

携手上海世博园、国网上海电力在世博园示范运营 一马当先 宝马快意先行电动车

5月28日,在上海“中华艺术宫”这个众人皆知的红色恢弘建筑之前,宝马纯电动车i3来回穿梭,徜徉世博园街头。与此同时,宝马在华推进电动车项目的一个重大举措同样接上了地气:宝马(中国)汽车贸易有限公司携手国网上海市电力公司、上海世博发展集团共同宣布,三方将把上海世博园区打造成一个电动车推广示范区。根据规划,50个公共充电桩将在这个超过5平方公里的示范区内分期建成,覆盖世博源、央企总部及绿谷区域。目前已有10个公共充电桩在世博购物中心等商业区安装落成,可为BMW及其他品牌的电动汽车提供充电服务。



推广新能源车的一大步

众所周知,充电桩等基础设施建设是新能源汽车推广最大的挑战。这一强强联手合作旨在推动电动车业务在上海的发展,积累电动车充电设施的建立、运行和管理的经验,探索电动车服务及相关合作模式,并提升公众对电动车的认知和接受度,从而在全国范围建立示范效应。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格表示:“宝马集团是个人电动交通出行产品和服务的领导者,我们不仅致力于打造最创新的电动汽车,而且将为客户提供周全的家庭充电服务。此外,我们也愿意与政府机构、能源公司、房地产公司、物业公司等进行广泛合作,共同探讨社区及商务区充电服务解决方案,以推动电动交通的发展;我们期待上海世博园电动汽车示范区项目

能在这方面起到探索和表率作用。”作为合作项目的另一重要内容,位于中华艺术宫附近的上海BMW品牌体验中心及BMW 5S经销商得以优先安装充电桩,BMW将以此为依托长期面向公众开展BMW电动车的试乘试驾活动。从5月30日起,全新纯电动BMW i3公众试驾将全面启动,普通公众可以在BMW i3在中国正式上市前,抢先深度体验未来高档电动出行方式。

i3是示范电动车先行者

安格表示,宝马计划今年9月份开始在中国销售i3电动车,通过7家5S经销店交付消费者。当消费者购买i3之后,经销商将和当地合作伙伴一起,通过预评、现场勘查及确认安装方案、充电设备安装及交接三个程序,为客户完成家用充电设施的

载22千万时的锂离子电池,百公里加速时间7.2秒,最高车速150km/h,纯电动版i3单次充电续航里程为160公里,搭载了增程设备的i3车型,最大续航里程为285公里。而宝马为i3的电池提供8年10万公里的质保。

i3推出后在全球反响非常积极,目前在欧美市场处于供不应求的局面。宝马希望,这款零排放环保产品能在中国市场尽快得到更多人的使用和青睐。

安格还兴致勃勃地表示,目前越来越多的电动车充电站在中国兴建,政府也在加大力量推广洁净车辆降低污染,因而看好中国最长时间5年内将成为全球规模第一的电动车市场。他称:“宝马预计中国电动汽车市场将在数年内成为全球最大。因为你们现在开始有足够的(充电)供应,电动车也投放到市场。宝马带来了自己的电动车,其他厂商的电动车也开始进入市场。”

目前宝马集团正在发力电动车产品,其i子品牌第二款车型为i8插电式混合动力跑车,下个月将在欧洲市场发售,并也将于今年9月在中国市场上市。



宝马乐见电动车市场的充分竞争

——访宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格

■ 在BMW i3上看到碳纤维车身,还有可增程式选择这些亮点,这些亮点在BMW i品牌后续车型上也会沿用?

说到BMW i3,我们的理念就是天生电动,它是现在行业中,唯一一个广泛应用碳纤维复合材料制造的车型。因为只有充分的使用轻量化材料才能抵消电池带来的额外重量,才能使这款车真正在能耗上有可持续性的意义。BMW i3整车重1255千克,比很多小型车还要轻。再者,BMW i3所使用的主要材料都是完全可回收的。除此之外,整个制造链条都是可持续的,碳纤维加工在美国的摩西湖工厂,是100%水电能源。碳纤维部件组装是在德国的莱比锡工厂,使用风力发电,整个制造过程比传统汽车生产工艺节水50%,能耗节约70%——这是贯穿全制造链的可持续性,这款车型代表了汽车行业最高的可持续标准。

毫无疑问,这些技术会不断地推广到新的车型上应用,不仅是电动车,也包括传统内燃车型。比如碳纤维材料会在更多车型上得以应用。而且在未来,我们可以期待更多



i车型面世,这是BMW标志性的子品牌。就像BMW M,BMW i也是BMW的子品牌,一方面M代表极致运动,极致的动力性;i则代表极致的环保,极致的可持续性。

■ 与比亚迪腾势和奥迪A3插电式混合动力车这两款主要竞争车型相比,i3的主要竞争优势是什么?

去年中国整体汽车市场规模达到2000万辆以上,但是整个新能源车销量大概17000辆左右,市场比例低于0.1%。为什么市场完全没有发

育起来?并不是说人们对电动车没有需求,而是缺少真正意义上高品质的电动车。我们认为,BMW i3是这样一个层次的产品。因为在开发之初,我们就确定大量使用碳纤维复合材料,真正实现车身轻量化,轻量化才能抵消电池所带来的额外重量,这样车才能真正环保可持续,对环境有意义。当然BMW i3还有其他行业创新技术的应用。9月份BMW i3会在中国上市,同期,BMW i8也将上市。

竞争是好事情。就中国电动车现状而言,越多市场主体参与,才能够越好带动充电基础设施的发展。反之,充电设施越完备,又能够促进人们更愿意去消费电动车。所以对于竞争,我们持高度欢迎的态度。

■ 现在i3因为不能满足中国中央和地方一些政策还拿不到补贴,牌照优惠在北京、上海这样大城市都会受些影响,今后有没有计划针对政策做一些调整,比如说电池刚性采购?

关于补贴,我们非常地清楚,在享受政府补贴和扶持政策方面,BMW i品牌是没有优势的;但是基于合资企业的平台,我们创立了之诺这一合资自主品牌,之诺1E在政府新能源车目录中。对我们来说,是否有补贴不是问题。开发之初我们就已预见到这一点。产品的定位、定价,对我们来说也不是问题;而且我们相信,局面逐步也会改变。比如说关于车牌,上海现在为进口电动车品牌提供3000个车牌,这个是对外资品牌开放的。我们不寻求政府补贴,如果能够得到一些车牌的优惠,这个对于促进电动车消费会起到很

大的作用。

■ 如果个人客户购买了i3,宝马如何保证服务和保障?

如果物业、住宅或者办公场所条件达不到,我们会建议你暂时不要购买车辆。

■ 请问宝马在推广电动车或者塑造i品牌的时候遇到的最大困难是什么?

说到挑战,最大的挑战是要培育市场。目前市场还太小,完全处于起步阶段;我们可以打一个比方,就像一个婴儿还在蹒跚学步。如果大家认同这个比喻,我们也可以自然地预见到下一步会发生什么。它会成长得非常快,它一旦再长大一点,增长会很快,走得就很快。而且我相信实际市场成长可能比您看到的儿童成长速度还要快一点。

具体而言有三个层面的问题。一个是基础设施,第二个是充电的标准,第三个是政府支持政策。现在在一个比较振奋的消息,充电标准看来是非常有望解决,我们看到已经有一个全国统一的技术标准,可能还有待最后的审批环节,但是这个标准已经是出来了,符合这个标准的充电桩为电动车提供充电服务,我们相信充电标准很快就能得到解决。

第二,基础设施。如果充电设施的技术标准解决之后,很自然,充电设施就会很快发展,但是它也是一个挑战,要吸引更多社会主体参与进来,我们相信如果有好的规划,各个方面的参与主体看到有利可图,如果有好的机会,就会有更快的增长。

第三,政府的政策。我们看到政府有非常清晰的政策,要扶持国产自主品牌电动车。这个是在我们预期中,这也是为什么我们基于合资企业的平台开发之诺这个自主品牌。总的来说,我是相信中国政策是在全力以赴地来实现、扶持电动车整个市场的发育,因为政府的目标到2020年要实现200万新能源车市场规模,现在看来还有差距,我相信中国政府会采取措施来达到这个目标,在这个过程当中不断支持新能源车、电动车的发展。 汤力