主管总编辑助理 王万利 编辑 刘洋 美编 白杨 责校 池红云 E-mail：sbsdcar@vip.sina.com

急扩在华产能 丰田新能源战略“变道超车”

曾对新能源车“不感冒”的丰田，在该市场持续放量背景下，也加入蛋糕分食战。继一汽丰田在天津投建新能源工厂后，丰田在华另一家合资公司广汽丰田，也开始加速扩充新能源车产能。北京商报记者近日拿到一份内部文件显示，广汽丰田斥资9.19亿元拍下广州市南沙一处面积超过70万平方米的工业用地，用于投建第五条生产线生产新能源车型。

不仅扩充产能，近两年丰田联合多位合作伙伴共同加速在华新能源战略。业内表示，丰田在华加码电动化，一方面是为了应对中国市场的双积分政策，另一方面新能源或将成为未来丰田与大众在中国市场缩小销量差距的关键。

备战40万辆产能

日前，广州南沙经济技术开发区规划和自然资源局官网，挂出一份编号为“穗南开规划资源出告字[2020]1号”的土地使用权转让公告。挂牌一个多月后，北京商报记者近日拿到一份内部文件显示，该工业用地已被广汽丰田以9.19亿元的竞买起始价购得。该生产基地位于广州南沙小虎岛，土地面积为73.5万平方米，计划年产能为20万辆。

相关文件显示，目前该地块已进入基础配套设施勘察设计施工总承包招标阶段。“新生产线选址在广州南沙，预计2022年建成投产，将用于生产新能源车型。”广汽丰田相关负责人对北京商报记者透露。

事实上，去年5月，广汽丰田中方股东广汽集团曾发布“关于广汽丰田及广丰发动机项目投资建设的公告”称，广汽丰田有关新能源车产能扩建项目一期、二期投资，及广汽丰田TNGA系列发动机建设项目于近日经双方股东批准，项目总投资分别为113.3亿元和37亿元。据了解，目前广汽丰田拥有3条生产线，而该公告中所称新能源产能扩建项目一期、二期，即为第四及第五条生产线。

据透露，广汽丰田新能源车产能扩建项目一期、二期两期项目合计新增年产能40万辆，计划2022年全部建成投产；TNGA系列发动机建设项目规模为年产43.2万台，计划2021年建成。广汽丰田方面表示，将投资约49.88亿元在南沙区黄阁镇扩建用地规模为45万平方米的第四条生产线，并在此生产线上实施年产20万辆新能源车产能扩建项目。

“第四和第五条生产线都将生产新能源车型。”广汽丰田相关负责人向北京商报记者透露，除在建的两条生产线外，广汽丰田现有3条整车生产线，一期、二期、三期生产线合计年产能为60万辆。这意味着，加上目前正在规划的第四、第五条生产线，到2022年广汽丰田年产能总计将达100万辆，其中新能源车产能将增长40%。

先行布局追大众

实际上，这已不是今年丰田在华首次传出扩充产能的消息。

今年初，中新天津生态城管理委员会就曾发布《设计招标公告》称，丰田与一汽计划投资约85亿元，在天津滨海新区生态城建造新能源汽车工厂。据了解，该新能源工厂年产能为20万辆。此次设计招标的工期时间要求为2020年2月26日-5月25日。按照天津市方面的规划，一汽丰田新能源工厂项目将在2020年底前取得明显进展。

北京商报记者注意到，此前一汽丰田已经对泰达工厂进行改造，总投资额为17.62亿元，建成投产后将增加年产12万辆新能源汽车的能力。从17亿元产能12万辆，到超百亿元产能40万辆，“南北”丰田连扩产能的背后，凸显丰田在华加码新能源汽车布局的迫切心情。数据显示，2019年丰田在华销量达162万辆，同比增长9%。然而相比大众在华超400万辆的成绩，丰田在燃油车上与大众存在一定距离。

去年12月，工信部发布的《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》（征求意见稿）中提出，“到2025年，新能源汽车销量占当年汽车总销量的25%”。在燃油车型上落后对手的丰田，将目光锁定在新能源车市场，按照目前“南北丰田”在华新能源产能规划，未来整体产能将超70万辆。

此前，大众集团方面表示，今年大众汽车在华两座工厂将启动纯电动汽车生产，综合年产能将达60万辆。这意味着，“保守”的丰田在新能源市场上，在华产能布局已远超大众汽车。“丰田正在‘变道超车’，加速布局新能源市场，以待来日发力。”汽车行业专家颜景辉表示，现在不少外国企业看中我国的新能源发展纷纷入局，这对不少企业既是机会也是挑战。

不仅为赶超对手，丰田对新能源布局的提速，还有满足中国双积分政策的需要。根据相关规定，去年起车企必须满足10%的新能源汽车积分，此后新能源汽车比例逐年提升2%。在双积分背景下，想要谋求更长远的发展，加快新能源的发展进程势在必行。

联手比亚迪“抄近路”

面对压力，提升中国市场战略地位，加码电动化是关键一环，为此丰田汽车一改以往的保守作风。

在保证产能基础上，丰田将大举导入新能源车型。北京商报记者了解到，今年为丰田汽车“EV元年”，计划将向中国市场陆续投放广汽丰田C-HR EV、一汽丰田奕泽IZOA EV两款纯电动车型。“广汽丰田将深化混合动力战略，全力推广普及混动技术，布局下一轮绿色产品阵营。”广汽丰田相关负责人表示，未来的产品重心将放在节能及新能源车型上。

同时，按照丰田规划，到2025年在华导入10款以上纯电动车型，实现全球电动化车型销量550万辆的目标。

在继续扩张产能导入产品外，丰田也在积极寻求拓展现有技术路径。去年6月，丰田汽车宣布，比亚迪成为其新能源汽车动力电池供应商。7月丰田与比亚迪达成合作，将共同开发轿车和SUV的纯电动车型，新车使用丰田品牌，计划2025年前投放中国市场。同时，双方还将共同研发车型所需的动力电池。同年11月7日，双方进一步签订合资协议，计划在2020年内成立一家纯电动车研发公司。新公司将开展纯电动车及该车辆所用平台、零件的设计、研发等相关业务。

对此，比亚迪方面表示，比亚迪与丰田的合资公司设计、开发的产品将充分使用比亚迪现有的电动平台技术及电动零部件供给，并融入丰田的品质及安全控制标准要求，且合资公司设计、开发的纯电动汽车可以使用丰田品牌。

同时，丰田正在联合在华多位合作伙伴共同加速其在华电动化战略。过去一年，丰田与广汽集团、宁德时代等公司在电动化方面建立了相关合作。据悉，丰田规划了包含BEV（纯电）、FCEV（燃料电池）、HEV（混动）和PHEV（插电混动）4种技术路线。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

图片来源：企业供图

国产两款SUV“吉利牌”路特斯能否摆脱小众化

手握51%控股权后，吉利正通过国产化、SUV化让小众的路特斯品牌融入主流市场。近日，路特斯武汉工厂环评信息显示，路特斯将在华国产3款车型，包括将于2022年投产代号为Lambda-E及Sigma-D两款SUV，其中Lambda-E将推出燃油、混动、纯电动版，Sigma-D SUV仅推出纯电动版，而代号为Alpha E的轿车将在2024年投产，同样为纯电动车型。

事实上，生产小众跑车的路特斯品牌已亏损多年，本次欲融入主流市场并不意外，推出迎合更大消费群体需求的车型已成为部分主打跑车车企的选择。曾与路特斯相同定位的竞争对手保时捷，早已通过面向更大消费群体推出双门跑车、四门轿跑SUV等新车型，实现销量大幅增长。数据显示，2019年保时捷全球累计销量为28.08万辆，同比增长10%。其中，中国市场销量占保时捷全球销量的31%。

此前，吉利相关负责人表示，将通过“扩展和加速新车型与新技术的推出”助推路特斯进一步发展。据了解，本次环评仅公布了Lambda-E SUV纯电动版的具体参数。尺寸方面，路特斯Lambda-E SUV介于特斯拉Model X与奥迪e-tron之间。该车采用前后独立悬架，并且均为四驱车型，综合续航里程达579公里。

作为小众跑车品牌之一，路特斯也将跑车元素注入Lambda-E SUV纯电动版，以提升该车型附加值。为实现轻量化，Lambda-E SUV加入大量铝合金材料、碳纤维、热成型钢板等新材料和新工艺。动力方面，Lambda-E SUV纯电动版采用前后双电机，总扭矩达1140牛·米，该项动力参数已超过宾利添越、兰博基尼Urus、玛莎拉蒂Levante等超豪华品牌SUV。

值得注意的是，路特斯之所以能启动国产化，与吉利的支持密不可分。湖北省发改委发布公告显示，路特斯武汉工厂计划总投资90.44亿元，项目地点位于武汉市汉南区纱帽街薇湖路，其中吉利出资占比高达71.06%。2019年初，工厂已开始建设，预计2021年底完成，建成后年产能为15万辆。

不过，在3款国产车型正式投产前，路特斯计划先通过一款跑车车型试水新能源汽车市场。据了解，路特斯首款纯电动超跑Evija将在2020年夏天投产，海外市场起售价为170万英镑，中国市场起售价高达2188万元。目前，该车型首年产量已经预订一空。

值得一提的是，对吉利而言，中国市场是路特斯品牌能否复兴的关键。根据规划，吉利将通过全面开放平台资源，提升路特斯在市场、成本、研发和运营等方面的能力，巩固和加强路特斯作为豪华高性能汽车品牌的地位和影响力，同时帮助路特斯开拓包括中国在内的新兴市场。

据了解，2019年路特斯在华已设立5家4S店，分别位于上海、北京、杭州、深圳和成都，2020年将扩展至10家左右，扩大市场份额的同时，也将增强路特斯品牌在华影响力，与传统豪华跑车制造商展开竞争。

此外，除传统4S店模式，路特斯还计划探索新销售服务模式。路特斯集团CEO冯擎峰表示，超豪华品牌的身份，使路特斯的客户群体相对特殊，想要立足中国市场，路特斯不仅要卖车，还应该让消费者得到更多有价值的体验。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

图片来源：路特斯官网

威马汽车：深耕服务“立身” 细化运营“立业”

春节销售淡季叠加疫情影响，国内车市面临考验。数据显示，今年2月全国乘用车市场零售同比下滑80%。特殊时期，各大车企和经销商均在想办法将影响降至最低。其中，威马汽车凭借企业创新和产品实力应对市场挑战，实现全面提升，更是为一众造车新势力开了好头。

面对汽车存量时代的激烈竞争，威马以服务创新作为立身之本。疫情期间，威马第一时间开创无接触营销模式，及时推出“云看车”、线上预约、上门试驾等服务，满足刚需用户看车、试驾、购车需求。消费者通过威马官网或汽车之家等平台，进入全景看车页面后，能够360度了解威马旗下EX5及EX6 Plus车型的细节设计。同时，威马汽车向高意向用户提供48小时深度试驾服务，让用户提前享受拥车体验。

对于已购车主，威马汽车上线“预约保养”服务，用户通过“威马粉丝联盟”公众号，即可轻松选择车辆保养时间与门店，一键生成预约订单。此外，威马售后服务热线7×24小时保持畅通，用户如遇紧急突发情况，可随时拨打救援电话，威马汽车远程技术服务也会随时在线。

同时，威马汽车推出“威马直购”新零售模式，通过“半价提车、行驶月费套餐、保值回购”形式，为用户在购车、使用、置换等方面提供保障。作为首款适用于“威马直购”模式的车型，威马EX6 Plus 400轻享版NEDC综合续航里程达408公里，搭载全新Living Engine 2.0全车交互智能系统，并配备包括博世9.3 ESP电子稳定控制系统和前后6气囊等多重主被动安全装备。新模式可叠加限时立减的5000元现金权益，消费者仅需支付9.49万元，就能以“半价”拥有这辆B级智能纯电动SUV。目前，高意向用户已超过万名并持续增长。

这一系列创新营销模式和贴心用户服务的背后，离不开威马精细化运营管理，以及强大体系能力及产品实力的背书。目前，威马旗下拥有EX5和EX6 Plus两款量产车型，今年5月有望推出首款轿车车型。其中，作为2019年造车新势力单车销量冠军的EX5车型，搭载Living Pilot智行辅助系统。该系统为威马与合作伙伴针对中国路况与用户驾驶习惯，基于长达10万小时、800万公里路试数据定制开发，是目前同级率先量产、功能最齐全的L2级别智能驾驶辅助系统。

据了解，威马汽车在量产普及L2级驾驶辅助系统基础上，也同步布局发展L3、L4级自动驾驶技术的验证测试与研发。针对中国驾驶场景开发的L3级驾驶辅助技术量产车型，最早将在今年投入市场。

此外，作为智能电动汽车的核心优势，威马汽车具有全生态OTA升级能力。去年，威马汽车共完成包括“静默升级”在内的7次进化升级，平均为每位用户节省约7小时的到店升级时间。这些升级共为用户新增、升级超300项亮点功能。今年，威马汽车计划推出适配5G技术的Living Engine 3.0系统及智能座舱，更好满足用户对智能电动汽车不断增长的需求。

在凭借自身产品硬实力成为国内新能源车领域标杆的同时，高度自动化、数字化生产体系也成为威马汽车在疫情下尽快复工复产的保障。

作为国内唯一拥有生产资质自建工厂的造车新势力企业，2月21日威马温州智能制造基地正式复工复产，恢复包括整车工厂及电池包工厂的全线生产。凭借100%主线自动化率、AI在线质检等工业4.0标准智能工厂优势，威马汽车全面恢复C2M客制化生产，满足客户个性化需求。

为迎接制造基地正式复工，威马汽车以员工安全及用户利益为核心，搭建数字化工厂防疫战线，全面保障到岗员工、生产环境及产品品质的安全稳定。同时，威马汽车供应链的合作伙伴及智行合伙人也积极响应，全力配合推动

热销车型威马EX5及威马EX6 Plus生产经营“全链条”的正常运转，为威马汽车温州基地产能爬坡和定单交付进程提供保障。

值得一提的是，作为中国创新经济的实体代表，威马汽车创立以来一直重视企业社会责任。新冠肺炎疫情发生以来，威马汽车第一时间驰援战“疫”一线。1月29日，威马汽车向湖北省黄冈市捐助400万元防疫物资；2月6日，威马汽车旗下智慧出行品牌“即客行”提供100辆威马EX5作为“抗疫应急保障用车”，全力驰援海南省防疫工作；2月13日，威马再次追加捐赠包含口罩在内的医务用品，并提供一批防疫工作用车，为温州市抗击疫情贡献力量。