



坚持 高新特 战略 北汽集团释放高质量发展信号

中青报 中青网见习记者 王志远文并摄

技术豪华气息扑面而来,这届车展上的北汽让人耳目一新。2022年12月30日,在第20届广州国际车展现场,一位前来展台参观的行业人士由衷感叹。

一直以来,广州车展都被行业赋予车市风向标的意义。在2022年末和2023年初,这一意义显得尤为突出。作为首个跨年举办的国际车展,广州车展的顺利举办,释放的是新时期中国车市回暖的积极信号,同时也承载着车企对新年的美好预期。

虽然车展筹备时间仓促,但车企们依然展现出满满的热情,以新产品、新战略按发展提速。位于5.1号展馆的北汽集团(以下简称“北汽集团”)展台,以全产品阵容强势亮相,以高品质产品、亲用户场景和“高新特”战略,打响年度收官之战,用新产品提振消费信心。

细细梳理本届广州车展上北汽集团旗下产品,极狐阿尔法S全新HI版和阿尔法S小王子版、北京魔方和全新X7、北京越野BJ60和BJ40可西里版、北京奔驰EQE、北京现代第五代途胜L 8AT,各品牌的重磅车型在这里悉数亮相。

电动汽车方面,极狐阿尔法S全新HI版受到广泛关注。该车是全球首个基于高精地图实现高阶智能驾驶,并全面推送给用户,它所搭载的NCA城区智驾辅助功能,可在城区实现自主巡航、无保护路口通行、近距离加塞处理、主动高效的超车变道、并道分道、隧道通行、盲区绕行等操作。

北京车展展出了多款全新车型,如北京魔方女神版、北京全新X7等,配置及外观的全面升级让用户需求得到了充分满



以光速复展的第20届广州国际车展,释放的是新时期中国车市回暖的积极信号,同时也承载着车企对新年的美好预期。此次车展,北汽集团以全产品阵容强势亮相,以高品质产品、亲用户场景和“高新特”战略,打响年度收官之战,用新产品提振消费信心。图为位于5.1号展馆的北汽集团展台。

足。北京越野携2023款BJ80、2023款BJ40城市猎人版、BJ40可西里版等家族车型集体亮相,更有北汽自主力作BJ60大秀肌肉,诠释中国品牌在越野细分市场领域的硬实力。

除了自主品牌产品之外,首款基于EVA平台在中国生产的北京奔驰EQE、北京现代第五代途胜L 8AT等合资产品的亮相,不但证明了北汽集团的合资合作实力,也展现了其强大的产品体系力。

没想到今年广州车展会恢复举办,人

气也比预想的要旺。在北汽集团展台现场,一名工作人员表示,2023年的北汽新产品市场定位更加精准,配置也更高端,很多人听完介绍后表达了购买意愿。

一位男士告诉记者,北京越野BJ60家玩改装方案与他的想法不谋而合。本来我和我爱人就是爱旅游的人,现在手里攒了点钱,准备买辆越野车开启出游之旅,这些专业的改装车和露营方案完全可以满足我们的出行需求。

我喜欢这款车,它的智能化开启了生

活中的另一种可能。王女士看到女神主题车衣的北京魔方后就研究个不停,开着这车,估计上下班路上的心情都不一样了。

在极狐展区,全气候电池包及丰富的充电解决方案吸引不少观众驻足。依托电池极耐寒、极安全、极可靠、极快充的设计,以及7kW/2kW交流充电桩、20kW壁挂直流充电桩、480KW超充终端等智能化充电方案,极狐把车辆变身为大功率安全移动充电宝。

北汽集团相关负责人告诉记者,2022年是北汽集团推进改革攻坚、高质量发展的重要一年,在过去的一年时间里,科技创新已经成为发展的强劲引擎,这些科技创新成果在广州车展上得到集中展现。

据了解,北汽集团掌握了全球领先的电动汽车三电核心技术和全新整车平台正向开发能力,构建了国内唯一全制程电控测试自动化工具链,突破大功率石墨极燃料电池发动机设计关键技术,氢耗水平国际领先。

智能网联方面,北汽集团围绕智能座舱、智能驾驶、车联网、电子架构4大领域,形成智能化核心技术开发、系统集成以及资源整合等综合能力。自主电子电气E/E架构许可美国公司使用,开创了我国汽车产业核心技术对国外输出的先河。

2022年,北汽集团宣布通过组建科技委员会、建立首席科学家及专业技术带头人评聘机制,设立北汽集团科学技术奖等系列举措,持续推进科技创新战略,进一步激发科技人才在发展中创新引领作用。透过本届广州车展可以看出,一个焕新的科技北汽已然展现在人们面前。

上述负责人表示,北汽集团“客户至上”的理念从未改变,甚至更加坚定。在北汽集团展台为客户打造的不同品牌、各具

特色的产品及服务体系背后,是它更鲜明的“高新特”战略。

高是科技驱动。BE21平台极狐阿尔法T车型电子电气架构技术授权美国斯太尔;全气候电池包将在2023年的下一代极狐车型上投入使用;充换一体综合能源站正式投入运营,实现最高360kW单桩充电功率;北汽新能源电动汽车三电平台关键技术与产业化项目获“中国汽车工业科学技术奖”一等奖。

新是绿色先行。基于过去近20年的持续绿色耕耘,北汽再一次走上了绿色发展的前哨。2022年6月,北汽集团发布了“BLUE”蓝卫计划,宣布深入推进全面新能源化与智能网联化。通过产品降碳、技术降碳、制造降碳、低碳生态四大行动,北汽集团以多元化技术路线、低碳生态能源布局、全生命周期能源资源高效利用等举措,持续践行绿色使命。

特是创新无限。面对越来越特色化的市场需求,北汽将差异化“玩”的炉火纯青,北京越野以BJ80、BJ60豪华版/改装版、BJ40可西里版/城市猎人版等多场景产品的打造,将越野从专业拓展到“家玩”,让越野成为更多人的选择;北京魔方以颜值与科技支持“潮玩”,不逊于新能源汽车的智能化配置进军年轻市场。

有分析指出,面对高潮迭起的科技变革、渐入佳境的产业行情和全面开放的形势变化,只有顺势而为、乘势而上,才能助推企业在未来智能电动车的激烈竞争中勇立潮头。

从燃油车到新能源车,从电动化到智能化,回顾北汽集团2022年的发展不难发现,其真正以高品质产品和亲用户场景为“火”,以“高新特”战略为“炉”,锻造强大的体系能力,应对充满变数的未来。



近日,全球智能汽车产业峰会(GIV2022)在安徽合肥举行。中国电动汽车百人会理事长陈清泰在视频致辞中表示,汽车智能化是一项十分复杂的系统工程,需要与智能交通、智慧城市实现协同创新。

智能汽车成战略制高点

智慧出行生活新年可期

中青报 中青网记者 许亚杰

随着电动化、智能化成为我国汽车市场增长的核心动能,不仅越来越多的汽车企业重押这些赛道,各地方政府和高校院所也加大了投入力度。

近日,全球智能汽车产业峰会(GIV2022)在安徽省合肥市举行,百余位来自政府有关部门和汽车、信息、交通、能源、城市、投融资等领域的行业机构、高校院所和企业代表,共同探讨了智能汽车发展新路径。

中国电动汽车百人会理事长陈清泰在致辞中指出,自2011年起,我国在全球率先实行新能源汽车产业化,实现了换道先行。

他说:在这期间,我国选准了技术路线,政府的推进政策合理适当,再加上企业的快速转型,使我国实现了新能源汽车的高度认同,由此推动了一场波澜壮阔的全球汽车革命。

在陈清泰看来,电动化只是这场汽车革命的序幕,他强调说,目前人们所担心的充电难、续航短、不安全等问题正在逐渐成为过去,而真正造福居民、深度变革经济社会,要靠汽车的电动化、绿色化、智能化、网联化和共享化,并最终实现智能汽车、智慧能源、智能交通、智慧城市之间的协同融合。这是全行业下一步的努力方向,也是下一步各企业竞争的焦点。

事实上,智能汽车被认为是汽车产业的变革性技术,自动驾驶、车路协同等赛道已引起世界各国的激烈角逐。发展智能汽车也已在国内相关企业中形成共识。大疆总裁罗维华表示,用户愿意使用智能驾驶,愿意为智能驾驶服务,是推动整个产业腾飞的关键。

在这个阶段,智能驾驶产业最关键的并不是蛋糕、分主次,而是做普及、做推广。罗维华告诉记者,推动智能汽车产业链走上更深度的开放合作,切实降低智能汽车开发难度,才能给智能功能普及带来机会,给产业各方带来切实收益。

近年来,我国政府采取了一系列措施激励技术创新、完善政策体系、优化发展环境,有力推动了智能网联汽车发展取得积极成效。有数据显示,我国具备组合驾驶辅助(L2级)功能的乘用车销量达288万辆,渗透率升至32.4%。同时,L3级以上高度自动驾驶技术也逐渐在城市出租车、干线物流、末端配送等特定场景和限定区域开展应用。

大众汽车(安徽)有限公司首席执行官葛晓琦对这些数据格外重视。在他看来,随着中国新能源汽车市场占有率不断创新高,以及全国范围内自动驾驶基础设施的稳步发展,第一批L2+级自动驾驶已经上路,中国正在汽车创新的各个领域引领行业发展。

不过,也有业内专家提醒称,汽车智能化还面临缺芯少魂的挑战。从软件、操作系统、软件开发供应链,都面临一些“卡脖子”的尴尬局面。其中,汽车芯片和软件系统被认为是发展智能汽车的短板之一,但陈清泰认为,我国汽车芯片设计已有快速进步,未来前景可期。

陈清泰分析说,汽车智能化是一项十分复杂的系统工程,与其并行和衔接的是新能源革命和新一代移动通信。支撑这场汽车革命的是移动互联网,是数字经济和人工智能技术的快速进步。

我们必须从系统的角度来谋划如何推进智能汽车的发展。在他看来,这些因素与汽车革命交互融合,为未来汽车的电动化、绿色化、网联化、智能化和共享化提供了技术基础和丰富的使用场景。这也意味着,汽车单独进化并不可行,它需要智能汽车、智能交通、智慧城市的协同创新,为其打造一个复杂的技术和产业系统。

通过手机App一键操作,即可呼叫自动驾驶出租车驶往指定地点,在办公园区下单一杯奶茶,片刻就有无人配送车将商品送到楼下。新的一年,这些场景将依托智能汽车技术逐一落地。这不仅是一场全球汽车行业的新一轮技术革命和产业变革,也意味着技术创新将为人

们创造美好生活。未来,中国汽车将在推动创新,丰富人们的生活,为企业宗旨指引下,践行在中国,为中国”的承诺,坚持可持续发展理念,积极履行企业社会责任。今后,中国汽车将继续与各方合作,持续开展“日产筑梦课堂”,为可持续社会发展所需的人才培养贡献力量。铃木昭寿总结说。



汽车消费投诉与维权线索提供,请关注青豹公众号,给我们留言,消费维权邮箱:jautocyd@126.com

逐鹿高端电动车市场 智己筑梦路上兼顾质与量

中青报 中青网记者 许亚杰

回顾2022年中国汽车市场的关键词,新能源汽车无疑是热门候选之一。有统计数据显示,目前新能源汽车的市场渗透率已接近30%的拐点。这意味着群众基础已经打牢,未来其市场渗透率还会继续提升。

对于已经借助电动化浪潮扩大市场份额的中国自主品牌来说,如何抓住新的市场机遇,进一步强化品牌高端化攻势,将是2023年必须攻克的一大重点。

近日,智己汽车联席CEO刘涛在接受记者采访时表示,作为创业公司,智己一定要做好品牌高端化,品牌建设比短期销量更重要。

擦亮 操控感 这块招牌

2022年12月21日,作为“智能纯电中大型豪华旗舰SUV”,智己LS7盲订开启10分钟,订单量迅速破千,开启不到1小时,订单便突破了3000辆。

与过去不少消费者“尝鲜”式购买电动车不同,现在大部分消费者既要智能化、电动化等新优点,也要操控感、安全性等传统汽车价值。有业内专家分析称,这就像挑新衣服,汽车传统价值的“里子”和各种新潮炫酷功能的“面子”都要兼顾,在高端新能源汽车市场更是如此。

在他看来,智己LS7的聪明之处在于,其不仅拿出了国内首个正式量产的半幅方向盘、零重力浮感座椅等新玩意儿,还坚持将SUV的传统价值做到极致,例如全路况操控性能唤醒用户驾车探索世界的情感共鸣。

作为智己汽车的掌舵人,刘涛对此也



有业内专家分析称,2023年,中国新能源汽车市场高端化趋势将进一步凸显,并带动更多自主品牌向高端化发展。智己汽车联席CEO刘涛表示,更加成熟的智己LS7将在对手多、玩家多,同时用户流量也更大的中大型豪华SUV市场打响攻坚战。

有自己的独到见解。

智能电动车市场已经涌现了不少创意十足的想法,但无论何时,汽车品牌对汽车机械素质的底层理解永远是不可或缺的。刘涛告诉记者,不能认为装上一块大屏幕就是智能汽车,也不能认为车辆的操控感、驾驶品质在电动化时代就不再重要。

他解释说,对于汽车机械素质的底层理解,往往会深刻影响一家车企的产品研发、验证流程,也会决定其产品可靠性。与部分品牌的新车在上市前进行40万至50万公里测试不同,智己汽车坚持“不完成50万公里测试不上市”。

绝不能在产品还没有得到足够验证、不够安全前就仓促上市。刘涛解释说,即便有声音质疑智己的新车发布节奏不够快,这也是打好性能基础、提升产品安全性所必须付出的代价。在他看来,如果车辆的安全性得不到充分保障,再大的车内大屏、再花哨的功能都会失去意义。

值得注意的是,坚持做好新车机械性能的底层设计和技术验证,不仅能深耕产

品安全,也有助于提升操控感等汽车传统价值,为用户带来更多驾驶乐趣。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树分析称,近年来,由于新能源汽车的产品阵容更丰富、动力组合更多元,为消费者带来了更多的驾驶乐趣,也逐渐解锁了更多使用场景,这有利于加速新能源汽车对燃油车的替代。

他表示,虽然不同区域对新能源汽车的需求存在差异,但总的来说,大中型城市尤其特大城市,对大功率、操控性能好的电动车需求会进一步增加,推动高端新能源汽车市场的发展。

据了解,智己汽车首款车型“智己L7”用户的驾驶品质得到了用户的广泛认可,在一些论坛中还被称为“电动车驾控的天花板”。

刘涛介绍说,之前智己L7在上海发起了“九层妖塔”停车楼用户挑战活动。面对停车场内许多小两厢车都无法轻易一把过的弯道,不少用户开着智己L7轻松挑战成功,一度吸引众多车主前去尝试,引发破圈式讨论。

为一款新车或一个新品牌贴上“操控好”的标签很难一蹴而就,今后我们还要通过类似的活动继续破题,继续聚焦于打造极致驾控。他告诉记者,智己汽车致力于成为“智能时代出行变革的实现者”,但对于用户来说,“好开”才是一款新车需要率先兑现的承诺。

打破与用户之间的次元壁

高端电动车在提升驾驶体验、降低使用成本等方面优势明显。同时,布局高端新能源汽车市场也有利于自主品牌向上突破,塑造更高的品牌价值。正如崔东树所说,作为消费升级的增换购车型,高端电动车有一些天然优势,而车企除了要做好产品布局,满足用户的多元化需求,还要在营销渠道、用户服务上下功夫,不要让企业软实力成为品牌高端化征途上的“拦路虎”。

有业内专家指出,在这些领域,中国品牌要向互联网行业学习,多借鉴一些成功经验。

对此,智己汽车不仅将传统的营销架构完全革新,还围绕用户运营进行了一系列大刀阔斧的内部改革。

我们将原来HMI、App、车机软件三大部门整合成一个大部门,就是为了更高效地打造用户触点。刘涛介绍说,这种围绕用户运营的结构调整,在汽车公司中尚属首例。

据了解,智己汽车计划为IM GO!和IM OS 2.0软件举行发布会,推出让用户涉猎虚拟世界、车载空间、手机端和车机端的整合性玩法。

有了新的硬件创新,就要有相应的软件创新和有意思的新玩法。刘涛表示,为了做好用户运营,智己汽车要努力打破车

友线下活动、车机屏、虚拟世界和游戏世界之间的次元壁。

在他看来,智能时代给车企提供了许多直面用户的机会。一方面,车企可以通过官方App等平台与用户直接交流,倾听他们对产品升级的建议;另一方面,通过大数据和AI算法,车企可以及时发现用户用车时的突发状况,提前发出预警,同时也能在平时给予恰如其分的品牌关怀。

刘涛举例说,通过与用户的直接交流和大数据分析,智己汽车的团队发现,用户对“健康”的需求是购车时的第一刚需。对此,智己L7推出了“180+净级别健康座舱”,用独创技术解决了车内有害气体的风险。

据透露,包括软件系统的产品经理在内,目前智己团队有超过60%的人员具备软件行业从业背景。刘涛信心满满地表示,经过软件系统的打磨和锤炼,更加成熟的智己LS7将在对手多、玩家多,同时用户流量也更大的中大型豪华SUV市场打响攻坚战。

过去十年,中国新能源汽车产业不仅跑出了“加速度”,还成为带动全球汽车产业电动化转型的领导者。站在新年伊始的新起点,人们不会只关注新能源汽车车量的增长,更会重视其智能化水平。

有业内专家分析称,2023年,中国新能源汽车市场高端化趋势将进一步凸显,并带动更多自主品牌向高端化发展。而在刘涛看来,虽然智己在较短时间内迈上了一个小台阶,逐渐成为被用户认可的豪华智能电动车品牌,但还未达到令人满意的程度。

接下来,我们还需要努力通过敏锐传播、渠道拓展等方式,进一步提升品牌知名度和美誉度。刘涛总结说。

中青报 中青网记者 张真齐

当下,企业社会责任一直都是全球各行业领军企业关注的重点领域。然而在不少人看来,想要在公益事业上“入门”比较容易,但想真正做大做好,甚至做出有深度和影响力的公益项目,不仅需要企业长期的投入和努力,更需要丰富的内容创意和耐心。

如今,可持续发展已成为全球共识,而教育是实现联合国2030年可持续发展议程的重要议题。作为在全球销量领先的日产汽车,同样非常重视教育这一板块。

近日,由日产(中国)投资有限公司牵头主办的第二届可持续发展(教育)论坛暨“日产筑梦课堂”2022年会正式举行,引来行业内外的广泛关注。

在日产(中国)投资有限公司执行副总经理铃木昭寿看来,青少年是国家的未来,人才是社会可持续发展的关键。日产汽车非常重视青少年的教育,通过“日产筑梦课堂”为孩子们提供了新鲜的学习体验,让他们切身感受到“科技改变生活,知识启发梦想”的含义。

长期以来,日产汽车都将公益的重心放在青少年群体身上。自2013年起,日产筑梦课堂历经近十年的发展,持续获得参与项目学校师生、家长、员工和社会各界的一致好评。截至2022年年底,日产筑梦课堂已在全国24个省(区、市)开展课程,累计受益学生人数达200万人。

与此同时,作为与中国联合国教科文组织全国委员会、中国国际贸易促进委员会汽车行业分会共同开展的汽车主题



截至2022年年底,日产筑梦课堂已在全国24个省、自治区、直辖市开展课程,累计受益学生人数达200万人。图为孩子们在体验日产筑梦课堂项目。

青少年教育社会公益项目,日产筑梦课堂已成为可持续发展教育领域的标杆公益项目。

日产筑梦课堂是日产汽车践行企业社会责任,助力中国社会及教育事业可持续发展的重要举措。铃木昭寿告诉记者,2022年大家面临着艰难的环境,是非常不容易的一年,但是在这样情况下,我们也做了三方面的新尝试。

铃木昭寿介绍,每年的日产筑梦课堂项目都会根据学生的需求、社会形势的变化,以及技术发展的趋势,对课程内容进行开发和更新。2022年的日产筑梦课堂

就更新了日产筑梦课堂制造教室的课程内容,通过导入电动底盘模型,让孩子们课程体验更愉快。

此外,2022年的日产筑梦课堂还让孩子们开展了编程大赛,为学生提供了新的展示学习成果的平台。统计数据显示,共有4000余名学生参加了编程大赛,参赛的同学们都非常有吸引力。

日产汽车还扩大了日产筑梦课堂的覆盖面,让参与者能够通过手机等智能终端学习课程。铃木昭寿表示,自2022年开始,日产筑梦课堂为参与者开发了会员小程序,整合了课程内容、活动和交流

功能,随时向会员推送最新的课程内容和活动信息。

这个小程序虽然刚刚开设两个月,但是现在注册的会员已经超过了3万人,受到了大家的广泛欢迎。铃木昭寿坦言,通过这些新的尝试,日产汽车希望能够让更多的青少年享受到优质教育,推动教育均等化的发展,培养未来社会可持续发展所亟需的综合性人才。

回顾日产筑梦课堂近十年的发展,该项目从在学校开展的线下课程发展到线上课程,发展速度迅猛。在这十年当中,数字化技术的发展,也推动了日产筑梦课堂项目不断创新。

记者了解到,自2013年首次推出以来,日产筑梦课堂项目已从最初的两个课程发展到现在的22个课程,包含汽车制造、汽车文化、环保、彩绘、设计、智控驾驶1、智控驾驶2、图形化编程在内的8个板块。

在寓教于乐的同时,日产筑梦课堂普及了汽车相关知识与文化,引导青少年关注科技、关注环境保护、交通安全等社会问题,为中国社会和汽车行业培养可持续发展人才作出了贡献。

中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王洪评价说:“作为汽车行业具有代表性的科技教育支持行动,日产筑梦课堂发挥了示范引领的作用。它用学生易于理

解的方式讲述汽车文化、汽车发展相关的科学技术及创新理念,并传递其背后的可持续发展理念。在激发学生学习兴趣的同时,日产筑梦课堂也促使他们提升综合能力,为可持续发展的汽车工业和社会培养具有竞争力的新型人才。”

事实上,除了为青少年“筑梦”外,日产筑梦课堂还以创新唤起新的创新,在提供丰富课程内容的同时,激励老师们进行创课,努力提升教师的执教水平。

中国科协青少年科技中心处长、中国青少年科技教育工作者协会副秘书长范体宇表示,日产筑梦课堂对完善高质量教师队伍进行了有益探索,为教育的可持续发展注入了活力。

今年,日产筑梦课堂项目即将迎来十周年。据记者了解,日产汽车将根据社会与技术的发展潮流,继续对课程内容与授课形式进行创新,利用移动互联网技术强化在线课程并扩展覆盖范围,同时将搭建更多平台以展示学习成果,力争面向全社会,惠及更多青少年。

未来,日产汽车将在推动创新,丰富人们的生活,为企业宗旨指引下,践行在中国,为中国”的承诺,坚持可持续发展理念,积极履行企业社会责任。今后,日产汽车将继续与各方合作,持续开展“日产筑梦课堂”,为可持续社会发展所需的人才培养贡献力量。铃木昭寿总结说。