

两部门拟开展智能网联汽车上路通行试点

本报记者 郭少丹 北京报道

11月2日,工业和信息化部会同公安部组织起草了《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知(征求意见稿)》(以下简称“《通知》”)。试点内容包括:在全国智能网联汽车道路测试与示范应用工作基础上,工业和信息化部、公安部遴选符合条件的道路机动车辆生产企业和具备量产条件的搭载自动驾驶功能的智能网联汽车产品,开展准入试点;对通过准入试点的智能网联汽车产品,在试点城市的限定公共道路区域内开展上路通行试点。

《中国经营报》记者了解到,《通知》中对智能网联汽车搭载的自动驾驶功能范围提出了明确要求,即指国家标准《汽车驾驶自动化分级》(GB/T 40429—2021)定义的3级驾驶自动化(有条件自动驾驶)和4级驾驶自动化(高度自动驾驶)功能。北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔向本报记者表示,试点工作开展后意味着国内自动驾驶技术、产品以及相关产业的发展进阶进一步得到利好支撑。

政策进一步利好

目前,深圳、上海、北京、重庆等地已出台相关政策支持智能网联汽车上路和相关产业发展。

《通知》对智能网联汽车试点城市、生产企业及产品准入、试点使用主体、上路通行等提出了明确要求。比如,对试点车辆发生道路交通事故安全违法行为或者交通事故时的责任进行了界定。《通知》指出,车辆处于自动驾驶系统未激活状态下的,由车内安全员承担;车辆处于自动驾驶系统激活状态下的,由试点使用主体承担,但有证据证明车内安全员存在过错导致违法行为或者事故发生的除外。《通知》还指出,通过开展试点

工作,引导智能网联汽车生产企业和车辆使用主体加强能力建设,在保障安全的前提下,促进智能网联汽车产品的功能、性能提升和产业生态的迭代优化。基于试点实证积累管理经验,支撑相关法律法规、技术标准制修订,推进健全完善智能网联汽车生产准入管理体系和道路交通安全管理体系。张翔向本报记者表示,试点工作开展后意味着国内自动驾驶技术、产品以及相关产业的发展进阶进一步得到利好支撑。

市场热度不减

艾瑞咨询预计,随着自动驾驶产品渗透率加速提升,2025年,中国仅乘用车辅助驾驶市场规模将达到1048亿元,年均复合增长率约26.9%。

随着利好政策的深入推进,自动驾驶市场热度不减。据ICVCity研究院统计数据,今年三季度国内自动驾驶行业共完成41起投融资事件,公开披露的投融资总额超过11亿美元。艾瑞咨询预计,随着自动驾驶产品渗透率加速提升,2025年,中国仅乘用车辅助驾驶市场规模将达到1048亿元,年均复合增长率约26.9%。此次智能网联汽车准入和上路通行试点工作开展后,自动驾驶产业链企业或将再次受益。安信

证券发布研究报告称,线控底盘是实现L3级以上高阶自动驾驶的必要条件。其中线控制动是最先放量环节,预计2025年乘用车渗透率有望超过50%。而线控悬架为单价最高环节,国产化降本加速在30万元以下车型渗透。此外,线控转向是高阶自动驾驶的基石,预计2024年将开始规模化量产。华西证券认为,未来三年或为各城市布局智能驾驶的竞争窗口期,智能驾驶汽车市场被进一步激活,不同城市的智能汽车产业集群

据了解,目前,深圳、上海、北京、重庆等地已出台相关政策支持智能网联汽车上路和相关产业发展。《上海市加快智能网联汽车创新发展实施方案》部署车规级芯片、人工智能算法、激光雷达、车载操作系统、智能计算平台、线控执行系统等关键领域,推动车路协同等配套建设,提出目标到2025年产业规模达到5000亿元,L2和L3级汽车占新车生产比例超过70%。《重庆市自动驾驶和车联网创新应用行动计划(2022—2025年)》提出,

发展政策仍将快速发布与落地,车內有人到无人的演进,以及自动驾驶常态化收费运营和多场景落地,将是接下来几年各个城市在自动驾驶领域的着力重点。据了解,今年3月1日起正式实施的《汽车驾驶自动化分级》将驾驶自动化分为从0级到5级,分别为应急辅助(L0级)、部分驾驶辅助(L1级)、组合驾驶辅助(L2级)、有条件自动驾驶(L3级)、高度自动驾驶(L4级)、完全自动驾驶(L5级)。公开数据显示,今年



通过开展试点工作,引导智能网联汽车生产企业和车辆使用主体加强能力建设。视觉中国/图

到2025年,有条件自动驾驶汽车实现量产和规模化应用,形成满足高度自动驾驶要求的智能网联技术体系,关键技术领域的本地支撑能力超过80%,在国内率先建成适配更多车企和通信设备企业产品的

C-V2X网络。《深圳经济特区智能网联汽车管理条例》于今年8月1日正式生效,这是国内首部关于智能网联汽车的管理法规,对其中自动驾驶的准入规则、路权、权责认定等进行了明确规定。

宝马集团加速绿色转型 BMW iFACTORY 战略全面铺开

本报记者 陈燕南 北京报道

11月4日,《中国经营报》从宝马方面获悉,欧洲汽车制造商协会(ACEA)主席、宝马集团董事长齐普策随同德国总理朔尔茨和企业代表团访华。

“德中关系迈过五十年,贸易和创新是重要纽带。我很荣幸能作为企业代表团成员随朔尔茨总理访问中国。此次访问释放了一个强有力的信号:德中两国将继续加强经贸合作。在宝马看来,德中两国间双边关系以及合作依然有

着巨大潜力,并将得到进一步深化、发展和提高,双方的企业会得到更多的合作机会。我对此充满信心。我们看好中国市场中长期的发展前景。宝马集团将继续加深与中国企业的合作,与中国同频共进,推进高质量发展和共创共

赢。”齐普策表示。“可持续发展是宝马集团的战略支点之一。一直以来,宝马与广大中国合作伙伴在供应链、生产领域推进减排降碳,并发展循环经济。我们脚踏实地,从一点一滴做起,把握每一个减碳机会,包括在

客户体验方面。因此,我们携手经销商伙伴启动‘BMW领创绿星’项目,打造绿色客户体验。年内将有50家经销商率先加入‘BMW领创绿星’行列。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示。据了解,宝马集团提出的全新

BMW iFACTORY生产战略正在全面铺开,该战略旨在从“精益、绿色、数字化”三个维度定义未来汽车制造。宝马集团向记者表示,只有从最初的资源开采到最终的车辆回收都实现可持续,才能从根本上减少碳排放。

在生产端回收和再利用材料约占30%

齐普策表示,中国拥有全面的工业体系、供应链和人才储备,在很多方面都是全球的驱动力,比如处于宝马集团战略核心的数字化、电动化和可持续。中国仍将是宝马集团最具战略意义的市场之一。今年,宝马沈阳生产基地迎来两个重大扩建项目的竣工——大东工厂产品升级项目和华晨宝马生产基地大规模升级项目(以下简称“里达工厂”)。其中,里达工厂的落成标志着宝马最新的BMW iFACTORY生产战略顺利落地中国。聚焦“精益、绿色、数字化”,BMW iFACTORY战略旨在定义未来汽车生产,巩固宝马在该领域的领先地位。里达工厂能够根据市场需求随时转向100%的电动车生产,全新BMW i3已在这里下线。把自己最先进的生产战略引入中国,宝马集团以实际行动支持中国产业升级和高质量发展。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官戴鹤轩表示:“加强生产实力与加速绿色转型对今天的中国都十分重要。在沈阳,我们以最可持续的方式生产全球近1/3的BMW汽车。BMW iFACTORY理念的落地将帮助华晨宝马沈阳工厂在灵活性、高效率、数字化和可持续方面树立新的行业标杆,继续支持中国汽车行业的产业升级和绿色转型。在这一战略的指导下,我们在可持续之路上确立了三项工作重点:能源转型、资源管理、循环经济。”以能源转型为例,2021年9月,华晨宝马于中国首次绿色电力交易中一举达成了27.8亿千瓦时,绿色电力采购量居全国首位,可以保证未来4年沈阳生产基地的绝大部分绿电需求。目前,宝马沈阳生产基地已拥有占地29万平方米的太阳能电板,今年年底发电量将达6万兆瓦时,每年可减少近4.5万吨排放,相当于种植约450万棵树。资源管理方面,通过多种改

进措施不断减少水资源消耗,2021年,华晨宝马实现单台生产水资源消耗量仅为1.82立方米;循环经济方面,今年5月,宝马集团与华友循环签署协议,共同打造动力电池材料闭环回收与梯次利用的创新合作模式,首次实现国产电动车动力电池原材料闭环回收。宝马沈阳生产基地一直致力于以“最可持续”的方式生产汽车。2021年,华晨宝马单台生产二氧化碳排放量同比下降了7.8%,降低至0.17吨/台,较2016年降低了85%。在循环经济方面,宝马集团提出“再利用材料优先”原则。在供应链端,宝马集团与合作伙伴共同寻找有效的减碳途径,已经与全球供应商签订了超过400份协议,明确要求在生产过程中使用绿色电力。目前,宝马集团在制造车辆时使用的回收和再利用材料约占30%,这一比例将逐步提高到50%。

2026年逐渐过渡到绿色汽车用钢

在去年6月的首届峰会上,宝马携手中国发展研究基金会等机构共同发起“产业链绿色转型倡议”;之后,又联合产学研各方专家开展深度研讨,围绕钢铁绿色转型和绿电获取等专题提出了对策建议。同年,宝马制定了“中国供应链减排计划”,确定了八个工作模块——不仅包括高碳排放的原材料和零部件,如钢、铝、高压系统和塑料,也包括其他关键的可持续因素,如可再生能源电力、环境、健康与安全等,不少工作模块已于今年获得项目进展。今年8月,宝马集团宣布携手河钢集团打造绿色低碳汽车用钢供应链,将从2023年起在量产中逐步使用河钢的低碳汽车用钢,并在2026年逐渐过渡到基于氢冶金技术生产的绿色汽车用钢。目前,约40%的辽宁省供应商已经

开始使用可再生能源电力。到2030年,宝马计划将此比例提高到100%。与此同时,在今年,宝马在中国推出了“BMW领创绿星”计划,为宝马经销商减排降碳提供科学、全面且可执行的方案,从“绿色环境、绿色能源、绿色运营、绿色践行”四个方面将日常业务变得更加绿色可持续。“绿色环境”指通过采用高效设备、绿色家具建材、个性化设计等措施,为顾客营造绿色环保、安全舒适的全新体验;“绿色能源”是实现经销商碳减排的主要举措,要求经销商至少80%的日常用能为绿色能源电力;“绿色运营”结合经销商业务实际,鼓励经销商在日常运营中挖掘减排潜力;“绿色践行”则围绕“绿色倡议、企业社会责任、绿色传播、可持续发展培训和绿色

生活方式”五个主题开展丰富多彩的活动,让更多的员工和客户参与其中。预计到2022年底,BMW将向50家经销商颁发“BMW领创绿星”认证,并计划到2025年底全网经销商都完成“BMW领创绿星”认证。在充满挑战的2022年,宝马集团依然奋力推进产品电动化攻势,在前3个季度实现纯电动车型销量的同比增长65%。今年,宝马集团在中国市场呈献了5款纯电动车型,其中全新BMW i3就由里达工厂生产,而创新BMW i7堪称“最强7系”,是宝马成功发展和坚定电动化转型的最新例证。此外,宝马还积极参与充电基础设施建设。截至9月底,BMW联网的公共充电桩已超过45万根,覆盖全国320多个城市。

北京汽车1~9月营收1419亿元 增幅近15% 整体经营持续向好

近日,北京汽车股份有限公司(以下简称“北京汽车”,01958.HK)发布2022年三季度业绩。业绩公告显示,得益于三季度经营向好及快速上攻态势,今年1~9月,北京汽车实现营收1418.77亿元,同比增长14.53%;净利润增长13.55%至124.68亿元,归属于母公司股东的净利润达到32.15亿元,同比劲增20.43%。2022年,虽然中国汽车市场受多种因素影响,但依然顶住压力持续恢复。据乘联会统计,9月乘用车市场零售销量达到192.2万辆,同比增长21.5%,1~9月份累计零售销量1487.5万辆,同比增长2.4%,同比净增35.5万辆。面对挑战不断、变化莫测的市场与大环境,北京汽车通过保供



应、促生产、抓销售、降成本等多重措施降本增效,同时不断优化产品结构、加码电动化、智能化业务,在

三季度盈利表现良好,为实体经济复苏向好贡献力量,也为品牌本年度顺利收官拉开序幕。

北京汽车旗下品牌表现各有千秋 整体经营全面向好

自主品牌以产品带动品牌焕新,撬动增量市场。今年7月,北京汽车首款全场景定义智能汽车魔方正式上市。这款SUV,意在开启品牌向上之路,对年轻化市场发起冲击。合资品牌也实现了存量市场的连续上涨。今年三季度,北京现代销量持续回暖,逐步稳健回

归主流合资品牌赛道。全车系9月销量突破3万辆,总销量连续4个月环比上升,主销车型销量数据明显回升。第七代伊兰特连续3个月销量破万,第五代途胜L和全新ix35两款主力SUV 9月合计销量突破1.3万辆。从销量数据来看,北京现代或迎来新的发展周期。

发力核心技术 以电动化、智能化为引擎优化产业结构

当前,整个汽车产业正在向电动化、智能化加速转轨,新四化也是我国汽车产业高质量发展的战略选择,科技自主创新已成为决胜未来的“关键钥匙”。北京汽车凭借前瞻性思维部署,加速向“电动化、智能化、网联化”转型,全面布局燃油、混动、纯电驱动三个方向并发力核心技术,聚焦新能源与智能网联技术以全面优化产品结构。从销量来看,北京汽车电动化转型成效显著。今年9月,北京汽

车纯电动车型销量环比增长22%,其中自主纯电动车占比超过30%,出口海外同比劲增233.6%,首批北汽魔方车型已发运南非市场。而随着首款基于EVA纯电平台正向研发的北京奔驰纯电车型全新EQE上市,北京汽车在新能源细分市场的产品阵容更加丰富,为其实现“全面电动”奠定坚实基础。而在智能赛道上,北京品牌则推出@me智能化平台,以“场景化座舱+车联网+自动驾驶”为核心变革方向,提出“以场景定义需求”

的3.0时代产品规划,并推出其首款车型魔方。该款车型是其搭载Harmony OS智能座舱系统的首款燃油车型,随着魔方上市,北京汽车在智能化层面的先行优势将再次展现在消费者面前。2022年快要接近尾声,从前三季度汽车行业销量以及北京汽车三季度猛烈增势来看,北京汽车股价发力点已显现。通过持续降本增效、扩大出口、突破核心技术、产业转型等稳健向上举措,北京汽车全年成绩单值得期待。广告