



遭遇苦夏 乘用车销售增速放缓

胜过春之蓬发、秋之灿烂、冬之静穆，文学作品中描述的夏的苦闷与艰辛，竟然在今年汽车行业的销售中呈现了。

尽管夏天是传统汽车行业销量的淡季，但今年，轿车、SUV、MPV各细分市场均有不同程度的销量下滑，也令从业者始料未及。在刚刚过去的7月，国内乘用车市场总销量为188.9万辆，同比下跌4%，环比下跌16.9%。

7月，轿车销量为87万辆，环比下滑10.7%，同比下滑1.4%；SUV销量70.3%，环比下滑12.1%，同比下滑2.3%；MPV销量11.4万辆，环比下滑5.9%，同比下滑23.7%。

乘联会的分析指出，汽车销量下滑，恰逢国内对整车、零部件进口关税进行了调整，许多消费者处于观望的状态。加上中西部楼市的价格与销量同步较快增长，导致部分资金投向楼市，影响了购车消费。

与此同时，中国汽车流通协会发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”(VIA)显示，2018年7月，汽车经销商库存预警指数为53.9%，环比下降5.3个百分点，同比上升1.4个百分点，库存预警指数位于警戒线之上。

在进口汽车市场方面，今年6月，我国进口汽车继续延续前两个月的下跌走势，海关进口量为1.5万辆，同比下降87.1%；今年1~6月累计进口量为45.2万辆，同比下降22.1%。

国务院关税税则委员会日前决定对美加征关税商品清单二的商品作适当调整，自2018年8月23日起实施加征25%的关税。此次加征25%后，美产进口车的关税将提升至65%。上一次调整后，美国车企进行了相应的调价，有车型售价最高上涨25.66万元。亦有车企选择了降低利润，保证价格平稳。经过这次新的调整，所有美系进口车即将迎来一次价格的全面上调。特斯拉、宝马、奔驰、林肯、福特等品牌均有重量级产品在册。这势必是本月影响进口车销售的主因之一。

由于关税走势的不确定、环保政策执行度的不确定、经济走势的不确定，以及消费者减少购买美产进口车的积极性，8月和9月进口车的销量依然不容乐观。

据中国汽车流通协会的分析称，目前，经

销商对下半年市场预期普遍较为谨慎，因此加大促销力度，降价销售，以价换量。汽车销售增速放缓，却构成了消费者买车的较好时机。

(据人民网)

面对众多造车新车企的诱惑，很多人都心动了：可这些新车企并没多少门店，还流行“互联网+”订车。不少人下载官方APP尝试抢鲜订一辆。正所谓，说得好不如做得好。本周，笔者把时下开放的订车途径的新车企APP都下载并尝试注册成为订车会员。咱提前“吃个螃蟹”，买一打新车再说！测试是不是顺利呢？“互联网+”订车好用吗？

新车企APP点评(满分5分)				
车企	下载和注册	预约体验	互动和客服	综合评分
蔚来	5	5	4	4.5
拜腾	3.5	5	3.5	4
威马智行	4	4	4	4
小鹏	4.5	3.5	4	3.5
北汽新能源	3.5	3.5	4.5	4
电咖汽车	3.5	3	2	3
零跑	4	4	2	3
奇点汽车	3.5	3	2	3



拜腾订车APP的订车页面设计不够人性化。

蔚来汽车订车APP界面清晰。



测试：“互联网+”APP订车好用吗

【体验】预订新车到底有多方便

在蔚来、小鹏、威马等新车企的首批车交付备受瞩目的关键时刻，不少人发现自己的朋友圈、关注的社交平台，越来越多人晒出在这些新车企APP上的预订车辆信息。哼，这些人是不是有点“炫富”？其实，咱们谁都可以去订一辆，毕竟订金和注册门槛并不高，只需要下载新车企的官方APP即可。

1. 下载体验：遇挫折！苹果安卓被区别对待？

笔者尝试做“大款”，买车的第一步就遇到“坎”了。分别通过安卓手机和苹果手机测试的笔者在下载车企APP时发现，有的方式“太曲折”了！第一个下载的是蔚来汽车APP，无论是安卓和苹果手机搜索和下载都非常顺利。第二个热门新车企拜腾APP下载时遇到问题了：苹果手机的应用商店没问题，但安卓手机居然搜不到！笔者登陆拜腾官网后发现，官网提供了二维码扫描下载，苹果手机扫描可以直接下载，但安卓手机需要下载一个腾讯第三方软件才能使用拜腾APP。类似问题也出现在北汽新能源、小鹏上，无法直接在安卓软件商店直接找到。

2. 注册体验：支持第三方账号很少。

下载后第二步是注册登录账号，这是订车前最关键一个环节。所

有新车企APP都需要关联手机号，没关系，笔者不怕信息曝光，注册便是！在这一步，只要不涉及金融和个人信息隐私，大家自然希望注册和登录方式越简单越好。实测中，支持第三方账号(微信、微博等)登录模式的居然只有少数，蔚来、小鹏都可以(小鹏只支持淘宝账号登陆)。

至于其他，都需要认真真用手机号注册一个，虽说注册过程都不复杂，但有车企APP系统反应体验并不好，如拜腾APP，每一步系统总出现让人较长时间等待的“滚动”符号。也有不欢迎新用户注册的车企——电咖汽车APP，只接受已购车车主注册。

3. 订车实测：拜腾智能，蔚来便捷。

接下来就订车吧！在蔚来的APP上，笔者感觉自己是以“迅雷不及掩耳”之势就选了颜色、车轮毂、内饰等，大约30秒就完成了订车的绝大部分流程，全程清晰简单，重要信息也没有错过。最后支付订金的步骤，笔者并没做，但根据已订车的用户告知，支付完毕后，手机很快会收到短信提示，同时在APP的个人中心会看见订车进度。

随后在拜腾的APP上，笔者订车就耗费了点时间，首先因为拜腾将“定制车型”单独列了一个单元，选完保存之后，可再回头找预约通道去订。其次就是好玩的了，拜腾提供了360度线上“无死角”智能看车模式，好奇心很强的笔者让新车转了好几圈，于是就浪费了一点时间。因为拜腾的新车还未正式下线，线上预订只是留下手机号的“预约”，笔者也成为了其中一员。当然，预约订单可以取消。

威马汽车的APP叫“威马智行”，但线上订车的环节并没有很“智能”，笔者在其APP点选了预购按钮之后，APP就直接帮笔者打开了通往预订官网的“星际通道”链接，接下来就是填资料而已，并没有什么亮点。小鹏汽车同样很直接，填资料就行！至于零跑APP的产品预约功能类似拜腾，但更简化一些，让笔者“害怕”的是，预订后的订单没办法修改和取消。

【交互】客服沟通少

总体来说，除了拜腾的黑灰色调显得有点压抑外，大部分APP的页面布局都符合普通阅读者的使用习惯，总体设计与资讯类APP并无太大差异。超过一半订车APP的交互功能齐全。如小鹏APP和蔚来APP就有用户交流板块，可以进行

发帖、点赞、转发等交流功能，彼此之间还可以“私聊”。完成订车后，用户还可以通过APP了解其他用户的看法。而且小鹏的APP对苹果手机的用户还提供查看附近充电设备的服务，至于安卓手机用户，不好意思，显然还不是他们的服务范围。

这次测试当中，笔者还体验了好几家传统车企的新能源品牌APP，虽然在“潮”方面有所不足，但传统车企的“客服”却是最到位的。如北汽新能源APP页面将“客户服务”这一项放在了很显眼的位置上，遇到紧急问题，用户可以通过APP联系客服解决问题。当然部分车企也有此服务，如蔚来和威马APP的客服界面体验最佳，而且有语音和在线服务两种模式。至于小鹏、奇点以及零跑的APP，客服界面仍然处于建设中的状态。

【总结】

从此次实测来看，目前阶段仍有很多新车企的APP处于“建设中”状态。已经进入交车阶段的蔚来、威马、小鹏汽车APP的功能较丰富，其余新车企的APP大多只搭建了一个框架而已。笔者认为，虽然大多新车企的新车还在预售阶段，但在在线咨询交流、客服这块可以先完善，可以聚集一定好奇心十足的用户，通过交流将他们慢慢发展为潜在客户。(据《广州日报》)