

热点聚焦

“新能源车之年”和“品牌之年”

宝马集团强化中国战略

宝马集团日前在鼓楼脚下的北京时间博物馆举办一年一度的“迎新春媒体沟通会”。

2019年,宝马集团在中国市场共销售723680辆BMW和MINI汽车,同比增长13.1%,跃居中国高档汽车制造商榜首。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐先生表示:“新法规、新技术和新需求让汽车行业的竞争进入了‘下半场’。充分认识中国的战略意义,深度研究中国消费者的需求,并以高度契合中国客户需求的产品和服务创造卓越客户体验,这是宝马集团在中国实现全方位发展的根本原因所在。”

宝马“2+4”中国战略也呈现出全新格局:华晨宝马沈阳生产基地正进行全面技术升级和扩建,已建成全球首个应用5G技术的汽车生产基地;光束汽车项目顺利启动推进;在“新四化”领域,尤其是自动驾驶、电动出行以及互联服务等创新领域取得扎实进展。

近两年宝马集团几乎更新了整个产品阵营,在中国推出超过40款极具竞争力的新车型。这些新产品均基于宝马对中国客户需求的深入研究,带来符合中国消费者审美偏好的全新设计语言、充满现代感的豪华舒适、同级领先的智能互联和智能驾驶辅助系统,以及始终如一的卓越驾控体验。

2019年宝马集团在“新四化”领域进一步完善布局,取得丰硕成果:在自动驾驶领域携手中国合作伙伴,如中国信通院、中国联通、腾讯和四维图新等创新力量,切实推动L3和L4级自动驾驶产品在中国的研发和落地;在智能互联领域,BMW云端互联APP用户数量已超过230万,BMW智能个人助理、车载天猫精灵等创新互联技术也已应用到众多量产车型;在电动出行领域,在中国交付第5万辆新能源汽车,并在高档新能源汽车客户需求方面积累了丰富的经验。

面对愈加复杂的技术革新,宝马集



团赢得未来的核心能力在于强大的创新和系统整合能力,在保持技术领先的同时实现盈利性发展。“汽车是最复杂的产品之一,新技术推广进程和客户偏好在各地区均有不同,而中国不仅是最大的销售市场,也是创新和未来消费趋势的引领之地,所以我们在中国建立了强大的创新和生产体系,‘在中国、携手中国、为中国、为世界’。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐先生补充道。

2020年,宝马集团将在市场变革中继续坚持创新,坚定关注客户需求,以四大发力点深化“2+4”中国战略落地:加强数字化客户体验、更高的品牌吸引力、全方位的电动汽车战略以及进一步拓展中国业务。

2020年,宝马集团将继续深化与中国创新力量的合作,扩大和丰富车内数字生态系统,让车辆融入并成为客户数字生活的一部分。由悦领数字信息技术

公司和宝马研发部门共同开发打造的本土数字化成果MyBMW也将与中国客户和粉丝见面,让汽车无缝链接至个人生活。同时公司将利用AI等新技术手段提升客户数字化服务体验,如零售金融等服务。

2020年,宝马集团将以最年轻的产品阵容延续产品攻势,在中国推出17款新产品,开启BMW的“新能源车之年”和“品牌之年”。

新能源产品攻势从一季度开始,率先迎来全新BMW X5插电式混合动力、5系插电式混合动力里程升级版和i8极夜流星限量版的上市。纯电动BMW iX3将在年内投产和上市,届时X3将成为BMW首款实现“一个架构兼容各种动力总成”的产品,尊重消费者“选择的权力”,印证“以客户为中心”的经营方针。

“M”作为BMW品牌“极致驾趣”和“高度个性化”的标志,代表了品牌对极

致驾驶激情的追求。2020年众多M车型的推出将为打造“品牌之年”带来全新契机:全新BMW X5 M、X6 M将在年中上市,加入全新BMW X3 M、X4 M现有阵列;全新M5及全新M8四门跑车的推出也将进一步丰富高度个性化的M车型阵列。

过去两年,宝马集团以两家合资企业和三大研发中心为基石,在中国不断加大本土化进程。华晨宝马成为全球首家实现5G网络覆盖的汽车生产基地,进一步推进“工业4.0”科技的应用,而大东、铁西新厂区的建设正在顺利进行。光束汽车项目于2019年取得营业执照,位于张家港的生产基地也将于今年正式动工,未来将生产MINI品牌电动车型。为强化在中国的整合运营,2019年年底,宝马(中国)投资有限公司正式成立,以强化宝马集团对华承诺并提升管理效率,进一步拓展中国业务。(王亮 文/图)

热点话题

“威马直购”能否直击消费痛点?

□ 王亮

临近春节时,许多人将买车提上了日程。买车回家过年,既是对过去一年辛勤工作的犒赏,更是激励自己来年继续拼搏奋斗的动力。可是,在选车过程中消费者却经常面临两难选择。选择传统燃油汽车,尽管能实现低首付,购车税费以及后期的使用、保养成本却是一笔不小的开销,可谓“买得起车,却养不起车”;选择近年来颇为热门的纯电动汽车,售价高于同级别燃油车、充电服务快捷性与便捷性有待提升、保值率低于同级别燃油车的痛点,也让许多消费者举棋不定。

威马汽车日前发布“威马直购”新零售模式。用户仅需支付9.49万元就能“半价”拥有综合补贴后售价18.99万元的威马EX6 Plus 400轻享版车型,以最划算的方式轻松拥有B级智能纯电动SUV。

作为业内首个“硬件+服务”的新能源汽车新零售模式,“威马直购”以“半价提车、行驶月费套餐、保值回购”的创新形式,为用户在购车、使用、置换、保值等方面提供全方位的价值保障。参与“威马直购”新零售模式的用户,只需像选择“手机流量套餐”一样挑选包含动力电池使用权益与公共充电服务的“行驶月费套餐”,便能开启舒心惬意的出行体验。“威马直购”新零售模式还赋予用户充分的自主选择权。二年合同到期后,用户可自由选择以更优惠的价格续购、买断动力电池、或由威马汽车官方回购裸车。车辆持有六年后,用户仅需支付1元,便可完整地拥有车辆的所有权。

电动车还有一个痛点,就是保值率过低。

据2018年《中国汽车保值率报告》显示,主流新能源汽车3年平均保值率仅为32.3%,普遍低于同级别燃油车。缺少检测标准、电池技术迭代加快、质保周期不足等因素,导致新能源二手车供需市场低迷,用户权益未得到充分保障。

威马汽车试图对电动车保值率给出解决方案。作为国内第一家发布官方直营二手车品牌的新能源车企、第一家建立官方二手车检测体系的新能源车企、第一家开创二手车新零售模式的新能源车企,威马汽车构建了再营销生态体系,完善了生产、销售、使用、置换的汽车生态闭环,从源头上提升产品的保值率,保障二级市场价值。用户通过“威马直购”模式购车,将拥有裸车两年最高6折的官方保值回购权益,享受媲美同级燃油车的保值率。

“威马直购”,意味着将要与传统燃油车展开正面的竞争,其优势就在于零售模式创新和价值保障;同时,“威马直购”,也在挑战包括跨国车企在内的新能源市场布局。随着特斯拉国产,以及众多跨国车企纷纷推注新能源汽车,细分市场的竞争将会愈发激烈,除了车型的品质之外,解决消费痛点应当成为新势力的重点之一,特别是在消费者电动车体验并不优良的当下。

保时捷中国新总部获金级认证

保时捷中国日前宣布,其位于上海的新总部获得了国际WELL建筑研究院(IWBI)颁发的金级WELL认证,代表保时捷中国圆满达到了全球首个专注于人类健康与福祉的建筑标准——WELL健康建筑标准(WELL)的具体要求。值得一提的是,保时捷中国的新办公空间是保时捷在全球范围内第一个获得金级WELL认证的办公场所。

2019年5月,保时捷将其中国总部以及多家子公司迁往上海著名的陆家嘴

金融广场。新总部位于上海陆家嘴金融广场办公楼三座的12至17层,总面积约达12000平方米。新办公室的设计理念为S.P.A.C.E,即:智能、热情、吸引、合作和参与。它将新技术、数字化升级与公司未来的长远发展相结合,旨在激发保时捷中国员工的潜力和创造力。

保时捷中国总裁及首席执行官严博禹博士表示:“我们非常荣幸能够获得金级WELL认证。这个具有历史意义的新总部成为了保时捷中国的家,它为我们的

员工创造了一个真正有价值的工作空间,也体现了我们对每位员工健康与福祉的最高重视。我相信这种绝佳的工作环境将提升我们在各个层面上高效、无缝的沟通和协作。”

WELL历经七年研发,在顶尖医师、科学家和行业专业人士的共同努力下于2014年10月正式推出。它建立了一套以性能为基础的建筑评级系统,将建筑设计、最佳实践与有证可循的科学研究相结合。通过空气、水、光、营养、运动、舒适

和精神这七个建筑类别的性能验证,保时捷中国的新办公空间最终通过了WELL检测并达到了金级认证的级别。

国际WELL建筑研究院主席兼首席执行官表示:“在关乎员工健康与福祉的议题上,真正有领导力的企业势必选择有性能验证作依据的健康建筑标准;通过把上海新总部进行WELL认证,保时捷中国向世界展示它员工健康至上的信条,这样的理念与实践有助于改善人才驻留并保持保时捷的国际竞争力。”(古媛)

中国混动企业即将迎来爆发期

在近日举行的2020年中国电动汽车百人会高峰论坛上,中国工业和信息化部副部长苗圩表示:“要引入低油耗车,鼓励措施和积分交易灵活性的机制,进一步完善传统内燃机汽车与新能源汽车协调发展的机制,把握好新旧动能转换的节奏。”

在2019年落地的国六因例如汽油车一氧化碳排放量降低50%,总碳氢化合物和非甲烷总烃排放限制下降50%,氮氧化物排放下降42%的严苛要求,甚至导致不少技术储备不足的整车企业出现无车可卖的真空期。而据市场人士猜测更加严格的国七将会在2025年落地,届时混合动力车型无疑将成为“低油耗车”的主力产品。作为中国较早投入混合动力技术研发的科力混混合动力技术有限公司如何看待未来的市场前景?其混合动力技术与国际先进水平相比较如何?

科力远CTO张彤接受了国际商报的采访。

大型商用车更适合混合动力

张彤:我今天有一个报告也会讲到这个问题,商用车领域纯电动是可以的,有一部分像微卡、微克,甚至有一些小型的物流车,这些是可以做成纯电动的,因为他在城市内运行,但是一旦涉及续航里程超过300公里(每天)以上,并且以高速和城郊工况为主这一类车,假如说3吨以上的商用车不适合做纯电动。其一是由于充电时间长影响商业运营;第二柴油机效率我国平均已做到41%;重油柴油机已达到45%。在此基础上做混动,效率甚至不亚于纯电动;其三,重卡混动只需要七八度电的电池,4.5-6吨混动则只需要两度电,电池成本更低。

例如国家第二阶段油耗限值是16升/百公里;第三阶段是13.8升/百公里。但科力远配套的六吨轻卡已能够做到不到10升/百公里,在第三阶段基础上还要节省30%以上。

与国际先进水平只差一代

张彤:单从混合动力最关键的变速箱技术来看,科力远与丰田等国际先进水平差距已缩短到3-5年的差距,即一代车型的差距。例如普锐斯第三代油耗在4.1-4.2升/百公里,与科力远目前的水平相似。但第四代普锐斯已做到2.9升/百公里。

但混合动力技术本身是综合技术,与发动机、变速箱、整车风阻、电池电控、热平衡等多方面高度相关。所以技术的再提升,与变速箱的关系已经不大。科力远目前主要为整车厂提供动力总成解决方案,和一个电池打包技术方案。单纯的科力远单独面临供应商和成本压力时,是很艰难的。但和主机厂绑定之后,通过主机厂背书,成本会大幅下降。

1万元与30%的门槛

张彤:如果混动车型(乘用车)比传

统车费1万元以内,节油率高出30%,便能够打开市场。从技术来看,这一代科力远在一两年内便可以达到只贵1万元,节油30%的门槛,也是得益于电池成本的下降。

2025年,中国新能源汽车市场占有率目标是25%,剩余还是燃油车。为达到2030年中国政府许诺的减排目标,我认为燃油车木粉应该变成混动,至少是48伏的混动去减排去省油去节能。

目前国内轻卡和重卡共有300万辆,加上皮卡和其他商用车,共有400-500万辆的市场规模。但其油耗是乘用车的2-3倍,其面临的第四阶段、第五阶段油耗压力会非常大,减排需求迫切。

从成本来看,目前柴油机加喷嘴的成本是3万元左右,和汽油机加混动的成本近似。

因为,我们认为商用混动市场将在一两年内爆发。明年年底,科力远将投产15万辆产能的流水线。(朱世耘)

斯柯达携手苏宁易购
探索开创汽车新零售模式

上海上汽大众汽车销售有限公司日前与苏宁易购集团股份有限公司在南京签订战略合作框架协议,双方将在渠道互补、品牌推广、产品销售、B2B合作等多领域进行战略合作,探索开创汽车新零售模式。

随着签约仪式上首家斯柯达苏宁城市零售店的授牌,位于南京江宁万达广场的“斯柯达空间”于同日迎来试营业,带来集体体验、集客、销售为一体的新型汽车门店。按计划,第一年“斯柯达空间”将发展至50家。此外,上汽斯柯达旗舰店于1月在苏宁易购电商平台上线。线下“斯柯达空间”门店与线上苏宁易购“上汽斯柯达旗舰店”渠道的全面打通,将为全新的汽车零售服务合作模式赋能。

近年来汽车行业智能化、电动化、共享化、网联化的发展趋势越加明显。零售行业同样也面临着体验化、场景化、O2O融合的变革。本次合作,双方将立足于斯柯达品牌的汽车产品服务资源,配合苏宁易购的线上线下营销阵地,形成全渠道贯通的智慧零售推广模式。

在渠道营销方面,将设立苏宁易购“上汽斯柯达旗舰店”以及多家线下“斯柯达空间”门店。其中,“斯柯达空间”将作为斯柯达在城市网点或网络空白城市网点的延伸和补充,向客户提供更为便捷的服务,同时也完善了苏宁体系内用户的衣、食、住、行生态链。产品方面,包括最新推出的柯米克GT,以及柯迪亚克GT、柯迪亚克、柯洛克、柯米克、新速派、明锐、明锐旅行车、昕锐、昕动等斯柯达品牌旗下全系产品将登陆苏宁易购上汽斯柯达旗舰店与“斯柯达空间”。(王亮)