>>> 跳出舒适圈

北汽新能源“从0到1”，使北汽集团完成阶段性转型。不过，面对激烈的环境竞争，北汽集团不能停下脚步。

公安部数据显示，截至今年6月底，全国新能源汽车保有量为1001万辆，占汽车总量的3.23%。其中，纯电动汽车保有量达810.4万辆，占新能源汽车总量的80.93%。随着保有量的提升，消费者对新能源汽车的接受程度逐渐提高，越来越多的企业盯上新能源造车领域。

近两年，新能源造车品牌层出不穷，“蔚小理”带领造车新势力们推陈出新，不断抢食市场份额。合资品牌中，“南北”大众、“南北”丰田等合资品牌也将重点放在纯电动车市场，传统车企则不断孵化新能源“小号”上攻市场。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，随着越来越多企业入局，市场竞争环境愈加激烈，对北汽集团来说是机遇更是挑战。

事实上，面对市场变化，北汽集团早已开始寻求多方合作增强产品实力。2018年6月，北汽集团与麦格纳签署协议成立合资公司，致力打造对外开放共享的高端智能纯电动汽车研发与制造中心。同年7月，镇江市政府、北汽集团、麦格纳三方签署北汽麦格纳高端新能源汽车制造基地合资合作协议，并将投产新能源高端品牌ARCFOX（极狐）。据了解，麦格纳为全球最大汽车供应商之一，具备全球领先的整车工程开发技术和高端制造能力。

联手麦格纳的同时，为让旗下品牌更具竞争力，2017年北汽新能源与华为签订合作协议，并联合设立“1873戴维森创新实验室”，这是北汽新能源与华为联合深耕智能网联前瞻性技术、加速前沿科技产业化应用的重大举措。此外，在自动驾驶、车载操作系统、全新固态电池为代表的重大新技术上，北汽集团更是采取“先联合再自主”方式，与产业链伙伴深化合作。“除与麦格纳、华为合作外，我们还和百度、小米、宁德时代、清陶等分别就新一代智能网联电动汽车、智能纯电动汽车平台、量产共享无人车、动力电池等进行深度技术合作。”北汽集团相关人士表示。

中国流通协会专家委员会成员颜景辉表示，作为国内骨干汽车集团，北汽集团以全面新能源化为方向，增强自主创新能力。同时面对市场变化，北汽集团采取开放合作的方针，持续创新提升核心竞争力。

不断寻求合作共同研发下，北汽新能源已形成跨平台、模块化架构的正向开发体系，包括BE21、BE22、BE11三大平台，覆盖Sedan、MPV、SUV、Cross等多种车型，拥有高度自研的三电技术，高性能电机、动力电池、碳化硅电机控制器等核心零部件。同时，北汽新能源已拥有ARCFOX极狐和BEIJING两大品牌，并推出EU5、EU7、极狐阿尔法T、极狐阿尔法S、极狐阿尔法SHI版等车型。今年上半年，极狐品牌累计销售数量同比提升476.1%，销量增速在20万-35万元价格区间的纯电动汽车细分市场保持领先。

>>> 智能化工厂

从人才到产品再到技术，经过多年在新能源领域的探索，北汽集团的最终目的是为消费者带来高质量产品，推动产业向高端智能制造领域发展，践行低碳目标。

近年来，北京市对智能制造培育发展给予重点支持。2015年12月，北京市提出，以推动“在北京制造”向“由北京创造”转型为主线，加快构建高精尖经济结构，努力促进制造业创新发展，纲要确定新能源智能汽车、智能制造系统和服务等优势专项，以重点领域带动整体发展，打造“北京创造”品牌。

基于此，北汽集团发布“高新特”战略，其中“高”即高端制造、高端产品、高端品牌；“新”即强化自主创新能力，加快全面新能源化进程；“特”即差异化发展。今年6月，对标梅赛德斯-奔驰全球领先的现代化生产基地56号工厂的北京奔驰顺义工厂，迎来北京奔驰第400万辆整车暨国产全新纯电动车EQE的下线，这是北汽集团与梅赛德斯-奔驰集团共同落地“双碳”战略合作深化的成果，也是北汽集团打造首都高端制造的新样本。

未来几年，北汽新能源将以高端品牌极狐为核心阵地，加快产品布局节奏，预计2023年推出一款搭载华为HI全栈智能汽车解决方案的全新车型。针对更加年轻的消费群体也将有全新产品推向市场。

产品要高端，生产也不能落下。中共北京市委办公厅、北京市人民政府办公厅印发的《关于推进北京城市副中心高质量发展的实施方案》提出，加快发展智能制造高端制造。推动传统制造业转型升级，采取“优势产品+标杆工厂”模式落地实施一批“优品智造”项目。台马科技板块打造集成电路产业集群，建设集成电路高端制造基地，培育形成芯片设计、先进制造、关键工艺与设备、多元应用、基础材料等上下游协同的集成电路产业链。

为实现绿色优质生产，智能化制造工厂就成为关键。为此，北汽集团投入数十亿元专项开展节能减排工作，建立健全产品全生命周期的绿色管理体系。据了解，在纯电技术领域拥有世界顶尖级的研发与验证能力，共计产出3909项专利，其中发明类专利有972项，绿色技术创新水平不断提升。围绕绿色制造体系，已成功完成17家国家级绿色工厂建设、2家绿色供应链企业建设，绿色智能制造持续发力。

同时，在京企业采用合同能源管理形式建设完成分布式光伏能力建设61兆瓦，每年发电约3800万千瓦时，建设地源热泵9.2兆瓦，可再生能源应用逐步提高。作为北京重点企业，北汽集团全面推动旗下企业向智能化高端制造，是进一步落实北京“五子”联动的战略方针。

北汽集团相关人士表示：“北汽集团将坚持以供给侧结构性改革为主线，以用户为中心，资源聚焦、瘦身健体，加快推进高端化、创新化转型，实现高质量可持续发展。”

声音

北汽集团相关负责人：

多品牌协同加速转型

今年上半年，受疫情反复、原材料及零部件价格高企、芯片及电池等核心资源供应紧张等不利因素影响，各车企均承受不小压力。不过，面对市场变化，北汽集团通过强化技术、布局高端，不断提升抗风险能力，向市场传递出整体向好信号。数据显示，今年上半年北汽集团旗下的北汽蓝谷营收达34.79亿元，同比增长42.76%。持续向好背后，得益于产品销量的增长。今年上半年，北汽蓝谷销量同比增长高达144.43%。

新能源品牌不断突破，也进一步加快北汽集团转型步伐。2009年，北汽集团旗下北汽新能源落地，为转型拉开序幕。

“十八大以来，党的一系列重大部署和重大决策为国有企业创造历史性发展机遇。”北汽集团相关负责人表示，对于北汽而言贯彻党的重大决策是集团找准前进方向的重要一环。在“新四化”浪潮中，北汽集团积极响应国家战略决策，在国内汽车行业率先发展新能源汽车，2009年成立国内首家新能源公司，在核心技术、产品创新、商业模式等方面取得重要突破，并收获62万用户青睐。

不过，随着新能源汽车市场逐渐成熟，传统车企加速转型、科技企业先后入局，也让新能源汽车市场竞争进入白热化。面对市场格局变化，北汽集团在寻找新突破口。“在乘用车方面，从技术、产品、市场维度，重点打造好‘极狐’和‘BEIJING’两大品牌。”北汽集团相关负责人透露，极狐品牌将重点聚焦αT、αS等5款高端智能新能源产品，并与华为共同打造好“极狐”和“HI”联合品牌。BEIJING品牌则在进一步释放EU5、EU7等现有产品市场效应的同时，将于今年推出全新下一代高性能产品。

整体规划上，对于新能源汽车的发展北汽集团也有明确方向。据了解，“十四五”末，北汽集团旗下自主新能源乘用车销量将突破30万辆。其中，今年极狐品牌将开始加速销量攀升突破，预计实现4万辆以上的目标；BEIJING品牌短中期将重点聚焦出租车、网约车等对公市场开拓，预计今年销量超6万辆。此外，北汽集团也在推进扩充合资品牌新能源阵营。上述相关责人表示：“北京奔驰全新新能源系列产品EQA、EQB、EQE，北京现代全新纯电平台产品艾尼氪等合资重磅车型，也将极大扩充北汽集团全面新能源化阵营。”