

面对“内卷”的竞争环境 北汽蓝谷要做长跑型选手

中青报·中青网记者 张真齐

在近两年的全球汽车市场中，增速迅猛的新能源汽车一直都扮演着关键的“火车头”角色。作为国内最早进入新能源领域的车企之一，北汽蓝谷于近日发布业绩报告。报告显示，北汽蓝谷主营业务收入快速增长，产品结构改善效果显著，2022年整体财务状况良好，实现营业收入95.14亿元，同比增长9.40%；极狐汽车销售收入占整车收入的比重由2021年的26.13%提升到43.02%，高附加值产品结构改善明显。

2023年第一季度，北汽蓝谷实现营收24.97亿元，同比增长44.25%，归属上市公司股东的净利润为亏损8.92亿元。其中，极狐汽车3月实现交付2305台，环比增长273%，同比增长212%，高附加值产品发布以来的历史新高。

北汽蓝谷、北汽新能源总经理代康伟对记者说：“2022年全行业都面临着零部件配套资源紧缺的压力，北汽蓝谷多方协调保供促生产，保障产品资源交付，保障经营性现金流充沛，展现了承压能力、应变能力 and 抗风险能力。”

在通过保供应、保生产、保交付等方式“稳住大盘”的同时，拳头品牌极狐在近期优秀的表现，也为北汽蓝谷的发展打了一剂强心针。北汽新能源常务副总经理张富透露，2022年极狐品牌批发1.26万辆，同比上涨110%；零售1.19万辆，同比上涨146%；批零售实现双翻番。

今年以来，面对更为激烈的新能源汽车市场竞争，极狐用出色的品质和服务保持住了向上发展的势头。统计数据表明，截至目前，在北京市20万-35万元细分市场中，极狐以8.8%的份额排名第三，仅次于特斯拉和比亚迪。

“在业绩和产品不断向上的背景下，2023年



在通过保供应、保生产、保交付等方式“稳住大盘”的同时，拳头品牌极狐在近期优秀的表现，为北汽蓝谷的发展打了一剂强心针。

我们的首要任务是‘上量’。代康伟透露，北汽蓝谷要利用极狐阿尔法S、T森林版和考拉的产品矩阵，全面突破15万-30万元的纯电市场，并树立清晰的品牌形象，建立品牌认知。此外，还要通过组织、流程、业务的变革调整，提升运营能力。

在代康伟看来，2023年的新能源汽车市场已开始从补贴驱动过渡到了市场驱动，消费者需求变得更为多元化、个性化，大而全的产品不再是首选，针对性更强的细分产品开始成为行业全新方向。

“当我们看到宝妈们的‘衣食住’都有了标准，也有了对应标准的产品，唯有‘行’的领域

是空白，这一洞察让极狐恰逢其时地推出新产品考拉。”代康伟表示，“极狐的洞察，就是要善于发现客户需求，找到他们的痛点与痒点。”

她透露说：“极狐共有6条产品线，目前利用了3条，接下来3条产品线会在2024年一季度进一步补强和丰富整体产品矩阵。我们的6款产品面对的目标人群都不一样，会针对各人群的移动空间等进行创意开发，同时这些产品都将深深地打上‘洞察、智慧、极致’的极狐烙印。”

代康伟直言，想要率先抓住市场机遇，不仅要做先行者，还要做场景造车的建设者。未来，考拉也将与代表极致技术的极狐汽车现有产品一道，组

成更具体、更充实的产品矩阵，有助于极狐占领更多的市场份额。

有业内人士分析称，随着满足细分市场用户群体需求的新品陆续上市，极狐将迎来产品大年，有望进一步提升整体销量，促进收入提升，改善目前的财务状况。

按照规划，极狐的运营门店将在2023年内从现有的188家增加到279家，直营店计划新增至33家，并在2025年实现覆盖超过100座城市、超过380家网点的营销服务网络规模。

与此同时，极狐还将进一步完善补能网络。目前北汽蓝谷已建成31座极狐专属补能站，计划在46万根合作充电桩的基础上，在年底前扩充至55万根充电桩，让用户能够在全国300多个城市实现即插即用功能，进一步提升充电便利性体验。

张国富对记者说：“我们是实力型的长跑型选手，是品牌发展长期主义的坚定践行者，我们有充分的技术、产品、生态储备，也有坚定的信心将极狐打造成为一个商业成功的高端新能源品牌。”

除了在产品和销售渠道上发力外，北汽蓝谷还持续进行研发能力建设，加大对智能网联技术、三电技术、快充技术的投入力度。

记者了解到，近日，北汽蓝谷向特定对象发行股票申请已获得证监会同意注册批复。本次非公开发行股票募集资金不超过80亿元，用于面向场景化产品的滑板平台开发项目、整车产品升级开发项目、研发与核心能力建设项目及补充流动资金。其中，17亿元将用于面向场景化产品的滑板平台开发项目。

“接下来，面对高度‘内卷’的行业环境，北汽蓝谷将通过内部降本增效，优化资产结构，盘活资金，提升产能利用率等措施，实现营业利润减亏。”代康伟总结说，“我们将继续加大研发投入，稳固技术品牌优势，深耕创新技术研发，保持行业较高水平，加快推进公司向高端智能化转型。”



目前，全球宾利飞驰和添越车型的销量中，插电混动版占比约20%。在中国，这个销量比例达到约30%。标志性的W12发动机停产以及混动型车的销售占比不断提高，都意味着宾利汽车正在加速迈向全面电动化。

霍马克：宾利2030年实现全系车型纯电化

中青报·中青网见习记者 王志远

近日，全球限量一台的特别版宾利欧陆GT S于2023上海国际车展迎来全球首秀，与此同时，欧陆GT车型面世20周年全球庆祝活动也正式揭幕。宾利汽车将在全球范围内进行为期4个月的庆祝活动，其中包括特殊车型展示和车迷试驾试驾等丰富环节。

据介绍，这台欧陆GT S为上海车展专属定制，拥有多项由宾利汽车个性化定制部门穆莱纳精心打造的外观内饰亮点，包括庆祝徽标、镶嵌饰件、设计主题等，致敬这款车在宾利汽车现代发展史上具有跨时代意义的重要车型。

宾利为全球庆祝活动设立了两个试驾体验中心，一个设在位于英国克鲁的宾利汽车总部工厂，另一个则位于瑞士日内瓦。届时，宾利品牌爱好者将有机会试驾宾利汽车典藏系列中的初代、第二代以及最新一代的欧陆GT，以生动直观的方式感受欧陆GT的外观设计与工程技术20年来的不断迭代演进。

记者了解到，宾利6.0升W12双涡轮增压引擎也迎来面世20周年庆祝。在过去的20年当中，这款引擎无论从性能上还是寓意上，都是推动宾利取得成功的动力源泉。

宾利汽车主席兼首席执行官安德森·霍马克告诉记者，这款标志性的燃油引擎即将完成自己的历史使命，并于2024年4月停产，宾利将为这款发动机举行隆重的停产告别仪式。

目前，全球宾利飞驰和添越车型的销量中，插电混动版占比约20%。在中国，这个销量比例达到约30%。标志性的W12发动机停产以及混动型车的销售占比不断提高，都意味着宾利正在加速迈向全面电动化。

霍马克说：“我们在不断地努力，去打造更强劲的电动发动机，希望可以进一步提高它的动力和续航里程。所以，我们现已推出的插电混动版车型，包括宾利飞驰、添越，在未来也都会有更好的性能表现。即将推出的欧陆GT插电混动版同样如此。”

“我们会对现有的5大车系进行电动化转型，现阶段主要以逐步增加插电混动版动力选择为主，未来还将推出5款全新的纯电动车型。”霍马克表示，“宾利品牌正在努力践行‘Beyond100’商业战略，即截至2030年，实现全系车型纯电化的目标。”

霍马克告诉记者，在这5款纯电动车型中，有4款是替代现有车型的纯电动版本，而余下的1款车型将会是旨在开创全新细分市场的全新纯电动车型。他强调说，即使是替代现有车型的纯电动车型，也并非是基于油改电的车型。

他举例说，欧陆GT车型代表了宾利品牌的核心形象，即一款终极超豪华运动旅行座驾。“未来宾利会推出纯电动版的终极超豪华运动旅行座驾，它会拥有同样精湛的工艺、完美的设计，以及非常舒适的驾乘体验，并且在这些方面都将追求更高的标准。这才是我们推出电动车型的意义，而不仅仅是基于目前的产品加装电池。”

他直言，在未来的5-7年间，宾利将不断地在外观设计、内饰设计、匠造工艺、以及静谧性和舒适性设计、数字化功能等方面，做出更多的努力。

“我相信，随着技术的进步，即便未来的汽车跟现在看上去没有特别大的差别，但实际上已经实现了全方位的提升。同时，车辆仍然可以提供非常强劲的动力和奢华细节。因此对我们的客户来说，它确实依然是一台超豪华汽车。”霍马克如是说。

中青报·中青网见习记者 王志远

在不久前举办的2023上海国际车展上，要论电动化产品和技术展示的丰富程度，蔚来展台可以说是最具代表性的展台之一。

在本届车展上，蔚来以NEW EPISODE为主题，传递Blue Sky Coming的愿景。同时，定位于高端智能电动全能SUV的全新ES6首次亮相并开启预售，将于5月下旬正式上市发布和交付。

记者了解到，几位挂着参展商证件的外国友人格外显眼，他们坐在蔚来车内来回滑动着车机屏幕，表现出浓厚的兴趣，时不时地拿着手机记录下这款车的更多细节。

一位业内人士告诉记者，中国汽车市场的沃土，正在逐渐影响甚至引领全球汽车产业的发展方向。10年前的上海车展，新能源汽车还被视为概念车型，而如今的新能源汽车已经在技术和设计上站在了车展的绝对“C位”。

据了解，全新ES6定位高端智能电动全能SUV，采用蔚来第二代设计语言，以“Design for AD”的理念引领智能电动车时代的设计。该车提供包括银河紫专属色和曙光金年度色在内的10种车身颜色。

在蔚来联合创始人、总裁秦力洪看来，全新ES6毫无疑问会和ET5一起成为整个蔚来产品线的“当家花旦”。“ET5主打轿车，ES6主打SUV，一个是中型轿车，一个是中型SUV，都是在高端市场里面最大的产品细分领域。ES6在过去的3年多时间里，累计销售了12万多台；等全新ES6正式上市以后，蔚来第二代技术平台的产品线骨架就构成了。”秦力洪说。

与此同时，智能电动旗舰轿车2023款蔚来ET7也在上海车展正式发布。据了解，2023款ET7带来超过15项产品更新和升级，驾乘更舒适、内饰更精致、体验更智能。目前，2023款ET7已经开启预定，5月中旬开始交付。

秦力洪：蔚来即将“出弯”加速



蔚来联合创始人、总裁秦力洪表示，目前，蔚来正处在“出弯”阶段，从今年下半年步入全新的台阶，7月将完成所有新老产品切换，接下来就要加速了。图为2023上海国际车展蔚来展台。

秦力洪介绍说：“2023款ET7的变化主要有三点：一是座椅，主要是改了浮线和缝线；二是内饰进行了很多的细节处理，变得更加精致；三是新车增加了一些技术，能够让蔚来用户与时俱进，享受到最新的技术。”

按照规划，2023年上半年，蔚来将推出5款全新车型。到2023年6月，蔚来将有8款车型同步销售，其中3款车型为ES8、ES6和EC6的全新换代车型。接下来的3个月，蔚来将有6款新车发布和交付。

据透露，5月初，EC7将开启交付；6月中旬，全新ES8将开启交付；7月，基于NT2.0平台打造的EC6将开启交付。另外，基于NT2.0平台打造的两款新车型也将分别在6月和7月发布。秦力洪表示：“等两款新车型推出后，蔚来基于NT2.0平台打造的产品就已全部释放。”

官方数据显示，2023年1-3月，蔚来累计交付新车约3.1万辆，同比增长20.5%，符合其对一季度交付3.1万-3.3万辆的预期。不过，虽然蔚来在3月交付量约1.04万辆，同比略增3.9%，但环比下滑14.6%。

秦力洪表示：“今年一季度开始，车市‘价格战’还是很凶猛的，但是整个一季度，中国乘用车销量同比下降了7.3%。所以我觉得，历史还是一再地证明了‘价格战’不一定能带来短期销量。不过，随着竞争水平的提高，各个品牌的价格回归价值，我觉得对消费者无疑是件好事。”

“目前，蔚来正处在‘出弯’阶段，从今年下半年步入全新的台阶，7月将完成所有新老产品切换，接下来就要加速了。”秦力洪直言，整个二代产品形成的产品矩阵回到应有的销量水平，最好的检验时间是9月开始。

他表示：“希望今年上海车展能够作为一个转折

点，让各车企回归到产品、技术、服务的本质，让市场平静下来。”

值得一提的是，除了新车型的亮相和发布，蔚来创新研发的增强娱乐主机N-Box也在车展首次开放公众体验。N-Box拥有强大算力和视频解码能力，支持多人AR大屏体验，平板电脑等便携设备即插即用，兼顾办公娱乐，进一步拓展PanoCinema蔚来全景数字座舱的沉浸式体验。

展台上，蔚来带来了第三代换电站现场换电演示。第三代换电站采用三工位协同换电，速度更快，服务能力更强，体验更智能。观众还可通过现场智能运维大屏，实时了解全国1300多座换电站的运行情况。

蔚来原创设计生活方式品牌NIO Life也在车展期间发布多款新产品，并宣布与北欧新锐设计师的跨界合作，共同打造可持续时尚系列，进一步诠释蔚来在创造愉悦生活方式上的独特创新。

今年，蔚来将继续支持中国大学生方程式系列赛事，2023“蔚来杯”中国大学生电动方程式大赛暨中国大学生无人驾驶方程式大赛发布会将在蔚来展台举行，蔚来与中国汽车工程学会将共同宣布2023新赛季的开启。

谈及汽车行业未来的发展趋势，秦力洪表示，希望电动化的趋势从今年起可以进一步向两端蔓延：一个是15万元以下，可以作为对广大民众更加友好的入门级电动车产品；另一个是30万元以上，可以作为大家改善生活的高端选择。

“这两端的产品发展还不是很充分，蔚来将严阵以待，等待所属细分市场更大的机会，也会陆续推出集团内的兄弟品牌。各个品牌各做各自的细分市场，将来能够形成合力。”秦力洪总结说。

新飞度产品价值全面升级 动力依旧澎湃

在一些人的固有印象中，两厢车只能充当日常通勤代步的角色，但其实，在两厢车的细分领域，同样有专注性能、品质的车型，它们不仅有某些能与大型车相媲美的产品特点，还靠着节能、便于停靠等优势，收获了一大批忠实的粉丝。作为本田全球战略车型，飞度被认为是本田精神最具代表性的车型之一，更是两厢车市场的产品。

如今，汽车市场的技术正在快速迭代，年轻消费者的喜好和购车需求也在发生着变化，对于这样的趋势，飞度也在不断探索并持续前进。近日，广汽本田飞度迎来新款，在外观、内饰配置、智能驾驶等多个领域得到升级，以24项诚意升级为用户带来更具品质感的用车选择，触动年轻消费者对于性能和驾控的需求。

作为一款早在2004年就进入中国市场的车型，飞度在一代又一代的传承中实现持续的进化和突破，坚持以“运动驾驶乐趣，回归玩车用车”与用户紧密链接，最终成为无数人心中的“平民跑车”。

2004年，第一代飞度基于MM理念开发，拥有出色的空间表现，并得益于优秀的燃油经济性以及外观优势，在国内开创两厢车市场新局面，掀起两厢风潮，潜移默化地影响整个汽车行业发



展的趋势。值得一提的是，第一代飞度的出现也刮起了国内“改装”风潮，间接推进了国内玩车文化的兴起。

随后的几年时间里，第二、第三代飞度在安全、驾控、动力、车身工艺等方面进行了优化，细节把控也更为精细，迸发出始终领先于同级的硬核实力，不断为两厢市场注入活力，引领中国两厢车市场蓬勃发展。同时，飞度以自身独特的玩车价值助力国内玩车文化持续走向新高度，“平民超跑”的称号

也因此开始口口相传。

2020年，万众期待的第四代飞度全新导入，带来SPORT潮跑Pro和CROSSTAR潮越Max双系列。随后的2022年，广汽本田导入“Honda御用改装品牌”无限MUGEN，带来国内首款量产车型一飞度无限MUGEN版，呈现出独一无二、更极致的运动感、力量感与专属价值感，满足年轻用户对个性化、运动化更高的追求。

如今，站在新的发展节点上，广汽

本田与时俱进地推出新飞度，新产品不仅汲取了历代飞度车型的各处优点，更将自身的特点与当下的潮流和消费者需求相互结合，不仅让新飞度实现品质、颜值、配置、操控等24项升级突破，更是打破当下EV车型的局限，满足年轻人对于速度和驾控的渴望。

本次改款的新飞度新增搭配蓝、星月白、藤花紫三种全新车色，搭配双色设计，提供多达12种的个性车色，满足不同用户选择。

外观行走于潮流前线，SPORT潮跑Pro系列沿袭海外RS版造型设计，升级了全新精致运动前保险杠设计、全新运动扰流后保险杠、全新运动涂装侧裙、全新排气管设计、全亮尾灯等，外观形象更动感运动。而CROSSTAR潮越Max系列则新增了全新蜂窝状前格栅，更精致的前后保险杠，配备更酷炫的16英寸轮毂，并标配车顶行李架，更具活力和硬质感。

为了迎合年轻消费者的需求，新飞度根据市场趋势，扩大LED前大灯、前亮尾灯、智能触控液晶屏等配置在更多派生版本的搭载，进一步提升整车的科技感。

此外，新飞度的内饰采用了黑+灰配色，给用户更时尚大气的高级感，新增全皮质座椅、中央扶手箱，提

高内饰品质感。同时SPORT潮跑Pro系列增加了长期备受好评的魔术座椅，并在CROSSTAR潮越Max系列实现标配，轻松在实用模式、超长模式、超高模式之间切换，满足更多的用车场景，让更多用户玩转飞度灵活空间。

在智能配置领域，新飞度搭载同级领先的Honda SENSING，实现更低成本、更超值的L2级智能驾驶体验。在Honda SENSING的支持下，新飞度拥有ACC主动巡航控制系统、LKAS车道保持辅助系统、RDM车道偏移抑制系统、CMBS碰撞缓解制动系统在内的多项黑科技，是10万元级别车型少有的诚意产品。

与当前市面上出现的一些EV车型不同，新飞度并没有舍弃自身的动力性能特色，而是通过更为先进的技术，实现节能和强性能的结合。新飞度搭载进一步调校后的1.5L i-VTEC发动机，动力性能表现更为出色。

该款发动机针对油门开度进行了调教，使其加速更具线性，提升了加速的延伸感。与此同时，在D挡油门全开加速时，1.5L i-VTEC发动机升档转速从6000rpm提升到6600rpm，实现更强劲的加速性能。配合Honda发动机声浪，进化出内燃机独有的、更舒畅且爽利的加速感。