

深入实施“三大计划” 长安汽车携手华为深耕新能源赛道

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日，长安汽车智能化、电动化转型的“捷报”频频传来。

11月17日，在2023第二十一届中国国际汽车展览会（以下简称“广州车展”）现场，长安汽车以社会价值引领科技应用为方向，发布长安汽车电池规划。

继发布全新电池规划、长安“金钟罩”电池品牌发布7天后，11月24日，长安“金钟罩”首款标准电芯即于时代长安工厂正式下线。全新电池规划加速落地，为长安汽车立足新阶段、进军新赛道注入全新动能。

与此同时，11月21日，长安汽车与蔚来在重庆签署换电业务合作协议，双方将在推动换电电池标准建立、换电网络建设与共享、换电车型研发、建立高效的电池资产管理机制等方面展开合作。

而在智能化方面，11月25日，长安汽车更是携手华为签署《投资合作备忘录》，并与华为的智能汽车解决方案业务的核心技术和资源整合新公司。

事实上，长安汽车一系列的“捷报”背后，与长安汽车的“三大计划”密不可分。长安汽车相关负责人告诉《中国经营报》记者，长安汽车持续恢复第三次创业——创新创业计划，深入实施新能源“香格里拉”、智能化“北斗天枢”、全球化“海纳百川”计划，布局长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌，形成满足不同细分市场需求的创新发展格局，全力向智能低碳出行科技公司转型，向世界一流汽车品牌迈进。

智能化、电动化转型提速

在电动化的浪潮中，长安汽车也迎来产业规划与技术的突破。

11月25日，长安汽车牵手华为引爆了国内的汽车圈。

根据备忘录，华为拟将智能汽车解决方案业务的核心技术和资源整合至新公司，长安汽车及关联方将有意投资该公司，并与华为共同支持该公司的未来发展。

据了解，长安汽车与华为成立的新公司将致力于成为世界一流的汽车智能驾驶系统及部件产业领导者，并作为服务于汽车产业的开放平台，对现有战略合作伙伴车企及有战略价值的车企等投资者开放股权，成为股权多元化的公司。新公司将继续高质量服务好客户，并与伙伴共同推动智能汽车技术创新和领先、促进汽车产业繁荣发展。

长安汽车董事长、党委书记朱华荣表示：“长安汽车与华为双方发挥各自优势资源，并与战略合作伙伴车企携手，深度协同和战略合作，将加速智能化技术大规模商业化落地，让全球用户都可以享受一流智能化体验，推动中国智能汽车产业向规模化、集约化、共享化发展，提升汽车产业链、供应链韧性，推动中国汽车产业链高质量发展，推动核心技术突破引领，推动中国汽车品牌迈向世界一流。”

“三大计划”指引转型

目前，“海纳百川”计划在多个区域落地，其中东南亚事业部已完成当地注册，成为公司首个集研、产、供、销、运于一体的海外组织。

事实上，长安汽车之所以能在智能化、电动化转型中“披荆斩棘”，也离不开“三大计划”的指引。

在新能源战略——“香格里拉”计划方面，长安汽车深耕“三电”核心技术，其核心零部件自主可控步入新的阶段。“七合一”超集电驱、“七合一”智能整车域控制器、微核高频脉冲加热等技术实现行业首发，处于行业领先水平。此外，长安汽车持续攻坚动力电池核心技术，包括与宁德时代共同投资15亿元建立的时代长安动力电池有限公司，年产能将达到25GWh，助力长安汽车新能源发展步入快车道。而长安汽车电池规划的发布，长安“金钟罩”首款标准电芯正式下线以及与蔚来签署换电业务合作协议，更是助力长安汽车加速向智能低碳出行科技公司转型。



长安汽车在广州车展发布“金钟罩”电池。

本报资料室/图

国智能汽车产业向规模化、集约化、共享化发展，提升汽车产业链、供应链韧性，推动中国汽车产业链高质量发展，推动核心技术突破引领，推动中国汽车品牌迈向世界一流。”

华为常务董事、智能汽车解决

方案BU董事长余承东亦表示：“我们一直认为，中国需要打造一个由汽车产业共同参与的电动化、智能化开放平台，一个有‘火车头’的开放平台。我们与长安深度合作，同时还会与更多战略合作伙伴车企一起携手合作，不断探索开放共赢的新

在智能化战略——“北斗天枢”计划方面，长安汽车不仅与华为的智能汽车解决方案业务的核心技术和资源整合新公司，还创新开发SDA平台架构，实现全球开创性产业化的中央+区域环网架构开发及车型搭载，系统时间同步精度控制在1微秒内，单点通信故障可无感恢复，达到行业领先水平。

长安汽车打造行业领先的“灯塔工厂”，构建数字孪生全场景，部署30类算法模型，实时监控运营指标，实现制造全过程数字化，制造效率提升20%。运用一体化压铸、钢铝混合生产等先进工艺技术，焊接自动化率达95%。全面推动数字化转型，构建“云-网-平台-场景”全新商业模式，持续优化国际领先的精益制造体系；此外，基于SDA平台，长安汽车还打造出一款

可变形、可互动、自定义、自充电的“智能汽车机器人”CD701，这款车将于明年量产上市，助力长安汽车挺进“数智新汽车”时代。

而在海外战略——“海纳百川”计划方面，目前，“海纳百川”计划在多个区域落地，其中东南亚事业部已完成当地注册，成为公司首个集研、产、供、销、运于一体的海外组织。

8月，长安汽车泰国子公司成立；11月，长安泰国工厂开始动工，并在泰国举办长安汽车东南亚发布会；在泰国布局全球的“右舵生产基地”，将在2024年实现投产，首期产能10万辆，二期将增加至20万辆。

10月，长安汽车在墨西哥发布墨西哥战略与皮卡品牌。在欧洲市场，长安汽车正设立欧洲总部，将全新开发并导入一系列本土化

模式，共同抓住汽车行业电动化、智能化转型的机遇，实现我国汽车产业崛起的梦想。”

事实上，在电动化的浪潮中，长安汽车也迎来产业规划与技术的突破。

长安汽车相关负责人介绍，在技术创新方面，在刚刚结束的广州车展，长安汽车发布了电池规划，分享了进军新能源动力电池行业的技术、产品、体系规划。

据了解，长安汽车将打造国际领先的自研电池品牌长安“金钟罩”，通过电池与整车的内外兼修，全面解决用户在能量密度、充放电效率、循环寿命、低温性能等方面的焦虑，带给用户“长寿命”“真安全”“超高效”“快补能”的全新体验。

11月24日，长安汽车首款标准电芯在时代长安工厂完成下线仪式，这是继广州车展发布全新电池规划之后，长安汽车进军动力电池领域的又一里程碑事件。

长安汽车相关负责人介绍，长

安汽车通过“快离子环石墨”“超导电液”“多梯度分层极片”“电芯温控技术”等多项前沿技术的加持，使电芯具备了高质量、超快充、长循环、真安全等多项“技艺”。

此外，11月21日，长安汽车与蔚来在重庆签署换电业务合作协议，双方将在推动换电电池标准建立、换电网络建设与共享、换电车型研发、建立高效的电池资产管理机制等方面展开合作。

朱华荣表示：“在国家大力发展新能源、智能网联汽车的背景下，蔚来换电模式的落地，具有里程碑意义，长安汽车和蔚来此次换电业务合作，将推动新能源汽车产业进一步高质量发展，意义重大。未来，长安汽车将不仅仅在换电领域与蔚来合作，也将在其他平台性、基础性生态领域，从能源、充换电、整车、生态等方面，持续加强与蔚来的合作，共同推动产业高质量发展格局的构建，形成共创共享、互利互惠的良性生态。”

掘潜力，强化实力，焕发第二春。有利于强化长安汽车品牌形象，强化企业盈利能力，强化企业对外合作主导权，促进企业高质量可持续发展。”宋向清表示。

国研新经济研究院创始院长朱克力则表示，长安汽车自主品牌的技术路线和市场竞争力的提升，将推动新能源汽车电动化与智能化的产业链发展。通过自研电池规划，长安汽车有望引领电池技术的进步，提高整个行业的技术门槛。同时，与蔚来、华为等企业的合作，将有助于推动相关产业链的协同创新，加速智能化、电动化技术的普及和应用。这种产业链合作模式，将提升整个新能源汽车产业的竞争力，推动中国新能源汽车产业向全球领先地位迈进。

传统车企转型之路：坚定“油电并重”战略

本报记者 陈茂利 北京报道

“仍有70%的客户选择了燃油车”“新能源汽车盈利具有一定挑战”“坚持‘油电并重’战略”。

尽管“向电动化转型是大势所趋”已经在传统车企中形成共识，但向电动化转型，传统汽车公司更倾向于采取“油电并重”策略，多种技术路线并行推进。

近期，有多位传统车企高管谈及采取“油电并重”战略背后的原因，《中国经营报》记者了解到，这类战略选择是由市场、消费者、业绩、新能源业务研发投入大等多种因素共同作用的结果。

“燃油车是包括大众、丰田、宝马、奔驰、通用等传统汽车巨头的的基本盘，基本不牢、地动山摇。在新能源车型推进还未达预期，第二增长曲线刚刚起步的情况下，保证燃油车的基本盘，为新能源业务发展提供现金流保障，这对于传统车企转型至关重要。”“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受记者采访时表示。

当被问及奔驰如何平衡燃油车以及新能源车的发展态势？梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯（Hubertus Troska）向记者指出：“毫无疑问，我们希望在2024年继续推动纯电车型在华销量的增长，与此同时，仍会在2024年推动我们在燃油车领域的增长。无论是电动车还是燃油车，我们都致力于把最优秀的产品交付给客户。”

“油电并行”推进转型

大众是跨国车企中向电动化转型最为激进的一家车企，但这并不意味着大众放弃燃油车业务。基于更为现实的考量，大众在面向“电动化”这一终极目标时，选择践行“油电并重”的战略。

“新能源汽车盈利具有一定挑战，我们在燃油车方面的积累能够为我们继续投入新能源汽车，推动新能源销量（增长）和（为）研发奠定基础。所以，大众汽车坚持‘油电并重’战略，一方面在燃油车市场

离不开燃油车“反哺”

“油电并重”战略选择背后有多方面的考量，除了燃油车仍具有可观的市场规模，消费者对汽车产品的需求多元化等原因，很关键的一点是，燃油车业务是传统汽车公司“稳利润”的压舱石。

翻看汽车公司的财务报表可以发现，目前，传统汽车公司仍依赖燃油车业务来保持公司整体的盈利水平，为尚未实现盈利的新能源业务输血。

插电式混动成“香饽饽”

“油电双行”并不意味着只单纯地推出油车和纯电汽车（BEV）两类车型，插电式混动（PHEV）的车型被越来越多的车企认为是新能源赛道的增长点。

乘联会数据显示，今年1~10月，BEV、PHEV零售销量分别为336.27万辆、107.26万辆，增速分别为19.2%、82.6%。从数据来看，

继续巩固优势；另一方面，我们正在加快电动化转型。”近期在广州车展上，大众汽车乘用车品牌中国CEO孟侠在接受媒体采访时坦言。

不仅大众，奔驰也选择“油电双行”战略，“奔驰在迈向电动化的过程中，践行着‘全面电动’的承诺，但不可忽视的是，当下仍有70%的客户选择了燃油车。因此，我们在‘油电双行’的产品布局下，向不同需求的客户提供相对应的产品。”北京梅赛德斯-奔驰销售服

“我们将充分发挥自身在燃油车市场上的优势。尽管燃油车市场总体规模在缩小，但集团凭借自身规模和成本优势，仍保持可观的盈利。这将为集团在华智能网联汽车业务发展提供必要的资金支持。”大众汽车集团（中国）董事长兼首席执行官贝瑞德在2023年中国汽车论坛上表示。

目前，大众电动车业务未能实现可观盈利。上汽大众一名高管曾在接受采访时表示，大众ID.3目

PHEV虽然销量不及BEV，但增速远超后者。

良好的市场前景，促使头部车企加速研发、推出PHEV车型。2021年1月，比亚迪发布DM-i超级混动技术，带动了PHEV车型销量一路高歌猛进。看到市场“红利”，随后长安、长城、吉利、奇瑞等车企开始加速追赶，打造插电式混动系统，近两年

务有限公司高级执行副总裁张焱指出。

丰田也是多种技术路线的拥趸者。丰田汽车社长佐藤恒治在11月初的日本移动出行展上表示：“也许大家会心怀疑虑，是不是丰田纯电不行才强调多路径，丰田做纯电电动车能行吗？没问题的。而且不仅仅是纯电动车没问题，氢燃料电池和混动、插电混动也没问题。丰田在电动化、低碳化上始终坚持多路径发展，因为市场需求是

前仍处于亏损状态，降价前每辆车的亏损为2.7万元，降价后每辆车的亏损超过4万元。

受电动汽车业务影响，梅赛德斯-奔驰第三季度利润率不及预期。对此，梅赛德斯-奔驰首席财务官哈拉德·威廉（Harald Wilhelm）在第三季度财报电话会议上表示：“公司仍致力于实现电动汽车目标，但如果电动汽车的利润率低于此前预期，可能会通过燃油车产品组合

来，相继推出多款PHEV车型。

除了自主品牌，以及在混动领域深耕多年的日系品牌外，德系代表大众、宝马、奔驰也开始重视PHEV赛道。

“我们认为，在纯电市场保持快速增长的同时，插电混动车型的需求不减，市场体量增速迅猛，它将成为新能源车市场增长的重要贡

献力量。”张焱表示。

“我们已经对插电混动市场进行了非常深入的研究，因此，我们会继续倾听用户声音，推出更多插电混动车型，加快布局。这也是我们工作的重点之一，相关工作正在有条不紊地开展中。”孟侠表示。

TrendForce（集邦咨询）发布的2023年第二季度全球主要PHEV

带来的回报来提高整体回报率。”

反观丰田虽然一直被质疑在电动化方面“慢半拍”“犹豫不决”，但其利润和销量却没有被“转型慢”拖累。丰田2024财年上半年总营收为21.98万亿日元（约合人民币10703.6亿元），同比增长24%；净利润为2.65万亿日元（约合人民币1290.47亿元），同比增长117.1%。

2024财年上半年，丰田全球累计销量为517.24万辆，同比增长

9.07%，其中，丰田纯电车型销量仅为5.9万辆。从销量结构来看，燃油车业务是丰田净利润增长引擎。

不仅跨国车企困顿于“电动车业务回报率低”，梳理国内上市车企半年报也可以发现，除比亚迪、理想外，一些尚未在新能源销量上形成规模效应车企只是“赔本赚吆喝”。甚至是卖得越多，亏得越多，很多车企开展新能源业务仍处于烧钱阶段。

虽然市场格局未定，但可以预见随着更多车企进入插电式混动赛道，市场蛋糕会越来越大，竞争也将更加激烈。

迷失双眼，真正的‘大头’依然是燃油车。根据乘联会发布的数据，2023年10月中国乘用车市场零售销量为203.3万辆，新能源车零售销量为76.7万辆，渗透率为37.73%，而燃油车占比依然高达62.27%。如果再

再将视角扩展到国际市场，除了新能源领域高歌猛进的中国市场外，无论是美国、欧洲还是日本，九成以上依然是燃油车，这也是诸多传统车企坚持“油电并重”的战略底气。”杨继刚分析称。

厂商销售市场份额显示，比亚迪PHEV市场份额占比最高，为36.5%，形成绝对领先，理想汽车紧随其后，占比9.9%，沃尔沃、奔驰、宝马占比分别为4.6%、4.3%、4%。

虽然市场格局未定，但可以预见随着更多车企进入插电式混动赛道，市场蛋糕会越来越大，竞争也将更加激烈。