

销量5年增74倍 北汽新能源技术向“高精尖”升级

沈天香

近日,在北汽新能源发展成果汇报会上,北汽集团党委常委、北汽新能源党委书记、总经理郑刚表示,北汽新能源每年推向市场的纯电动汽车,从2012年的698辆上升到2016年的52187辆,5年间增幅接近74倍。截至2017年8月,北汽新能源用户保有量已达12.4万辆,所有车型总行驶里程已超过12.1亿公里,直接减少碳排放19万吨,相当于植树74万棵。

据介绍,5年间,我国新能源汽车产业进入黄金发展期。从2012年推广应用的1.7万辆,提升到2013—2014年推广应用的10.1万辆,2015年更是跃升至37.9万辆,2016年突破50万辆大关,2017年产销量更有望突破70万辆。

截至目前,北汽新能源旗下拥有三大品牌,分别是:面向绿色智慧出行大众终端的BJEV品牌、面向绿色智慧出行先锋终端的ARCFOX,以及致力于打造智慧出行解决方案生态圈的“轻享出行”。

打造“互联网+”思维平台。除此之外,北汽新能源创新商业模式推广新能源汽车,打造绿色智慧出行。早在2012年,北汽新能源就开始打造分时租赁平台。目前,北汽新能源已打造绿狗租车、北汽绿行、北京出行和轻享出行共享出行平台,截至2017年6月底,北汽新能源旗下分时租赁平台已覆盖全国8个城市,车辆规模达到1万辆,会员规模超过20万。

配套服务方面,比如在东南四环中石

化博大路加油站内的换电间里能看到,一辆黄白相间的北汽新能源EU220电动出租车驶入换电间,进入“量身定做”的黄色轨道槽,全自动机械手仅用几秒钟就把电池拆卸下来,沿着轨道放回一墙之隔的电池充电间,之后再一块“满格”电池安装到车上。从出租车开进来完成电池更换,仅用3分钟,甚至比普通燃油车加油还要快。

2016年,北汽新能源从北京开始,向全国开展换电模式的运营和投资建设,显著提升了纯电动出租车运营效率和经济效益。截至2017年6月底,已在北京、厦门、兰州三个城市投放超过2400辆换电出租车。

研发水平“国际化”。近日,位于亦庄的北汽新能源科技创新中心正式启用,命名为“中国·蓝谷”,共占地10万平方米。走进蓝谷就可以看到一栋外表为淡蓝色玻璃幕墙的六层研发中心大楼,这里就是北汽新能源的研发“大脑”,包括造型设计、车辆性能等研发部门均在此。

今后,蓝谷将作为北汽新能源全球研发、营销和运营总部。这里不仅有传统车企通常拥有的整车、验证、设计中心,还有新能源汽车独有的电池工程、电驱动工程、智能网联工程、轻量化、大数据、众创中心。

“蓝谷对标特斯拉、宝马等国际化车企研发中心。这里开发出来的前瞻技术、核心部件,将在北汽集团内共享。”郑刚表示。

天香评车

谁将主导新能源车大战?

沈天香

如果让你在新能源车指标和燃油车指标中做个选择,你会选择什么呢?至少从续航里程、充电设施、操控性能以及车型选择的多样性等指标来看,新能源车的普适性远远不及传统燃油车。

但从目前看,国家对于节能与新能源汽车的鼓励远远多于传统能源车。自2012年至今,已经建立了涵盖购置税补贴、税收优惠、充电设施建设等多项政策扶持体系。随着近来发布的“双积分”政策将于2018年4月落地,大力发展新能源汽车成为各大车企迫在眉睫的战斗。

日前,第五届中国国际节能与新能源汽车展在北京国家会议中心开幕。5年以来,该展会已经成为了全亚洲参展企业最多、展会面积最大、展品最为丰富的专业新能源汽车展。据统计,去年我国新能源汽车产量已突破50万辆,保有量超过100万辆,在全球占比达50%,连续两年成为世界上新能源产销第一的国家。

从目前国内新能源汽车发展的模式来看,有几个显著的代表。

首先是传统企业开始加速转型。对于传统车企来说,在生产设备、生产线、技术以及管理运营等方面仍然具备一定的优势,这场变革对于他们来说,是挑战更是机会。

前几日,长安汽车发布“香格里拉计划”,宣布投资1000亿元用于新能源领域的产品研发、专有平台打造、动力电池以及共享、充电设施和服务,并提出将在2025年全面停止销售传统意义的燃油车,这也是国内

首个将全面停售燃油车提上日程的企业。

与此同时,不少传统车企纷纷选择合作伙伴共同发展新能源汽车,一大批新能源汽车合资公司也开始涌现,比如大众汽车和江淮宣布成立专注于纯电动汽车研发的江淮大众合资公司,戴姆勒战略投资北汽新能源等。

另一方面,互联网造车也在如火如荼的进行中。过去一两年,互联网车企亮相时,往往带着颠覆性的思维进入视野,比如乐视构建全生态、威马汽车要建立“威盟”让用户参与设计、蔚来电动超跑等,不久前,新能源汽车初创公司发布全新品牌BY-TON拜腾。

值得肯定的是,互联网车企思维更活跃,在软件领域更胜一筹。不过,就目前来看,绝大多数互联网汽车尚未能实现量产,而传统车企已经不甘人后。如果考虑到传统车企的固有的生产和渠道优势,互联网基因不止存在于新车企中,传统车企或将在新能源这场大战中占据主导。

诚然,无论是哪种模式,最终都要回归市场的考验。消费者真正需要的是价格亲民、驾趣体验不亚于传统燃油车以及安全性更好的新能源车,同时还有更便捷的充电设施和服务。

目前,市场上真正量产的新能源车可选择的余地依旧太少,与传统燃油车相比,新能源车的发展趋势是利好的,但市场的蛋糕依然不够大。眼下,这些如雨后春笋般涌现的新能源车创业公司,正站在一个前所未有的风口上,归根结底,重点在于利用大数据挖掘客户的需求。

国货当自强 宋MAX对比途安L更胜一筹

沈天香

受“2+2+2”的社会家庭结构和二次购车限制两大因素的推动,七座车的热度开始不断上升。近期,不少自主品牌都发布了旗下的MPV车型,纷纷打起大空间、高颜值的旗号,价格也是平易近人。

说起自主品牌MPV,多数人印象中往往是五菱宏光、宝骏730这样的车型,而真正能够媲美合资的MPV车型似乎很少见。不过,近来上市的比亚迪宋MAX却打破了消费者对自主MPV的刻板印象。

售价7.99万—11.99万元,比亚迪宋MAX不仅仅在自主MPV中脱颖而出,对比15万元以下的合资MPV老大哥途安L也毫不逊色。众所周知,大众途安L是15万级别里家用车型的杰作。那么剑指途安L,比亚迪宋MAX底气何在呢?

有“质感”更出众

在比亚迪众多的车型中,宋MAX可以说美出了颜值新高。作为前奥迪设计总监艾格加盟比亚迪后的首款作品,宋MAX的高颜值外观让人眼前一亮,前脸采用“Dragon Face”设计理念,将中



国传统文化和时尚美感相互融合,新车造型相比以往的车型在气质和气势上都有了很大的改变。

相比之下,大众途安L的造型多少显得更古板,定位是MPV,但看着却更像大号的两厢车。大众脸显得中规中矩,倒也成熟稳重,但放在一堆车型中,往往最不容易被看到。

内饰上,宋MAX同样精致。长线条的运用、搭配包裹性极强的双密度高级皮座椅,营造出极具氛围感的环抱式座舱。同时,搪塑软内饰的大面积使用,整合运用木纹和金属材料,质感和触感十分出众。而途安L还是一如既往稳重的大众风,相比宋MAX而言,缺少些质感。

好车还得看“智能”

对于现代人来说,“智能化”已经离不开生活的方方面面,汽车也不例外。比亚迪宋MAX,12.8英寸开放式4G智能互联大屏,不仅拥有360度全景影像,还能利用4G网络随意下载APP,智能语音控制、导航、听音乐、看直播、刷微博、打游戏,堪比一部超大的智能手机。

反观途安L,只支持手机映射,还是处于“功能机”的时代,智能化更是无从谈起,这在移动互联网大行其道的今天显得有些过时。

除此之外,在安全配置上宋MAX同样有着不小的优势。德

系车一向以安全品质自居,而宋MAX的主被动安全配置更是面面俱到,定速巡航、GPS导航、360度全景影像,还拥有8安全气囊,ESP、TPMS胎压监测系统32项主被动安全装备。

空间、动力都很“大”

对于7座家用车来说,“大空间”自然是首要因素。从尺寸上看,途安L和比亚迪宋MAX的轴距基本相当,但宋MAX更宽更高的车身尺寸带来的好处是:腿部和头部的乘坐空间要更优,舒适性更好。

座椅方面,途安L有2+3和2+3+2两种座椅布局,宋MAX目前采用2+3+2的座椅布局。并且,宋

MAX后期将会推出2+2+2的6座车型。储物空间方面,宋MAX会更细心一些,储物格设置得更加丰富,进到车内,手机等小件物品随手就能放。而途安L常规的储物空间也相当大,但纯粹是大,人性化的考虑更少。

动力上,宋MAX跟途安L相近排量车型的发动机参数没有太大差别。对于MPV来说,这两台车都具备轻松、灵活、易驾驶的特点。值得一提的是,针对家用的定位,宋MAX承袭宋家族SUV的成熟底盘,由前奔驰S级专家汉斯精细调校,底盘扎实沉稳,既兼具SUV的视野及通过性,又不失轿车的舒适性。

总体来说,宋MAX在颜值、空间、动力、配置上,相比合资老大哥途安都是有过之而无不及。作为具有划时代意义的车型,宋MAX凭借亲民的价格,颠覆以往的超高颜值,卓越的产品实力,有望成为2017年车市最大黑马。

一直以来,比亚迪就以精准的市场定位和高品质的产品,不断为中国家庭提供更好的用车选择。当然,宋MAX的成功也离不开其国际化团队的背书,不断加大的国际资源的投入,不但保证了宋MAX的产品品质,也将会为比亚迪注入源源不断的活力,开启比亚迪全新的造车时代。