

# 车创未来

特刊



## 完成销量三连跳 红旗要做自主品牌向上的旗手

中青报 中青网记者 张真齐

在新冠肺炎疫情多地反弹、车载芯片供应持续短缺的双重利空背景下,在11月下旬如期举办的2021广州国际车展格外受人瞩目。

本届广州车展上,除了电动化趋势蔚然成风、有趣的创意互动吸引眼球外,很多消费者还发现了一个明显的新特征:车展上最受关注的车型,大多都是自主品牌新产品,而合资品牌的风头似乎被自主品牌盖过了。

相关统计数据显示,本届广州车展共有全球首发新车54款,其中自主车型47款,占比接近90%;概念车28款,其中自主车型19款,占比接近70%;新能源车241款,其中自主车型153款,占比接近65%。

相较于之前几届的车展,自主车企所显现的优势从未如此之大。威尔森分析师徐宏感慨说,以往自主品牌一般只能在20万元级别以下的细分市场,凭借高性价比来增加销量,但近两年,自主品牌正在以肉眼可见的速度快速崛起,并向着更高价位的细分市场进军。

在徐宏看来,如此突出的市场表现,与自主品牌领军企业长期深耕高端技术和产品,全力进行品牌向上有着密不可分的关系。



左图:在一汽红旗汽车销售有限公司总经理陈旭看来,所谓持续创新绝不是耍花拳绣腿那么简单,而是要真正去构建其他品牌没有想到或者没有做到的用户生态、出行生态、文创生态和营销体系,真正搭建出可持续发展的全体系正向闭环。



右图:从2018年到2020年,一汽红旗实现了3年42倍、的销量三连跳。今年,在红旗H9、红旗E-HS9等拳头产品的支撑下,一汽红旗再次实现销量大幅增长。图为此次广州车展展出的2022款红旗H9。

关系。

一汽红旗正是引领自主品牌持续向上的代表之一。从2018年的年销3.3万辆,到2019年年销10万辆,再到2020年年销量突破20万辆大关,一汽红旗实现了3年42倍的销量三连跳。在此基础上,一汽红旗今年再次实现了销量的大幅增长。

为了进一步巩固在市场上的领先地位,本届广州车展上,一汽红旗带来了2022款红旗H9和E-HS9 120电池增长续航版。

新造型和双拼色车身颜色的选装,这些新配置也让2022款红旗H9有了更高的辨识度。

值得注意的是,2022款红旗H9的部分车型还在灯光、音响装备、主动降噪、电动后备厢等领域进行了大幅度的提升。有分析人士指出,这些细节处的雕琢,让2022款红旗H9在同级别竞品中更具优势,也进一步烘托了这款车的豪华属性。

作为一汽红旗双9产品的另一代表,2022款红旗H9还增添了前格栅

新造型和双拼色车身颜色的选装,这些新配置也让2022款红旗H9有了更高的辨识度。

值得注意的是,2022款红旗H9的部分车型还在灯光、音响装备、主动降噪、电动后备厢等领域进行了大幅度的提升。有分析人士指出,这些细节处的雕琢,让2022款红旗H9在同级别竞品中更具优势,也进一步烘托了这款车的豪华属性。

作为一汽红旗双9产品的另一代表,2022款红旗H9还增添了前格栅

设新权益和红旗筑梦人计划公益项目,再次彰显了一汽红旗在服务客户上的创新,以及践行企业社会责任上的坚持。

在当前汽车市场中,车企形成竞争力的关键已不仅仅局限于强大的产品力,只有形成新体系,完成对用户的拉新、促活、留存和转化,才能让企业长期健康发展。陈旭说。

记者了解到,从2022年开始,一汽红旗车主可在万达集团旗下各场景中,享受免费观影、免费停车、万达酒店万悦会铂金卡等多项优惠政策。未来,一汽红旗和万达集团,将持续开展联合IP共创和用户联合活动,共同赋能双方用户生态建设。

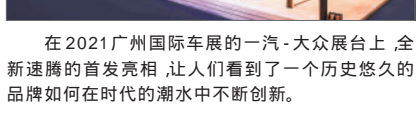
此外,一汽红旗还正式宣布了红旗公益筑梦人计划最新进展。自2021年11月19日起,凡购买红旗H9和E-HS9的车主,可申请成为红旗公益筑梦人。一汽红旗将以每一位公益筑梦人的名义,向困难学子捐赠990元助学金。

由此可见,一汽红旗在用实际行动助力需要帮助的学生梦想成真,这不仅让一汽红旗的公益情怀与客户的情怀进行有效链接,更会使客户的品牌体验有了更高的意义和价值。徐宏分析说。

值得注意的是,与本次广州车展大多数车企不同的是,一汽红旗不仅发布了全新产品,而且全面地展示了自身变革后的强大综合实力和责任担当。

十四五是中国汽车产业实现高质量发展,从汽车大国迈向汽车强国的关键阶段,全球汽车产业亦处于深度调整变革期。这是中国自主品牌发展最好的机遇,人们期待有更多像一汽红旗一样的自主品牌,能够肩负起品牌向上的重任,实现更大的提升和突破。徐宏总结说。

## 价格价值战略 背后藏着车坛常青树的秘密



在2021广州国际车展的一汽-大众展台上,全新速腾的首发亮相,让人们看到了一个历史悠久的品牌如何在时代的潮流中不断创新。

中青报 中青网记者 张真齐

2012年,我们家购买的第一台车就是一汽-大众速腾。那时它载着我每天上学放学,周末的时候父亲还会带着全家去周

边自驾郊游,回想起那段美好的时光,真的非常怀念。近日,在2021广州国际车展上,记者遇到了前来逛车展的速腾车主孙桐杰。

正如孙桐杰所言,作为2006年引入中国市场的中高级别紧凑型轿车,一汽-大众速腾凭借出色的性价比、丰富的配置和时尚的造型,成为当时汽车市场和消费者最为关注的车型之一。

如今,中国汽车市场发生了翻天覆地的变化。在乘用车市场信息联席会秘书长

崔东树看来,一方面,汽车产业的崛起,带动了汽车企业的快速发展,新推出的车型在科技、安全等配置上都有显著的提升;另一方面,消费者对于汽车也越来越了解,他们更加明确自己购车的需求和用途,变得更加理性。

汽车市场正在由卖方市场转为买方市场,这对车企的发展提出了新的要求。崔东树分析说,以往一纸鲜吃遍天的情况已经无法延续,想要保持并守住市场上的优势,就必须积极拥抱新的发展趋

势,在保留原有精华的基础上大胆创新。在本届广州车展的一汽-大众展台上,全新速腾的首发亮相,让人们看到了车坛常青树背后的秘密。

据了解,全新速腾的车身长度增至4791mm,轴距增加80mm,这样的尺寸不仅让它在外观上显得更为大气,内部空间也变得更加宽敞。咨询机构尼尔森发布的《2020乘用车市场用户画像》指出,受消费升级提升、消费观念转变等因素影响,汽车产品的属性正在悄然发生变化,高品质、更舒适的车型

价格价值战略,就是按产品生命周期节奏,通过增加用户高需求、高价值的装备,丰富产品装备,提升产品价值和保值率。

据了解,全新速腾的车身长度增至4791mm,轴距增加80mm,这样的尺寸不仅让它在外观上显得更为大气,内部空间也变得更加宽敞。咨询机构尼尔森发布的《2020乘用车市场用户画像》指出,受消费升级提升、消费观念转变等因素影响,汽车产品的属性正在悄然发生变化,高品质、更舒适的车型

逐渐成为市场的新宠。

过去,一汽-大众各产品的高端配置主要装备在中高端车型甚至是旗舰车型上,中低配车型的配置相对简单。一汽-大众相关负责人坦言,随着用户对智能化、舒适性、驾驶辅助装备需求的增加,一汽-大众通过价格价值战略,大幅增加全系车型,尤其是中低配车型和主销车型的装备,全面提升产品的性价比。

因此,在全新速腾的车内,记者发现了新增加的双色内饰、Micro-fiber方向盘、12英寸中控大屏、真皮座椅、贯穿式空调出风口、全景天窗等多项配置,这让全新速腾的品质感再上一个台阶。(下转T2版)

特刊编辑:许亚杰

## 赶考 碳中和 广汽集团新时代有新作为

我国力争在2060年实现碳中和,作为排碳大户,汽车行业无疑是其中的关键赛道。根据《中国汽车产业发展报告(2020)》(2020汽车蓝皮书),中国汽车产业二氧化碳的排放量占整个中国碳排放的7.2%。碳中和目标下,汽车行业必须走在前列。

第十九届广州国际车展于11月28日正式落下帷幕,广汽集团在本届车展上携旗下广汽传祺、广汽埃安共同举行新闻发布会,重磅发布了广汽GLASS绿净计划的具体目标和举措,将于2050年前(挑战2045年)实现产品全生命周期的碳中和。

此外,广汽集团还发布了智享旗舰电动概念轿跑TIME及新势能先锋概念车EMKOO两款全新概念车,在双碳背景下不断强化智能化+电动化和智能化+混动化两条路线同步发展的产品布局。

本次车展,广汽集团携旗下广汽传祺、广汽埃安、广汽本田、广汽丰田、广汽菲克、广汽三菱等齐聚2.2号广汽馆,带来丰富的电气化和智能化车型,助力广汽碳中和目标的实现。

### 全链路布局 三大措施助力碳中和

对于汽车产业来说,碳中和是一场涉及全产业链的大考。汽车生命周期中所产生的碳排放不仅来自于车辆使用阶段,车辆材料、运输、生产制造以及废弃处理过程同样会产生碳排放。有专家直言,对汽车行业来说,要想实现碳达峰、碳中和,是一个复杂的系统工程,需要从全局出发,科学合理规划。

为助力国家双碳目标的落地,广汽集团率先于今年上海车展上发布了GLASS绿净计划。在本次广州车展新闻发布会上,广汽集团公布了绿净计划的具体目标:将于2050年前(挑战2045年)实现产品全生命周期的碳中和。为达成这个目标,广汽集团积极探索解



广汽集团总经理冯兴亚发布绿净计划的具体目标

决方案,从研发、生产、消费者使用环节全链路思考,同步提出三大措施。

一是全周期管理。系统推进从研发到生产,从购买到使用回收的全链条碳排放管理。在使用环节,联合开展消费者减碳活动,探索建立汽车消费者碳账户,从企业奖励开始,逐步实现个人消费者减碳额交易变现。此外,继续开展植树造林等公益活动,推进碳捕集技术等碳汇开发方法的研究应用。二是将广汽埃安打造为广汽首个零碳工厂,在2023年实现零碳排放,并立足于广汽智联新能源汽车产业园,打造零碳汽车产业园区;三是进一步提高智能网联新能源车及节能汽车占比。智能化+电动化和智能化+混动化两条路线同步发展,广汽传祺全面混动化,2025年实现自主品牌新能源车销量占比50%、2030年实现新能源车占比50%;继续开展包含氢能动力在内的替代燃料车型开发。

面对新能源续航、安全、充电三大行业痛点,广汽集团在第一阶段(2019年之前)解决了续航里程的痛点,目前通过搭载最新的海绵硅负极片电池技术,最高续航里程已达到1000公里;在第二阶段(2019-2021年)通过独有的弹匣电池系统安全技术,解决了电池安全的痛点。在此基础上,广汽集团进一步加大在能源生态的布局和投资,在电动化方面已跨入建立能源生态、解决充电便利性的第三阶段。

充电便利性已经成为制约消费者购买新能源汽车的重要因素。广汽集团第三阶段将以超快充技术和换电技术为支撑,着力推进2°能源行动,即实现:电池可买可租,可充可换,可慢可快充,容量可大可小、里程可长可短,可买电、可卖电,可回收可梯次利用,在切实解决充电难题的同时,为消费者提供更多超出期待的附加价值。基于全新GEP3.0平台开发的全系车型换电版本,将从2023年开始陆续投放市场。

### 星灵架构加持 自主品牌双子星更智能低碳

本次广州车展上,广汽集团发布两款全新概念车,持续加电,助推广汽集团碳排放目标落地。

智享旗舰电动概念轿跑TIME兼具豪华与动感,不仅延续了全球最低风阻概念车ENO.146的气动性优化技术,流线型设计如同凝固的水滴,风阻系数低至0.191。通过互为表里的艺术和科技手段,以智圆行方为设计理念,共同营造出隐形科技无处不在,目之所及皆是艺术品的



中国贸促会汽车行业委员会会长王侠(右三)、广汽集团董事长曾庆洪(左三)、广汽集团总经理冯兴亚(右二)、广汽乘用车总经理张跃军(左二)、广汽研究院院长吴坚(左一)、广汽埃安总经理古惠南(右一)参加广汽集团新闻发布会

未来移动起居室。先锋概念车EMKOO,拥有前低后高的车身姿态,满弦姿势的车身曲面,在细节处,则呈现出了更精致的电气化造型趋势,极具赛博未来感,将启示未来传祺家族一系列新车型的设计。

作为广汽集团研发枢纽,为更好地支撑新能源和节能汽车的落地,助力加快实现绿净计划目标的达成,广汽研究院发布全新升级的星灵电子电气架构X-Soul。

广汽星灵架构是由汽车数字镜像云和中央计算机、智能驾驶计算机、信息娱乐计算机三个核心计算机群组,配以高速以太网、5G、信息安全和功能安全等技术,组成可高效支撑纯电、混动型的车云一体化集中计算式电子电气架构,具备融合和百变两个特点,既可支撑自动驾驶,兼顾高级辅助驾驶、5G互联等多样化新功能,也能支持新能源和节能汽车技术的快速部署,以智能驾驶和节能减排赋能绿色出行。相比广汽上一代电子电气架构,新架构的算力提升50倍,数据传输速率提升10倍,线束缩

短约40%,控制器减少约20个。

自主品牌双子星持续发力。广汽埃安将在EV、ICV方面持续领先,自研电芯生产线将于明年底建成,海绵硅负极片电池技术将实现自主批量生产。广汽纯电专属平台GEP将进化到第三代,结合广汽星灵电子电气架构,2023年推出全球领先的全新产品,先人一步进入软件定义汽车的新时代,并实现L4自动驾驶。产能方面,广汽埃安2022年初将完成20万产能扩建,并于2023年达成40万产能。本次车展,广汽埃安智行千里纯电旗舰SUV AION LX Plus首次亮相,它将搭载海绵硅负极片电池技术、四合一集成电驱、广汽全球首发应用第二代可变焦激光雷达,实现超1000km续航、2秒级百公里加速和城市NDA领航辅助驾驶。

以绿净计划为指引,广汽传祺将引入绿电与自建超级光伏发电系统相结合,以零碳为目标,打造数字化智能制造工厂。在产品方面,今后发展将聚焦智能化和混动化(ICV+

XEV),全面发力混动技术。以钜浪动力为依托,通过开放合作和自主研发,以两套行业领先的混动系统双轨前进,打造中国品牌领先混动技术平台;计划于2025年实现全系统混动的混动化,2030年实现混动销量占比60%。全新第二代G88预售以来首月订单破万,其中搭载丰田全新THS系统的混动版本占比超过50%。

同时,广州车展上,广汽集团旗下合资品牌也齐齐上阵,广汽本田、广汽丰田、广汽菲克、广汽三菱等品牌展示了最新技术成果和车型,以实力打造智驾绿色低碳生活。

2021年是十四五规划开局之年,广汽集团努力克服疫情反复、芯片短缺等影响,交出了一份精进向上的优异成绩。截至11月中旬,广汽集团已累计产销汽车近180万辆,全年预计将实现产销、利润、产值均同比增长。

未来,广汽集团将按照1615战略,以e-TIME行动计划为指引,围绕人才、科技、品牌三大主线纵深发力,夯实体系作战能力,打造创新引领持续为顾客移动生活创造价值的科技广汽。