

EX5亮相成都国际车展

“自燃门”电池来源成谜 威马汽车量产交付临考

本报记者 张家振 北京报道

9月2日,四川省成都市锦江区红星路步行街人头攒动,威马汽车主办的“寻光北极小屋”活动吸引了众多市民的目光。在同期举行的成都国际汽车展览会上,威马汽车首款量产车威马EX5也首次在西南地区亮相。

据介绍,威马汽车以“三电系统”为核心,覆盖了电子电器、自动驾驶、智能系统等9大

电池包来源成谜

受两次谷神新能源电池自燃事件影响,威马汽车或将与之彻底决裂。

8月29日,威马汽车发表公开信对自燃事件作出更详细说明的同时,将锅甩给了浙江谷神能源科技股份有限公司(以下简称“谷神新能源”)。

威马汽车在公开信中表示,该车辆生产于2017年10月,编号为ASE11710005#;发生起火自燃的威马EX5装配谷神新能源生产的圆柱形电芯电池包,该车辆作为威马汽车早期试装车,专门用于试验认证使用。

“圆柱形电芯电池包来源于谷神新能源”,这一关键信息随即引发了两家公司的隔空“互怼”。次日,谷神新能源随即发表《致用户的一封信》称,从现场电池箱铭牌来看自燃车辆电池并非公司产品。“自事故发生后,威马汽车一直未主动和公司联系,公司要求派人前往现场但被拒绝。”谷神新能源表示。

对于谷神新能源的“反击”,威马汽车品牌部相关负责人在接受记者采访时表示“不便回应,现在主要的精力都在交付上”。不过,该负责人同时向记者强调,9月底

领域,120项整车级试验,3400项系统试验,14000余项零部件试验,其中“三电系统”相关试验3000项。

就在一周前的8月25日,一辆威马EX5电动车在位于成都的威马汽车研究院内突然起火自燃,引发了社会各界和消费者对威马EX5安全性的质疑和量产交付计划能否如期实现的关注。

“未来的交付车辆将会全部采购高能量密度的VDA电芯,本次

电池包来源成谜

受两次谷神新能源电池自燃事件影响,威马汽车或将与之彻底决裂。

量产交付的车辆已经明确不会采用谷神新能源的电池包。

事实上,此前,一辆使用不过3个月的野马新能源汽车在充电时发生自燃,威马EX5部分产品因采用了和野马新能源汽车自燃车辆相同的谷神新能源电池而引发部分意向客户退订。

根据威马汽车此前对外公开披露的信息,动力方面威马EX5的电动机最大功率为160千瓦,峰值扭矩为315牛米;在动力电池方面,将引入宁德时代、谷神新能源、天津力神和苏州宇量四家电池供应商;续航方面,威马EX5综合工况续航拥有300、400、460公里三个版本。

这也意味着,受两次谷神新能源电池自燃事件影响,威马汽车或将与之彻底决裂。对于弃用谷神新能源电芯电池包的原因,上述威马汽车品牌部负责人表示,主要是考虑到谷神新能源的电池密度比较低,今后会采用密度更高的电池组件。在后期交付车辆给用户时,公司会明确告知车主其所购车型的具体参数和电池包等零部件的

着火车辆属于早期测试车,并未搭载未来交付车辆所采用的电芯配置。”威马汽车表示,经过初步排查,起火原因与交付产品无关,对后续的交付计划没有影响。

威马汽车品牌相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示,量产交付计划没有变化,现在正全力以赴为9月28日的量产交付做准备,车辆正在按订单生产,计划年底之前实现交付1万辆的目标。

电池包来源成谜

受两次谷神新能源电池自燃事件影响,威马汽车或将与之彻底决裂。

量产交付的车辆已经明确不会采用谷神新能源的电池包。

事实上,此前,一辆使用不过3个月的野马新能源汽车在充电时发生自燃,威马EX5部分产品因采用了和野马新能源汽车自燃车辆相同的谷神新能源电池而引发部分意向客户退订。

根据威马汽车此前对外公开披露的信息,动力方面威马EX5的电动机最大功率为160千瓦,峰值扭矩为315牛米;在动力电池方面,将引入宁德时代、谷神新能源、天津力神和苏州宇量四家电池供应商;续航方面,威马EX5综合工况续航拥有300、400、460公里三个版本。

这也意味着,受两次谷神新能源电池自燃事件影响,威马汽车或将与之彻底决裂。对于弃用谷神新能源电芯电池包的原因,上述威马汽车品牌部负责人表示,主要是考虑到谷神新能源的电池密度比较低,今后会采用密度更高的电池组件。在后期交付车辆给用户时,公司会明确告知车主其所购车型的具体参数和电池包等零部件的

“价格屠夫”的交付大考

威马汽车否认自燃事件引发意向客户退户之后,威马EX5预售订单自今年6月份以来并未出现大幅度增长。

威马汽车在业内有“价格屠夫”之称。根据公司此前对外披露的配置信息和价格情况,威马EX5共有EX5 500、EX5 400、EX5 300三个基础版本,以及两款EX5 Pro版本,补贴后售价为11.23万元~21.63万元。而针对出行服务商的出行合作版补贴后价格低至9.9万元。

在业内人士看来,此次威马EX5自燃事件不仅让谷神新能源电池陷入了较大的安全性危机,也让威马EX5的量产交付进度蒙上了一层阴影。根据威马汽车提出的目标,今年计划交付1万辆以上,明年希望交付量在10万辆以上。9月28日将是威马汽车向用户交付威马EX5的关键时间节点。

“新造车团队的时间窗口只有两三年的时间,如果在这期间无法达到10万辆销量规模,就没法活下去。”威马汽车创始人沈晖曾指出,这也是烧钱的三年,前期没有足够的融资是不行的,“即便是具

备较强研发能力和行业供应链经验的团队,也起码要200亿元才能烧到产品上市。”

尽管威马汽车否认此次自燃事件引发意向客户退户事件,但从记者获得的数据来看,威马EX5预售订单自今年6月份以来并未出现大幅度增长。

此前威马汽车向记者提供的数据显示,威马汽车APP注册会员有8.7万人,截止到6月11日预售订单已经超过11285辆。而据威马汽车相关负责人介绍,目前预售订单依然为1.1万余辆。

“数据一直在变化,有退订的,也有新增的,现在的数据和之前相比没有太大变化。”上述负责人表示,现在订单接太多了最后不能按期交付对消费者来说也是一种不负责任,公司的目标是高质量的规模化交付,而不仅仅是交付。根据目前工厂的进度情况,公司有经验、有能力,也有信心按时实现高质量的规模化量产交付。

和产品质量安全问题一样,造车新势力的交车进度同样备受关注。例如,蔚来汽车近日披露的招股书显示,公司目前共收到了15700份订单;产能方面,2018年6月到8月公司分别生产汽车272辆、831辆、1097辆,共交付1381辆。

新能源汽车行业分析师孙木子分析认为,以蔚来汽车为代表的造车新势力面临的真正问题在于如何寻找愿意接受造车新势力,并为之买单的真实客户。

“以蔚来汽车为代表的造车新势力,寻找有效需求才是当前新能源乘用车市场参与者亟待解决的关键任务。”孙木子表示,这个任务的完成与否对于造车新势力至关重要,它关乎用户认知,关乎品牌塑造,关乎现金流表现,更关乎投资人的资产回报。如果这个关键任务不能被有效完成,这将成为所有造车新势力的“阿克琉斯之踵”。

BBA多款新车斗艳成都车展 新能源将成为新竞技场

本报记者 黄婉银 童海华 广州报道

2018年上半年,BBA(宝马、奔驰、奥迪)作为豪车品牌第一阵营似乎未受经济放缓、购置税政策退市等市场因素影响,稳步抢收市场。而在近日的成都国际车展上,BBA也纷纷亮相了多款新车型,可以预见三家品牌下半场的竞争会愈加胶着。

在本次的成都国际车展上,梅

赛德斯-奔驰亮相了多款新车型,包括2018款S320L、全新AMG GLC 63、V260 AMG运动版以及2018款E200运动版等。宝马也一举推出了6款新车,覆盖新能源、X以及M等多个系列车型。一汽-大众奥迪则带着奥迪Q2L全球首发亮相,还有刚上市的全新奥迪A8L和全新奥迪Q5L。

从销量情况上看,BBA内部竞争也依旧激烈。北京梅赛德斯-奔

驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪恺(Nicholas Speeks)于成都国际车展上表示,梅赛德斯-奔驰在中国市场今年前7个月累计销量超过40万辆,取得了13%的同比增长。宝马集团共交付了34.65万辆BMW和MINI汽车,同比增长2.9%;奥迪累计销量为35.98万辆,同比增长17.6%。而奥迪还在7月单月销量上以微弱优势超过奔驰,重夺冠军。

SUV车型仍是重点

从本次BAA在车展上发布的车型来看,SUV仍然是重点。一汽-大众奥迪全球首发了高档A级SUV奥迪Q2L,主打年轻人群,与奥迪Q3用户群体形成互补,预售价格区间为22.68万元~28.18万元。

此前,多位业内专家对《中国经营报》记者表示,BBA三家目前可以说势均力敌,只是由于产品推出节奏的问题,在销量上会出现此消彼长、你追我赶的情况。也因此,三家面对市场都没有松懈,面对奔驰的势头,宝马和奥迪在今年就加快了新品的发布、上市,同时也在拓展一些更加亲民的普及

车型,进一步扩大市场。

一汽-大众奥迪销售事业部副总经理胡绍航表示:“以全新奥迪Q2L为起点,我们也将以年轻用户视角为核心,不断升级营销体系,打造更为用户所喜爱的品牌、投放更代表用户个性所需的产品。”

此外,一汽-大众奥迪还为此次成都国际车展带来众多细分市场的标杆车型,包括今年刚刚上市的两款重磅车型——全新奥迪A8L和全新奥迪Q5L。其中,刚于7月份投放的全新奥迪Q5L,为中国用户量身定制,有同级最长的车身长度和轴距。

梅赛德斯-奔驰S级轿车家族

则带来了2018款S 320 L、2018款S 350 L尊贵型、2018款S 350 L豪华型三款新车型。作为国产家族领军车型,新一代E级车此次也正式上市,并专为中国市场推出轿车和运动轿车两种车型选择,2018款E 200运动版、2018款E 200 4MAT-IC运动版及2018款E 300运动版均在车展上正式上市。

而宝马6款新车中,全新BMW X4作为品牌的轿跑SUV代表正式上市。配置上看,全新BMW X4高低两种功率版本的2.0T涡轮增压发动机,匹配8速手自一体变速箱,并全系配备四驱系统。

新能源将迎全面对战

在本次车展上,宝马的新能源车型颇受关注。因为相比奔驰和奥迪,宝马近一两年在新能源战略的推进上更加积极快速。今年前7个月,宝马的新能源车系在中国市场销量同比增长超五倍,超过8000辆。

此番亮相的BMW品牌两款主力新能源车型分别是2019款BMW 5系插电式混合动力和X1插电式混合动力的全新升级版本,宝马也意在巩固豪华新能源车领先优势。BMW品牌还宣布搭载无线充电技术的5系插电式混合动力车型将在未来投入即时出行服务™,这也将是该项技术在中国的首次商业运用。

当然,宝马在新能源的野心不止于此。到2025年,宝马集团将在全球范围内推出25款新能源车型,其中包括12款纯电动车,并计划占有电动车市场15%~25%的份额。

无独有偶,奔驰首款纯电动EQC近日在瑞典首都斯德哥尔摩首发亮相,并计划于2019年实现国

产上市。长远目标上,奔驰计划在2022年前推出最多10款电动汽车,预计在2025年,新能源车型的销售占比能超过15%。

奥迪方面,根据目前的Road-map E品牌电气化战略,奥迪将在2025年实现全系车型电动化,并推出20多款纯电动车型。其中,奥迪e-tron的量产版将是上市的首款车型,奥迪e-tron Sportback(2019年)和奥迪e-tron GT(2020年)将依次推出,逐步完善奥迪品牌纯电动车型阵容。

奥迪在销量上的目标是计划在2025年实现年销售约80万辆纯电动汽车和插电式混合动力汽车。同时,为了在下个十年里实现每三个用户就有一人选择电动车型的目标,奥迪品牌每个车型系列将提供至少一款电动版本,其中大多数将为纯电动车型。

从国产化布局看,奥迪目前主要依托一汽集团和上汽大众。公开信息显示,奥迪首款纯电动SUV e-tron,内部代号为X55B的车型今年已在一汽-大众佛山工厂

正式下线。奔驰方面,今年初,戴姆勒和北汽集团宣布将再投资超过119亿元人民币(约合15亿欧元),在顺义再建北京奔驰高端新能源汽车,预计在2019年年底投产,一期产能15万辆。

而宝马在国内市场耕耘多时,在整个新能源生态系统的建立上也在不断加速发展。截至目前,BMW品牌授权经销商已经多达300家,是目前国内最大的豪华新能源车销售网络。在私人充电领域,BMW品牌为客户提供免费充电墙盒,并由认证服务提供商提供标准安装及售后服务,今年底将拓展至全国135个城市;公共充电服务方面,即时充电TM服务的联网充电桩将在今年进一步扩张至8万个,覆盖100个城市。

虽然目前来看,宝马在新能源方面暂时领先,不过奔驰和奥迪也都有了明确的目标和计划,并在加速推进。到2025年,BBA三家谁会在新能源汽车上拔得头筹还未可知,不过无疑会是一场不输眼前竞争态势的“好戏”。

K5插电混动,2019款KX3成都国际车展上市

东风悦达起亚知行合一再续精彩

文/戴雅男

8月31日至9月9日,第二十一届中国国际汽车展览会在成都世纪城新国际会展中心如期举行。东风悦达起亚携13款车型盛装参展,正式发布K5插电混动和2019款KX3两款新车,实力展现企业领先造车理念与汽车技术,在中国新能源汽车浪潮与汽车消费升级趋势中尽显锋芒。

本届车展,东风悦达起亚展馆面积达到1,495平方米,展台采用三面开放式双层结构设计,巧妙融合了起亚全球统一的家族风格,展现出强烈的品牌个性和视觉效果。除K5插电混动、2019款KX3外,8月22日在南京上市入门级都市小型SUV奕跑,以及K2、K3、凯绅、KX CROSS、新一代智跑等丰富车型也一并亮相,让消费者亲身感受企业“让生活更精彩”的发展愿景。

K5插电混动 尖端品质 引领绿色出行趋势

K5插电混动提供智享版和智尊版2款车型,官方指导价分别为22.28万元和23.98万元,补贴后全国统一售价为18.98万元和20.68万元。定位于“智尚新能源尊享座驾”,K5插电混动凭借风尚动感的设计,智能科技的配置,节能经济的性能,完美展现出“E路翘楚,绿色先锋”的产品魅力。其独有的低风阻进气格栅,强化了车型的环保气质。由2.0L发动机+电动机组成的混动系统,可根据不同路况主动切换EV和混动两种行驶模式。纯电驱动下,车辆具备75km的超长续航里程。得益于领先、高效的节能系统,K5插电混动百公里油耗仅1.3L,真正实现了低油耗和强劲动力的平衡与统一。此外,ACC自适应巡航系统、8英寸互联交互



界面、EPB电子驻车制动系统,共同为K5插电混动营造出智能、完善的驾驭科技感受。

2019款KX3 焕新而来 实力升级

2019款KX3整合现有6款车型,推出1.6L时尚版、1.6L时尚天窗版2款车型,官方指导价分别为10.98万元和13.28万元。外观方面,提供墨丹红、墨栗棕、玄武白3款双色车身和透明白1款单色车身,采用直瀑式镀铬一体型虎啸式中网搭配投射式前大灯,并装备了车身大包围、外露式镀铬双尾管、铝合金轮毂、后扰流板等外饰,在时尚动感中融入硬朗风格和坚韧气质,呈现出游刃有余的从容感。此外,2019款KX3还新增超级仪表盘、8英寸手机互联系统、DMS驾驶模式选择、遮阳板照明等多项便利配置,以及TPMS独立数显胎压监测系统、DBC下坡辅助系统、自动灯光控制等实用安全配置,成就越级驾乘体验。

都市小型SUV奕跑 享趣就去 为年轻而生

“拒绝千篇一律,玩就要玩出个性”堪称当代年轻人的生活宣言。以“智趣时尚SUV”为产品定位的奕跑,承载着东风悦达起亚向中国SUV市场不断扩张的凌云壮志,担负着品牌提升的重要使命。为了给年轻的都市新锐们带来耳目一新的驾驭感受,在“Design KIA”设计理念基础上,

突破独辟蹊径,创新性地采用了双色搭配的设计手法,利用贯穿车顶的C柱线条融合出玩味十足的双色拼接设计,将时尚、潮流的车型气质展现在消费者眼前;此外,奕跑不仅以2,570mm轴距营造出便捷、舒适的空间氛围,更大量配备便捷、智能的出行科技,带来智趣合一的驾乘体验。

知行合一 东风悦达起亚精彩再续

根据2025NTE战略规划,东风悦达起亚到2020年将推出包括5款新能源车型在内共18款新车。同时,持续强化ADAS、“DRIVE WiSE”安全新技术、车联网技术等车型上的应用,并推进车身轻量化、氢动力汽车、48V混合动力车等高端电动技术的开发。2018年,从已经上市的新一代智跑、奕跑,到本届车展上推出的K5插电混动、2019款KX3,再加上即将面世的1款小型SUV纯电动汽车,多款新车型的投放充分展现了企业以汽车“新四化”为导向,贯彻执行2025NTE战略的坚定决心。加速开拓SUV和新能源汽车市场,强化智能网联和年轻化车型投放,已成为企业现阶段产品布局的主攻方向。未来,东风悦达起亚将以极具前瞻性和竞争力的商品策略在市场竞争中抢占优势,以更丰富的产品线应对中国汽车市场的变化与挑战,实现中国消费者对汽车生活的更多期待。