

聚焦·新能源2020

## 车企“掌门”支招北京新能源蓝图

进入全面建成小康社会和“十三五”规划收官年,近日北京市政府工作报告对北京市2020年工作画出清晰“施工图”。其中,报告提出,将推进公交、环卫、物流、出租等重点行业车辆电动化,支持发展燃料电池汽车产业,开工建设北汽新能源高端智能生态工厂等重点项目。对此,北京商报记者采访了多位车企的相关部门负责人,共同聚焦北京市2020年新能源汽车产业发展。



## 燃料电池再提速

针对北京市政府工作报告中提出的“支持发展燃料电池汽车产业”,工信部节能与综合利用司司长高云虎对北京商报记者表示,燃料电池是汽车产业发展的方向之一,北京在发展燃料电池汽车产业上拥有良好基础。高云虎建议,燃料电池汽车成本较高,且加氢站布局在市区内的安全风险较大,因此现阶段燃料电池汽车更适合应用于商用车领域。

据了解,燃料电池汽车是一种用车载燃料电池装置产生电力作为动力的汽车,具备零污染、加氢快、续航足等优势。一般而言,车载燃料电池装置所使用的燃料为高纯度氢气或含氢燃料经重整所得得到的高含氢重整气。

高云虎表示,目前北京已经在加大发展燃料电池汽车产业力度,燃料电池汽车也已进行了一些示范应用。相对于续航里程较短、更适合在城区内使用的纯电动汽车,燃料电池汽车更适合应用于商用车领域,包括大巴车、长途货车等。

作为国内新能源汽车重点推广地区之一,北京应用燃料电池汽车的时间较早。2008年,北汽集团旗下福田欧辉第一代氢燃料电池客车为北京奥运会提供服务;2019年1月,北汽福田、国家电投集团氢能科技发展有限公司、亿华通签署战略合作协议,三方将于2022年前完成千辆燃料电池公交车生产,并推动完成相应加氢站建设。

除北汽集团,国外车企也开始在北京加快燃料电池汽车布局。2019年4月,丰田宣布与北汽集团达成合作协议,将向北汽福田提供氢燃料电池技术和零部件,北汽福田计划生产搭载丰田

氢燃料电池系统的氢动力大巴,这也是丰田首次与中国厂商进行氢燃料电池技术合作。

尽管车企纷纷布局,但高云虎表示,发展燃料电池汽车是一个极为复杂的系统工程,要想从示范应用走向大规模的产业化阶段,还需要一个过程。由于技术尚未完全成熟,产业链内相关企业需解决燃料电池汽车成本高、加氢站安全风险较大等问题。要想解决这些问题,相关企业需要加大科技创新力度,在核心技术、关键技术上下功夫。

## 电动化应用谋细分

“近年来,新能源汽车的发展,从新能源汽车渗透率的快速提高,到A00级纯电动车型风靡市场,再到出租车和网约车的新能源化推进,随着部分特种车辆电动化及智能网联技术和新能源汽车的深度融合,已体现出新能源汽车场景化破局的发展趋势。”北汽集团总经理张夕勇在接受北京商报记者采访时表示。

2019年7月,北京市财政局、北京市交通委发布《关于对出租汽车更新为纯电动车资金奖励政策的通知》显示,将实施出租汽车更新为纯电动车资金奖励政策,向符合要求的出租车经营者给予一次性政府资金奖励,每辆车上限为7.38万元。

目前,北汽新能源向北方、银建等北京大型出租车企业交付6250辆换电出租车,其中4000余辆已投入运营。在配套设施建设上,北汽新能源在北京市内建设并运营换电站90座,城区平均服务半径将达2.78公里。

资料显示,北京市出租车保有量约7万辆,出租车“油改电”市场规模有望超过

90亿元,将成为一块巨大的“绿色蛋糕”。根据计划,2019-2020年,北京要将到期报废的巡游出租车全部更换为纯电动车型,2020年底,北京近2万辆出租车将更新为新能源车型,超过北京出租车总数的20%。

除出租车领域,北京汽车集团越野汽车有限公司工程支持部部长吕佳颖认为,应进一步探索扩大新能源汽车使用场景。一方面,北京市应鼓励网约车更多使用纯电动车型;另一方面,相对于普通乘用车,承担长途货运的中卡、轻卡等商用车尾气排放更多,如果能加快实现这部分车辆新能源化,对于推动绿色出行而言效果也会比较突出。”她说。

此外,在快递末端配送领域,张夕勇表示,目前北京市登记从事快递服务的电动三轮车约5.7万辆,虽然这些末端配送电动三轮车可以满足快递便捷高效的配送需求,但在使用中存在问题,建议用可满足快递末端配送需求的新能源物流车循序渐进地取代电动三轮车。

## 整合资源“低转高”

值得一提的是,北京市政府工作报告中提到的“北汽新能源高端智能生态工厂”项目始于2018年12月。当时,北汽蓝谷发布公告称,董事会审议同意北京高端智能生态工厂建设项目立项申请,规划总产能12万辆,分期实施。其中,一期规划产能5万辆。

北汽蓝谷方面表示,自主品牌高端化是未来发展大趋势,也是中国汽车工业发展目标。公司为持续提高品牌价值、增强企业竞争力,未来将规划推出高端产品。该项目是北汽新能源高端制造的重要举措,项目投产后将有利于改善公司

盈利水平。

据了解,北汽新能源高端智能生态工厂拟选址北京经济技术开发区,建设周期计划为完成审批后27个月。项目一期预计总投资额为25亿元,其中土地、厂房、公用设施等投资拟由政府承建,北汽新能源有偿租赁使用;工艺设备投资及铺底流动资金拟由北汽新能源自筹。

目前,国内新能源汽车市场正进入调整期,受补贴退坡等因素影响,2019年国内新能源汽车产销量同比分别下降2.3%和4%。续航里程低、产品质量差的低端产品正被边缘化,以特斯拉为代表的高端品牌销量逆势增长,逐渐成为市场主流,而造车新势力车企蔚来、威马等也开始崛起。

数据显示,2019年特斯拉电动车交付量达36.75万辆,中国市场销量占全球销量的13%,同比增长50%。2019年12月,蔚来汽车交付量为3170辆,连续5个月打破2019年月销纪录。自2018年6月开始量产交付以来,蔚来汽车累计交付量约为3.19万辆。

在此背景下,对于其他新能源车企而言,冲刺高端,实现品牌向上变得越来越有必要。1月6日,北汽集团发布“大北京”品牌战略;“大北京”战略由“北京”和“BEIJING”品牌组成,其中“BEIJING”品牌将发力纯电动、高度智能网联化的电动车。

按照北汽集团规划,未来五年,北汽将对“BEIJING”品牌进行200亿元研发投入,全力打造两大全新平台,一个是BMFA油电混动产品平台,另一个则是BE22高端纯电专属平台,未来新“BEIJING”品牌六款以上的高端纯电动车型都将在该平台上打造。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文并摄

· 资讯 ·

## DS、雪铁龙同换全球CEO

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦) PSA集团近日宣布,全球执行委员会管理层进行重要调整,DS与雪铁龙品牌更换全球CEO。

公告显示,2020年1月15日起,原DS品牌全球CEO易博丰将负责研究多品牌间潜在协同,主要内容包括:客户及全球不同区域视角的品牌定位、战略及协同,易博丰将向PSA集团管理委员会主席唐唯实汇报工作。同时,现任DS品牌全球首席执行官比阿特里斯·富彻接替易博丰担任DS品牌全球CEO,并进入PSA集团全球执委会。

此外,原雪铁龙品牌全球CEO林捷声将负责研究多品牌间的品牌差异化工作,主要内容包括:品牌诠释、品牌信息及内涵的延续性,品牌组间间的品牌差异化,林捷声也将向唐唯实汇报工作。

现任雪铁龙品牌全球首席执行官文森特·科比接替林捷声担任雪铁龙品牌全球CEO,并进入PSA集团全球执委会。

值得一提的是,本次DS、雪铁龙品牌两位新CEO加入PSA集团时间并不长,且均来自雷诺-日产联盟。富彻于2019年4月加入PSA集团,担任人才管理高级副总裁,此前她在雷诺-日产联盟也从事类似工作。不过,富彻还出任过雷诺电动车项目主管、雷诺产品规划主管、高级汽车产品规划总监等职务,在雷诺汽车工作近30年。

而科比于2019年4月离开三菱汽车,同年10月加入雪铁龙品牌管理层,担任品牌管理职务,负责促进雪铁龙品牌的全球性增长。

## 凯翼汽车获乘用车双资质

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)近日,凯翼汽车通过工信部批准,获得国家乘用车双资质(含新能源),成为四川省首家拥有轿车、SUV、MPV三大类乘用车生产资质的整车生产企业。

天眼查信息显示,凯翼汽车公司成立于2014年,由安徽省江北开发有限责任公司、奇瑞商用车(安徽)有限公司和芜湖市建设投资有限公司三方投资共同注册成立。由奇瑞汽车股份有限公司控股。2018年1月,奇瑞将凯翼汽车51%股权转让给宜宾市汽车产业发展投资有限责任公司和五粮液子公司四川省宜宾普什集团有限公司,凯翼原始唯一股东奇瑞汽车股份有限公司股权降至49%。至此,“芜湖凯翼汽车有限公司”更名为“宜宾凯翼汽车公司”。

2019年12月24日,凯翼汽车宜宾智慧工厂正式竣工。据了解,该工厂占地973.3亩,总投资37亿元,一期产能15万辆,具备30万辆产能能力。目前,该工厂的首款量产车、定位为紧凑型SUV的炫界车型已下线,预计于2020年上半年上市。按照凯翼汽车规划,2020年将投放七款车型,包含三款纯电动车型。

## 2019年核心业务稳健增长 梅赛德斯-奔驰深耕中国战略市场

近日,在北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司(奔驰销售公司)媒体新春茶叙上,总裁兼首席执行官杨铭表示:过去一年,我们延续了在中国市场的稳健发展;进一步满足中国客户对我们的期待和需求。2020年,我们将继续延续强大的产品攻势,引入超过18款独具魅力的新车型。同时,我们将持续深耕,始终为客户提供愉悦的豪华服务体验。”

2019年,梅赛德斯-奔驰与经销商合作伙伴在中国市场延续了核心业务的稳健增长,共交付约70.2万辆梅赛德斯-奔驰及smart新车,同比增长4%,中国继续保持梅赛德斯-奔驰全球最大单一市场的地位,为全球销量贡献近1/3份额。进入中国市场以来,梅赛德斯-奔驰乘用车的累计销量已超400万辆。

## 延续产品攻势

2019年,梅赛德斯-奔驰为中国客户带来超过15款全新及改款车型。其中,作为中国市场首款国产豪华纯电车型,全新EQC纯电SUV于2019年底正式上市。

在新能源汽车领域取得突破的同时,梅赛德斯-奔驰也迎来了更多针对细分市场的创新产品。其中,首

款国产梅赛德斯-AMG车型——全新AMG A 35 L 4MATIC上市;同级细分市场中首款新世代“5+2”座豪华SUV——全新GLB SUV登陆中国市场。

根据计划,2020年,梅赛德斯-奔驰将在中国市场推出超过18款全新及改款车型,包括全新CLA四门轿跑车、全新CLA五门猎跑车、全新GLA SUV、全新GLE轿跑车SUV、新一代E级车、梅赛德斯-迈巴赫GLS等产品。

## 升级服务体验

2019年,梅赛德斯-奔驰继续践行“客户为先”的经营理念,并与经销商合作伙伴共同推出《服务公约》,以公开、透明、尊重客户知情权、选择权为基本原则,率先实行一系列坚决维护消费者利益的具体措施,树立全新服务标准。

2019年5月,梅赛德斯-奔驰推出优于行业标准的新车质量保障政策,自开具购车发票之日60天内或行驶里程3000公里内(以先到者为准),如因产品质量问题导致需要更换主要零部件,消费者可直接要求免费更换同款、同型号新车。

2019年7月,梅赛德斯-奔驰推出其全球首个保修



北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官杨铭

到期前检测项目,为用车34-36个月、保修即将到期的客户,提供36项爱车检测服务。

此外,轮胎一键焕新服务在全国范围内进一步推广,带来线上至线下无缝连接的便捷服务体验。

## 强化渠道实力

在升级服务体验的同时,梅赛德斯-奔驰也大力强化渠道实力。在线下,从2018年起,梅赛德斯-奔驰与经销商合作伙伴开始探索“销售网点”向“体验触点”的转型。经过先期的试点工作,经销商“2020网络升级计划”将于今年全面正式启动,将带来全新的展厅设计、领先的

数字科技、高效的服务团队以及灵活便捷的服务方式。

在线上,早在2016年,梅赛德斯-奔驰就在中国开始数字化时代客户体验解决方案的探索。目前,梅赛德斯-奔驰已建成依托网站、微信、应用、车机的线上数字平台,客户只需使用同一梅赛德斯-奔驰账户,便可登录梅赛德斯-奔驰所有数字平台。

## 持续开展公益

进入中国市场以来,梅赛德斯-奔驰在参与中国汽车产业发展的同时,也在环境保护、驾驶文化、教育支持、艺术体育、社会关爱领域均开展了公益项目。

2019年6月,梅赛德斯-奔驰星愿基金携手敦煌研究院、中国敦煌石窟保护研究基金会,正式开启敦煌莫高窟文化遗产保护和文化教育扶贫项目,助力文化精神的交流与传播。

凭借多领域、多维度助力脱贫攻坚的努力,梅赛德斯-奔驰在企业社会责任领域的努力也得到了国家政府部门的认可。2019年,梅赛德斯-奔驰入选“中国企业精准扶贫50佳案例(2018)”,并连续第二年获评《企业扶贫蓝皮书》“企业扶贫优秀案例”。