

· 资讯 ·

新7系上市 宝马迎“大型豪华车年”

北京商报讯(记者 刘洋)在大型豪华SUV X7上市后,2019年宝马正在步入“大型豪华车年”。近日,新BMW 7系正式在华上市,共推出六款车型,厂家指导价为82.8万-242.8万元。值得一提的是,由于排量限制,一度出现停产传闻的M760Li车型,也出现在新车型阵营中。宝马集团相关负责人表示,新BMW 7系的推出是宝马集团持续推进全新“第一战略”,不断深化在A.C.E.S.(电动化、自动化、互联化、共享化/服务化)未来出行四大创新领域发展的最新成果。

新BMW 7系在外观上,双肾型进气格栅面积被进一步增大,车头高度增加50毫米,格栅面积增大40%,带来更好的视觉冲击力。全新设计的智能激光大灯与尺寸加大的BMW双肾型进气格栅形成鲜明的视觉对比,整体优雅而又充满力量感,精致的细节设计凸显现代美学风格。同时,车身侧面的“鲨鱼腮”采用垂直设计,进一步优化空气动力学。车尾则拥有新BMW 7系专属的全新贯穿式3D立体悬浮LED尾灯,此外,新BMW 7系全系车型均配备豪华套装和M运动套装供消费者选择。

值得一提的是,新BMW 7系的动力系统也迎来创新升级,新BMW 750Li xDrive换装4.4升V8发动机,从曲轴箱到发动机管理系统都经过大幅改进,最大功率为390千瓦,相比老款车型发动机峰值扭矩增加100牛·米,达到750牛·米。此外,新BMW 730Li与新BMW 740Li车型的发动机输出功率也得到进一步提升。

数据显示,2019年前4个月,宝马集团在华累计交付超过22.7万辆BMW和MINI品牌车型,同比增长超12%。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示:“未来,我们有信心继续实现高质量增长,并持续推进‘2+4’战略性部署在中国市场的落地,续写成功故事。”

比亚迪获新能源补贴款34.58亿元

北京商报讯(记者 刘洋)5月22日,比亚迪发布公告称,收到深圳市坪山区财政局转支付的国家新能源汽车推广补贴款34.58亿元,其中包括2016年度新能源汽车补助清算和补充清算资金31.26亿元,2017年度补充清算资金3.32亿元。

比亚迪在公告中表示,该补贴款将提升公司现金流,减少公司利息支出,降低财务费用,对资产负债率下降也将产生积极影响。对此,业内人士推测,比亚迪在2016-2018年获得新能源汽车补贴达百亿元规模,其中大部分转为应收款项,拖累公司现金流。但2019年,新能源汽车政策补贴在2018年基础上平均退坡约50%,对电池能量密度、整车能耗、续航里程的要求也有所提高。

汽车维权成功率仅13%

北京商报讯(记者 刘洋)近日,中国消费者报社联合慧科讯业在京发布《消费者满意度与汽车企业社会责任年度报告(2019版)》。中国消费者协会新闻部主任任静表示:“以消费者满意度为核心的企业社会责任报告,对推动汽车行业健康发展会有很好的指导意义”。

《报告》显示,在消费者权益、市场责任、社会责任和环境责任四个责任实践环节,上市车企(14家)平均得分远高于未上市车企(60家)。无论是上市车企还是非上市车企,对于消费者权益保护责任板块高于行业均值(38.6)的企业数量均超过65%,可以看出,汽车企业对于消费者权益保护重视程度在不断提高。同时也应看到,目前车企对于消费者体系建设的举措并不乐观,管理体系指数仅为10;其中有50家车企管理体系得分在10分以下,拉低了整个板块的得分水平。而对于消费者日常投诉反映汽车质量问题的事件中,维权成功的案例占比仅为13%。

广汽蔚来“合创”什么

近日,广汽蔚来发布全新品牌——HYCAN合创,并亮相该品牌旗下首款概念车型,新车定位为跨界SUV。根据计划,该车的量产版将于年底正式发布,2020年初正式交付。



2018年4月,广汽集团与蔚来汽车合资成立广汽蔚来。从股权结构看,广汽集团与广汽新能源分别持股22.5%,蔚来汽车与蔚来基金分别持股22.5%,剩余10%股份由创始团队持有以吸引人才。

不过,广汽蔚来CEO廖兵表示,广汽蔚来并不是一家传统意义上的“合资公司”,而是一家“合创公司”;“合创不是创造一家汽车制造商,而是构建一个开放、共享的智联+出行生态平台”。廖兵称,合创是一家典型的轻资产运营型企业。

据了解,针对广汽蔚来首款量产车型,广汽集团将主要负责整车的研发和生产,蔚来汽车将提供智能网联技术和能源支撑体系。新品牌将会拥有自己独立名称及全新LOGO,未来并不会生产蔚来品牌现有车型。未来的合创,没有工厂投建、制造生产这样的重资产,而是车型的前期设计、研发以及后期服务等轻资产的运营模式。

业内普遍认为,包括广汽蔚来

在内,国内传统车企与造车新势力加深合作的案例并不罕见,背后的逻辑也不难理解。对广汽而言,与蔚来合作有助于消化自身在前期不断扩张中积攒下来的大量产能;对于蔚来而言,拉上广汽一起造车也能解决自身在量产能力上的短板。不过,由于尚未经实际考验,广汽蔚来这种新的合作模式也引发外界质疑。

“这种变相代工生产的模式,表面上没有厂房等重资产负担,但是由于制造和运营脱节,车辆一旦出现质量问题可能会出现双方推诿权责难分的情况,不利于问题的解决。”业内人士表示,相比一般意义上的“代工”模式,作为合资公司的广汽蔚来更为复杂的是,双方均拥有独立销售渠道。因此,量产车出现质量、服务、技术问题可能需要三方绑在一起来解决。

从品牌定位看,合创品牌低于蔚来品牌。廖兵表示:“合创”、蔚来和广汽新能源三大品牌的定位、市

场和价格区间有非常明显的区分,三个品牌是互补关系,不会互相竞争。然而,尚不清楚合创与广汽新能源两者之间如何实现品牌差异化定位。

值得注意的是,无论品牌发布还是从产品交付时间,广汽蔚来面临的前景并不乐观。一方面,拜腾、天际等造车新势力,最晚也将在年底前陆续推出并交付首款量产车;另一方面,年内奔驰EQC、奥迪e-tron、一汽-大众纯电高尔夫、上汽大众纯电朗逸等大量豪华品牌与主流合资品牌的纯电车型都将陆续上市。

不仅如此,作为传统车企与造车新势力合作的产物,广汽蔚来还存在股东双方如何深化合作的问题。“汽车和互联网由于思维模式不同,深度融合并不容易,需要花费大量时间,短期来看是挑战,但长期也是优势。”廖兵坦言。

北京商报记者 刘洋 濮振宇
企业供图

(上接A1版)

产能不足 亚洲龙上演加价戏码

为缓解产能问题,一汽丰田方面表示正在加紧产能的爬坡,据了解,在四川一汽丰田生产的普拉多3.5升车型将于2020年6月停产,而腾出的产能将全部给予亚洲龙,加上天津工厂的产能,未来亚洲龙年产能将上升至22.8万辆。但从时间上来看,亚洲龙的增产最快也要等到明年底,但目前由于产能不足,导致亚洲龙在上市后无法放量,同时亚洲龙上市的加价状况正在逐渐消磨消费者对于亚洲龙的新鲜度。

值得关注的是,尽管亚洲龙价格下探到20万元起售,但据经销商介绍,目前低配车型几乎不生产售卖,而双擎版的低配性也只针对大客户不售卖给个人,因此在售价上,亚洲龙关注度最高的是双擎车型起售价实际已上升至25.78万

元。此价格区间对比雅阁、凯美瑞车型并不占优势,同时在加价以及两个多月等车的条件下,亚洲龙的客户群也面临着大量流失的危局。同时,在网上也已出现很多针对亚洲龙加价的帖子,其中不乏消费者表示对一汽丰田的失望,而更多的人是观望态度,并有人表示不行就换车,现在选择太多也不是非它不可,消费者一致举起了“抵制加价”的旗号。

对此,业内人士也表示,无论是因为产能不足还是渠道混乱,最终都是伤害亚洲龙的一柄利剑,在上市之初不能得到消费者认可,就算之后产能补足,亚洲龙销量很有可能无法爬坡放量,销量不能达标,一汽丰田在中级市场将再度面临失败的局面。据了解,目前北京一汽丰田经销商店内的订单均在

15-30辆左右,而每月每家经销商能得到的车型最多不会超过15辆。这也远不能满足亚洲龙的需求量,单凭这点就为一汽丰田重回中级车市场设置了极大障碍。

值得关注的是,2019年作为一汽丰田销量基础车型的卡罗拉及荣放都将面临换代,在换代后新车势必必要经历市场检验期,届时一汽丰田整体销量将出现动荡。分析人士指出,亚洲龙作为2019年一汽丰田推出的首款新车,尽管主机厂对其销量要求不高,但在主力车型面临换代的时期,中级车将成为一汽丰田新的增长点,但由于产能不足、终端售价混乱等因素,这个增长点很有可能会成为一汽丰田的拖累,不仅在中级车市场继续缺席,对于一汽丰田在2019年整体布局及销量也将成为变数。