

特斯拉销售的不止是“电动车”概念



我们要注意特斯拉的颠覆性。它不仅仅是一辆电动车，更是一辆伟大的汽车。

在特斯拉之前，没有一辆电动车取得如此风光的成就。现在，它的股票上涨厉害，市值已经超过菲亚特等传统汽车厂商。而特斯拉一开始并不被大众所看好，经历了很多不为人知的争议。

或许有人不知道，特斯拉从2003年就开始生产汽车，直到2008年才推出第一款车。截至今日，它差不多花了足足10年，才开始真正获得更好的成长。

所有的传统汽车厂商都没有这样做去造一辆汽车，为什么特斯拉可以？

如果我们只是分析一辆汽车，这个问题很容易回答。但是，首先来思考：为什么我们需要一辆电动汽车？电动车有什么好处，为什么以前的电动车没有成功？

先回答第一个问题。我听过最多关于选择电动车的原因就是环保和省钱。实际上，环保和大家没有太大关系。虽然空气很差，一般人愿意开车上班的还是不会选择公交，该加油时仍然使劲加油。要说省钱，的确省一点，但我也看过一些电动和混合车型，电动车能省下的钱不比你买车的钱便宜。大家有没有这个印象，电动车本身挺贵的。

顺着往下说，为什么电动车概念喊了这么久，我们没有产生需求呢？

第一，就是贵。我所了解的电动车都很贵。

第二，车突然没电了怎么办？假如一辆出租电动车需要跑很多城市，它就需要特定加电站加电。可是，电池技术非常麻烦，市电很难充，一般都要到特殊加电站。这个过程就会导致充电时间很漫长，充电过程也很痛苦。

第三，市面可见的电动车配置都很一般。比如传统汽车厂商都是拿一辆现有的车型进行改造，把发动机换成电动机，然后标榜自己是环保省钱之类的电动车，实际却虚有其表。此外，网上也有一种说法，电机非常容易坏，坏了就特别麻烦，售后服务也不方便。所以，这是电动车本身的一个问题。

为什么特斯拉会成功？我觉得主要有三点：原因之一，它确定了自己的核心定位，即电动车本身不是定位，很酷的跑车才是定位。这一点非常重要。用户一定想买一辆很酷的车，而不是要买一辆电动车或者是汽油车或者柴油车。反向思考，我不是为了做一辆电动车，而是为了做一辆让大家都能接触的、很酷的车。

它怎么做出酷呢？第一个要素就是超跑。特斯拉目前在售的这款汽车百公里加速只要4.2秒。这是什么概念？我对百公里加速比较有研究。作为一个喜欢车的人，在这个指标上我非常纠结。喜欢车的人对超跑的感觉非常渴望，尤其一踩

油门的加速感，比飞机起飞的推背感还要强烈。

除了那种中看不中用的跑车之外，200万以下的跑车中，没有一种能够在6秒内加速到100公里以上，而特斯拉只需要4.2秒。据我所知，4秒以内是超超级跑车，5秒以内是算超跑。5秒以内在国内基本上是200万以上或者150万以上的车。特斯拉却能够做到4.2秒，在美国的售价也就10万美金，差不多60多万人民币，相对超跑而言已经非常便宜了。

电动机最大的好处是什么?就是踩了油门就走，不需要挂挡，不需要换挡，一脚踩下去，那个电流就上去了，加速特别快。特斯拉把电机的这一点发挥到了极致。

第二个要素是纯电动。特斯拉解决了几个关键问题，就是充电。怎么解决呢?首先，特斯拉充电最快只需要四个半小时就充满，而且续航能够达到四百多公里，已经很高了，相当于加满一箱油。

其次，普通家用电就能充电。我记得12小时充满60%，同时也在推动停车场在各个地方开展这种业务，用市电经过一定变压就能使用。

此外，特斯拉还积极推动与其他公司合作，在全美各地建设充电服务以及在各个停车场增设充电桩。这样特斯拉只要开出去，到了停车场就可以充电。

更为极致的是，他们把几千块电池做到了汽车底盘上。这个设计极大地释放了汽车空间。乘客可以直接把行李放在车前引擎盖下，车的后备箱除了储物还专门配备了两个儿童座椅，加上5个成年人，一辆超跑可以容纳7个人，不得不让人心动。

特斯拉成功的原因之二在于极简化的设计。他们公司的人跟我说，特斯拉是拿苹果的思想设计这辆汽车，也就是极简化的设计，每个体验点上都做到极致。

其中一个体验点就是车门把手为自动伸缩感应，当钥匙接近时会自动从收起的状态打开，这个很小的细节让我感觉很有成就感。以前，所有汽车门要么内嵌，要么外拉，但特斯拉的车门把手是嵌在里面的，合得很严，当你走过去，它知道你来了，就会自动翻起来，这个感觉真是太爽了。

最值得称道的是车内的整个中控板，几乎取消了所有的物理按键，汽车的功能按键如：音量、空调、导航等都在十七寸的液晶屏上操作完成。并且，通过一个3G卡就能实现互联网体验。所以，当你听说过这辆概念车，然后再坐进驾驶室，基本就不愿离开了。

特斯拉成功的原因之三就是直销模式。特斯拉取消传统的4S店。这点跟小米很像，或者小米跟它很像。大家知道以前没有4S店，怎么卖车?谁可能买这辆车?坐都没坐过。现在都是发短信让你试驾一下，你觉得驾得好了才买，而特斯拉就敢于取消经销网络。它只有体验店，只用订单模式。有一些人都订了快一年了，还没拿到车。

除了以上三点之外，我们再反推一下：难道特斯拉的成功就是因为它是一辆电动车吗?真的不是。准确地说，它是一辆超酷的、超跑的、又很实用的、时尚便宜的、至少不贵的汽车。所以，真正弄清楚用户的需求非常重要，用户一定不会为一个所谓的“电动”概念买单。

特斯拉在用不一样的互联网思维做汽车。它在很多地方做出了颠覆，包括强实用性、极致的细节以及营销方式的独特路径。一旦确立好这些点之后，它的所有技术都围绕这个方向打。等传统汽车厂商反应过来时，已经来不及了。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/60305.html>