

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 646 期 | 2016 年 8 月 3 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

中国车企新能源车规划雄心勃勃

中国是当今全球最大的新能源汽车市场,利好频出,市场快速发酵。而国内各大主流自主品牌车企也纷纷运筹帷幄、厉兵秣马,加大力度斥资研发新车型,力求全面布局新能源产业链,以求执未来中国新能源汽车之牛耳。让我们看看这些车企都有怎样的雄心与规划。

■ **比亚迪**:数据显示,去年比亚迪新能源汽车业务约占全国新能源汽车市场三成份额。从布局领域来看,乘用车型包括主流插电式的秦、唐、汉、明,纯电动的 E6、E3、E5、电动大巴 K9,物流领域电动车 T3、T5、T7,以及未上市的商、宋、元等车型,基本实现新能源汽车各领域的布局,产品储备极为丰富。比亚迪使用的发动机、变速器、电池、电控、电机、空调均实现自供。近期比亚迪刚刚实现了 145 亿元的融资,深耕新能源汽车领域的决心可见一斑。

■ **一汽**:一汽新能源汽车战略规划是:到 2020 年完成关键总成资源布局,实现 6 个新能源整车平台、16 款车型全系列产业化准备,具备批量投放市场能力;市场份额 15% 以上。两个阶段化目标——2016 年初步形成电机、电池系统的产业化能力,完成重点车型商品化开发;

2018 年通过新能源产品的规模化、产业化发展,支撑四阶段燃油限值目标的实现。具体实施路径是:搭建 4 个新能源乘用车整车产品平台,实现从 A0 级到 C 级全系列覆盖;完善 2 个新能源商用车整车产品平台,覆盖城市公交车和城市卡车。

■ **东风**:2016 年,东风电动车公司将投放三款纯电动轿车车型:E30 2016 款、A60EV 标准版、A60EV 尊享版,确保 2000 辆、力争 4000 辆的纯电动轿车销售目标达成,其中 E30L、A60EV 车型各销售 1000 台以上。截至目前为止,东风乘用车新能源乘用车有东风风神 E30、东风风神 E30L、以及东风风神 A60 版电动版三款车型,且均为纯电动车型。今年北京车展上,旗下紧凑型 SUV AX7 的插电混动版本 AX7 PHEV 车型正式亮相,或将成为东风新能源战略的重要转折点。

■ **上汽**:按照上汽“十三五”规划,未来五年要在新能源领域投资超过 200 亿元,投放 30 款以上具有国际先进水平的全新产品,到 2020 年力争达到 60 万辆的销量目标,进一步巩固扩大在新能源汽车领域的领先优势,并在未来几年内全面普及插电混合动力技术。上汽发展方

向将以纯电动汽车和混合动力汽车为主,并且不断丰富产品线。目前来看,上汽在电动车型方面拥有荣威 E50、上海通用赛欧 SPRINGO、大众朗逸;混动车型方面包括混动版荣威 550、荣威新 750Hybrid 及申沃混合动力城市客车等。

■ **北汽**:北汽将其“十三五”新能源战略规划总结为“5615”。“5”是在 2020 年实现 50 万辆的销售目标,按照北汽新能源的规划,其中 20 万-30 万辆来自其自有平台,同时有 40% 是在国际市场销售;“6”是北汽新能源的年营业收入预期将达到 600 亿元;“1”是企业实现上市,上市市值争取到 1000 亿元;“5”是五大核心举措,包括品质增长、创新发展、服务转型、“互联网+”和开放合作。

■ **广汽**:广汽提出的“十三五”新能源规划显示,到 2020 年,广汽集团及广汽传祺新能源汽车将实现 10 万-20 万辆规模,涵盖轿车、SUV 等车型,计划为新能源车型投入 20 亿元。广汽新能源公司主要的侧重点是在“三电(电池、电机、电控)”方面的提升,以及整个新能源汽车生产和销售的总协调。目前,广汽传祺结合“电动化、智能化、网联化”的发

展趋势,借助广汽集团多年积累的经验与技术,已掌握电机、电控等关键技术,并在电池能源方面开展了前瞻性研究。

■ **长安**:长安新能源战略规划计划 10 年内推 34 款产品。其中,纯电动产品 27 款,插电式混合动力产品 7 款。纯电动产品中,商用车 12 款、MPV6 款、SUV2 款、轿车 7 款。长安在战略布局上采取北京、重庆“双中心”的策略,并还将在英国研发中心和美国研发中心做一些新能源汽车的先期技术、新技术和传统匹配调校的工作。长安汽车将形成新能源领域的全球研发格局,计划未来 10 年投入 180 亿元,将从研发、技术、供应、运营 4 个层面给予强力保障。

■ **吉利**:吉利汽车发布新能源汽车发展战略“蓝色吉利行动”,五大核心内容是:一是提前全面实现 2020 年国家第四阶段企业平均 5.0L/百公里燃油消耗限值;二是实现消费者用传统汽车的购车成本购买插电式混动汽车梦想;三是实现到 2020 年新能源汽车销量占吉利整体销量 90% 以上,其中,插电式混动与油电混动汽车销量占比达到 65%,纯电动汽车销量占比达 35%;

四是在氢燃料及金属燃料电池汽车研发方面取得实质性成果;五是实现新能源技术、智能化、轻量化技术在行业的领先地位。

■ **奇瑞**:奇瑞新能源汽车计划到 2020 年实现 20 万辆销售规模,未来还将打造全系列的新能源乘用车研发体系和集成平台。技术方面,重点发展电池系统、一体化电驱、电动化底盘、整车智能和信息化等技术;产品布局方面,A 级以上产品重点发展插电式混合动力,A0、A00 产品以“纯电动+增程”为主要发展方向;产业配套方面,完善“三横三纵”的新能源汽车产业链布局,完善电动汽车关键零部件供应配套体系,与国内国际优秀企业建立战略合作关系。

■ **江淮**:到 2025 年,江淮新能源汽车总产量将占总产量的 30% 以上,形成节能汽车、新能源汽车、智能网联汽车共同发展的新格局,并将针对市场推出多款新能源车型,涉及纯电动以及插电混动等产品。“十三五”期间,江淮汽车在新能源领域将投入 5.8 亿元左右,以及 300 人的专业研发团队,在立足于用户体验的基础上,攻坚电池、电机等关键零部件的技术开发。 雍君

全新一代迈腾领创上市比肩C级

备受瞩目的一汽-大众大众品牌旗舰车型——全新一代迈腾于 7 月 27 日正式上市。全新一代迈腾推出了 280TSI(1.4T)、330TSI(1.8T)、380TSI(2.0T)三种动力共 9 款车型组成的强大产品组合,售价区间为 18.99 万元-31.69 万元。此外,多达 10 种配置的选装包,也让全新一代迈腾成为拥有最个性化科技定制、最丰富配置选装包的 B 级车。凭借全新风尚设计、全新动力总成、前瞻创新科技、尊崇越级体验等全面领先优势,全新一代迈腾成为比肩 C 级的德系中高级轿车。

上市盛典上,多组大疆各型号无人机在空中组成表演阵列,带来了极具科幻的视觉震撼力。与大疆无人机对于创新追求相一致的是,以“科技、创新”为标签的全新一代迈腾拥有几十项创新科技,其中包括 15 项 MQB B 平台独有



科技、20 项领先主/被动安全科技、10 项卓越驾驶辅助系统、多项比肩 C 级的创新科技及尊崇豪华配置等,比如国内同级车型极少装备

却功能强大的 Pre-Crash 预碰撞保护系统、可适应复杂城市道路的 ACC 3.0 第三代高级自适应巡航系统,以及“智能底盘管家”DCC 动态底盘控制系统等,让全新一代迈腾的科技感再次升华。

同时,全新一代迈腾的内饰采用了奢华的材质、考究的工艺和独特的设计,如同级唯一的哑光真桃木(实木)装饰、蓝白双色的 Nappa 顶级打孔真皮座椅,以及丹拿高级环

绕音响带 12 扬声器等。加上加长 80mm 的轴距、超大全景天窗及电动遮阳帘、三色可调氛围灯等多项中国专属设计和配置,为驾乘者带来专属高雅质感和尊崇享受。

全新一代迈腾还采用了大量领先同级的最新安全技术,如 HSB 超高强度安全车身、超长激光焊接、MKB 多次碰撞预防系统、RTA 后方交通预警系统、全功能 ESP 车身稳定系统,以及领先同级的全车安全气囊等,使全新一代迈腾达到 E-NCAP 五星安全标准。

阿晖



荣威RX5互联网版订单2周破万

自亮相以来,“全球首款量产互联网汽车”荣威 RX5 关注度一直居高不下,迅速成为爆款 SUV,上市不到 2 周,其互联网版订单已冲破 1 万大关,展示出互联网汽车新品类的强大号召力。而从热销的互联网版 14.88—18.68 万元的售价来看,荣威 RX5 已经进

入合资品牌 SUV 长期垄断的 15 万元到 20 万元的细分市场,随着其热销趋势的进一步加强,SUV 市场将迎来全新格局。

尽管目前全国各地均出现了排队订车购车现象,但荣威 RX5 不但不加价,还给予“基础服务、基本流量终身免费”、购荣威 RX5

30T 车型免 7000 元购置费(12 月 31 日前)等优惠政策。此外,面对大量的订单需求,上汽已加大马力全速进行生产,目前荣威 RX5 生产线已开足 2 班,产能充足可应对不断激增的市场需求。

在国内消费者对 SUV 的互联网功能和车辆性能需求不断提高

的趋势下,凭借互联网“黑科技”和领先的动力技术等优势,荣威 RX5 吸引了大量合资品牌意向客户“转粉”。从各地情况来看,荣威 RX5 不仅得到了以中高端 SUV 为主要购车目标的一二线城市消费者的认可,大量三四线市场消费者对荣威 RX5 的购买热度也在不断高涨。可以说,荣威 RX5 以“品价比”标杆的实力,迅速成为了各地多个年龄段消费者的 SUV 首选。

菲——克多报销量曝丑闻

日前,菲亚特克莱斯勒汽车公司在美国爆发丑闻并持续发酵。起因是今年 1 月,有两家经销商称,厂家用金钱贿赂他们,让他们在月底虚报销量,把尚在库存的汽车上报为“已售”,再于次月初移除数据或取消交易,以夸大该公司的美国销量,保持连续 75 个月销量同比增长的纪录。

事后,经销商团体出面指控厂家,引起了美国司法局的关注,并于 7 月份开始着手调查,而这一虚报销量目前查明是 6000 辆。这一事件让菲亚特克莱斯勒的市值萎缩了 10 亿美元。

虚报 6000 辆,这事如果发生在中国,恐怕引起不了任何人的注意。中国汽车流通协会发布的数据显示,6 月汽车经销商的库存预警指数从 5 月份的 51.0% 上升到 59.7%,环比上升 8.7 个百分点。库存预警指数历来以 50% 为荣衰线,库存预警指数越高,表明市场的需求越低,库存压力越大,经营风险越大。而在厂家的统计数据中,库存车,甚至运输途中的车,也算已经销售出去的车。从今年的 1 月份以来,中国的汽车经销商库存预警指数就一直处于 50% 以上的高位。到今年 6 月,汽车经销商库存预警已经连续 10 个月超过 50%。而今年上半年,厂家向经销商支付的汽车数量同比增长了 9.23%,达到 1100 万辆,乘用车和商用车的总销量同比增长 8.1%,达到 1280 万辆。

库存压力也使得经销商们今年日子更加难过。有人戏称,除了医生,整日处于高考状态的,还有 4S 店的销售员,但医生知道自己能考过,销售员不一定。于是,为了拼销量,各路销售伎俩层出不穷,车展为客户火拼、全体销售肚兜上阵的新闻屡见不鲜,但依然难敌新月份新库存的到来。

如果虚报数量会被调查,那估计整个行业都会有罪的。 姚琼