

# 北汽新能源：40万辆车跑通新科技

近日,北汽蓝谷发布产销数据显示,今年上半年,北汽新能源累计销量为6.51万辆,同比增长21.57%;6月,北汽新能源销量为2.6万辆,夺得纯电动汽车市场销量冠军。

尽管国内电动汽车销量冠军的称号早已是北汽新能源的日常,但脱胎于传统车企的北汽新能源从自立门户到登陆A股市场,十年来的发展历程却颇为波折。

在市场化初期的2014年,北汽新能源上半年仅售出1辆车;此后,从1到20万,北汽新能源用了四年时间;从20万到30万,北汽新能源只用了8个月。

截至目前,北汽新能源市场保有量已经超过40万辆。北汽新能源不仅稳坐纯电动汽车市场头把交椅,也有了进一步推动品牌向上的勇气。



企业供图

## 造国民车

21世纪初,新能源汽车市场一直是个颇为尴尬的小众市场,直到2009年,国内新能源汽车产销量也仅为5000辆。在当时看来,新能源汽车存在着各类问题,甚至有质疑声认为其“象征意义大于市场意义”。

2009年,对于北汽新能源而言无疑是标志性的一年。这一年,国家四部委颁布《汽车产业调整和振兴规划》,强调发展新能源汽车的重要性。北汽集团嗅到政策背后的机遇,并于当年11月在北京采育经济开发区正式成立北汽新能源,新能源造车之路由此开端。

2009-2013年,新能源汽车市场属于以公车消费为主的1.0时代,北汽新能源主打政采租赁,在新能源汽车产业1.0时代站稳脚跟。

2013年底,北汽集团董事长徐和谊强烈意识到,依托于传统乘用车业务的新能源汽车难以实现新突破,于是将北汽新能源从传统业务中剥离出来,又引入外部投资者,共同组建北汽新能源股份有限公司,注册资本从3亿元增加到20亿元。

随着私人用户对新能源汽车接受度的提高,新能源汽车行业迎来了限购消费的2.0时代。2014年3月,北汽新能源首款纯电动轿车E150EV面向私人市场上市,市场化初期的探索并不顺利,上半年只卖出1辆车。

出师不利并未让北汽新能源放缓布局的脚步。2014年,北汽新能源联合庞大集团在北京建立4家新能源专营店,同时与国家电网合作建设超过2000根私人充电桩,完善渠道和服务网络布局。

进入下半年,北汽新能源迎来曙光。最终,凭借5510辆的销量,北汽新能源在2014年夺得中国纯电动乘用车销量冠军。

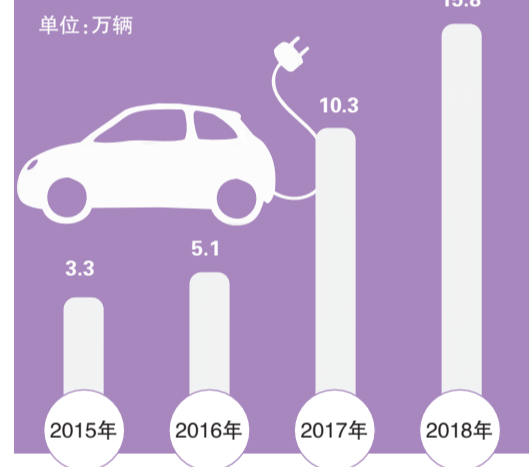
2015-2017年,北汽新能源销量分别为3.3万辆、5.1万辆、10.3万辆,销量年均增长速度超过60%,一直处在新能源车企第一梯队。2017年初,北汽新能源正式上市被称为“国民车”的EC系列车型,该系列车型上市后第三个月便成为中国纯电动汽车销量冠军,同年更夺得年度全球纯电动汽车销量第一。

## 谋高端化

进入2019年,与传统燃油车销量持续下滑形成鲜明对比的,是新能源车销量的持续增长。作为销量“先锋”,北汽新能源已经连续六年位居中国纯电动汽车销量榜第一名。

然而与之相对应的,是一直以来外界对于北汽新

## 北汽新能源销量变化



能源的车型普遍存有“低端”印象,这对于品牌的发展来说成为隐患。

正是看到了这一点,北汽新能源自2018年起开始将产品结构调整作为主要工作方向。2019年初,北汽新能源在“进化·共生”全球伙伴大会上正式提出“2049计划”,其中“2”指的就是产品向上、品牌向上。根据“2049计划”,2019年北汽新能源将主打EX5/EU5/EX3/EU7等新一代中高端产品,全年目标a级以上车型销量占比达到50%,平均售价超过10万元。

2019年上半年,在北汽新能源6.5万辆的累计销量中,售价12万元以上的EU5、EX5、EX3等中高端车型占比达90%,产品结构向中高端调整。其中,EU5更以16389辆和47439辆的成绩夺得6月及上半年的纯电动汽车、新能源汽车市场双料冠军。

虽然2019年初才正式提出“产品向上、品牌向上”的口号,但北汽新能源高端化实践早已经开始。2016年11月,在第十四届广州车展上,北汽新能源推出全新品牌ARCFOX旗下的首款量产车型概念版ARCFOX-1。

在汽车行业专家贾新光看来,不管是为了提升形象,还是为了生存发展,自主品牌汽车“向上走”都是必由之路。但只有掌握核心技术,推出符合市场需求的高质量产品,把握好价格定位,自主品牌汽车才能在低、中、高各个细分市场落地生根。

今年3月,北汽新能源高端品牌ARCFOX在日内瓦车展进行全球首次品牌发布,旗下3款全新车型ARCFOX-GT赛道版、ARCFOX-GT街道版、首款家族概念车ARCFOX ECF Concept也迎来全球首

秀;7月24日,北汽集团与麦格纳国际、镇江市政府签署北汽麦格纳高端新能源汽车制造基地相关协议。根据协议,北汽集团高端品牌——ARCFOX将在此基地投产。

## 走开放路

对于北汽新能源而言,无论是谋求销量增长还是冲刺品牌向上,背后都需要有强大的技术实力作为支撑。截至目前,北汽新能源在研发方面共投入53亿元,占营收10%,拥有近1500人的新能源汽车专业研发团队,共申请专利4273件,人均申请量为2.55件。

“北汽新能源成立十年来,培育了一支高素质、能吃苦的电动汽车试验专业团队,以‘卫蓝山鹰队’为代表,每年都在各种极限环境下,从海拔-161米的艾丁湖到海拔4767米的昆仑山口,从零下58度的根河到零上47度的吐鲁番,对每一款产品进行全面的测试验证。”北汽新能源相关负责人称。

2018年,以“达尔文系统”技术品牌发布为标志,北汽新能源进入整车人工智能时代,并展示11项年度“黑科技”,涵盖整车技术、三电系统、智能驾驶、智能网联以及平台开放与数据安全等多个领域。

以一体化液冷箱体技术为例,据北汽新能源相关负责人介绍,为解决电池安全和电池温差大等问题,北汽新能源在国内首次创新应用一体化液冷箱体技术,电池系统内整个液冷系统与电池高压系统分别处在两个密闭的空间,且两个空间密封级别全部达到行业领先的IP68防尘、防水的高水准。

值得注意的是,在北汽新能源看来,技术研发不能“关起门”来搞。根据北汽新能源发布的“开放共享战略”,2018-2025年,北汽新能源将在技术、研发、制造、资本、供应链、后市场等方面实施全面的“开放共享”战略。

在技术开放方面,北汽新能源以“国家新能源汽车技术创新中心”为开放平台,从电驱动、燃料电池、智能网联、动力电池等七大关键技术领域进行全面布局,全面开放。在研发开放方面,北汽新能源将现有的EH/EU/EX/EV/EC车型及未来BE21平台向全社会资源开放,为创业团队提供个性化的产品研发服务。

进入2019年,在“开放共享”战略下,北汽新能源开始不断与业内外企业扩大合作。1月9日,北汽新能源与硅谷科技公司visionICs成立的自动驾驶联合实验室正式揭牌;1月28日,北汽新能源与华为签署全面业务合作协议,双方联合设立1873戴维森创新实验室,共同开发面向下一代的智能网联电动汽车。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇