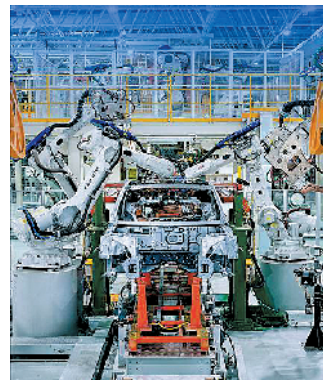




电动汽车领域首批强制性国家标准明年实施

羊城晚报记者 张爱丽



小鹏自建工厂获生产资质 小鹏P7 从此“驶出”

文/羊城晚报记者 张爱丽

5月19日,羊城晚报记者从小鹏汽车了解到,小鹏汽车作为被许可的整车生产企业在工业和信息化部(工信部)第332批《道路机动车辆生产企业及产品公告》(以下简称公告)中发布。这意味着,小鹏汽车的自建工厂生产资质最终确定,小鹏汽车也成为了新势力中为数不多拥有生产资质、自建工厂制造生产能力的企业。

早在2017年12月,肇庆小鹏汽车智能网联科技产业园(简称肇庆工厂)就已完成奠基仪式,这是小鹏汽车全球首个自建的整车生产基地。

肇庆小鹏汽车智能网联科技产业园规划总面积达3000亩,其中整车生产项目占地面积1500亩,工厂区共设有冲压、涂装、总装、Pack五大车间,拥有4种不同车型总装柔性生产线及1条柔性电池合装线,共计设置264台智能工业机器人。此外,工厂内还建有覆盖18种测试路面以及NVH、操控制动舒适性、密封性、自动泊车系统等多种功能测试的动态测试跑道。

据小鹏汽车介绍,肇庆工厂各生产车间已于2019年9月完成全面封顶,此后进行预生产设备调试,目前通过小鹏P7工程试制车的小批量试生产,已经跑通并验证整个生产流程。

凭借与海马汽车共同建设郑州海马小鹏智能工厂的经历,小鹏汽车的自建工厂全面按照工业4.0标准打造,依靠MES制造执行系统贯穿生产全过程的物联网技术和监控技术,可实现生产信息、设备信息、工艺信息、质量信息可视化,打造数字化的智能工厂。

在数字化工厂的基础上,小鹏汽车肇庆工厂利用物联网技术和监控技术,做到生产信息可视化、设备信息可视化、工艺信息可视化、质量信息可视化,实现制造过程透明化。通过实时生产数据可视化报告——能够为不同职务、不同部门、不同层级相关人员制定的不同报表,为现场改善提供数据分析基础,助其作出正确的决策。

冲压车间对标行业一流水平规划建设,采用先进的数控液拉冲床、直线七轴搬运机器人、德国进口数控成型装备等设备建造了6600吨大型全自冲压机生产线。同时,冲压车间采用了零库存和直线物流的设计理念,高速机器人搬运系统,生产节拍可达12件/分钟,在AGV机器人的配合下,冲压件成品会被快速自动送至焊装车间,提升了生产效率。

长安马自达 CX-30 即将上市

预售价 12.99 万元起

文/羊城晚报记者 张爱丽

长安马自达 CX-30 来啦!新车国产后,依旧保持了海外车型设计风格,匹配158匹的直喷发动机,预售价定了在12.99万-17.69万元。据了解,新车将于5月28日上市。

车身尺寸方面长宽高为:4395X1797X1545mm,轴距:2653mm,定位紧凑型SUV,低配轮毂尺寸为16英寸,尾部设计和海外版本基本一致,双边单出排气口也同样存在。

前脸运用了熟悉的,马自达自家的设计风格,盾形的进气格栅和灯组很好的合衬,衬托出大灯的犀利感。此外中网填充了点阵式网状,运动和精致感并存。

新车将使用一套不对称式中控台设计,整体风格环抱驾驶席,同时新车还将配备悬浮式中控屏,给人感觉紧凑的同时具有强烈的驾驶气息。

动力方面,新车采用2.0L自然吸气直喷机头,最大马力达到158匹,最大扭矩为200牛·米。在海外版本还拥有2.5L版本,与其配有6MT变速箱和6AT变速箱。

近年来,新能源汽车自燃事件时有发生。为此,工信部组织制定,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会日前批准发布GB 18384-2020《电动汽车安全要求》、GB 38032-2020《电动汽车安全要求》和GB 38031-2020《电动汽车用动力电池安全要求》三项强制性国家标准,将于2021年1月1日起开始实施。

强制性标准首出台

这三项电动汽车安全标准,覆盖了电动汽车和电动客车的电气安全、整车安全、系统以及整车多层次安全要求,主要内容与联合国电动汽车安全全球技术法规全面接轨,部分检测指标比国际法规更加严格。

《电动汽车安全要求》主要规定了电动汽车的电气安全和功能安全,重点增加并强化了热失控报警和整车防水性能要求,以降低火灾、遇水等情况下的安全风险。

《电动客车安全要求》针对电动客车载客人多、使用强度高、等特点,在《电动汽车安全要求》标准基础上,对内饰阻燃、车辆结构、充电系统、整车控制、系统防水等方面提出了更严格的要求。

《电动汽车用动力电池安全要求》主要规定了动力电池的机械安全、电气安全和功能安全,测试项目涵盖机械冲击、模拟碰撞、湿热循环、外部火烧、振动泡水、外部短路、过温过充、系统热扩散等各种安全场景。

据了解,这是中国工业和信息化部根据有关要求组织起草的中国电动汽车领域首批强制性标准,标准的出台,将对提升新能源汽车安全水平,保障产业健康持续发展具有重要意义。

15天发生5起自燃事件

近年来,中国新能源汽车产业发展迅速,2019年产量分别达到124.2万辆和120.6万辆,连续多年居世界第一。

然而,随着新能源市场保有量的不断上升,相关自燃事件时有发生。尤其是在高温天气下,自然案例更是频频见诸报端。2020年5月8日14时24分,东莞市塘厦镇一辆电动汽车在充电桩处充电突然自燃,远处可见滚滚浓烟冲天而起。从冒烟到燃尽仅不过三分半钟,所幸灭火及时,火灾未造成人员伤亡。

2020年5月8日,湖南长沙发生一起理想ONE油电混动增程式四驱SUV起火燃烧事故。2020年5月7日,萧山市一辆新能源汽车冲撞马路中央护栏后发

生火灾,仅仅几分钟内车辆就蔓延至全车燃烧,所幸车内人员已经逃脱。

2020年5月4日,新疆阿克苏市上海路金州万象城小区内,一辆电动汽车发生自燃。阿克苏地区消防救援支队交通路特勤站紧急出动赶到现场。消防人员利用水枪很快扑灭了明火,可惜着火后的电动汽车只剩车架,现场无人伤亡。

事实上,加上上述自燃事件,仅仅半个月,就有5起新能源汽车自燃事件发生,平均每四天就有一起自燃。

值得一提的是,在2019年8月,新能源汽车国家大数据联盟曾发布过《新能源汽车国家大数据安全监管平台大数据安全监管成果报告》,报告中显示,从2019年5月至8月不到4个月的时间里,新能源汽车国家监管平

台共发现79起安全事故,涉及车辆96辆。

报告显示,在已经查明起火原因的车型中,行驶状态的车辆比例为41%,静止状态的车辆比例为40%,充电状态的车辆比例为19%。由此可见,与行驶状态、静止状态相比,充电状态并非大头。

自燃或主要缘于三大原因

对于新能源汽车着火事故,北京理工大学副教授、新能源汽车国家大数据联盟副秘书长刘鹏在一次微课堂的分享中则表示,充电过程、充满电后的静止状态是着火事故的主要构成部分,新能源汽车安全事故大多发生在高SOC(State of Charge,即“剩余电量”)状态;在全国车辆安全事故中,乘用车事故占比高于专用车,达到56.9%,其中三元锂电池

占比最高,达到88.89%。新能源汽车领域资深专家王朋波在接受媒体采访时则认为,起火事故要么是充电导致的热失效,要么是被撞击或者曾经受到撞击,完全静止状态下自己起火事故,极其罕见。

具体到事故原因,中国乘联会秘书长崔东树告诉羊城晚报记者,新能源自燃主要存在三种情况:

第一,电池前期热管理不足,加之高温季节内部温度偏高,易引起电池热失控;第二,车辆本身质量不可靠;第三,充电桩与车辆的匹配度不够。

对于“自燃缘于车辆电池”这一说法,崔东树则表示,自燃缘于多种因素,而不仅是电池本身的问题。“归结于三元锂电池,是别有用心的说法,或是借此来保护落后产能。”

吉利汽车携手大搜车 共建国内首个数字化汽车直销网络

文/羊城晚报记者 张爱丽

5月18日,吉利汽车与大搜车宣布达成战略合作,共建国内首个“真直销 一口价”的数字化汽车直销新零售网络,双方合作的首款直销车型——缤越PRO轻骑士BSG版在大搜车旗下新零售平台弹个车独家上市,全国一口价为97800元。

此次吉利汽车与大搜车共同打造的数字化直销模式,是国内汽车厂商首次真正实现全流程数字化直销。产品上,双方基于大搜车汽车消费大数据,共同推出了年轻时尚的缤越PRO轻骑士BSG版车型;定价上,吉利汽车首次采用“一口价”模式,全国统一价;营销上,吉利汽车与大搜车共建“流量池”,基于大搜车的海量用户数据和数字化营销系统,通过“网红销售主播”直播卖车等多渠道精准触达用户,实现厂商与用户无缝连接;交易交付上,用户线上下单,线下提车,大搜车覆盖全国2000多个区县的5000家社区店让用户购车更便捷。

吉利汽车集团副总裁冯擎峰表示:“受疫情影响,线上直播卖车兴起,以互联网为基础的汽车销售迎来新机会。双方此次战略合作,将与以4S店为核心的经销商模式优势互补,为吉利汽车带来增量的同时,为构建吉利200万辆渠道体系提供新的渠道尝试和突破点。”

大搜车创始人兼CEO姚军红表示:“大搜车致力于构建高效产业协作网络和汽车流通数字生态。随着合作深入,大搜车数字化直销网络带来的海量真实用户数据,有助于优化厂家与用户连接,降低营销成本,扩大市场覆盖深度,数据反哺助力品牌决策。”

吉利汽车与大搜车的数字化直销合作,真正突破了4S店和汽车电商的传统销售模式,构建起以用户为中心的数字化、智能化销售网络和消费者服务链。通过与大搜车合作,吉利汽车将获得海量真实用户数据,及时洞察用户需求,让用户需求驱动产品升级,不断改进产品设计和制造,为不同细分市场用户带来更能满足他们喜好与需求的车型。

据介绍,吉利缤越PRO轻骑士BSG版是吉利汽车与大搜车联合打造的首款“真直销 一口价”车型,是依照大搜车系统内用户消费喜好大数据而定制生产的,直供大搜车,全国统一“一口价”97800元。缤越是吉利旗下明星车型,18个月累计销量近19万台,多次位居小型SUV市场前三名,被誉为“中国钢炮”。据悉,吉利汽车与大搜车还将推出更多合作定制车型,并将在汽车新零售、产业数字化领域继续加强合作,共建数字化汽车产业新生态。

东风日产第1200万辆整车下线再次刷新业绩

文/图 羊城晚报记者 张爱丽

5月13日,随着一辆崭新的红色骏达缓缓驶下花都工厂的总装车间检查线,东风日产迎来第1200万辆整车正式下线,产量再度攀上新台阶。

2003年,第一款SUNNY阳光下线;2008年,东风日产仅用5年时间达成了100万辆的产销规模;2013年,仅用10年完成了450万辆的产销规模;2018年,达成1000万辆整车产量;如今,1200万辆整车下线,东风日产仅用了17年时间。从0到1200万,东风日产人就这样一次次刷新行业纪录,一次次完成了“不可能”的任务,而不断刷新的“东风日产速度”,其背后是东风日产始终保持战略的敏捷性。

2018年-2019年,车市凛冬来临,东风日产将提升“价值力”作为渡过动荡时代并保持较快发展的最大驱动力。

疫情之下,1200万辆整车产量的达成尤为不易。面对疫情冲击,东风日产迅速调整应对,以全价值链体系捍卫“东风日产速度”,在有序推进专营店、工厂复工复产的基础上,始终坚持以客户为中心,不断拓宽营销渠道,为消费者带来线上服务新体验。疫情恢复阶段,东风日产4月终端销量达成92394辆,同比增长4.9%,环比增长76.7%;1-3月合资非豪华品牌市占率12.3%,同比上升1.7%,实现V型反弹。

车企热衷云发布 老板专家都出动

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

直播带货各师各法

5月15日,北汽集团举办了一场仅仅10分钟的线上发布会,宣布北汽集团的“BEIJING品牌”正式定名为“BEIJING汽车”,并介绍了产品、服务、团队、活动一系列落地动作。新品BEIJING-X7也在发布会上正式开启预售。

5月16日,“广汽商贸516购车节”迎来活动高潮,带货直播在广汽传祺佳佳店拉开帷幕,广汽研究院副院长张帆直播亮相,广汽集团领导等重量级嘉宾现场助阵带来了传祺GS8S、传祺GS4 COUPE等车型和购车优惠,官方宣布1小时直播引来超过360万粉丝的观看。

5月17日,一汽-大众GTE家族“汽趣说”辩论会,在多个网络平台同步直播上线。“辩题”新能源车PK燃油

随着复工复产的深入,众多企业对外传播活跃度持续上升,不过出于慎重考虑,在对外发布上似乎对线上云发布已经形成了路径依赖。各行各业都在积极进行云发布,在过去的周末,广汽、一汽大众、北汽等车企也通过线上发布进行各种传播,只是在形式上互有区别、寻求突破。

车谁更值得买”,线上吸引了100多家华南媒体、数百万粉丝的观看和讨论。官方称,作为行业首创辩论会式的网络微综艺,“汽趣说”辩论会打破了以往固有的新品发布模式。

从形式上看,一个是简单快捷很容易错过的发布,一个是线下造势带动直播吸粉,一个是通过辩论会进行新式营销。总而言之,为了尽可能解决网络营销的无聊感,放大网上观看的娱乐感,就要通过主题、人设、话题或者明星人物增加观看者的黏性,最终实现带货到位。

网络直播尚有痛点待解决

从过去几个月各大车企云发布,记者梳理发现,有新车上市发布会真的是“30小时不间断直播”。在这个时段上,不断的穿插车型宣传片、驾驶体验、老总访谈、用户感受、抽奖问答等内容。目的就是方便观看者无论哪个时间段登录进去看,都会被其全方位的内容迅速包裹,几乎不会错过什么内容。

有的发布会没有30小时这么夸张,但是在两小时内集中轰炸式传播,意图非常明显。为了带动广泛的参与,防止大家脱机和冷场,主持人也是不断地用发红包吸引粉丝驻留。可惜因为观看者在线不等于在场,观看者随时可以神游。发布者也根本没法通过小小屏幕就把人们长时间锁定,以至于有种自说自话、听天由命的节奏。在实践中,因为无法登录、

线上效果下降因传统习惯更强大

有经销商坦言,在疫情期间,做直播卖车效果还是不错的,两个星期还真能卖出去六七十台。但是到了现在做直播,最终成交量反而是在下降的。因为大多数人的购车习惯还是到店去亲身感受、比较和试驾。只要疫情过了,这个习惯马上就回来。所以尽管直播也在坚持做,但是主要精力和希望还是会放在线下来实现。至于动辄说有百万围观,这也是商家一面之词而已。

广州本地一位从事多年汽车营销的车企公关负责人对记者说,疫情期间采用云发布的方式,数字上看能大大缩减各方面的差旅、餐饮、场地和户外广告费用,这也是符合今年要开源节流、渡过难关的共识。但是凡事都是双刃剑,节约带来的代价可能是很深的。观众、媒体和专业人士都离不开线下的沟通习惯,无法真正和车企、车型、设计师、企业负责人面对面接触,无法亲身参与活动,互动和传播效果都要大打折扣。

市场快速复苏 广州今年首个大型购车节顺势启动

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

今年恰逢广汽商贸成立20周年,在市场明显复苏的情形下,5月15日-17日广汽商贸516购车节如期举行,这也是今年广州首个大型购车节。全国35城,超百家4S店同步开启全线上。据悉,这次购车节相比于上两届,大幅度提升了优惠的力度,涵盖了买车、用车、养车的全方位。

5月7日,广汽集团发布4月产销快报,数据显示广汽集团4月产销数据全面回暖,其中产量17.91万辆,同比增长7.11%,环比增长63.51%;销量16.63万辆,同比增长6.10%,环比增长50.50%。1-4月累计产量44.4万辆,同比降幅较1-3

月收窄13.34个百分点;累计销量47.24万辆,同比降幅较1-3月收窄10.64个百分点。

比如广汽丰田4月实现销量63607台,比去年同期增长47%,全车型高质量增长。威兰达全面到店上市,雷凌家族4月销量超2万台。双擎混动订单占比达28%,其中双擎混动订单中电子四驱占比达52%,高配车型更热销。

至于广汽本田在销量达到71730辆,环比增长也达到了123.2%,其中雅阁、凌派、皓影、缤智这四款车型担当了销量主力。在政策刺激、疫情退却、市场向好的大环境下,本届主题为“青春集结一起赢”,尤其面对广

大新生的市场消费群体。具体优惠的政策包括了免费赢取广汽传祺GS4一年使用权,(奖项车型由广汽租赁提供,广汽集团及成员企业员工均不参抽奖)。金融政策的实惠也很明显,包括了0首付0月供,长达5年免息,鼓励以旧换新,置换购车,即享最高10000元补贴。买车即赠享N95级空调滤芯,或全车深度消毒。

广汽商贸表示,在这个非常时期,医护人员勇于担当撑起“防护墙”,在本届购车节,特别推出额外5重礼遇。医护人员额外享金融补贴,最高1000元。置换购车:额外享受置换补贴,最高1000元。线上订车:医护人员

通过线上渠道订车,额外赠送最高价值1688元优惠大礼包保养护航;在厂家赠送的首次免费保养外,额外赠送1次免费基础保养。安心净化:额外赠送1次价值400元的全车免费消毒。

有汽车业内人士对记者表示,当前中国乘用车消费需求中的换购需求占比正在不断提升,日系品牌在车辆可靠性、经济性等方面的优势明显,符合换购消费者尤其是广大家庭的确定性需求。特别是广东地区,除了广汽传祺品牌,日系品牌家喻户晓,都将成为本地车市持续的增长基础。

