

新能源汽车加速跑 中国品牌要当扛鼎者

中青报·中青网记者 许亚杰

7月3日,在广州广汽埃安第一智造中心,随着一辆液钛银配色的昊铂GT驶出生产线,中国第2000万辆新能源汽车正式下线。

在活动现场,不仅有来自政产学研各界的代表,一汽、东风、上汽、长安、北汽、比亚迪、奇瑞、江汽、长城、蔚来、小鹏等车企也派出代表,共同见证这一历史性时刻。

中国汽车工业协会的报告表示,今年以来,新能源汽车产销量保持快速增长,市场占有率达28.3%,拉动了市场整体增长。同时,中国汽车品牌继续延续良好发展态势,中国品牌在乘用车市场占有率稳定在50%以上。

工业和信息化部副部长辛国斌表示,新能源汽车是全球汽车产业转型升级、绿色发展的主要方向,也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。

“中国第2000万辆新能源汽车正式下线,是一个具有历史意义的重要时刻,是致敬中国汽车工业70周年的最好礼物。”正如辛国斌所说,自1995年第一辆新能源汽车在国内下线以来,中国新能源汽车产业克服了一道道关卡,面临着历史性的新机遇。而如今,站在新起点的中国自主品牌,要扮演更加重要的角色。

规模化成为中国新能源汽车崛起的关键

对于任何想在中国汽车市场取得成绩的企业来说,“新能源”是近年来最不容忽视的关键词。

2020年9月,中国新能源汽车累计产量突破500万辆,2022年2月便突破了1000万辆,再到今年7月突破2000万辆大关……如此迅猛的增长速度,不仅为相关产业注入了新动能,更令全球瞩目。

一方面,越来越多的中国企业拿出了领先的电动化技术和产品,在国内和国际市场取得了一定的优势,甚至还向合资合作伙伴进行技术输出;另一方面,中国不仅是全球规模最大的新能源车市场,更是技术创新的策源地,致使相关产业集群日益完善,人才优势和规模效应都令人憧憬。

今年以来,就有多家外媒撰文称,中国在电动汽车、动力电池、风能和太阳能的供应链上都拥有规模和成本优势。

独立汽车评论员白德认为,此次昊铂GT的下线让中国新能源汽车迎来了历史性的里程碑。“中国新能源汽车累计产量突破2000万辆,意味着其在产业化、市场化的基础上,迈入规模化、全球化的高质量发展新阶段。”

他表示,事实表明,中国作为全球最大新能源汽车生产、销售和出口国的地位日益巩固;同时,国内整车以及动力电池等相



7月3日,中国新能源汽车产业迎来历史性时刻——第2000万辆新能源汽车正式下线。

关产业链企业的实力,也经受住了考验。

有分析人士认为,在以新能源、人工智能为主赛道的新一轮全球产业革命浪潮中,中国汽车产业积累了一定的先发优势,同时有力地支撑了我国制造业转型升级。接下来,无论是实现“碳达峰、碳中和”目标,还是代表中国品牌向高端化攀登,新能源汽车产业链都会作出更多贡献。

广汽埃安就是其中的重要代表。自2017年成立以来,广汽埃安年均复合增长率超120%,是稳居主流电动汽车市场前三的新能源头部企业,也是国内车企“高速+

高质量”发展的表率。

广汽埃安新能源汽车股份有限公司总经理古惠南表示,得益于近年来企业发展打下的坚实基础,广汽埃安厚积薄发,在2022年9月推出高端品牌——Hyper昊铂,并确定了“先进、新潮、好玩、高品位”的品牌基因,吹响品牌向上的号角。

“作为头部新能源车企,广汽埃安闯出了传统车企的‘新四化’转型之路。其中最关键的一条,就是要始终坚持以科技创新引领行业发展。”古惠南告诉记者,作为广汽埃安旗下的高端豪华品牌,昊铂会像丰

田的雷克萨斯、大众的保时捷一样,成为企业高质量发展的排头兵。

靠创新为高端品牌掘深护城河

数据显示,售价超过40万元的新车在新能源汽车销量中的占比,已从2017年的1.2%提升至2023年的3.4%。在售价20万-30万元区间,这一数据则从8.5%提升至17.5%。

有业内专家分析称,主流中国品牌在新能源汽车赛道的表现逐渐走强,同时中国品牌车型在高端市场突破明显,已成为高端新能源汽车市场的主要力量。

事实上,无论传统燃油车还是新能源汽车,许多新兴技术最初都被应用于高端品牌车型,并被消费者和市场归纳为品牌标识。正如Quattro之于奥迪、可变压缩比发动机之于日产。

中国品牌也凭借一系列新能源技术创新成果推陈出新,为品牌高端化闯出了一条“换道超车”的路子。而昊铂GT就是集广汽埃安领先技术之大成的代表作。

据了解,作为一款高端纯电轿车,昊铂GT共推出包括560km、600km、710km三种续航里程在内的5个版本,补贴后的售价区间为21.99万-33.99万元。

“昊铂GT每一个版本车型的配置,都是精心设计和打造的。”广汽埃安新能源汽车股份有限公司副总经理肖勇举例说,在国际化设计大师团队的操刀下,昊铂GT

不仅拥有“风生水起”的独特设计语言和0.197Cd的全球量产最低风阻,还推出了炫酷的七翼GT轿跑造型。

他在采访中直言,自主品牌要一边向国际领军企业学习,一边尽量发挥自身优势,例如制造实力、产业链协调能力,以及对消费需求的需求和分析。

昊铂GT此次推出的560七翼版便是最新例证。它是目前市面上唯一带旋翼门,且售价在25万元以内的纯电车型。肖勇认为,对于追求个性化消费体验的年轻群体来说,昊铂GT的七翼GT轿跑造型极具吸引力,能同时扮演智慧出行伙伴、必备个性潮品的双重角色。

记者了解到,自4月16日开启预售以来,昊铂GT受到了许多年轻消费者的关注,其中带旋翼门版本的订单占比很大,同时用户对智驾的需求也很强烈,选配的比例也很高。

在古惠南看来,随着中国品牌在新能源车市场的强势崛起,高端电动汽车的市场格局也将迎来颠覆性变革。

“昊铂GT的到来,无疑是对这种变革的积极响应。”他表示,昊铂GT有信心在销量上做到细分市场前三,成为中国高端新能源汽车市场的头部品牌。

“以技术创新提升品牌的生命力,以优质服务提升品牌的亲和力,以形象塑造提升品牌的吸引力。”正如辛国斌在活动现场所说,品牌是生产者和消费者的共同追求,也是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。

从衣服鞋帽到白色家电,从智能手机到智能电动汽车,中国从“世界工厂”一步步发展成“智造强国”,并孵化出越来越多的世界级品牌。站在2000万辆的新起点,中国新能源汽车吹响了高端化的冲锋号。

中青报·中青网见习记者 王志远

近日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布了2023年6月和上半年汽车工业经济运行情况。数据显示,6月汽车产销量分别完成256.1万辆和262.2万辆,环比分别增长9.8%和10.1%,同比分别增长2.5%和4.8%。上半年汽车产销量分别完成1324.8万辆和1323.9万辆,同比分别增长9.3%和9.8%。

中汽协副总工程师许海东表示,一季度,整体车市处于负增长状态;4月以来,在同期低基数影响及多重利好因素的共同推动下,汽车市场持续好转,产销量延续增长态势,上半年累计实现较高增长。

许海东说:“我国经济运行保持持续恢复态势,积极因素累积增多,保持长期向好趋势依然稳固。在这样的背景下,汽车行业走出了一季度的市场过渡期,二季度形势明显好转。整体来看,上半年行业保持稳健发展,国内市场持续恢复,主要经济指标持续向好。”

形势明显好转 上半年汽车产销量双增长

“我国汽车市场在经历过一季度促销政策切换和市场价格波动带来的影响后,在中央和地方促消费政策、轻型车国六实施公告发布、多地汽车营销活动、企业新车型大量上市的共同拉动下,叠加车企上半年度节点冲量和4月、5月同期基数相对较低,市场需求逐步恢复,上半年累计实现较高增长。”许海东告诉记者。

总体来看,作为车市亮点的新能源汽车、汽车出口和中国品牌继续延续良好发展态势。其中新能源汽车快速增长,市场占有率达28.3%;汽车出口增长迅速,上半年已突破200万辆,对市场整体增长贡献显著;中国品牌乘用车市场占有率稳定在50%以上。

具体到乘用车方面,6月,乘用车产销量分别完成221.9万辆和226.8万辆,环比分别增长10.4%和10.6%,产量同比下

降0.9%,销量同比增长2.1%。1-6月,乘用车产销量分别完成1128.1万辆和1126.8万辆,同比分别增长8.1%和8.8%。

许海东表示,由于去年同期产量的回补效应明显,同期基数较高,今年6月厂家产量同比微降。但从上半年乘用车市场表现来看,国家和各地相继出台的促销政策、车企的季末冲量带动、新能源汽车销量和出口的持续增长,共同推动了上半年乘用车市场的产销双增长。

值得一提的是,1-6月,传统能源乘用车中,C级和D级车同比均呈正增长,B级及以下车型同比呈不同程度下降。目前销量仍主要集中在A级,累计销量433.6万辆,同比下降3.8%。可以看到,传统能源乘用车正在往豪华车的方向靠拢。

1-6月,随着新能源汽车车型品种

的丰富、新车型大量上市、车型价格下降,A00级车同比明显下降,其他各级别销量同比呈不同程度增长。其中D级车由于同期低基数影响涨幅最大,达17.5倍。目前,新能源汽车的销量仍主要集中在A级,累计销量140.5万辆,同比增长63%。

6月,新能源汽车产销量分别完成78.4万辆和80.6万辆,同比分别增长32.8%和35.2%,市场占有率达到30.7%。其中,插电式混合动力汽车产销量首创历史新高。1-6月,新能源汽车产销量分别完成378.8万辆和374.7万辆,同比分别增长42.4%和44.1%,市场占有率达到28.3%。

1-6月,商用车产销量分别完成196.7万辆和197.1万辆,同比分别增长16.9%和15.8%。在商用车主要品种中,与上年同期



据中国汽车工业协会数据显示,2023年上半年汽车产销量分别完成1324.8万辆和1323.9万辆,同比分别增长9.3%和9.8%。

相比,客车、货车产销量均呈两位数增长,其中客车产销量增速高于货车。

皮卡产销量同比小幅下降。1-6月,皮卡产销量分别完成25.3万辆和25.9万辆,同比分别下降4.7%和0.5%。分燃料

情况看,汽油皮卡产销量分别完成7万辆和7.1万辆,同比分别增长26.7%和33.7%;柴油皮卡产销量分别完成17.7万辆和18.3万辆,同比分别下降15.4%和11.7%。

汽车出口延续高速增长态势。1-6月,汽车企业出口214万辆,同比增长75.7%。分车型看,乘用车出口178万辆,同比增长88.4%;商用车出口36.1万辆,同比增长31.9%。新能源汽车出口53.4万辆,同比增长1.6倍。

展望下半年,中汽协认为,宏观经济的温和回暖逐渐向汽车市场传导,新能源汽车和汽车出口的良好表现有效拉动了市场增长;伴随机遇政策效应持续显现,汽车市场消费潜力将被进一步释放,有助于推动行业全年实现稳定增长。

“但也要看到,当前外部环境依然复杂,一些结构性问题依然突出,消费需求依然不足,行业运行仍面临较大压力,企业经营仍有诸多挑战,需要保持政策的稳定与可预期,助力行业平稳运行。”许海东提醒说。

北汽集团发布“卫蓝计划”周年成绩单 2025年建成零碳工厂

为着力推动高质量发展,紧扣碳达峰与碳中和目标任务,实施全面节约战略,广泛开展节能降碳宣传教育,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式,国家发展改革委、住房城乡建设部等18部门近日印发通知,今年全国节能宣传周定为7月10日至16日,活动主题是“节能降碳,你我同行”。

作为减碳减排的重要领域,汽车产业在推动社会经济绿色低碳发展方面具有重要意义。立足“为国造好车”的初心,北汽集团将高质量发展作为首要任务,发挥北京市属国企责任,不断拓展责任实践的深度与外延。

6月20日,北汽集团对外发布《BLUE卫蓝有迹(2023版)》报告,展现了“BLUE卫蓝计划”实施一周年来绿色发展取得的最新成果:相继推出极狐森林版、极狐考拉、全新EQE纯电SUV等绿色产品;打造商用车智蓝技术品牌;累计建成17家绿色工厂;福建奔驰达成生产碳中和;新增购置绿色减碳2.6万吨;到2025年将建成1-2个零碳工厂……

经过一年时间的耕耘,北汽集团以创新科技为降碳提供坚实支撑,以更高品质的产品和服务升级用户绿色出行体验,以智能生产加重绿色发展底色,以整车“链长”角色扩容绿色发展布局,持续为中国汽车产业绿色低碳发展、美丽中国建设贡献力量。

深入实施科技创新战略,提升关键领域创新能力

今年政府工作报告指出,推动重点领域节能降碳,持续打好蓝天、碧水、净土保卫战。中国作为全球最大汽车市场之一,产业的技术进步和节能减排,将为实现碳达峰、碳中和目标贡献汽车力量。

作为首都国企排头兵,早在2003年,北汽就开启了低碳发展的拓荒之旅。2003年,北汽福田开展新能源商用车业务;2006年,与清华大学、亿华通联合承接国家“863计划”中氢能燃料电池客车研发项目;2009年,北汽新能源成立。

一直以来,北汽坚决践行低碳环保



北汽新能源镇江基地绿色工厂

的可持续发展战略,将人、车、环境和谐共生作为企业价值追求。2022年6月,北汽集团对外发布“BLUE卫蓝计划”,明确通过技术降碳、产品降碳、制造降碳、低碳生态四大行动,全力在2025年实现碳达峰,2050年实现产品全面脱碳、运营碳中和。在这一目标指引下,北汽将以高质量、高颜值、可持续为主线,聚焦新科技、新能源、新生态,打造汽车产业低碳科技出行新业态。

时至今日,“BLUE卫蓝计划”发布一周年,Belief(低碳理念)、Life(美好生活)、User(用户导向)、Ecology(生态模式)的理念诠释不断生根发芽。

近日,由北京企业联合会、北京市企业家联合会主办的北京市企业管理创新与社会责任交流会,发布第三十六届北京市企业管理现代化创新成果,北汽集团获得优秀组织单位。

其中,北京奔驰申报的“固体废物管理创新与实践”获创新成果一等奖,北汽集团申报的《以企业生态体系与“BLUE卫蓝”行动,践行“双碳”目标,引领绿色发展》案例被遴选为首届北京市企业社会责任优秀案例。

作为中国汽车的骨干力量,北汽集团的“BLUE卫蓝计划”对推进低碳发展进行了深入探索,也将为全社会实现双碳目标作出贡献。

实现科技创新应用落地,夯实新能源技术实力

伴随着科技创新战略的深入实施,北汽集团不断提升在电池、电机、电控、氢燃料等关键技术领域创新能力。极狐极湃动力电池荣获“中国十佳新能源汽车动力系统”与“世界十佳电驱”;“全气候电池包”具备快充技术,10分钟充电续航里程达280km;《电动汽车的剩余续航里程估计方法、系统及电动汽车》发明专利,通过欧洲实质性审查并获得欧洲专利局授权;首台氢内燃机点火,向实现零碳高效发动机迈出关键一步……

新能源商用车技术领域,北汽福田坚持纯电动、插电式混合动力、燃料电池“三线”并举,打造“智蓝”技术品牌,涵盖整车架构、电子电气架构两大架构技术和智能电控、动力电池、电驱动、燃料电池等四大模块技术,以用户需求为导向,加速构建商用车绿色交通全场景专业解决方案。

此外,北汽福田发布国内商用车行业技术品牌“银河技术”,包括超级动力链、智蓝电驱链、“蚁象”轻量化技术、智科网联等技术,将极大提升干线物流运营的效率与安全。

作为北京市燃料电池汽车“示范应



极狐阿尔法S森林版和阿尔法T森林版正式上市

用联合体”牵头企业之一,北汽福田已基本实现新能源核心技术自主掌控,形成全产品线覆盖的新能源产品矩阵。除多次服务国家重大活动的氢能网约车外,北汽福田加快重型、轻型、微型三个全新平台氢燃料和纯电产品布局,在氢能高端装备研发制造基地规划自主燃料电池发动机生产线,开展车辆模块化示范运营租赁以及金融和大数据等应用服务,助力首都绿色产业链建设。

目前,北汽已经形成了以研究院为核心的自主品牌乘用车研发平台,以福田工程研究院为核心的商用车研发平台,以海纳川、北汽鹏龙、蓝谷信息为核心的汽车零部件、服务贸易及数字化平台,拥有国家企业技术中心、国家级工业设计中心、国家高新技术企业等国家、省市级各类创新载体90余家。近年来,共计获得中国汽车工业科学技术奖、北京市科学技术奖27项,其中一等奖8项。

升级用户绿色出行体验,完善新能源产品矩阵

北汽集团深入倾听用户需求,以场景化造车实现科技创新应用落地,以高品质的产品和服务升级用户绿色出行

体验。

作为北汽高端智能纯电自主品牌,极狐汽车以其在新能源领域的深厚积淀和持续创新,为用户提供精准、高效、可靠的产品服务。

旗下产品阿尔法T、阿尔法S诞生于全球新能源汽车产业商业搭载5G技术的平台——IMC架构平台,上钢下铝结构平衡了轻量化与安全性,拥有超过650km超长续航能力,已经斩获“中国十佳底盘”“中国十佳车身”等多个行业大奖。

践行绿色承诺,北汽以一款款创新产品讲述着“卫蓝”故事。回顾过去的一年,极狐汽车打造智能亲子车考拉,是中国妇幼保健协会《母婴友好型汽车》团体标准的较早响应者;阿尔法S先行版迭代升级,荣膺史上最严格的C-NCAP最高“五星级”安全评价;6月16日,极狐阿尔法S森林版和阿尔法T森林版正式上市,创新“森林氧吧”模式,搭载的森林座舱是中国新能源车企中获认证的儿童优先健康座舱,为全家带来健康的驾乘环境;合资品牌北京奔驰全新EQE纯电SUV上市,是梅赛德斯-EQ家族第二款基于EVA纯电平台正向研发的国产纯电车型,为中国客户焕新豪华纯电出行体验。

不仅如此,北汽也在加速推动燃油车

的节能减排。北京BJ60搭载2.0T发动机+48V轻混系统,WLTC综合油耗9.5L/100公里;北京新X7 WLTC工况油耗仅为7.66L,完美诠释高效低能;全新北京数智重卡以“高质量低成本”战略为引领,实现综合油耗较同类产品低5%-10%;6月18日刚刚上市的智能·家居SUV北京现代MUFASSA沐飒,保持全系20%的纯电车型布局。

健全产品全生命周期管理体系,构建绿色发展全产业链

绿色,不仅是产品的脱碳减排,更是一整套价值链的内化转型。对于北汽而言,“人、车、环境和諧共生”的企业价值实现,是一场全产业链的持续行动。

一年时间里,北汽集团入选生态环境部和国家发展改革委“清洁生产审核创新试点项目”首批试点;上榜工业和信息化部年度绿色制造名单;福建奔驰达成生产碳中和;持续倡导绿色办公,推动垃圾分类、节约用纸、节约能源等工作制度化,助力首都绿色低碳高质量发展……

截至2023年6月,北汽集团已有17家国家级绿色工厂、2家国家级绿色供应链、3家A级环境绩效企业;已完成17.8MW光伏设施建设,另有23MW光伏设施建设实施;新增购置绿色1.7亿度,4240万度已落地交易,折合减碳2.6万吨。

随着生产降碳推进,北汽实施能源计量提升、绿色低碳智慧平台、低碳诊断与盘查等项目,合理安排生产及产品投放,降低非生产能耗;推动精益用能管理,加大节能减碳技术应用,加大风/光电等可再生能源利用;持续提升生产审核工作,更新碳排放;获评清洁生产审核创新试点项目,成为第一批试点单位中的国有企业。

预计到2025年,北汽集团将建成1-2个零碳工厂,为高质量发展持续输入绿色动力。此外,北汽集团充分发挥整车“链长”作用,联动企业、政府、学校、行业协会等各种力量,不断构建绿色出行生态,扩容绿色发展新格局。

“绿色发展之于北汽,犹如一粒种子,播种的是责任,浇灌的是信仰,萌发的力量,结出的未来。”以绿色创新守护地球,随着时代的变化、科技的进步,北汽的“卫蓝”事业将不断壮大。