



# 活出中国汽车产业的精气神

## 出行大市场呼唤更聪明的交通

中青报 中青网记者 张真齐

中青报 中青网记者 许亚杰

在《世界经济概论》一书中,作者反复阐述的观点是,随着科技的跃迁式发展,各个产业都被深深地绑定在一起,想要实现某个领域的进步,就要整体协作发展。

这一点在汽车产业中体现得尤为明显。当前,中国已具备结构完整的汽车产业链体系,成为全球重要的汽车零部件生产和供应基地,并培育形成了一批行业领先的优势企业。汽车产业与科技进步息息相关,并与多个产业构成了紧密联系,不仅成为中国经济增长的重要引擎,还成为中国促进双向投资、提升国际合作水平的重要桥梁。

近期,全国疫情多点散发,多地疫情防控等级提升,致使上游零部件供应商生产节奏被打乱。对牵一发而动全身的汽车产业来说,在确保防疫安全的前提下,保证产业链供应、稳住生产经营等已成为重要课题。北汽集团的举措,给产业的发展带来了一些启示。

### 全力以赴只为产品更好落地

5月7日,极狐阿尔法S全新HI版成功发布。随后,新车上市的新闻刷遍朋友圈,引发广泛关注。当晚,极狐售后服务团队的陈宏光守在屏幕前,观看了发布会的完整直播,心情久久不能平静。

新冠肺炎疫情发生的两年多时间里,为推动极狐零部件售后维修方案的落地、EPC系统的建设、专用维修工具的开发、用户使用手册及维修手册的开发等一整套售后配套体系的建设,陈宏光频繁往返于北京、上海、镇江、武汉、南京几个城市间,成为别人眼中的“候鸟”。

据陈宏光回忆,今年3月初,阿尔法S全新HI版上市在即,为了激光雷达专用维修工具中一个小小的垫片位置调整,他再一次赶赴武汉和镇江。

虽然只是一个小小的垫片,但对于今后的售后维修来说,就是维修一致性通过率从99%到100%的区别。陈宏光对记



在MCU、BMS、VDC控制器的测试过程中,北汽研究总院电控测试部、策略开发部、动力系统部的三部八科中,负责测试、软件、底层、硬件、工具开发等领域的工程师,面对因素众多的实际困难通力合作,加班加点共同推进项目的开展。

者说,为了能够赶上项目开发进度,他没有任何犹豫,带着48小时内核酸证明,背起行囊只身出发。

因为疫情,武汉出站必须要有人来接。而我是临时出发,到了武汉就只能在车站里等。车站里只有我一个人端着电脑,夹着手机,边处理工作,边移动着到处找电源。回忆当时的窘迫,陈宏光感慨万分。

在武汉厂家现场完成垫片模具位置的调整后,陈宏光马不停蹄地赶回镇江工厂,进行整车验证测试。

靠着这样一股志在必得的劲头,陈宏光和同事攻克了售后维修的精度、软件调试、工厂静态标定、售后动态标定等问题,赶在阿尔法S全新HI版上市前,完成了激光雷达专用工具的开发。

4月中旬,极狐用户运营中心接到温州极狐服务中心的用户维修紧急配件需

求,但那时正是苏浙沪一带疫情最严重的时期。如何将配件安全快速地送达温州极狐服务中心,及时完成客户车辆维修,成了一道棘手的难题。

面对难题,身处镇江售后配件仓库的栾文章与物流公司进行多次沟通,在详细了解当地政策的同时,评估多种配送方案。最终,确定了先由中物物流协调专车资源将紧急配件运输至温州,再由温州极狐服务中心进行配件交接的方案。

方案确定后,栾文章分别协调中物物流、区域服务经理及温州极狐服务中心,形成一条完整的配送接力链。沿着这条配送链,紧急配件4月20日自镇江仓库出发,4月23日顺利到达服务站,确保了客户车辆及时维修完成,并如期交付到用户手中。

配件已经送到并且装好了,这个速度超出了我的想象,非常感谢!电话回访时,在电话的另一端听到用户的衷心感

谢,栾文章一颗悬着的心终于放了下来。

面对复杂严峻的疫情形势,陈宏光们和栾文章们没有等一等、靠一靠、缓一缓的思想,而是毅然冲在了工作一线,想尽一切办法,用尽一切力量,整合一切资源,全力保障产品的落地。

### 调整策略力保研发、营销不中断

在中国汽车工业的起步期,发动机领域的前沿技术都掌握在国外汽车品牌和零部件供应商手里,国内的汽车厂商只能购买成品,因此在采购和生产制造端都受制于人。

不过,这种情况在近些年得到了明显的好转。在科技自强的号召下,一批自主品牌攻坚克难,集中解决了发动机领域的技术难题。如今,面对时常会出现反弹的疫情,自主车企的研发人员并没有停下脚步,反而不断调整策略,力保研发的持续进行。

2022年是N50A项目的关键年,疫情形势复杂,让我们有了更大的压力。谈到这一话题时,北汽研究总院三电中心电控测试部电控测试工程师王海燕说。

她介绍,控制器HIL(硬件在环)测试是电控系统开发流程中的重要环节,为了保证软件能顺利刷车,减少样车下线后的功能性问题,针对自主研发的MCU、BMS、VDC控制器,电控测试部控制器测试科结合项目计划和软件开发进展,统筹规划,制定了针对项目的测试策略。

记者了解到,测试环境搭建是测试工作的首要任务,为了实现真实控制器与虚拟车辆动力学仿真环境的闭环控制,控制器连接束制作是一项必备的定制化工作。

王海燕说:在控制器测试科有个继承已久的传统:不会做线束的工程师不是一名好测试工程师。我们要分配信号资源、接线、剥线、压端子、标签、打通断、量电压等,虽然HIL测试是自动化测试,但线束制作却是工程师们一根线、一根线的纯手工制作完成的。

目前,王海燕和同事正处于3个控制

器并行测试的阶段,由于各控制器均采用了最新一代产品,需求新、功能多、问题多,测试工作的开展相对更艰难。

晚上执行自动化测试,白天分析测试结果、提报问题、排查验证问题,我们将HIL测试设备利用最大化,确保设备24小时不空闲,尽可能提升测试效率,缩短测试周期。王海燕对记者说。

此外,在MCU、BMS、VDC控制器的测试过程中,电控测试部、策略开发部、动力系统部的三部八科中,负责测试、软件、底层、硬件、工具开发等领域的工程师,要面对因素众多的实际困难通力合作,加班加点共同推进项目的开展。她补充说。

在研发攻坚不间断的同时,直播卖车、云上办展、疫情下,北汽营销人也围绕着线上营销打造出营销新模式。

北汽汽车蓝谷营销服务有限公司副总经理王春风介绍,公司数字营销团队通过网络直播、短视频、App、网络商城等平台,展示北汽汽车产品优势,让新玩法成了顾客挑选产品的新渠道。

截至目前,北汽汽车直播计划建立的短视频矩阵已入驻经销商287家,粉丝量达283万,短视频播放量3829万次,直播场次达1.2万场,促进了2022年一季度产品销量大幅提升。

2022年二季度,北汽营销公司将以拉升终端销量为目标,开展厂端联动终端线上直播团购会,选拔头部账号进行流量扶持,全力助推上市集客。王春风说。

记者获悉,面对疫情,北汽营销人选择了逆向而上,为经销商和车主送上暖心服务与防疫物资。截至5月4日,北汽营销公司的“暖心送”活动,已为百余家经销商和近5000名北汽汽车车主送去了防疫物资。

业内人士分析指出,一系列全面、精细、高效的管理举措,展现的不仅是北汽集团面对疫情的应急防控能力,更展现出自主品牌从业者在大战大考中的精气神儿。也正是凭借这份精神,中国自主品牌才能在未来的市场竞争中脱颖而出,成为中国汽车行业发展的主力军。

# 抗疫不松懈生产不停步 一汽-大众按下重启键

中青报 中青网见习记者 王志远

受新冠肺炎疫情影响,我国汽车行业发展形势变得复杂严峻。车企面临着生产供给不足、经营受阻等情况,产品销售也受到了极大的影响。

全国疫情多点散发,导致供应商生产中断以及成品运输困难,特别是供应商集中的长春和上海。据中国汽车工业协会发布的数据显示,2022年4月,乘用车产销分别完成99.6万辆和96.5万辆,环比分别下降47.1%和48.2%,同比分别下降41.9%和43.4%。1-4月,乘用车产销分别完成649.4万辆和651万辆,同比分别下降2.6%和4.2%。

3月以来,疫情使一汽-大众体量最大、产值最高的长春基地被迫按下了暂停键。面对严峻的挑战,一汽-大众在今年1-4月累计完成终端销售新车超51.8万辆(含进口车),为抗疫复产提交了一份满意答卷。

在逆势向上的背后,是一汽-大众在经历2020年武汉疫情、2021年长春公主岭疫情后,总结疫情应对的工作经验,制定持续防控、识风险、快速响应、抢存量、替代方案、谋增量的三步应急举措,以应对突发疫情风险的重要决策。

### 推动供应商复产,保障零部件供应

今年3月11日起,长春工厂、长春地区供应商均停产,吉林省内零部件无法运输,

为了保证零部件持续稳定供应,一汽-大众第一时间启动了应急预案。

首先,我们评估风险,识别了吉林省内共281家供应商5000余种零部件,需要保持生产及发运。其次,针对重点的101家供应商,我们逐家沟通联系,要求保障单班人员驻厂生产。同时,我们也组建供应商运输联盟,共享运力。一汽-大众采购总监张明介绍说。

为了实现快速复产,采购部门一方面要推动供应商复产,保障零部件供应,另一方面还要为供应商备齐驻厂所需核酸、口罩等防疫用品,确保复产顺利。张明直言,一汽-大众31年的发展,培养了大批优秀的供应商,形成了扎实的供应链体系,让采购经受住了疫情的考验。

当记者问到一汽-大众是否会根据零部件库存、零部件供应商的计划,调整生产计划时,张明表示,一汽-大众正在逐渐转变“建储”的概念,不单在一汽-大众自己的库房里建总库存,也在要求供应链上的各个环节、各个节点去“建储”。

4月,在长春工厂受疫情影响的不利因素下,得益于充分的供应保障,一汽-大众将2.5万辆的生产计划提升至5.5万辆。除了打通上下游供应链的正常运作,张明还强调了增加仓储的重要性。

为了保证安全性,我们也会有意地增加原材料、半成品、成品在各城市一周到两周的储备,能临时应对突发事件。张明坦

言,目前供应链已经基本恢复稳定运行,在接下来的时间里要再接再厉,以更高的效率、更快的节奏推动各项工作有序开展,要把失去的时间抢回来。

5月11日,长春基地实现了接近100%产量恢复的阶段性胜利。复产至今,厂内做到了零感染。

一汽-大众生产管理部总监杨海表示:满产情况下,我们坚持常态化防疫,保证动作100%标准,标准100%落地。尽快恢复和释放各地最大产能是我们的核心任务。

### 实行常态化防疫,保证生产可持续性

自3月吉林省发生疫情以来,一汽-大众快速启动流调排查小组,并成立了由指挥部、方案组、流调组、档案组40多人组成的队伍,开展异常人员的流调排查、建档跟踪、核酸检测跟踪等工作,确保防疫机制到位、监管措施到位和人员保障到位。

这次疫情对长春生产来讲挑战巨大,主要体现在以下方面:一是人员种类多、来源广、数量大;二是防疫标准严、迭代速度快;三是风险场景多、构成要素复杂。

一汽-大众长春生产总监高大伟表示,为高效应对以上问题,生产部门快速组建了12个专项工作组,制定、实施了全场景的疫情防控方案,将快、准、严、细、实的要求和工作标准贯彻到24小时全天候管

理的各个环节。

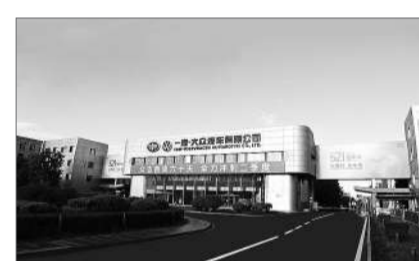
据了解,目前长春生产基地五条生产线全开,每日需要完成1.9万名员工与合作伙伴的全员核酸检测。

一汽-大众安全保障部总监姜恩君坦言,推动公司复产主要抓3件大事:一是严格把控复产人员的情况,确保进入工厂的人员均符合安全标准。二是建立快速响应机制,通过实战演练及流调排查的网格化管理来实现。三是建立全覆盖的防控监督检查体系,保证各项复产防疫措施落实到位。

比如,通过打造工作任务闭环管理模式,提高工作效率;点对点地进行精准促进,保障数据收集的时效性;开发数据处理模型,提高数据处理效率。另外,主动对核酸次数异常、双未检情况及人员流动异常状态等进行常态化监控,为防疫工作提供支撑,并利用数字化手段进行信息传递和收集,实现全过程信息流程闭环管理,使整体的流调工作实现快速有序。

姜恩君介绍说,目前一汽-大众共有公司级疫情防控方案35套、部门级疫情防控方案52套。在九大工作组运行流畅,26个部门级防疫工作组紧密配合下,形成了标准化、目视化、网格化管理体系,数字化流调系统将流调时长由18小时降至半个小时。

高大伟表示,6月,长春基地各生产线还将持续保持高强度生产节奏,高标准严要求抓好疫情防控和产能提升。



今年3月以来,疫情使一汽-大众体量最大、产值最高的长春基地被迫按下了暂停键。面对严峻的挑战,一汽-大众在今年1-4月累计完成终端销售新车超51.8万辆。而这背后是一汽-大众及时总结疫情应对的工作经验,制定持续防控、识风险、快速响应、抢存量、替代方案、谋增量的三步应急举措。



在九大工作组运行流畅,26个部门级防疫工作组紧密配合下,一汽-大众形成了标准化、目视化、网格化管理体系,数字化流调系统将流调时长由18小时降至半个小时。据透露,6月长春基地各生产线还将持续保持高强度生产节奏,高标准严要求抓好疫情防控和产能提升。

## 纯电出行将成为一种全新的生活方式

# 奥迪Q4 e-tron想要提供纯电豪华更优解



在一汽奥迪销售有限责任公司执行副总经理孙惠斌眼中,未来的纯电出行,不仅是一种产品在交通领域的应用,更是一种全新的生活方式。

中青报 中青网记者 张真齐

汽车产业发展至今,已经到了新的变革节点,各大车企都面临着转型与升级的双重挑战。身处电动化、网联化、智能化、共享化的“新四化”浪潮中,每一家汽车企业都希望寻找到适合自己的发展方向。

尤其是在电动化领域,凭借快速增长的销量和消费者火爆的购车热情,电动汽车市场成为了各大车企争夺的“兵家之地”。

不过,随着电动汽车的高速发展,消费者遇到的各类电动困扰也层出不穷。针对这一情况,我们坚持以用户为中心,洞察新能源时代用户的续航焦虑,并充分考虑用户对纯电与豪华的双重需求。一汽奥迪销售有限责任公司执行副总经理孙惠斌说。

作为一汽奥迪在今年的重磅车型,国

产奥迪Q4 e-tron在MEB纯电平台和E3电气架构的加持下,显示出高超的技术实力,并肩负着为一汽奥迪品牌打开紧凑型豪华纯电SUV细分市场的使命。

孙惠斌说:为最大限度满足中国电动汽车用户的实际需求,一汽奥迪进行了大量的市场调研,并一直与中国市场电动车用户保持长期的密切互动,经过精心准备,Q4 e-tron已经开启预售。

记者了解到,奥迪Q4 e-tron预售价格区间为30万-38万元。与此同时,限量520台的奥迪Q4 e-tron先享版车型也宣布上市,价格区间为33.7万-38.25万元。

从外观上看,奥迪Q4 e-tron采用了最新的家族设计语言,因采用短前悬和大尺寸轮毂,车身比例线条肌肉感十足。同时,概念车的车身线条得以保留,车头采用了结构紧凑的封闭表面,一个几乎直立的八角形Singleframe格栅,代替了传统的散热器格栅。

与此同时,得益于MEB平台合理的空间布局,奥迪Q4 e-tron在2765mm轴距的基础上,还能为消费者带来520L容

量的B级SUV后备厢空间,以及前后排1828mm的C级SUV驾乘空间。

值得注意的是,目前上市的奥迪Q4 e-tron先享版车型,采用了异星蓝车漆搭配车身多处“酷黑”设计,让其更显专属身份,整车看起来也更加运动。后排采用隐私玻璃,与车辆整体的酷黑配色协调统一,同时也保障了后排乘客的空间私密性。

孙惠斌表示,奥迪Q4 e-tron搭载的E3架构,为消费者创造出智能化的移动出行解决方案,包含所有与驾驶、泊车及改善整车安全性相关的驾驶辅助服务技术,将相互独立的驾驶辅助功能进行整合,实现了多达13项驾驶辅助功能,确保全场景、全速域智能安全防护。

记者还了解到,奥迪Q4 e-tron搭载同级最大的79.7kWh可用电池容量,实现CLTC工况下最高605公里的续航里程。其直流快充功率高达100kW,理想状态下,可实现10分钟补能超100km。

有业内人士认为,Q4 e-tron在保留奥迪品牌豪华氛围的基础上,通过一系列

科技配置带来了让人耳目一新的感觉。同时,这款新车也是奥迪品牌在华电动化策略下的一枚重要棋子。

在孙惠斌看来,未来的纯电出行,不仅是一个产品,更是一种全新的生活方式。奥迪Q4 e-tron是奥迪新豪华产品战略的生动注解,也是一汽奥迪电动发展进程的里程碑,更是一汽奥迪打造的全用户触点、全生命周期的纯电出行生态服务体系的载体。

事实上,在去年国产奥迪e-tron上市时,一汽奥迪就推出了“全心无忧用户体验体系”,希望从购车、充电、出行和维保4大环节,用30项用户专属权益,打造更具服务价值的豪华电动车品牌。

孙惠斌透露,如今,围绕用户全生命周期旅程痛点,一汽奥迪将“全心无忧用户体验体系”升级,确保用户享受到的专属豪华服务品质如一。

目前,一汽奥迪不仅建立了“线上+线下”的立体化购车渠道,还基于新能源车特点,建设专属新能源展厅,培训新能源车1对1销售顾问,并打造定制化试驾体验。

同时,一汽奥迪还建设了全行业领先、合资品牌规模最大的补能生态网络,如今已经覆盖近300个城市,实现核心城市5km商圈圈和覆盖。

孙惠斌说:按照规划,依托奥迪TRON星球小程序、公众号等私域触点,并结合各地线下车友会、俱乐部,一汽奥迪搭建了完善的用户社交生态体系,实现了用户全触点覆盖。

此外,孙惠斌还透露,针对奥迪Q4 e-tron,一汽奥迪带来了先定多享的用户权益。12月31日前,购车立享14项畅享权益;10月1日前下订的用户,额外享受多重专享权益,助力消费者购车无忧、用车无忧。

有预测显示,到2030年,中国豪华车市场的体量将达到至少450万辆的级别。因此,在豪华车市场快速发展 and 整个汽车行业向电动化转型的大背景下,一汽奥迪也迎来了新的发展机遇。

随着此次奥迪Q4 e-tron的预售开启,未来一汽奥迪也将持续带来多元化、个性化的纯电产品,带给更多用户“纯电豪华更优解”。孙惠斌总结说。

无独有偶,不久前印发的《浙江省交通运输新型基础设施建设“十四五”实施方案》明确提出,完善全省综合供能服务站布局,加快建设公共领域充换电站、充电桩,新增公用充电桩全部具备智能充电功能。同时,探索建设无线充电线路,构建覆盖全省的智能充电服务网络。事实上,在今年多个省(区、市)的两次会上,完善新能源汽车充换电基础设施、加强交通基础设施的智能化改造等工作均被提上日程。有不少分析人士指出,这些举措不仅能缓解新能源汽车用户的焦虑,进一步释放消费潜力,更有助于构建“车路一体”的新型交通设施,从而为将来推动自动驾驶等技术创新成果奠定基础。(下转8版)



汽车消费投诉与新闻线索提供,请关注青豹驾到公众号,给我们留言,消费维权邮箱:jautocyd@126.com