

华晨宝马 CEO 魏岚德:

打造“最绿色的电动汽车”

■ 本报记者 卢奇秀



在全球化的低碳环保发展趋势下,车企也在加快绿色生产方式转型。其中,宝马集团率先为减少供应链二氧化碳排放量设定了具体目标:到2030年,车辆全生命周期二氧化碳排放量比2019年降低至少40%,供应链二氧化碳排放量较2019年降低20%。

宝马为何制定该目标?12月中旬,华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官(CEO)魏岚德(Johann Wieland)接受了记者采访,详述了背后的考量及行动路径。

“一辆汽车生产过程中,有75%的价值在供应链环节创造。”在魏岚德看来,企业要想获得长期的商业成功,可持续发展十分重要。宝马致力于打造“最绿色的电动汽车”,有责任和义务去推动供应链绿色转型和可持续发展。

具体而言,从原材料提取到汽车生产和使用,再到报废回收,宝马将从降低

碳排放密集型原材料的碳足迹、倡导原材料循环利用和使用可再生能源三个方面减少汽车全生命周期的碳排放。“华晨宝马沈阳工厂已实现100%使用可再生能源,但我们还要与合作伙伴一起逐步提高供应商生产、经销商日常运营中可再生能源的使用比例。”

魏岚德介绍,宝马筛选供应商伙伴,除传统的“质量、创新、灵活性和成本价格”四大关键标准外,还增加了“可持续发展”这一要求。他表示,宝马内部自产零部件比例较低,无论动力总成、电池还是电芯等部件均依赖供应商,“我们与供应商建立了深度合作且获得回报,公司很多创新都来自供应商。对于可持续发展,我们不会与供应商讨论碳减排或可持续发展的某项具体合作,而是提出一个宏观概念。”

“一辆汽车有25000个零部件,整个供

应链的二氧化碳减排要分摊到多个一、二级供应商,并需经过严格测算。宝马将与供应商一起商量具体的减排办法,共同应对可持续发展的挑战。”魏岚德坦言,如果一些供应商无法达成可持续目标,在下一轮采购和提名方面都将受到影响。

物流是可持续发展的重要板块。魏岚德介绍:“以铁路代替公路运输,尽可能减少航空运输次数,且只在紧急情况下运输少量零部件。我们也考虑电机驱动船运、试点电动卡车运输等,希望用更绿色的运输方式运营物流体系。”

为推进可持续发展目标落地,宝马将为中国市场提供更多电动化产品。按照规划,2023年前,宝马计划在中国推出12款纯电动车型,覆盖所有主流细分市场。魏岚德表示,可持续发展不能计算盈亏,当企业以透明、经得起检验的方式把可持续发展成果告知全社会,无论客

户购买意愿还是价值认同,都是水到渠成的事。

在魏岚德看来,可持续发展的挑战在于涉及面广,资金、可再生能源的使用和部署及新材料与新工艺的运用等都需考虑,技术只是其中一个方面,更需要工程师和各方面人才的支持,同时公司的组织架构、工艺流程等都会进行相应调整。最重要的是,观念意识的转变,包括供应商在内的每位员工对可持续发展观念的认同。

魏岚德进一步表示,基于2030年碳减排的总量目标,宝马已对生产环节、供应链环节及产品终端进行了目标分解,“与企业数字化转型不同,可持续发展更多是价值体系的建立或对个人观念的转变,因此不会交给某一个人或单一部门来完成,而是要贯彻到整个组织体系中、从最高层领导到每一名员工的日常行为中。”



关注

智能电动汽车进入大众化阶段

本报讯 记者卢奇秀报道:全国工商联汽车商会新能源汽车分会会长李金勇日前表示:“自动驾驶价格下行趋势已然明确,为其向下普及奠定了基础。预计到2025年,包括摄像头、毫米波雷达、超声波雷达、激光雷达等配置在内的全套自动驾驶技术费用将降至3万元左右,仅为2018年自动驾驶套件30万元成本的1/10。”

据了解,今年以来,新能源乘用车和L2级智能乘用车的市场渗透率在多个月份跨过了20%关口。这表明新能源汽车、智能汽车进入大众化应用阶段。但同时,大众市场并不是指低价、低质量、低服务的汽车。对此,哪吒汽车商贸公司总裁周江指出,目前市场上有很多价格低的微型电动汽车,销量不错,但不能以数量论英雄。微型电动车和智能电动车是两种截然不同的品类,不能一概而论,智能电动汽车大众化市场真正欠缺的是平价且高质量的产品,而不是便宜的产品。

宏景智驾创始人刘飞龙认为,自动驾驶无论多接近现代化IT产业,它仍是汽车产品,与消费电子差别很大,对温度、震动、寿命、可靠性方面均有很高的要求。因此,自动驾驶既要有车规级质量和可靠性保障,同时又要具备用户体验,是二合一系统。

此外,业界人士还认为,智能电动汽车的普及还离不开资本的助力。



前途汽车“归来”

■ 本报实习记者 杨梓

“好久不见,我又回来了”“我是年轻、充满活力的”——这是沉寂已久的前途汽车(苏州)有限公司(下称“前途汽车”)近日在其微信公众号发布的一条信息。自12月2日起,前途汽车微信公众号开始间歇性更新,而上次更新还是2020年7月30日。截至记者发稿,12月19日,前途汽车公众号推送的内容为苏州工厂规划发布会和交车仪式。业内人士表示,这意味着前途汽车正式归来。

即将交付新车 K20

12月2日,前途汽车在微信公众号发布了一条29秒的K50路跑视频,结尾处特意点亮了前途汽车在苏州工厂的logo标识;12月7日,前途汽车发文称,与金港汽车文化发展(北京)股份有限公司(下称“金港控股”)和苏州创意网络科技有限公司签署前途汽车元宇宙赛事战略合作协议,由金港控股提供赛车场地及改装维修团队,由前途汽车提供车辆改装方案、零部件。

随后,12月18日,2022知前途策略分享会在前途汽车苏州工厂举行,前途汽车发布了2022年发展规划。同时,前途汽车举行了K50下线仪式并向用户交付新车。在此次策略分享会中,前途汽车、长城华冠董事长陆群介绍了公司在技术研发及应用方面的“三新”规划——新材料、新能源、新智能。同时,前途汽车宣布旗下全新车型K20将于2022年上市并布局海外市场。

“随着新能源汽车市场逐渐饱和与成熟,缺乏亮点与体验感的产品将面临巨大的冲击和挑战。面对新能源汽车市场的快速演变,前途汽车将打破常规,以富有前瞻性的设计和自主掌握核心技术打造差异化产品,为用户带来极致的跑车驾驶。”陆群表示。

曾深陷困境

资料显示,前途汽车于2015年2月成立,主营业务为传统汽车、新能源汽车、军用车辆设计及电动车研发、生产、销售。前途汽车于2016年获得国家发改委颁发的新能源造车资质,并于2018年获得工信部造车资质,是当时继北汽、上汽等车企后,第六个获得双资质的车企。

2015年4月,K50工程样车亮相上海车展。2018年8月,作为前途汽车的首款量产车,K50上市,官方定价75.43万元,补贴后的售价为68.68万元,是当时国内造车企业最贵的一款纯电动汽车。过高的定价也使得该车销量惨淡,上市后一年仅售出131辆。

数据显示,长城华冠自2015年9月在新三板挂牌,共募得超过20亿元资金。不过,2016-2018年,长城华冠经营情况不佳,分别亏损0.98亿元、2.26亿元、6.09亿元;2015-2018年前三季度,长城华冠归属于挂牌公司股东的净利润分别为-2174.7万元、-9844.28万元、-2.26亿元、-3.7亿元,最终于2019年2月终止在新三板挂牌,并连发四则公告暂停股票转让,最终选择摘牌退市。前途汽车的发展资金就此消失。

从2019年开始,前途汽车开始陷入困境。随着新能源汽车补贴大幅退坡,不少车企陷入危机,众泰、长江、博郡、奇点、绿驰等车企相继爆出欠薪消息,前途汽车也不例外。同年2月,前途汽车被曝拖欠工资及供应商货款。2020年11月,前途汽车被曝资金链断裂,位于北京三里屯的全国首家门店撤出,同时位于金港汽车公园的交付中心人去楼空,首款车型K50

也停产。

截至记者发稿,企查查的统计数据,前途汽车共涉及679起司法案件,长城华冠涉及325起司法案件。

或为他人代工

今年5月底,长城华冠在苏州前途汽车基地召开了2021年第二次股东大会,选举产生了新一届董事会和监事会,并决议批准了有关公司融资和股权激励的方案。

12月10日,瑞峰新能源发布公告称,将认购长城华冠不多于4%的股权。目前长城华冠正进行一轮集资,拟通过投资者认购新股的方式筹集约2亿-2.4亿元。

值得注意的是,企查查的信息显示,由前大众中国高管苏伟铭创立的北京宾理汽车技术开发有限公司(下称“宾理汽车”)已与前途汽车母公司长城华冠产生关联,目前长城华冠持有11月29日刚成立的宾理汽车20%股权。据了解,宾理汽车并无造车资质与生产基地,因此业内人士认为,宾理汽车可能通过前途汽车代工入场造车。

业内人士认为,前途汽车进入新能源汽车市场的时间与蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车等如今市场表现较好的新造车企业相比并不算晚,但在产品布局等方面出现较大问题。对于一直被公众议论的K50过高售价的问题,陆群表示,2022年上市的K20价格会更亲民。

如今新能源汽车市场已经大变,近期还诞生了轻橙时代、盒子汽车、自游家等新晋品牌。前途汽车未来将如何发展,本报将持续关注。

“保守派”丰田发力纯电动

集中发布15款全新纯电动概念车,覆盖SUV、轿车、皮卡、MPV等几乎所有车型

■ 本报实习记者 杨梓

12月14日,丰田汽车召开电动化转型战略发布会,除此前已经亮相的bZ4X外,一口气带来15款全新纯电动概念车,覆盖SUV、轿车、皮卡、MPV等几乎所有车型。而就在今年9月,丰田才宣布到2030年将投入1.5万亿日元用于纯电动汽车和混合动力汽车电池研发、制造,实现2030年电池年产能或超200GWh。

近期在纯电动汽车领域动作频频的丰田,是否会一改此前的“保守”?

扭转电动化转型迟缓的品牌形象

丰田在此次电动化转型战略发布会上表示,预计到2030年,将投入8万亿日元用于研发制造插电式混合动力电动汽车、油电混合动力汽车和氢燃料电池汽车,其中4万亿日元用于纯电动汽车研发,将推出30款纯电动车型,在全球范围内提供包括乘用车、商用车等在内的全方位产品阵容。届时,每年可销售350万辆纯电动汽车。

同时,丰田宣布到2035年,旗下高端品牌雷克萨斯将转型成豪华纯电品牌。其中,雷克萨斯将先在欧洲、北美、中国实现100%纯电动化,2035年这一目标将扩展至全球。这意味着雷克萨斯是继捷豹、沃尔沃、林肯、奥迪之后,全球第5家宣布成为100%电动化的豪华品牌。

据了解,丰田第一款纯电动车型bZ4X将于2022年量产。丰田中国董事长兼总经理上田达郎表示,bZ纯电动专属系列车型规划了7款车,其中5款将导入中国市场。同时,未来丰田将把电池投资从9月宣布的1.5万亿日元增加到2万亿日元,并期待有更先进、更高品质且更有竞争力的电池。

混合动力车型一直是丰田的“王牌”,但在纯电动领域,却显得发力不足。业界普遍认为,作为全球头部车企,丰田此次动作旨在扭转电动化转型迟缓的品牌形象。

纯电动销量目标依然保守

目前丰田在170多个国家和地区导入约100款车型。据了解,丰田此前宣布将在2025年前停止生产传统纯燃油汽车,转而研发生产纯电动汽车、混合动力汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车。据了解,丰田2030年350万辆纯电动汽车的销量目标分布在4大市场,其中日本30万辆、北美100万辆、欧洲60万辆、中国150万辆。

在销量方面,大众是丰田最大的竞争对手。2020年,丰田全球汽车销量重回榜首,

达952.8万辆,大众为930.5万辆。在电动化转型方面,大众的计划是,到2025年实现300万辆以上纯电动汽车销量,到2030年全球销量的50%为纯电动汽车。若按照大众2020年的全球销量计算,2020年大众纯电动汽车销量将接近500万辆。即使丰田将目标提至350万辆,但与竞争对手相比,仍有一定差距。

事实上,一直被指电动化转型迟缓的丰田,早在1992年就成立了电动汽车研发部,1996年向市场推出了RAV4 EV,1997年推出了世界首款混合动力车型普锐斯。但是,丰田首款纯电动车型bZ4X将于2022年上市,明显晚于绝大部分竞争对手。

将继续扩大“碳中和车”

据了解,丰田对大规模普及电动化的保守态度来自于对日本能源供应、环境等多方面的考量。

此前,丰田总裁丰田章男曾因多次“炮轰”电动汽车冲上热搜。2020年底,丰田章男曾表示,电动汽车被过度炒作,发展电动汽车对环境的帮助不大,生产的电动汽车越多,二氧化碳排放问题就越严重;若所有汽车都由电力驱动,将导致日本夏季电力短缺。今年年中,针对日本政府的碳中和战略,丰田章男认为贸然推动电动化将使日本汽车业受到严重冲击,让日本每年损失800万辆汽车产量,未来可能有超500万员工面临失业。

此前日本政府计划到2030年将本国可再生能源占比提高到36-38%,是2019年的2倍。日本汽车工业协会表示,经测算,若要实现这一目标需继续向可再生能源领域追加超过25万亿日元投资,而且,为保证电力平稳供应,每年也需投入超过1万亿日元资金。

在丰田方面看来,电动化车辆可以根据使用的能源分成两类:一类是能够减少CO2排放的“碳减排车”,如果驱动汽车的能源不是绿色环保,那么无论什么样的电动汽车都不能让CO2排放变为零;另一种是能让CO2排放为零的“碳中和车”,如果使用的能源是纯绿色能源,那么即使是内燃机,也能实现碳中和。

丰田方面表示,今后将通过导入纯电动车型继续扩大“碳中和车”范围。但同时,丰田不会将纯电动车型视为未来唯一的发展方向。“不同地区的能源情况不一样,丰田希望应对各国、各地区的所有情况及需求,为实现碳中和提供多样化选择。”

