

Preface

卷首语

心里装着用户
改变留给时间

ARCFOX BORN FREE



文 / 于立国

北京新能源汽车股份有限公司
副总裁兼 ARCFOX BU 总裁

ARCFOX要与用户更紧密地在一起，要为用户所信赖，首先要真诚。唯有真实，才能真诚。ARCFOX是真实的，有血有肉的，所以面对用户，我们不讳言梦想，也不低估能力，不掩饰困惑，也不放弃探索。

ARCFOX BORN FREE

时间已经过半，基本可以肯定，2020年是要被历史铭记的。

新冠肺炎疫情席卷全球，从国家、行业、企业到我们每个人，曾经习以为常的生活都突然被打破。而也是今年，ARCFOX将迎来品牌的重大节点，创立的第四个年头，我们的量产车终于正式亮相了。

当不确定性成为世界上唯一确定的事，后疫情时代，人们会怎样评价我们精心打磨的作品？像等待谜底揭晓，我和我的同事们心里有好奇，有志志，却不敢有丝毫松懈。

这本杂志，就诞生在这样一个现实情境下。

全民参与防疫的过程证明，当数据越及时、越透明，当病毒知识传播越充分、越广泛，大家的心态就会更加平和、理性。信息的透明化，还让更多社会资源、积极力量向有需求的地方汇聚。抗疫的阶段性胜利就是一次上下同心、众志成城的生动实践。

国家大事如此，企业天然就是服务用户，与其心里惴惴不安，我们为什么不能直接面对用户，大大方方地分享品牌的思考、行动和困惑呢？

过去二十年行业蓬勃发展，汽车从奢侈品到进入寻常百姓家，成为日常生活的伙伴。我们深知，ARCFOX要与用户更紧密地在一起，要为用户所信赖，首先要真诚。唯有真实，才能真诚。ARCFOX是真实的，有血有肉的，所以面对用户，我们不讳言梦想，也不低估能力，不掩饰困惑，也不放弃探索。

做这本面向用户的品牌杂志，是ARCFOX的一次生而破界。大家也许很难想象，车企和用户中间隔着经销商，对我们而言，直面用户，不仅是一种形式变化，更是向“用户思维”的观念转变。

关注用户、关怀用户，北汽观念转变的步伐开始得很早。10年前，北汽把握住了新能源汽车符合更优性价比、更环保的用户需求，才有了今天的市场占有率；4年前，我们笃定，城市里活跃着一群智识精英，他们对未来保持乐观，充满好奇和探索的愿望，热心公益和环保。正是强烈感受到他们对绿色智能出行体验有

PREFACE

全方位升级的需求，才有了今天的北汽高端纯电动汽车品牌ARCFOX。

观念的转变，带来了ARCFOX视野和行动的改变，这本创刊号就记录了品牌从0到1的全过程。我们采访了企业领导、设计团队、科研团队，以及麦格纳、华为这些与我们深度合作的伙伴。无独有偶，大家在各自关注的领域内，思考的问题是一个：用户需要什么、如何让ARCFOX创造更好的用户体验。

他们不再执着于零部件是不是行业第一，而更关心用户的使用场景；他们为打破自我的思维桎梏，让家人和孩子来参与产品体验测评；他们第一次与国际顶尖供应商合作，经历挫败和煎熬，构建起全球首个搭载商用5G技术的新能源汽车平台架构……

ARCFOX产品背后的故事鲜活真实，我们期待与更多人分享。因为我们相信，大家会在阅读后了解，“生而破界”不是一句简单的口号，更是ARCFOX的信仰，以及品牌贯穿设计、研发、制造、体验、服务运营全链条的行动指针。

除了讲述自己，我们还记录了很多令人尊敬的人生故事。他们是赛车手、教育者、艺术家，但都以开放的心态、追求极致的专业能力，在打破固有的局限、追索人生更多的可能。他们都是“生而破界者”，也是ARCFOX期待去服务的人。

所有的故事都在诉说我们的梦想。ARCFOX是有梦想的品牌，我们渴望与理解、认同我们的人在一起，创造更加充满想象力的出行生活体验。在不确定的市场环境中，这是唯一能做的确定选择。而观念对路，其他就只是时间问题。突破不会一蹴而就，不断迭代进化才会走得更远；突破也不是单打独斗，互联网时代更需要集体的智慧。

ARCFOX团队要与合作伙伴、与我们的用户，深度连接、协同成长。这本杂志就是一颗连接的种子，它生长的藤蔓将编织出生机勃勃的社群平台，让品牌与用户更紧密地在一起，让用户也成为品牌的参与者和建设者。我们相信，ARCFOX是属于未来的，她是我们共同贡献给全球绿色智能出行的一份美好礼物。