩阵中的高端SUV组合，满足消费者对于中高端SUV市场的多元化需求，进一步攻占合资品牌高端市场份额。

我是车手挑战营 开启

奇瑞要构建围绕年轻人的沟通体系

中国青年报 中青在线记者 钟天琪

日前，奔跑吧 奇瑞7 我是车手挑战营 在北京五棵松体育馆正式打响。这次我是车手挑战营 活动，是奇瑞2017年在体验营销上的又一创新与尝试。活动亮点上，结合了奇瑞7今年两大品牌动作——奔跑吧 和 COC（中国汽车场地越野锦标赛）。一方面都是年轻人喜爱的活动形式，另一方面也体现了年轻人努力拼搏、积极向上的价值观。

活动现场，模拟COC驾驶的专业赛车道、COC专业培训、以及云霄飞车、错落有致、再起波澜 等刺激的竞赛环节让现场观众发出连连惊叹声。据介绍，活动获胜的前10名挑战者不仅将获得免费专业越野赛车驾驶培训和上汽联颁发专业赛车驾照，还将有机会前往2017年COC全国场地越野拉力赛，与职业车手同场竞技。

随着汽车市场逐步升级用车需求，以及新一代年轻消费群体的崛起，运动型SUV逐步升温，对于性能和品质提出了更高的要求。刚刚在4月17日推出的奇瑞7 SPORT，作为浙江卫视新一季《奔跑吧》唯一指定座驾，正是为满足市场和用户的需求，拥有全新运动时尚造型、世界级动力总成和外观设计上，新车造型更加突出运动元素，迎合年轻消费者运动时尚的审美。

动力方面，奇瑞7 SPORT搭载奇瑞自主研发并完全掌握知识产权的1.5T涡轮增压发动机，采用集成排气歧管技术和进气歧管集成水冷式中冷器的先进技术，最大功率108千瓦，峰值扭矩210牛·米。同时，LDW车道偏离预警、RCTA后方交叉碰撞预警等系统的配置也将奇瑞7 SPORT的安全性提升到了一个新的水平。

在今年4月C-ECAP汽车生态评价中，奇瑞7以81.31分的SUV最高分荣获金牌评价，成为通过绿色认证的SUV第一名；3个月内千车故障率为20，超过了部分合资品牌的30，也再一次验证了奇瑞7的可靠性品质。

据了解，奇瑞进入战略转型2.0阶段以来，围绕全新品牌内核 Fun To Drive建立的核心任务，就是为年轻一代消费者打造差异化的客户体验，基于此构建了围绕年轻人的全新沟通体系，包括娱乐化沟通平台、产品体验平台、粉丝互动口碑扩散平台、数字化营销平台四大平台。

其中通过娱乐化沟通平台，《奔跑吧》荧屏上出现了奇瑞7靓丽的身影；另一个就是近日开启的产品体验平台——奔跑吧 奇瑞7 我是车手挑战营。伴随着挑战营活动在全国十城的深入，奇瑞7 SPORT将带领更多消费者深度体验产品魅力。

凌轩要成为长安汽车冲刺的 销量担当

中国青年报 中青在线记者 钟天琪

颠覆 这个常常被互联网企业挂在嘴边的词，最近从一位传统汽车企业老总的口中说了出来。

5月18日凌轩上市前的媒体沟通会上，长安汽车副总裁龚兵表示：这是长安汽车V字头下的第一款MPV。三年打造、日本设计，它将颠覆国内当前的MPV市场。

面对宝骏730在中型MPV市场的火爆销量，龚兵信心满满地说：凌轩有能力打破现有市场格局，谁都不希望一家独大，这对消费者没有好处。

长安汽车 颠覆 的底气从何而来？长安汽车工程研究院副院长冯刚在接受媒体采访时表示：我们在做这个产品之前，也做了广泛的对标，包括对合资企业、国内各种自主品牌企业产品的详细对标。

具体来看，新车的外观挺大气，三

幅镀铬进气格栅与精悍犀利的前鹰眼大灯组成标志性的机翼型前脸，车身修长且俯冲式线条贯穿贯穿首尾。全景天窗，面积高达1.13平方米，并可阻挡97%的紫外线。

尽管是一辆MPV车型，但长安凌轩在智能驾驶上毫不松懈。自动身份识别系统无需翻找钥匙，便可轻松开启车门进入车内并一键启动；全新in Call智能车载互联系统，兼具高德地图在线导航、百度Carlife、手机双屏互动以及全时便捷服务。

新车的安全体现在，硬件上通过2015版C-NCAP五星碰撞标准打造的高强度吸能防撞车身，能在高速碰撞中充分保障乘员完整生存空间；软件上运用德国博世第九代ESP系统，制动更平顺，响应更迅速，同时集成了电子制动力分配、刹车辅助、坡道起步辅助三大科技。

在正式上市之前，长安凌轩还基于长安国际化品质保障体系进行了13轮可靠

性试验，试验累积里程超过175万公里，其中包括超过100公里的极限环境严酷试验：在海拔5500米的昆仑山、零下52℃的中国北极漠河，以及50℃高温的吐鲁番，分别开展了缺氧、极寒及极热状态测试。

在价格上，长安凌轩为6.79万~8.09万元，直面宝骏730的6.08万~10.28万元的售价区间。此次共推出3款1.6L+5MT手动版车型，1.5T车型有望在下半年推出。

2017年前四个月，长安汽车销量出现下滑，经历了2012~2015年的飞速增长期后，基数的递增让长安陷入了发展瓶颈期。

在被问及销量和库存问题时，龚兵表示：批量上需要调整，但零售量一直很迅速，但他随后也承认，2017年的产品营销战略是“先低后高”，长安会在后半集中发力。而此次上市的长安V字头首款MPV凌轩，将是长安冲刺销量的首要担当。

美纳万象 阿斯顿 马丁全新品牌主张发布

张真齐

近日，阿斯顿 马丁在北京成功举办全新品牌主张发布暨DB系列私享品鉴活动。在品鉴会上，阿斯顿 马丁经典车型DB4和另一款全新车型亮相，向人们展现了阿斯顿 马丁的设计理念、卓越的动态性能与英伦风度。

同时，阿斯顿 马丁在本次活动中宣布其全新品牌主张 惟美，以更高维度诠释了品牌跨越百年的辉煌历史和标志性意义的作品，并通过阿斯顿 马丁中国客户至上 服务的全面升级理念，进一步彰显对 惟美 的不懈追求与创造。

作为一家拥有104年历史的英国超豪华跑车品牌，阿斯顿 马丁始终秉持客户至上的服务理念，致力于为客户打造阿斯顿 马丁全球顶级的品牌体验及服务。阿斯顿 马丁中国区总裁彭明山说道。

也正是为了践行客户为尊的理念，阿斯顿 马丁中国正式宣布2017年客户至上 服务的全面升级，将进一步优化经销商网络，全方位提升售后服务团队的服务质量，以实际行动来提升客户满意度。自今年3月份起，阿斯顿 马丁北京地区唯一授权经销商北京南推出了车主暖心回家 关怀活动，为每一位到店的北京地区客户奉上 暖心回家大礼包。此外，阿斯顿 马丁还将于今年6月底正式开通阿斯顿 马丁中国尊贵服务热线，在第一时间近距离聆听客户的需求。

同时，阿斯顿 马丁还将联合全国授权经销商，全面启动 夏季关爱服务，以更为专业便捷的服务，回馈忠实客户对阿斯顿 马丁的信任与厚爱。

阿斯顿 马丁之所以能在百年的起伏中传承至今，是因为它非常重视细节和延续性。彭明山在活动中介绍。一直以来，阿斯顿 马丁坚持为每位

客户带来个性化定制的服务，从细节上满足消费者的需求。作为阿斯顿 马丁的专属定制部门，独一无二的Q定制个性化服务以其精湛技术和专业水准，致力于为消费者打造真正能够彰显个性的座驾。

而无论是客户至上的关怀服务，还是个性化私享定制体验，都是阿斯顿 马丁品牌 惟美 理念的彰显，着力于以英式贵族的工艺和贴心的客户服务，为客户打造精致的生活方式体验。

在未来，阿斯顿 马丁将会持续发力中国市场，在做好网络优化和经销商团队管理的同时，着力推出符合中国消费者喜好的车型。2019年将推出越野者，2020年将推出四门四座的车型。彭明山说。

相信随着 惟美 主张的推出和一系列精品活动的落地，这个历史悠久的英国品牌将在中国市场迸发出新的活力，给消费者带来不一样的美学体验。

签约高晓松 发布 活地图 董振宁：高德地图已经处在行业最前沿

张真齐

当大家忙碌了一天，在上班的路上，打开高德地图的导航功能，林志玲的声音会让人放松；TFboys的声音会让人充满活力；郭德纲的声音则让人开怀大笑。那么如果再加入高晓松的声音，会给人怎样的体验呢？

近日，高德地图在北京举办《晓说活地图》发布会，高德地图现场签约高晓松为高德地图首席采集娱乐官。作为娱乐与科技领域跨界最深的人，高晓松将帮助高德地图在导航专业、数据准确之外，更添轻松、个性的娱乐化基因。同时，高晓松也在发布会结尾的彩蛋视频中透露，他的专属导航语音包即将在不久后上线。

更重要的是，在《晓说活地图》发布会上，高德地图副总裁董振宁首次发布了全新升级的地图产品 活地图 的技术全景。从底层技术变革的角度，诠释了下一代地图的发展方向。

地图数据是地图服务最底层的根基，因此地图的竞争核心之一一直是数据采集能力的竞争。区别于在 过去完全依靠专业采集生产按计划作业，现在需要将大数据智能采集与专业采集结合，甚至让大数据也成为基础数据采集的主导者。董振宁介绍。

动态更新，地图数据每一刻都不一样。

以发现道路变化为例。用户、车辆走过的地方，都会形成位置轨迹点，这些轨迹点形成了路线。通过大数据挖掘技术，高德地图就可以很快发现哪里新开通了道路，哪里道路过期了，甚至是哪个路口的交通规则发生了变化。

目前，高德地图已经从更懂地图数据的公司，变成更懂地图大数据的公司，让静态数据动态化。由此带来的数据优势，也成功转变成产品优势。根据艾瑞mUserTracker数据显示，高德地图最新周均DAU达到3989.18万，排名行业第一。

光有道路、POI的及时更新还不够，路上跑的车是流动的，车流和交通事件都会导致实时路况不断变化。路况是出行感受的最直接影响因素，也是城市及高速交通亟需解决的问题。因此，交通大数据能力也是现阶段地图的核心竞争力。

流动的交通使路况变化万千，要做到精准的实时交通服务，就要做到分钟捕捉交通动态，这更离不开大数据的支撑。据了解，高德地图目前日均接收的浮动车定位超过200亿频次，月度覆盖的驾驶里程超过200亿公里，月度交通事件报道量也超过260万个。

高德地图2017产品新升级发布会



权威数据，两者相辅构成了双生态的交通大数据。由此，高德地图同时实现多维数据的交叉验证，使得计算准确率大大提升。

高德地图在交通大数据领域的独有能力，不仅可以捕捉、还原当前路网的真实交通状态，甚至可以对未来的交通情况进行准确预测。高德地图目前研发的深度计算模型，可以对城市交通、道路交通情况进行准确预测。可以说，对于未来交通的预测，是交通大数据领域的又一个核心价值。

高德地图目前已经将自己的 生活 能力向社会公众和政府共享。高德地图通过交通大数据网站及交通报告的形式实现 我为人人，以提升公众出行效率，改变行业信息的获取方式。

未来用户需要一张活地图，地图行业未来的竞争也将聚焦于此。通过打破传统的地图生产方式和服务模式，打造以大数据为核心的地图底层新技术，高德地图已经处在行业最前沿。董振宁表示。