红旗抛出新能源全球战略 助力中国一汽向上突破

中青报 中青网记者 张真齐

近年来,中国乘用车市场下行压力持 续加大,存量市场竞争进一步加剧。与大盘 走势形成鲜明对比的是,新能源汽车产品 保持了持续稳定的高速增长,逆势上扬态 势明显。

新能源正在以不可逆转之势重塑全 球汽车市场格局。中国第一汽车集团有限 公司(以下简称 中国一汽)党委书记、董 事长徐留平直言,在这种情况下,全球汽 车产业的中国时代已经来临,新红旗要以 中国高端汽车品牌引领者的姿态 ,向着 中 国第一、世界著名 的目标持续前行。

1月8日,中国一汽红旗品牌新能源汽 车全球战略发布会在广州召开。在发布会 现场,徐留平回顾了近年来红旗品牌的发 展历程及丰硕成果,并正式发布红旗品牌 新能源品牌架构、品牌LOGO、设计语言、 技术平台和产品规划。此次发布会 紅旗品 牌为全球用户描述出一幅未来出行新生态 的远景,以全新姿态开启了品牌第二阶段 发展的崭新篇章 ,引来了行业内外的广泛 关注和讨论。

在新能源赛道实现自我革新

从2022年下半年开始,除特殊用途 车型外,红旗品牌已经做到 两个全部,一 个停止。即技术创新投入全部用于新能源 汽车 新增产能全部用于新能源汽车 停止 传统燃油车技术和产能的新增投入。在发 布会上,徐留平如此表示。

随着红旗品牌全力奔向新能源赛道, 并全域推动所有车型的电动化 ,红旗也明 确了 领航新能源关键核心技术 树立新能 源民族高端汽车品牌,开创新时代中国新 能源高端品牌汽车产业创新发展新道路 的品牌使命。

从最新发布的红旗整体品牌架构来看, 红旗 主品牌下构建 新能源汽车 、节能汽 车 、红旗顶级车 、超级跑车 4个子品牌,





左图:在中国一汽红旗品牌新能源汽车全球战略发布会上,中国一汽党委书记、董事长徐留平表示,全球汽车产业的中国时代已经来临,新红旗要以中国高 端汽车品牌引领者的姿态,向着 中国第一、世界著名 的目标持续前行。

右图:随着红旗品牌全力奔向新能源赛道,并全域推动所有车型的电动化,红旗也明确了 领航新能源关键核心技术,树立新能源民族高端汽车品牌,开创 新时代中国新能源高端品牌汽车产业创新发展新道路 的品牌使命

各子品牌将在主品牌和总理念的统括下 拥 有相对独立的理念、标识和设计语言。

其中,新能源汽车子品牌是发布会现 场最受瞩目的焦点。该品牌以 创建美妙出 行、美丽体验、美好生活;打造世界著名、绿 色智能、消费者热爱的新能源汽车品牌 为 愿景:以 新时代中国式新高尚精致主义 为品牌理念 将目标客户定位在 新时代中 国式新高尚情怀人士 。

红旗品牌确定到2025年总销量达到 100万辆级,其中新能源汽车销量超过50 万辆 ;到 2030年 ,总销量突破 150万辆 ,其 中新能源汽车成为销售主体。徐留平表 示,在新能源汽车成为销售主体的同时,红 旗的品牌影响力、创新能力和整体实力等 也将进入世界高端品牌的第一阵营,真正 实现 新红旗新能源 强势崛起。

同时,徐留平还明确将开拓海外高端 市场作为重大战略选择和重要战略任务。 据悉,红旗品牌的第一步目标是到2025 年,在海外建成超过700家红旗体验空间、 超 1000 家服务网络、60 万个补能终端,并 实现海外销量占总销量的比例超过10%, 当年海外销量同比 2022年增长 20倍。到 2030年,红旗品牌海外销量占总销量的比

例将达到25%。

尽管新能源汽车市场是当下发展的蓝 海,但是想要在日趋激烈的竞争中脱颖而 出 绝非一件易事。面对这种情况 红旗品 牌除了定下明确的发展方向和目标外,还 在新能源设计、技术发展、产品体验等方 面,进行了深度的探索和思考。

在发布会上,徐留平表示,红旗新能源 品牌的理念内核是 美妙 ,品牌的主标识 为 旗妙双翼 ,并拥有品牌的全新设计语 言。在新标识的两侧 搭配了 万物生长、变 幻多姿 的灯语 ,它用全息科技、随心智能 和精美参数设计 提升了产品的辨识度。

此外 红旗新能源汽车的侧身腰线和尾 部,也都进行了全新的设计升级。这种风格 也延续到了车内,全新的红旗座舱将连接 人、车和万物,为用户提供全新的产品体验。

随全新设计一同出现的 ,还有 旗帜 高端电动智能超级架构 FMEs(以下简称 旗帜 超级架构)。早在2019年下半年. 红旗品牌就重磅投入、潜心研发。在依托中 国一汽8大技术领域群和115项关键技术 领域突破的同时 广泛运用布局全球的海 量技术资源 ,最终 旗帜 超级架构得以诞 生。徐留平回忆说。

记者了解到,旗帜 超级架构具有极 富创新创作、极高集成融合、极强原始创 新、极优先进制造、极具成本优势等特点, 将全面满足红旗新能源品牌所有车型的研 发、制造和用户需求。

该架构由两大主平台构成 ,一个是 旗 羿 电动化、智驾化集成平台 ,主要包括高 能安全电池、高效电驱、高功智慧补能和智 驾安全底盘四大系统 ;另一个是 旗偲 智 能化、体验化集成平台,主要包括先进电子 电气、自动驾驶、舒享座舱三大系统。按照 规划,旗帜 超级架构将于2023年上半年 全面完成所有开发工作,届时将拥有近万 项专利、软件著作权等知识产权。

依托全新设计语言、全新架构和全新 战略布局,红旗品牌在发布会上发布了3 款红旗新能源家族新产品,代号为E001、 E202和E702。

据了解, E001是首款基于全新设计 理念和 旗帜 超级架构的B级纯电动高 级轿车。主力续航达600km-1000km,电 池可充可换可升级,电耗达同级别最低的 每百公里 12.9kWh, 0-100km 极限加速达 到3秒。这款产品将于2023年下半年正式 上市。

E202是一款B级纯电动SUV。该车装 备800V超级快充,只要5分钟充电即可续 航 300km ,拥有智能空气悬架、智能四驱系 统。同时,该车的精准自动驾驶系统能够全 天候覆盖高速、城市、泊车等绝大多数场 景。这款产品将于2023年年底登场。

E702是一款C+级旗舰高级纯电动轿 车。该车搭载的高级智驾安全底盘系统和 精准自动驾驶系统,拥有全天候、全场景 百公里 零 接管的 管家式 自动驾 驶。这款产品预计将于2024年上半年和 消费者见面。

徐留平表示,未来三年,红旗新能源品 牌将高频、密集推出15款新能源智能产 品 ,分别覆盖 A、B、C、D 级轿车 ,以及 SUV、MPV 等全部细分市场,让更多消费 者全方位、多场景体会 美妙出行、美丽体 验、美好生活。

助力中国一汽持续向上

事实上 红旗品牌不仅历史悠久 在消 费者心中有独特的情怀和印象,对于中国 一汽而言,它更是一把向上突破、走向高端 化和国际化的利剑。在1月9日举办的 2023年中国一汽暨红旗品牌新闻年会上, 中国一汽党委副书记、董事王国强回顾了 中国一汽2022年经营发展情况。

据介绍,2022年中国一汽实现整车销 量320万辆,营业收入6300亿元,利润超过 490亿元。其中,红旗品牌实现销量31万 辆,同比增长3%,站稳中国市场高端品牌 第二阵营第一位置。解放品牌实现销量17 万辆,中重卡国内市场份额提升1.9个百分 点,保持了行业第一。奔腾品牌加快调整, 各项工作蓄势待发。一汽-大众利润保持 增长,行业第一位置持续巩固。一汽丰田深 化改革、快速转型,实现量利双增,其中利 润增长36.2%。

更重要的是,2022年红旗品牌价值达 到 1036.08 亿元,位列乘用车品牌行业第 一,成为中国首个品牌价值突破1000亿的 乘用车品牌。也正是因为这个原因,中国一 汽党委副书记、董事、总经理邱现东表示 要在2023年奋力开创 红旗 第二阶段跃 迁成长的新局面。

邱现东认为,当前红旗品牌的根本任 务 ,第一是从 30 万辆跃上 50 万辆以上台 阶,进入高端豪华品牌第一阵营;第二是加 快向新能源汽车的转型 要将新能源汽车 打造成为红旗品牌强势增长的新动能和品 牌强大的新内涵 ;第三是在品牌 高端化 顶级化 新锐化 上取得明显进步 为幻 旗新能源汽车发展奠定强大的品牌基础。

在确立红旗品牌核心发展地位的同 时,中国一汽还在品牌建设、用户体验、技 术创新等领域进行了全面布局。

邱现东对记者说:新能源汽车品牌不 仅仅是标识的 新 ,更应该是理念、战略、产 品、技术、渠道、服务、生态等全方位、全姿态 的全新呈现。品牌战略、品牌管理、品牌建 设将作为今年全集团的重大事项来抓。

与此同时,中国一汽将坚持以用户和 用户体验为中心,进一步将 用户第一 一 切为了用户,一切服务于用户,一切谦敬于 用户 的理念落到实处,并采用直接直达、 大数据的数智化方式获得用户直实感知。

在技术创新领域 ,中国一汽将继续深 入实施《创新 2030 中国一汽阩旗技术发 展战略》,积极推进技术攻关任务,加快产 出一批具有标志性、引领性的重大技术成 果。聚焦新能源智能汽车,着力在 三电 (电池、电机、电控)和 五智 (智联、智舱、 智驾、智算、智能底盘)上取得开创性技术 突破和落地性产业应用。

我们还将进一步完善 1+12+X 全 球研发布局,加快建设北京和广东创新中 心:同时,以芯片、操作系统等关、卡、难 技术为重点 积极创建和落实创新联合体、 创新联盟等,加强资源投放和集中攻关,争 取快出成果、出优成果。邱现东补充说。

2023年中国一汽的经营总体目标是 销售整车 400 万辆 ,同比增长 24.8% ;营业 收入 7500 亿元 ,同比增长 19% ;新能源汽 车销量38.4万辆,同比增长113.3%;研发 占收入比率大于3%,全员劳动生产率再提 升 15%。邱现东说,中国一汽将以红旗品 牌发展为标杆,向着世界一流汽车企业目 标阔步前进。

特刊编辑:许亚杰

绿色转型拓展到下游端 宝马打造 360度循环减碳 样板

面对着未来出行的变 革,在低碳绿色的大环境 下,如何引领行业转型,继 续为客户以及全社会创造更 多价值?作为全球领先的豪 华汽车企业,宝马集团给出 答案:以 360度循环减 碳理念,向汽车的全生命 周期碳排放 宣战 。宝马 集团多措并举推动全产业链 绿色转型,并持续向下游渗 透,打造更加绿色、可持续 的客户体验。



推动全产业链绿色转 型 扩大 可持续朋友圈

可持续发展是宝马集团的战略支 点之一。一直以来,宝马集团通过与 广大中国合作伙伴在自身生产制造及 上游供应链等环节推进减排降碳,发 展循环经济,取得了显著成效。在生 产领域,宝马集团充分利用自身经验 与专业优势,以 最可持续 的方式 生产汽车。2021年,华晨宝马单台生 产二氧化碳排放量同比下降了7.8%, 降低至 0.17 吨/台,较 2016 年降低了 85%。2022年6月落成的华晨宝马生产 基地大规模升级项目(简称:里达工 厂) 正是BMW iFACTORY生产战略 的最佳范例,从 精益、绿色、数字 化 三个方面树立了汽车生产新标杆。

能源转型方面,目前宝马集团沈 阳生产基地已经使用 100%可再生电 力。2021年9月,华晨宝马于中国首 次绿色电力交易中一举达成了 27.8亿 千瓦时的绿电交易,绿色电力采购 量居全国领先,可以保证未来4年沈 阳生产基地的绝大部分绿电需求。 此外,宝马沈阳生产基地已拥有占 地29万平方米的太阳能电池板,年发 电量达 60000 兆瓦时,每年可减少近 45000吨的二氧化碳排放。未来几年,

宝马沈阳生产基地的分布式光伏发电 项目还将继续扩建。

资源管理方面,宝马集团通过多 种改进措施不断减少水资源消耗,真 正做到 每一滴水都算数。2021年, 华晨宝马实现单台生产水资源消耗量 为 1.82 立方米/台。 2022 年 , 大东工 厂涂装车间率先实现 100%工业用水 循环使用,自来水使用量降为零, 以 2022 年产量估算全年可节省 15 万 立方水,相当于1.5个 水立方 建 筑的容量。

在供应链端,宝马集团自2021年 发起 产业链绿色转型倡议 后,持 续遵循 家在中国 承诺,与中国本 土伙伴一起以创新技术推进绿色低碳 发展,硕果累累。目前,宝马集团已 经与全球供应商签订了超过 400 份协 议,明确要求在生产过程中使用绿色 电力。例如,宝马集团一级动力电池 供应商宁德时代已经在2021年实现了 使用100%可再生电力生产;2021年, 华晨宝马采购了两万吨使用100%可再 生电力生产的铝锭用于生产缸体等。

2022年5月,宝马集团与华友循 环签署协议,共同打造动力电池材料 闭环回收与梯次利用的创新合作模 式,首次实现国产电动车动力电池原 材料闭环回收。重新利用动力电池的 原材料镍、锂和钴,有效减少矿产资

源开采中70%的碳排放量。

在钢铁领域,2022年8月,宝马集 团宣布携手河钢集团打造绿色低碳汽车 用钢供应链,从2023年起在量产中逐步 使用河钢的低碳汽车用钢,并在2026年 逐渐过渡到基于氢冶金技术生产的绿色 汽车用钢。此外,通过与钢铁制造商紧 密协作,宝马集团将钢铁废料重新投入 上游的生产制造流程,在2021年实现了 5.7万吨的钢材回收量,大约相当于五座 埃菲尔铁塔的重量。

开绿车:持续加速电动化 产品攻势

宝马集团始终致力于全价值链碳减 排,并将可持续发展理念从行业上游延 伸至下游消费端,引领可持续转型。 2022年,宝马集团在中国推出 BMW 领创绿星 计划,进一步打造 开绿 车,充绿电,逛绿店 的可持续出行体

在充满挑战的2022年,宝马集团奋 力推进产品电动化攻势,前三个季度实 现纯电动车型销量同比增长65%。2022 年,宝马集团在中国市场呈现了5款纯 电动车型,其中全新BMW i3就由里达 工厂生产,而创新BMW i7堪称 最强 7系 ,是宝马成功发展和坚定电动化转 型的最新例证。

2023年,宝马集团将发起全新电动 攻势,在华纯电产品将达到11款,包括 国产BMW iX1、期待已久的劳斯莱斯 SPECTRE,以及BMW Motorrad CE04; 纯电动 MINI 三门版将继续在中国香港、 澳门和台湾市场提供。届时,宝马将拥 有豪华品牌中最全的纯电产品线,覆盖 几乎所有细分市场。

按照规划,宝马集团预计将于2025 年在全球交付200万辆纯电动车,同年 将迎来具有全新构架的BMW 新世 代 车型。到 2030年,宝马集团 50% 的销量将来自纯电动车型,这将推动 纯电动车累计销量达 1000万辆。届 时,宝马集团旗下劳斯莱斯、MINI品 牌 BMW Motorrad 都市出行系列也将全 面电动化。

充绿电:积极构筑电动生态

电动车的持续发展离不开充电网络 的推广,而基础设施建设需要与汽车架 构的发展保持协调。宝马集团积极拓展 充电设施建设,截至2022年9月底, BMW 联网的公共充电桩已超过 45 万 根,覆盖全国320多个城市。宝马通过 与国网电动汽车的合作,支持车主实现 新能源车充新能源电,通过日常出行助 力生态环保,共创绿色出行生态。宝马 客户可以在公共充电桩使用绿色电力充

电。宝马还采用区块链技术进行绿色电 力溯源追踪,在使用绿色电力充电服务 后,宝马客户会收到载有溯源追踪信息 的绿色电力证书。

与此同时,宝马深知电动出行对于 汽车行业减排降碳的重要性,因此在加 速电动化的同时积极构筑电动汽车生 态。截至2022年10月底,已有约600家 宝马授权经销商网点完成了BMW i业务 认证,为全国各地的消费者带去便捷、 无忧的绿色出行服务体验。

逛绿店 :打造绿色客户体验

十年前,全球首家BMW 5S店在北 京开业,其中第五个 S 就代表可持续 (Sustainability)。2022年,宝马在中国推 出 BMW 领创绿星 计划,将可持续 发展理念延伸至下游,为宝马经销商减 排降碳提供科学、全面且可执行的方 案,从 绿色环境、绿色能源、绿色运 营、绿色践行 四个方面打造经销商绿

色竞争力。 绿色环境 指通过采用高效设备、 绿色家具建材、个性化设计等措施,为 顾客营造绿色环保、安全舒适的全新体 验; 绿色能源 是实现经销商碳减排的 主要举措,要求经销商至少80%的日常 用能为绿色能源电力; 绿色运营 结合 经销商业务实际,鼓励经销商在日常运 营中挖掘减碳潜力; 绿色践行 则围绕 绿色倡议、企业社会责任、绿色传播、 可持续发展培训和绿色生活方式 五个 主题开展丰富多彩的活动,让更多的员 工和客户参与其中。

据测算,一家标准的 BMW 领创 绿星 经销商店全年可实现碳减排约 450 吨。到 2022年底, BMW 将向 50 家经销 商 颁 发 BMW 领 创 绿 星 经 销 商 认 证,并颁发 宝马集团可持续经销商 奖。计划到2025年年底,全网经销商 都完成 BMW 领创绿星 认证。

可以预见的是,这种拓展到下游端 的可持续行动既是创新,也是汽车流通 行业践行绿色发展理念的一次突破。作 为可持续高端出行体验和服务领域的先 行者,宝马集团正在通过 360度循环减 碳 理念的层层推进与落实,使"开绿 车、充绿电、逛绿店"成为可能。

回顾宝马百年历史,越是充满挑 战,越要奋发进取。宝马不仅在上游供 应链和生产端贯彻 循环减碳 理念 在下游消费端,更是创新性联动经销商 伙伴和车主,共同参与到 360度循环减 碳 行动中来。未来,宝马集团将继续 以中国为家,携手中国伙伴,沿着 360 度循环减碳 的道路推进绿色转型,加 快建设人与自然和谐共生的美丽家园, 全力支持中国的 双碳 目标。



2022年,宝马集团在华提供5款纯电动车



宝马集团携手华友循环实现动力电池原材 料闭环管理



BMW 领创绿星 经销商



向经销商颁发 BMW 领创绿星经销商 认证