

热点聚焦

全球汽车企业名列第七

上汽连续七年进入财富百强

□ 本报记者 朱世耘

《财富》杂志于北京时间8月10日公布了2020年世界500强排行榜,上汽集团以2019年度合并报表1220.714亿美元的营业收入名列世界500强第52位,已经连续7年进入百强榜单,在此次上榜的全球汽车企业中名列第七。

今年以来,突如其来的新冠疫情对世界经济和全球汽车产业造成了巨大冲击。面对严峻挑战,上汽集团在牢牢稳住经济运行的同时,坚持创新求变、积极转型,全力推进“电动化、智能网联化、共享化、国际化”新四化战略,为未来可持续发展构造坚实基础,持续的技术投入保证了上汽集团的发展可持续性。

作为国内“新能源三项全能冠军”,上汽在“纯电、插电、燃料电池”三条技术路线上均具备国际一流研发实力。1-7月份,上汽新能源车销量达7.9万辆,在国内市场跑赢大盘,在全球新能源汽车市场排名前五。

上汽集团最新自主开发的全球首款燃料电池MPV车型——上汽大通MAXUS EUNIQ 7燃料电池车,年内即将上市。其搭载了上汽捷氢科技第三代燃料电池系统PROME



P390,并在国内率先应用70MPa氢瓶供氢系统,与国内普遍使用的35MPa氢瓶相比,容量更大、质量更轻。EU-NIO 7燃料电池车,电堆功率为115kW,体积功率密度为3.1kW/L,关键指标比肩以丰田、现代为代表的全球行业顶尖水平;-30℃低温下实现正常运行,成功克服燃料电池车低温冷启动的行业难题;5分钟内就能完成加氢,综合续航里程达到605公里。

出行领域,上汽集团移动出行战略品牌,享道出行创新性地打造了包

括技术平台、运营车辆、维修保养、金融信贷、专业保险等在内的网约车业务整体解决方案,并推出聚焦企业级出行的“子品牌”——享道租车,探索企业级租车业务和个人专车业务的协同发展,为用户提供多元化高品质的出行服务。

自2018年12月正式上线至今一年半的时间里,享道出行已经在上海、郑州、苏州、昆山、杭州、宁波、绍兴、无锡等地开通服务,累计注册用户超过1000万,用户满意度高达97%,在上海、郑州、苏州三地专车市

场占有率稳居前三。问世仅一年的享道租车,企业客户规模超过1500家,整体业务实现显著增长。

积极的海外布局已初见成果。作为中国首家有系统、有规划、成建制“走出去”的汽车企业,上汽在海外构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链,产品和服务已进入全球60余个国家和地区,打造超过750个海外营销服务网点,形成了泰国、英国、印尼、智利、澳新、中东、印度7个“规模级”海外市场。上汽旗下华域零部件在海外拥有95个基地,安吉海外全价值链汽车物流业务覆盖近40个国家,五菱印尼多元金融公司正在为当地经销商及终端消费者提供汽车金融贷款及保险服务。

今年1-7月份,上汽集团实现海外整体销量15.4万辆,继续保持国内行业第一,占中国车企海外总销量的三分之一,“海外每卖出三辆中国车,就有一辆是上汽造”。其中,上汽自主品牌海外整体销量达到9.4万辆,在全球疫情期间逆势增长15.9%,MG名爵保持中国出口单一品牌第一。去年起,上汽MG名爵、MAXUS等自主品牌新能源车进军英国、荷兰、挪威、冰岛、德国在内的欧洲市场。

热点话题

新能源汽车继续操练

□ 王亮

近日,发改委副主任宁吉喆表示,鼓励限购城市适当增加汽车购置限额,放宽新能源汽车限购,对购置新能源汽车等给予适当补贴。这与以前的鼓励趋向一致,表明新能源汽车依然是政策的风口。

与此同时,造车新势力也十分活跃。理想汽车在美上市的消息,让造车新势力又看到了资本市场依然可以有互动的可能;小鹏汽车日前也递交了IPO申请,毕竟资金的需求一直是造车新势力的大事。

经过这几年的持续投入,在能不能有量产车经受市场考验方面,造车新势力愈发感到了压力,其中资金的持续性投入与产品上市之间的苦熬,只有真金白银才是行之有效的推动力,当然国家的鼓励政策也是。

给人印象不缺钱的恒大,动静更大,这几天一口气推出了6款新车,拉开的架势与其他新势力截然不同。

恒大的商业逻辑,与其房地产商的风格,以及运营模式一脉相承,“买买买”的砸钱豪横,也让其他新势力自愧不如。在大资金面前,整车资质,核心技术,渠道网络,高端人才等困扰新势力的难题,皆可迎刃而解。博世、麦格纳、大陆、采埃孚等世界汽车零部件巨头,转瞬之间便与恒大勾肩搭背,紧密合作。这几天,央视的多个频道,恒大的6款新车开始了狂轰滥炸,知名度快速扩散。广告效应被人称为营销飞强力手段,不厌其烦地植入人心,鸿茅药酒和足力健等均属于这种打法。

现在这个阶段的新能源汽车,上升势头依然很好,自主品牌几乎全面进场,合资和跨国车企也已经反应过来,迅速跟进并全面布局。在政策的推动下,新能源汽车作为新时代制造业的一个标志性产品,稳稳地占据了市场显著的地位。

终端市场的反映也可谓乐观。中汽协最新数据显示,7月新能源汽车产销分别完成10万辆和9.8万辆,同比分别增长15.6%和19.3%,这个数据也可以解读为下降结束,增长开始了。而据外媒消息,特斯拉今年第二季度在华营收同比攀升102.9%至14亿美元,而该公司总营收达60亿美元,这意味着中国市场贡献了近四分之一的营收。

今年以来,新能源汽车的鼓励政策较多,暖风频吹,助推作用明显。4月,多部委有一个关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知,将新能源汽车购置税补贴政策延续至2022年底;7月,又有相关部委发布了开展新能源汽车下乡活动的通知;8月,又传出对新能源汽车平缓补贴退坡力度和节奏的消息。

与此呈现互动的是,造车新势力的几家头部企业进入活跃区,其中比较引人瞩目的是小鹏汽车登陆美国资本市场。继蔚来和理想先后在美国上市后,小鹏汽车可能成为第三家在美国上市的中国新造车企业,而此前的资本运作活动中,小鹏汽车已经历了11轮融资,金额据称已超过160多亿元。

现在看,政策依旧,市场还在,新势力与这两者的互动和响应,也保持着积极的姿态,接下来的动作就是,继续操练。

星耀十五载,北京奔驰展示“中国制造”

- 2020年上半年,北京奔驰产量突破26万辆,同比增长率跑赢大盘
- 北京奔驰第三百万辆发动机正式下线,北京奔驰第三百万辆整车即将下线



行驶在高质量发展轨道上的北京奔驰,将迎来成立十五周年的里程碑时刻。延续2019年产量突破50万辆的良好势头,北京奔驰今年上半年产量突破26万辆,同比增长率跑赢大盘,并逐渐成为首都高端制造业与经济发展的重要力量。继2014年北京奔驰制造生产的缸体、缸盖、曲轴三大发动机核心部件出口德国后,北京奔驰在2019年首次实现了发动机整机出口。这意味着北京奔驰在核心零部件加工、整机装配与测试等方面的全流程品质,已经完全满足梅赛德斯-奔驰的全球统一标准,实现了在梅赛德斯-奔驰全球生产体系和网络中的角色质变。

产品矩阵的质变

2016年,北京奔驰第一百万辆整车下线。首个百万辆整车诞生的11年里,北京奔驰不断强化导入、消化和吸收梅赛德斯-奔驰先进工艺的能力,逐步构建起智能化制造体系,持续提高产品的成熟度与稳定性,为首个百万辆整车下线以及走向卓越奠定了坚实基础。

2017年,北汽集团与戴姆勒公司便以前瞻性战略规划,布局北京奔驰新能源的未来。2019年,北京奔驰投产的EQC纯电SUV与北京奔

驰动力电池工厂、首款动力电池,共同组成北京奔驰迈入新能源时代的第一张拼图,由此开启了梅赛德斯-奔驰电动车本土化制造的时代。

2019年,北京奔驰的产品矩阵迎来划时代质变。随着全新梅赛德斯-奔驰EQC纯电SUV、全新梅赛德斯-AMG A 35 L在北京奔驰先轴三大发动机核心部件出口德国后,北京奔驰成为国内首家实现轿车、SUV、纯电动车以及高性能车全覆盖的豪华汽车制造企业,其在产车型包括长轴距A级车、长轴距与标准轴距C级车、长轴距E级车、GLA SUV、GLB SUV、长轴距GLC SUV、EQC纯电SUV及AMG A 35 L,极大满足了中国消费者的多样化需求。

北京奔驰向世界展示“中国制造”。继2014年北京奔驰制造生产的缸体、缸盖、曲轴三大发动机核心部件出口德国后,北京奔驰在2019年首次实现了发动机整机出口。这意味着北京奔驰在核心零部件加工、整机装配与测试等方面的全流程品质,已经完全满足梅赛德斯-奔驰的全球统一标准,实现了在梅赛德斯-奔驰全球生产体系和网络中的角色质变。

一个月前,北京奔驰喜迎第三百万辆发动机下线。年内,北京奔驰还将实现第三百万辆整车下线,迈上新

的发展层级。

品质与责任不变

作为首都高精尖制造业的优秀代表,北京奔驰也在智能制造领域走在前列。在北京奔驰,全数字化价值链贯穿物流、生产、质量等全流程。同时,通过人、机器与生产流程的智能互联,北京奔驰实现了全面柔性化生产。在同一生产线上,北京奔驰能够实现轿车、SUV等多车型的混线生产和定制化生产,充分满足客户的多元化与个性化需求。

自2005年成立,北京奔驰便坚守“同一品牌,同一品质”,致力于为中国用户提供与梅赛德斯-奔驰全球标准一致的产品与服务。

2012年,由“客户至上、责任感、诚信”三个要素构成的核心价值观正式确立,为北京奔驰企业文化发展铺设基石;2015年,愿景“星徽闪耀@BBAC”和使命“奔驰车,中国造!”正式发布;2017年,北京奔驰又确定了全新企业精神“行则致远”,将追求极致的信念贯彻在企业经营的方方面面。

强大的综合实力赋予企业更大的社会责任。

成立至今,北京奔驰的工业总产值增长47倍,并连续四年突破千

元,有效拉动区域经济快速发展;立足北京经济技术开发区,北京奔驰已构建起以自身为核心的产业园区,着力打造绿色、健康、可持续发展的供应链生态体系,为更多的中国供应商提供被纳入戴姆勒全球供应链体系的机会,极大推动了产业链与供应链的优化与发展;此外,北京奔驰还为社会提供了数以万计的就业机会,为保障民生和推动社会建设做出了应有贡献。

北京奔驰专注于人才培养。基于完善的人才发展战略,北京奔驰通过一系列人才发展项目、发展平台和培训体系,并与梅赛德斯-奔驰全球人才体系的无缝对接。多支来自北京奔驰的精英团队为梅赛德斯-奔驰全球工厂的新车型和新项目落地提供技术支持,深刻诠释了“坚韧、执着、专注、极致”的北京奔驰工匠精神。

秉承低碳环保的绿色发展理念,北京奔驰全面推行绿色制造,着力打造碳中和工厂。仅以光伏发电项目为例,北京奔驰已建成的光伏发电总面积超过15万平方米,另有6.5万平方米光伏板正在建设中。待整套光伏系统全面并网发电后,北京奔驰每年可减少的二氧化碳排放量,相当于100万颗树每年可中和的二氧化碳总量。

北京奔驰积极投身社会公益事业。自2007年成为中国网球公开赛的首席赞助商,北京奔驰已与中网携手同行14载。此外,北京奔驰也在2020年的战“疫”中彰显企业担当。疫情爆发后,北京奔驰立即携手北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司,以及经销商,通过中国青少年发展基金会梅赛德斯-奔驰星愿基金捐赠爱心资金。截止6月,相关资金均已得到落实,为疫情防控工作发挥作用。

站在十五周年的全新起点上,北京奔驰在北汽集团与戴姆勒股东双方的战略部署下,坚持高质量发展,持续为消费者提供与梅赛德斯-奔驰全球标准一致的产品与服务。(古媛)

上半年宝马研发投入超27亿欧元



宝马集团日前公布第二季度财务数据。尽管整体市场面临诸多挑战,2020年上半年,宝马集团研发费用共计27.34亿欧元,几乎与去年同期持平(2019年:27.96亿欧元),继续保持较高投资。研发投入主要用于推进电动化进程。

新技术是实现未来可持续出行的关键。到2025年,宝马集团计划在研发方面继续投资超过300亿欧元。“可持续发展和数字化是未来十年的关注焦点。在充满挑战的当下,我们需要设定正确的方向,推动公司向可持续发展的目标迈进。”宝马集团董事长齐普策表示。

不久前,宝马集团宣布将可持续发展作为战略重点之一,并提出减排阶段性目标——预计到2030年,单车二氧化碳排放量较2019年降低至少三分之一。可持续战略的实施贯穿整个价值链——包括从原材料采购、零部件供应链、到车辆生产以及车辆生命周期结束的全过程。在中国,2019年华晨宝马沈阳生产基地已采用100%可再生能源电力,生产阶段二氧化碳排放量同比下降65.1%。宝马要求生产第五代高压动力电池的一级和二级供应商,100%铝来自再生材料,至少50%镍和钴来自再生材料,以及交付宝马的电池产品生产必须100%使用可再生能源电力。

此外,宝马集团将通过增加电动车型来降低二氧化碳排放量。到2021年底,宝马集团将在全球提供BMW i3、MINI Cooper SE、BMW iX3、BMW i4及BMW iNEXT共计5款纯电动新产品。下一代BMW 7系、未来的BMW X1和BMW 5系将提供四种驱动形式,包括纯电动、插电式混合动力以及配备48伏技术的汽油和柴油驱动系统。到2023年底,宝马集团将在全球提供25款新能源车型,其中一半为纯电动车型。

在中国,宝马在新能源领域的投资为电动化战略的落地打下坚实基础。目前,创新纯电动BMW iX3已经完成全球首发,将于年内上市并出口海外市场;同时,位于沈阳的华晨宝马高压电池工厂二期将迎来正式投产。6月,宝马与国网电动汽车公司达成战略合作,将在充电技术研究和创新、充电服务产品合作和推广、推进绿色能源合作等方面,共同推动中国电动车生态和数字化服务的发展,造福更多新能源客户。(王亮)