

广东“最美”特色高速服务区带欢迎打卡

文/羊城晚报记者 王丹阳 图/沈高

道路通，百业兴。一座高速服务区就是一座城市的窗口。在广东，除了此前屡上热搜的大槐服务区，国庆节前，羊城晚报记者探访了正在建设中的广湛线开阳段广东“最美”特色服务区带，包括将于10月对外营业的侨乡特色服务区——梁金山服务区、计划11月开门迎客的海洋主题高速服务区新阳江高速服务区、已开门迎客的全国首个货运主题高速服务区——圣堂服务区。广东高速服务区建设在满足人们实际出行需求的基础上，正朝着特色化和品质化方向发展。

计划10月启用 “现代碉楼”梁金山服务区

沿着这条线路，寻找记忆中的乡愁、乡愁中的非遗……今年10月，利用本地传统符号开平碉楼，升级改造后的梁金山服务区将以“现代诠释传统”，融合侨乡文化、创意时尚的新中式服务区亮相。并结合本地特色礼品店，打造本地传统展览，让旅客可以迅速了解本地文化特点。

在融合地域特点，梁金山服务区汲取人文元素。以肌理村落、现代碉楼、门前鱼塘、田园风光以及山川林地作为主体建筑设计要素，运用“村落肌理”的理念，采用绵延起伏的悬山顶与现代建筑外立面组合，提炼骑楼、碉楼等沿海侨乡建筑风格，结合地域性景观元素，以现代建筑风格诠释传统村落意象，用现代技术展示传统侨乡文化。

高品质卫生间是梁金山服务区的一大特色。卫生间的设计中，入口处设置当地文化艺术展览橱窗，

精心融入本地侨乡建筑传统符号和竹子等自然特色，让旅客在如厕的同时，能够体验传统文化氛围和自然景观。卫生间采用中央空调、新风系统、智能感应系统，打造既有鲜明时代特色又有丰富传统意蕴的独特服务体验，大幅度提升传统卫生间的使用体验。

梁金山服务区占地面积300多亩，总建筑面积25097.99㎡，分为南、北服务区两部分，共设置有小车、大巴车位、货车位、超长货车位、危险品车位、国道停车区小车位、国道停车区货车位共计1295个，北区停车区拟与325国道接驳，专门划分国道停车区与加油区域，方便服务地方车辆，吸引非高速公路地方人员进入服务区享受服务。南区建设了房车营地，为房车爱好者提供绝佳的休闲观光场所，服务区还在南北区之间设置了潮汐车道。



开阳高速梁金山服务区“以现代诠释传统”



开阳高速梁金山服务区设计效果图

计划11月启用 有“矿石公园”的阳江新服务区

“快看！有‘矿石’！”你可能没法想象，一个高速公路服务区竟藏着一个“矿石公园”。

这就是计划于今年11月对外服务，位于广东阳江市江城区的阳江新服务区。

据介绍，阳江新服务区按一类服务区标准建设，拟打造成粤西文化旅行新支点的海洋主题服务区，集停车服务、车辆维修美容、加油站、餐饮、购物、休闲娱乐、旅游等多种功能为一体的商业综合体。

其中，融入阳江文化，提取海洋元素是阳江新服务区的鲜明特色。

服务区内采用波浪元素进行打造，以跌水动态水景增强商业场地活力，赋予服务楼海

洋的浪漫气息；服务楼外围通过建筑设计的海洋主题进行风格上延展，在保证线条流畅的同时整体形态呈现海水波动柔美的曲线，人行广场抽取海潮元素，以波浪曲线铺装适应建筑造型，增强整体性，体现海洋浪潮主题的律动感，结合星光灯带和铺装深浅变化，引导行人下车后走向建筑，形成具有地方特点的景观界面。

阳江新服务区作为衔接粤港澳大湾区与粤西的前哨站定位为A类服务区，依据最高标准配备了停车场、公厕、免费休息场所、餐厅、加油站、汽修厂、超市等基础措施，完善的综合服务功能保证该项目一年365天、一天24小时有效运转。

已开门迎客 “走在全国前列”的圣堂服务区

目前已开门迎客的开阳高速圣堂服务区用地面积约184.5亩，总建筑面积约2.2万平方米，总投资约1.2亿元，为全国首个以货运为主题的I类服务区，定位为“物流特色”和“货车专属”功能型服务区，主要为沿途货车车辆及

司机群体提供专业的服务。据介绍，圣堂服务区将着力打造“走在全国前列”的高速公路服务区，设置潮汐式服务区，充分考虑货车、货运专属特性，结合当地的自然风景、人文文化等，多角度、多层次地呈现给过往司乘。



阳江新服务区设计效果图



阳江新服务区采用波浪元素，商业场地活力

奋进中的比亚迪，新能源世界的领航者

踏准国家与世界的时代步伐，比亚迪拥有了如今日新月异的奇迹

如果要问，中国汽车业中有哪一家企业可以用“奇迹源于奋斗”概括，比亚迪应该是首选。作为一家2003年才开始摸进汽车大门的企业，19年时间就做到了新能源车第一、自主品牌第一，还在全球率先宣布停产燃油车，彻底告别传统汽车时代。可以说，只有中国的土地，才会诞生这样的奇迹，也只有奋斗的不息，才可能有今天的领航。

一家改变世界的中国公司

要说奇迹，比亚迪的成长史却是无比艰难探索出来的，是积跬步以致千里的结果。1995年，在改革开放的大背景下，市场经济蓬勃发展，比亚迪孕育而生，立足电池行业。2003年，比亚迪正式收购秦川汽车成立比亚迪汽车，并开始布局新能源汽车。

从1995年的技术深耕开始，到2008年首款双模插电汽车诞生，到如今在世界舞台上形成爆发性的增长，比亚迪的前瞻与创新满足人们对美好生活的向往，在社会上赢得了越来越多的声望，最终也夺得了今年新能源领域一次又一次的销量冠军。

比亚迪通过强有力的市场布局、坚定推动全球可持续发展的战略举措，赢得了扎耶德未来能源奖、联合国能源特别奖以及《财富》杂志“改变世界的公司”等系列赞誉。比亚迪持续用技术创新满足人们对美好生活的向往，在社会上赢得了越来越多的声望，最终也夺得了今年新能源领域一次又一次的销量冠军。

2022年3月29日，比亚迪(002594)发布了2021年全年业绩报告。报告显示，比亚迪2021年实现营业收入2161.42亿元，同比增长38.02%；经营活动产生的现金流量净额654.67亿元，同比增长44.22%。

财报数据显示，2021年，比亚迪研发投入为106.27亿元，同比增长24.20%；研发人员数量约4.04万人，同比增加31.52%。截至2022年6月底，比亚迪在全球已累计申请专利3.7万项，授权专利2.5万项。研发上的不断加码，使得比亚迪已拥有超安全刀片电池、DM-i超级混动、e平台3.0、IGBT4.0等核心技术。技术创新驱动下，比亚迪各业务板块蓬勃发展。

营收业绩的来源是市场的投票，而根源是科技王国的筑就。比亚迪在新能源汽车领域的战略和技术布局：纯电混动两条腿走路，并积攒了刀片电池、e平台3.0、DM-i、DM-p、CTB等前沿技术。



比亚迪内部设有“技术鱼池”以针对市场需求及时推出车型

一个有无数领先科技的“技术鱼池”

比亚迪在内部专门设有一个“技术鱼池”。根据市场需要，随时可以捞出相应的一条“鱼”推出市场。“刀片电池”、DM混动技术和e平台3.0等都是这个“技术鱼池”里的“大鱼”。这也是为何比亚迪能够在短时间内，针对不同细分市场的需求及时推出相应车型。

要说这些大鱼，每一条都是技术“锦鲤”，不但本身熠熠生辉，还深刻影响了业界，造福了用户，推进了新能源汽车事业的奔腾前行。2020年3月29日，比亚迪正式推出刀片电池。由于采用高安全性磷酸铁锂(LFP)技术，刀片电池成功通过了行业内公认的对电池芯安全性最为严苛的检测手段——“针

刺穿透测试”，引领全球动力电池安全标准迈上新台阶。2020年9月29日，在世界新能源汽车大会上，比亚迪“高集成刀片动力电池技术”荣获“全球新能源汽车创新技术”大奖。

DM(dual mode)即双模技术，是比亚迪插电式混合动力技术平台，是比亚迪新能源汽车领域的里程碑式技术。DM技术衍生出DM-i和DM-p两大分支。DM-i超级混动以“超低油耗、电混系统、以电为主”为特点，可谓是颠覆传统混动技术的革命性转变；而DM-p王者混动则于今年6月发布，百公里加速6s以内的极速性能、全面超越机械四驱的安全性、传承DM-i

省油基因的经济性能，三个“能”字，带来三大强悍的用车体验。

至于技术集大成的惊世之作——纯电专属e平台3.0更是刷新了业界的观感。e平台3.0具有智能、高效、安全、美学四大特点，解决新能源汽车在安全和低温续航方面的短板，提升智能驾驶体验，打造更高效、更安全的智能电动汽车。

不断涌现的创新技术将比亚迪的“技术鱼池”不断扩大，确保了其“纯电、混动”两条腿走路的战略的巨大成功。数据显示，比亚迪新能源汽车累计销量从100万辆增长至200万辆仅仅耗时1年，按照目前的增速来看，300万辆的达成也是指日可待。

一个以全球为家的世界级品牌

在中国做到最好还不够，让世界知道中国车好才有未来。比亚迪90年代开始布局海外，长期积累的海外市场成果和口碑，为如今的乘用车出海积累起宝贵的经验。比亚迪乘用车出海战略成功，为成为世界级品牌开启重要道路。

1998年比亚迪欧洲分公司于在荷兰鹿特丹丹成立；1999年比亚迪进入美国市场，并于2011年在美国洛杉矶设立北美总部办公室；2008年进入拉美市场。可以说，比亚迪的海外战略布局是引领中国车企之先锋。

经过20余年的耕耘和发展，比亚迪在海外市场从名不见经传的品牌成长为一个引人注目的新能源汽车行业佼佼者。据统计，比亚迪在海外有6个生产基地，分布在美国、加拿大、巴西、日本、匈牙利和印度。

远近闻名的比亚迪纯电动大巴和出租车，其足迹已遍布全球六大洲、70多个国家和地区、400多个城市。截至目前，比亚迪商用车全球销量数据超过9万台，其中客车超过7万台，卡车超过2万台。欧洲地区，比亚迪纯电动大巴累计销量超过2700台，占据欧洲市场20%的市场份额，排名第一；美洲地区，比亚迪的业务范围已覆盖约20个国家。

凭借商用车海外布局的扎实经验，比亚迪这两年新能源乘用车出海的效果同样卓著。目前，比亚迪已成功进入欧洲、美洲、亚太三大市场，并迅速布局其中的核心国家如挪威、荷兰、瑞典、巴西、哥伦比亚、泰国、澳大利亚等，甚至还闯入德国、日本等传统老牌车企的本土市场。

比亚迪乘用车出海不止步于“出海卖货”，而是更加深入的做好产品，做好全球本土化运营。今年年初，唐EV于挪威乘用车协会(NAF)的电动车冬季实际续航测试中拔得头筹；今年6月，比亚迪元Pro EV远销哥斯达黎加，创造了比亚迪拉美地区的销量新高；今年9月，比亚迪汽车泰国有限公司与WHA伟华集团大众有限公司签约，签署土地认购、建厂相关协议，这也意味着比亚迪全资投资的首个海外乘用车工厂正式在泰国落地，企业全球化进程开启崭新篇章。

作为在中国最开放城市诞生的企业，比亚迪天然有一种联通中外，与世界合作的基因。2010年至今，比亚迪已先后与戴姆勒公司、丰田汽车、英伟达、壳牌等国际上的行业引领者合作，共同推动电动车行业的繁荣和进步。

对比亚迪而言，拥抱全球合作伙伴，用最好的科技助力“为地球降温1℃”，不只是眼下的努力，更是远大方向。今天的比亚迪依然在奋斗的征程上，锲而不舍，永不止息。(文/戚耀琪)



e平台3.0-悬架总成