

共建“一带一路”

# 金旅客车“一带一路”扬帆出海

本报记者 陈靖斌 广州报道

今年是共建“一带一路”倡议提出十周年。经过十年发展,共建“一带一路”从夯基垒台、立柱架梁到落地生根、持久发展,已成为开放包容、互利互惠、合作共赢的国

际合作平台和国际社会普遍欢迎的全球公共产品。党的二十大报告提出,推动共建“一带一路”高质量发展。

与此同时,在“一带一路”倡议提出十周年之际,中国商用车走出去的战略步伐越来越快。中国汽车

工业协会数据显示,2022年,中国商用车出口58.2万辆,同比增长44.9%;2023年1~6月,我国商用车出口量、出口额较2022年同期分别增加26%和83%,达到33.2万辆、628亿元。上半年出口量在我国商用车总销量中占比达16.8%,较去

年同期上升1.4个百分点。

《中国经营报》记者了解到,金旅客车也在紧抓“一带一路”机遇,在沿线20多个国家落地生根,迈向高端技术“扬帆出海”的崭新阶段。

传播星球APP联合创始人付学军向《中国经营报》记者指出,通

过参与“一带一路”建设,中国客车企业可以扩大出口规模,增加国际市场份额,提升品牌影响力。这对国内客车产业来说,将促进技术进步和创新,推动产业升级,提高产品品质和竞争力。

IPG中国区首席经济学家柏

文喜则指出,金旅客车作为在“一带一路”市场布局最完善的中国客车企业之一,其在海外市场上的成功经验对其他中国客车企业起到示范作用,推动他们更加积极地参与“一带一路”合作,提升国内客车行业整体实力。

## “一带一路”走出去

2015年以来,金旅客车践行“一带一路”倡议,不断将客车业务拓展到多个国家,并根据这些国家的实际情况提供系统性的解决方案。

“一带一路”的风口近日再度让金旅客车有了新突破。

7月25日,28辆金旅天然气公交车依次排列,从位于厦门海沧的金旅客车生产基地驶出,这批车辆从霍尔果斯口岸出境后,将迈出国门驶往目的地——吉尔吉斯斯坦。

金旅客车此次出口吉尔吉斯斯坦的订单共128辆天然气公交车,将分三批交付。这是金旅客车在“一带一路”市场的又一新突破,同时也是欧洲复兴开发银行在吉尔吉斯斯坦提供资金支持的首批客车订单。

金旅海外销售公司总经理安敏介绍,吉尔吉斯斯坦是金旅客车全新的市场。

据了解,吉尔吉斯斯坦位于欧亚大陆腹地,素有“山地之国”的美誉。作为“丝绸之路经济带”上的重要节点,吉尔吉斯斯坦也是最早支持和参与“一带一路”的中亚国家之一。

而从无到有、从少到多,每一个海外市场的拓展,都充满着艰辛与不易。

2021年,吉尔吉斯斯坦批量采购天然气公交车,“这次共有16家客车企业竞标,既有海外知名客车企业,也有国内重量级客车

企业,竞争相当激烈。”安敏介绍,那时,出境难度比较大,“我们在哈萨克斯坦的员工,进入吉尔吉斯斯坦,考察当地市场,了解市场需求,在一线做了大量工作”。最终,经过多轮角逐,金旅客车凭借在新能源客车领域的多年耕耘与突出成效,成功胜出、拿下订单。

吉尔吉斯斯坦并非只是个例。得益于“一带一路”的开拓,金旅客车在沿线国家的深耕布局,早已有口皆碑。

金旅客车相关负责人向记者介绍,作为北非大国,埃及地处连接西亚和非洲大陆的枢纽位置,也是金旅客车在非洲地区最重要的市场之一。金旅在埃及市场深挖实干,一步一个脚印踏实发展,从2010年第一台整车销往埃及起,多年深耕,如今埃及当地金旅客车保有量已超33000台。

“目前,金旅海狮已成为埃及民众出行的主力军,有力地改善了埃及民众的交通生活现状,在埃及拥有良好的口碑。”金旅客车相关负责人向记者表示。

与此同时,金旅客车的深耕还带动了当地汽车产业链的发展。

2021年,埃及政府为促进本国汽车产业发展,计划大幅降低



金旅客车吉尔吉斯斯坦交付现场。

本报资料室/图

整车进口量,降低CKD散件进口关税,鼓励汽车工业本土化生产,以促进就业,提高税收,带动埃及本土汽车产业链发展。

为响应埃及政府政策,金旅客车同埃及当地合作伙伴决定携手合作,开展金旅客车埃及CKD项目建设。金旅客车埃及CKD项目建设过程正值新冠肺炎疫情爆发,金旅海外销售团队无畏艰险,勇敢逆行,从生产线建设、物料备货发运再到装配工艺指导,“手把手”全程指导,确保项目成功下线。

作为全世界最先进的海狮车型生产线,金旅客车埃及CKD项目满产后生产效率可达到15分钟

生产一台海狮车,月产能可达到600台以上。

金旅客车表示,2015年以来,金旅客车践行“一带一路”倡议,不断将客车业务拓展到多个国家,并根据这些国家的实际情况提供系统性的解决方案。多年的客车出口经验,为金旅在海外市场取得累累硕果奠定了基础。

截至2023年,金旅客车在印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、巴基斯坦、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、以色列、沙特阿拉伯、埃及、保加利亚、俄罗斯、蒙古等20余个“一带一路”沿线国家实现销售,出口客车已超过5万台。

## 政策助推金旅欣欣向荣

金旅客车还积极实施“走出去”策略,即走进海外市场,融入市场,通过产品本地化、人员本地化、合作方式本地化,以更强化自己能抓住的机会与当地开展更深层次的合作。

得益于“一带一路”的风口机遇,也推动了金旅客车在内的众多国内客车企业的产业升级。

金旅客车相关负责人告诉记者,我国政府为企业在“一带一路”沿线国家开展业务提供了一定的政策倾斜,鼓励中国企业更大力度地“走出去”。另外,随着“一带一路”的深入开展,沿线国家竞相制定了与“一带一路”相关的发展计划,为双方的合作贸易打下坚实的基础。

“金旅客车将充分利用这些利好因素,通过产品、技术输出来解决产能过剩的问题,实现海外市场的大发展。其次,金旅客车借助‘一带一路’的有利影响,实现我司的品牌升级。中国的产品由于其物美价廉的特性,越来越受到沿线国家的认可,我司将借助这股东风抢占海外市场。”金旅客车相关负责人向记者表示。

除此之外,金旅客车还积极实施“走出去”策略,即走进海外市场,融入市场,通过产品本地化、人员本地化、合作方式本地化,以更强化自己能抓住的机会与当地开展更深层次的合作。

“2013年,金旅客车首次尝试在俄罗斯建立全资子公司,负责当

地市场的销售和售后工作。另外,金旅客车还尝试开展产能合作项目,通过和当地的组装厂合作,拓展出口渠道,从海外贸易模式转变为资本和技术输出的模式。目前,金旅在埃及、尼日利亚、突尼斯、菲律宾、马来西亚、泰国、埃塞俄比亚等十多个国家都开展KD项目。”金旅客车相关负责人向记者介绍。

在付学军看来,通过“一带一路”出海,中国客车企业可以更好地打开国际市场,拓宽海外业务,同时也能推动中国制造业的国际影响力。

而金旅客车通过“一带一路”加速出海,对自身的企业竞争力起到了多方面的作用。

付学军也指出,金旅客车通过“一带一路”加速出海,能够提高其产品在国际市场的认知度和影响力,提高自身的企业竞争力。还可以接触到一些新的市场和客户,扩大销售区域,提升企业销售收入。同时,对于中国客车行业来说,金旅客车的成功案例可以起到引领和示范作用,其他企业可借鉴其出海经验,更好地进行国际化发展。

## 比亚迪方程豹及其核心技术发布

# 王传福:将开启新能源汽车“更大的变革”

本报记者 陈靖斌 深圳报道

硬派家族同步亮相。

《中国经营报》记者在发布会上了解到,作为以电为主的专业级越野平台,DMO整合了比亚迪集团20年的前沿技术积累,以及在插混领域数百万辆应用的核心智慧,彻底释放“电”的想象空间,以“一专多能”的全面技术能力,打破横跨新能源汽车全场景用车受限难题,成为多领域、全场景、全工况车型的孵化平台,重塑汽

车的价值和标准,重构越野的格局和标杆,以科技开启个性越野旅程。

比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福则表示,比亚迪将通过方程豹,为全球用户带来前所未有的专业个性化用车体验,并与用户共同开启新能源汽车“更大的变革”,让汽车成为每个人独一无二的“个性化专属品”。

王传福表示,方程豹就是新能源+无限可能,让每个人的个性化梦想照进现实。

据了解,方程豹将专业新能源技术与多元用户个性相结合,无论是越野、赛道还是城市、高速、户外,无论是偶尔释放还是平凡日常,所有场景下的专属驾驶体验都将触手可及。个性,将成为生活的日常;生活,将拥抱无限的可能。

未来,比亚迪将以DMO车型为起点,进入硬派SUV、跑车等传统燃油车占绝对主导地位的专业领域,重塑市场规则;探索更多元汽车产品形态与可能性,彻底实现“个性平权”,为用户带来不同个性化场景下独特的用车体验与潮流生活新形态。

DMO还搭载了全球首款纵置EHS电混系统、行业首创的越野专

属可能。

为了“以科技开启‘方程豹’的个性越野旅程”,比亚迪推出了核心专属技术DMO作为其混动技术平台。

据了解,DMO以专业越野为核心,通过比亚迪全新混动非承载式架构和越野专用混动架构的极致融合,充分发挥比亚迪在高性能底盘、智能电四驱及越野专用动力总成等方面的优势,成就超级整车安全之上超强动力、强悍越野与极致能耗之间的最佳平衡。

DMO还搭载了全球首款纵置EHS电混系统、行业首创的越野专

则展示了方程豹对硬派SUV的未来探索。

发布会现场,方程豹还同步披露了豹3的初步信息。豹3作为千人千面的潮酷新物种,将玩转潮流与真我的变幻,以更自由的“灵动玩心”抵达流光溢彩的乐趣世界。

方程豹“583”硬派家族,以兼具“野心、悦心、玩心”的多样化强悍产品,让不同人群的个性化用车需求拥有更专属的承载,全方位地展现方程豹汽车的强悍产品矩阵,以及对于“专业”和“个性”两大定位的体系化思考与实践。

在销售渠道方面,方程豹首批渠道终端将采用全直营模式,以确保服务和体验品质的一致性。同时,其计划于2023年内覆盖一线、二线等60座城市,并以此为关键触点,为用户提供全生命周期的高效透明、专业真诚的服务,并和车主、粉丝及各界朋友保持广泛、深度、多样化的紧密沟通。

发布会最后还预告了方程豹的线下首秀,将于8月25日起,以独立展台的形式登陆成都国际汽车展览会,首款车型豹5也将首次与全球的消费者见面。

## 为华为智选车型投产准备 北汽蓝谷投资16.12亿元重启智能工厂项目

本报记者 陈茂利 北京报道

北汽蓝谷(600733.SH)正在积极推进与华为的智选合作业务。

日前,北汽蓝谷发布公告,根据生产经营需要,北汽蓝谷子公司北汽新能源拟对北京高端智能生态工厂建设项目(以下简称“智能工厂项目”)进行迁址变更,购买关联方北汽福田汽车股份有限公司北京多功能厂(以下简称“密云工厂”)设备类资产并实施产线技术改造,同时拟租赁密云工厂的土地厂房及附属设施,以满足公司新产品生产规划要求。

《中国经营报》记者了解到,为满足公司制定的“品牌向上、品质提升”战略规划和产品规划要求,北汽新能源2018年开始筹建北京高端智能生态工厂,2020年年底,因战略调整,北汽新能源暂缓建设北京高端智能生态工厂。此番重启智能工厂项目的是为北汽新能源与华为终端有限公司合作的智选车型创造投产条件。

“为进一步深化合作,北汽新能源在与华为技术有限公司现有战略合作基础上,将与华为终端有限公司开展智选合作,首款车型定位为高端智能纯电动轿车。为满足新车型设计及投产需求,公司将现有BE22平台全方位升级,打造北汽新能源新一代高端纯电动智能网联汽车平台,升级后的BE22平台产品将由北京高端智能生态工厂负责生产。”北汽蓝谷在公告中表示。

公告显示,该智能工厂项目预计工期10个月,年产能5万



北汽蓝谷投资16.12亿元对工厂产线进行改造是为华为与极狐合作的智选车型投产“铺路”。

辆。智能工厂项目投资方案调整后计划总投资人民币16.12亿元(不含税),包含购买密云工厂设备类资产7.52亿元(不含税)以及其他新增投资8.60亿元(不含税);租赁方面,密云工厂土地厂房及附属设施租金为7784.54万元/年(不含税),租期为合同签订日至2028年6月30日,自合同签订日至2024年6月30日止为免租期。

投资人民币16.12亿元为智选车型投产“铺路”,这是北汽蓝谷与华为更加深度的“绑定”。

记者关注到,早在今年4月,华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东便透露:“华为与北汽极狐(北汽蓝谷品牌)的合作模式将从Huawei Inside(以下简称‘HI模式’)升级为智选车模式。”

对此,有业内人士点评,合作模式升级背后,有HI模式车型销量不佳的因素,也有华为内部对智选模式资源倾斜的原因。

目前,华为与车企的合作有三种模式:标准化的零部件模

式、HI模式、智选模式。其中,HI模式有三个合作伙伴,分别是北汽、长安和广汽。智选模式主要是与重庆小康集团赛力斯合作推出的AITO品牌。

HI模式是将华为的智能汽车解决方案运用到整车,简单来讲,车企只需要负责生产,而智能化的部分交由华为来完成。这种模式涉及的内容更丰富,不仅包括芯片和操作系统,还包括蓝牙、Wi-Fi、语音识别等相关技术。

此次,北汽新能源与华为基于智选模式推出智选车型,智选模式又是怎样一种模式?余承东曾在参加汽车论坛活动时对智选模式作出介绍,“我们还有一个(模式)叫智选车模式,就是在HI模式的基础上,我们利用最近这十几年华为在To C转型,在手机消费电子业务积累的品牌渠道零售、营销以及产品定义等方面的经验来帮助车企一起来定义更好的产品,做更好的产品设计、产品的体验、产品的营销、产品的渠道、零售营销。”