



特斯拉 吹过的牛实现了吗?

答案其实从特斯拉过去一个月的股价就可以揭晓。过去的一个月,特斯拉没有能像中国股市那样风风火火,却遭遇滑铁卢,股票下跌了28.7%,步入了熊途。而这样的坠落,正是在底特律车展上,艾伦·马斯克承认2014年特斯拉在华销量疲软之后发生的。

这样的结果确实让人大跌眼镜,因为2014年的特斯拉真的很努力,在中国市场上,特斯拉大刀阔斧,绝对卖力。可以用以下几个数据来形容2014年的特斯拉在中国的作为:



特斯拉 在中国的路不好走

9

——特斯拉在北京、上海、杭州、深圳、成都、西安6个城市建立了9个体验中心,其中包括全球第二大、亚洲最大的成都体验中心;这样的布局基本将销售网络辐射中国大部分地区;



成都特斯拉体验中心

1000

——1000个目的地充电桩建成,象征中国成为除美国之外的特斯拉第二大充电网络;



望京SOHO的特斯拉充电桩

58

——这一年,特斯拉拉拢了许多中国企业合作建超级充电站,比如中国联通、民生银行、银泰集团以及SOHO中国等。截至目前,特斯拉已经在全国建成58个超级充电站,这是一项基础建设,更是一项公关工程。

2014年,我们没少谈特斯拉,因为它确实是一个热点。从2014年3月底特斯拉向中国市场交付首辆车开始,到美国特斯拉汽车公司董事长兼CEO艾伦·马斯克表示“中国市场对于特斯拉堪比美国市场,甚至超过美国市场。我希望中国市场能在2014年占特斯拉总销量的三分之一,总体销售额超过5000辆”这样的言论,中国市场已经擦亮双眼,等待特斯拉的洗礼。而过去的

2014年,特斯拉不是真的席卷了中国,交出满意的答卷呢?

9、1000、58……这几个数据与特斯拉激进扩张战略是一致的。然而激进扩张却不能助其在中国一路走红。中国拥有的是

一个如同百变牌一样的市场,只做产品与品牌方面的功课是远远不够的,他还需要处理好销售、政府、顾客之间的关系,不然经营就会处处碰壁,鼻青脸肿,而特斯拉就是一个活生生的例子。

首先,经营缺乏自主权。特斯拉与天猫联姻的告吹,凸显了特斯拉中国区在自主经营上缺乏决策权与话语权,导致迎合市场的“线上预订+线下提车”的电商模式被遏制,也让市场看到了创新的特斯拉在中国缺乏创新。

其次,交车难。“我把自己放在中国客户的角度去考虑

他们对特斯拉的感受,我希望和他们建立长期互相信任的关系”,这是马斯克的豪言。而如今,特斯拉再三延迟交车,单方面违背承诺,这的确是特斯拉失去中国客户信任的最直接原因。

同时,产品服务质量差评。曾经要为中國客户做最好电动车的特斯拉,如今却因为产品质量问题而遭客户诟病。对于中国豪华车主来说,纯电动以及17英寸显示屏已经达不到他们心目中豪车标准。更何况特斯拉本身做工的粗糙、24小时救援的不及时、车联网总失联以及售后响应缓慢,这些都覆盖掉特斯拉豪车的标签。

高库存与低需求

2014年4月份,特斯拉在中国横空入市,那时带给中国消费者的新鲜与噱头,是无与伦比的。而这一路走来,实际情况如何呢?数据显示,2014年中国累计进口4806辆,而实际上牌量才2057辆。不到一半的上牌数与原定2014年中国市场预期5000辆相差甚远。同时也折射出,特斯拉目前高库存与低需求的市场表现。这就

让我想起马斯克曾经对中国客户说,“特斯拉的生产是有限量的,我们收到远大于生产量的订单量。所以如果你对特斯拉电动车感兴趣,就要在今年尽可能快地预订,因为我们的车很快就卖光了”。现在想想也就笑了。

其实中国市场目前只占特斯拉全球市场的十分之一,但放眼全球就可以发现,中国市场的麻烦其实是特斯拉全球的缩影。比如在挪威,特斯拉就因为当地气温过低而无法完成车辆充电

而向车主道歉,此后还因为传动系统问题召回挪威市场的1000多台Model S。挪威是特斯拉除美国外的第二大市场,在那里,特斯拉的表现也不尽如人意。

回顾2014年特斯拉在中国的表现,其实可以概括为规模上激进扩张,经营上处处碰壁,销售上疲软着地。这样的表现,罪魁祸首当属,特斯拉用单一的车型支撑全球市场以及股价。这是与市场对特斯拉的期望完全背离的。要知道,特斯拉飙升的

股价是建立在市场相信其能造出这个时代纯电动的T型车。所以特斯拉需要大众车型,需要model 3。如果能按计划进行,特斯拉将在2017年推出3万美元的model 3。3万美元意味着购买电动车的理由又多了一条“廉价”。所以聊完特斯拉2014年的滑铁卢后,我们还是给这个来自硅谷的新能源汽车公司一点寄语吧,希望特斯拉能认清过去,放眼未来,给我们带来“没有理由不买电动车”那一刻。

2015汽车宝贝评选活动报名开启

奖品包括iPhone6、液晶电视、格兰仕光波炉

不管你的宝贝是狂炫酷炫、能说会道,还是呆萌可爱、耍巧卖乖,只要是0-10周岁,就不要让TA的个性和萌态宅在家里,勇敢秀出来。只要宝贝在网上投票活动中人气满满,粉丝多多,那么TA就有机会成为烟台车展的“2015汽车宝贝”。

只要您的宝贝年龄在0-10周岁,3月10日8:00-3月26日17:00您就可以通过上传宝贝与车元素的合影(可以是汽车、玩具车、汽车模型、自行车等,或者是风车,统统都可以),并注明宝贝姓名、年龄、联系电话,审核通过后,即可参与“2015汽车宝贝”网上投票活动。另外,若双胞胎参赛,将按一个参赛者计入。

3月30日8:00-4月1日24:00将进行评选环节,评选出一、二、三等奖,以及前200名选手。前200名选手将会在2015烟台春季车展现场领奖,奖品包括iPhone6、液晶电视、格兰仕光波

炉等,非常丰厚。

报名流程:

1、关注微信:烟台国际车展(微信号yantaiguojichezhan),也可扫描右下方二维码进行关注。

2、上传照片,根据提示填写报名信息。照片上传完成后,工作人员会及时为您审核,符合参赛条件的宝贝,系统将自动生成您的宝贝专属永久展示页面(照片不可更改或删除),最终显示报名成功。系统生成一个专属名片,请保存好您孩子的专属名片,以便参与后期活动。

3、选择参加现场活动的宝贝照片上方的小皇冠会被点亮,未选择参加现场活动的宝贝照片上方的小皇冠则为灰色。

附注:报名信息中的联系方式作为领奖凭证,烟台春季车展组委会将依法保护您的个人隐私。

注意事项:

1、本次活动后台系统自动

2015汽车宝贝
我是小明星
2015烟台春季汽车展
4月9-13日 烟台国际博览中心

小明星热线:
0535-6011599

你的孩子一定很萌吧?
你的宝贝肯定也很会“使坏”吧?
还等啥??快快展现咱家宝贝不一样的可爱吧!

监测,专业监控刷票,若被发现不正常投票,第一次将受到票数清零处罚,第二次将直接取消参赛资格;

2、每个微信号每天只能给3个宝宝各投1票;投票后若取消

关注烟台国际车展的官方微信,其所投票数将自动减掉。

3、评选时,若票数相同,以先报名者胜出,所以,您要抢先报名哦。

活动详询:0535-6011599

