

“双碳”目标下北京新能源智能网联汽车产业发展对策研究

——以北汽集团为例

赵紫杰¹ 王奕荃² 谢史恒¹ 王子龙¹

1. 北方工业大学 北京 100144

2. 对外经济贸易大学 北京 100029

摘要: 随着全球能源危机和环境污染问题的日益严重,新能源汽车成为了全球汽车产业的重要发展方向。我国政府高度重视新能源汽车产业的发展,将其列为战略性新兴产业,并出台了一系列支持政策。北京汽车集团有限公司(简称北汽集团)作为我国汽车行业的重要骨干企业,积极布局新能源汽车领域,以实现企业的可持续发展。本文旨在深入剖析北汽新能源汽车的发展现状、优势与劣势,探讨其发展战略和策略,为北汽新能源汽车在激烈的市场竞争中提供有益的参考。

关键词: 双碳目标; 新能源汽车; 智能网联; 北汽集团; 发展战略

引言

随着全球能源危机和环境污染问题的日益严重,新能源汽车成为了全球汽车产业的重要发展方向。我国政府高度重视新能源汽车产业的发展,将其列为战略性新兴产业,并出台了一系列支持政策。北京汽车集团有限公司(简称北汽集团)作为我国汽车行业的重要骨干企业,积极布局新能源汽车领域,以实现企业的可持续发展。本文旨在深入剖析北汽新能源汽车的发展现状、优势与劣势,探讨其发展战略和策略,为北汽新能源汽车在激烈的市场竞争中提供有益的参考。研究成果对于推动北汽新能源汽车产业发展、提升企业竞争力具有重要的实践意义。

1 新能源汽车产业发展背景

1.1 新能源汽车产业概述

新能源汽车作为全球汽车产业的重要发展方向,近年来在我国得到了快速发展。特别是在政策扶持、技术进步和市场需求驱动下,新能源汽车产销量持续增长。根据我国相关统计数据,新能源汽车市场份额逐年上升,已成为汽车市场的一股新兴力量。目前,新能源汽车市场主要分为纯电动汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车三个类别。其中,纯电动汽车占据主导地

位,市场份额最大。在车型方面,主要以乘用车和商用车为主,乘用车市场逐渐呈现出多元化、高端化的发展趋势,而商用车市场则更注重经济性和实用性。随着全球能源危机和环境污染问题日益严重,新能源汽车市场将继续保持快速增长态势。技术创新方面,新能源汽车技术将不断突破,电池能量密度、续航里程、充电速度等关键性能指标将得到显著提升。市场竞争方面,随着新能源汽车市场的不断扩大,企业间的竞争将愈发激烈,产业整合和洗牌加速。产业链成熟方面,新能源汽车产业链将逐步完善,包括电池、电机、电控等关键零部件产业将得到快速发展。市场细分方面,新能源汽车市场将更加细分,个性化、定制化产品将满足不同消费者的需求。

1.2 新能源汽车产业发展现状

近年来,随着“双碳”政策的落实与推动,新能源汽车产业飞速发展,尤其是2021年更是有着“爆发式”的增量,直接推动了新能源汽车产业从“政策驱动”到“市场拉动”,步入行业快车道(中国新能源汽车发展历程见表1)。

表1 中国新能源汽车发展历程

时间	发展阶段	特点	政策与市场
2010年左右	初步发展推动时期	产业化进入初期	国家补贴政策引导市场搭建与初期布局
2016年	市场逐步完善	导入期、成长期等阶段	-
2021年	高速发展期	出现“爆发式”增量	站在“双碳”新时代下的行业风口

据中国汽车协会统计,目前我国新能源汽车在数量

作者简介: 赵紫杰, 2004-09-28, 汉族, 北京, 本科, 企业信息与管理

项目名称: 北京高校大学生创新创业训练校际合作计划项目: 北京新能源智能网联汽车产业创新研究, 项目编号: 202498049

上已超过650万辆，位列全球第一。自2010年左右开始，中国新能源汽车的产业化进入了初步的发展推动时期，国家对于该行业的补贴政策切实引导了新能源汽车产业进行的基础市场搭建以及初期的底层布局，为后续新能源汽车能够突破市场化奠定了坚实的技术基础。在经过导入期、成长期等一系列阶段后，逐渐步入了真正意义上的高速发展期，2021年更是出现了“爆发式”的增量，成功站在了“双碳”新时代下的行业风口（新能源汽车销量趋势见表2）。

表2 新能源汽车销量趋势

年份	月份	(万辆)
2020	11月	21
2021	2月	因春节假期销量降低，暂不统计
2021	3月	22
2021	6月	25
2021	8月	31

在统一管理方面，我国以大数据为核心技术主导，构建了车联网平台录入新能源汽车数据。以国家为一级、地方政府为二级、企业为三级的自上而下的监管体系对各项新能源汽车用户数据进行精确把控。自2017年构建国家新能源汽车监管平台以来，每年的接入量都在稳步上升，2021年强化“双碳”目标后，接入量更是得到了爆发式的增长。截至2021年12月，已接入国家监管平台的新能源汽车达632万辆，总行驶里程长达2000多亿公里，综合碳减排量超8000万吨。同时，该平台还能够为新能源汽车用户提供多种层面的服务，包括行驶安全检测、财政补贴核算、节能减排交易、产品质量分析等，为新能源汽车用户带来各种便利，从而切实推动新能源汽车销量与品牌效应同步提升，在“双碳”目标落实的任务中有着不可或缺的作用。

1.3 新能源汽车产业发展前景

可以预见在未来很长一段时间内，新能源汽车行业会持续稳定行驶在行业发展快车道上，然而当下新能源汽车企业在面对“双碳”政策带来的种种机遇时，也面临着诸多的挑战，因此新能源汽车企业发展战略的变革和思考也就显得尤为重要。

在技术创新方面，新能源汽车技术将不断突破，电池能量密度、续航里程、充电速度等关键性能指标将得到显著提升。市场竞争方面，随着新能源汽车市场的不断扩大，企业间的竞争将愈发激烈，产业整合和洗牌加速。产业链成熟方面，新能源汽车产业链将逐步完善，包括电池、电机、电控等关键零部件产业将得到快速发展。市场细分方面，新能源汽车市场将更加细分，个性

化、定制化产品将满足不同消费者的需求。

在“双碳”目标推动下，我国新能源产业会引领一股绿色低碳新风潮，其中新能源汽车会加速替代传统燃油汽车，以光伏、风电为主要代表的清洁能源将逐步走入传统能源市场，大规模电网、电化学储能产业将会快速发展，电力市场化建设进程加快推进，全国统一碳市场建成并逐步完善，同时以新能源为核心的新型电力系统也会同步加快搭建完成。事实上，新能源汽车产业与以上多个高新绿色新能源领域都有着丰富的相关性，发展新能源汽车产业不仅能够在积极应对气候变化的问题上取得可以预见的良好成效，同时也是推动我国汽车产业经济高质量绿色可持续发展不可或缺的一项重要事业。

2 北汽新能源汽车发展现状

北汽新能源汽车作为我国新能源汽车产业的代表之一，拥有较高的市场份额和品牌知名度。在产品布局、技术研发、市场推广等方面，北汽新能源汽车均取得了显著成果。根据市场调查数据显示，北汽新能源汽车在纯电动乘用车和商用车市场表现良好，销量位居国内前列。此外，北汽新能源汽车还积极拓展海外市场，提升了国际竞争力。

2.1 北汽新能源汽车产品布局

北汽新能源汽车在产品战略方面，应以市场需求为导向，完善产品布局，提升产品竞争力。针对不同细分市场，推出具有针对性的产品，满足消费者多样化的需求。

2.1.1 轿车市场

北汽新能源在轿车市场推出了多款纯电动轿车，如EU系列、EX系列等。这些车型在市场上获得了良好的口碑和销量，满足了消费者对纯电动轿车的多样化需求。

2.1.2 SUV市场

针对SUV市场的热门需求，北汽新能源推出了多款纯电动SUV车型，如EX360、EX5等。这些车型在续航里程、动力性能等方面表现出色，受到了消费者的广泛认可。

2.1.3 商用车市场

在商用车市场，北汽新能源推出了多款纯电动客车和货车，如BJ6123纯电动客车、BJ5049XXY纯电动货车等。这些车型在环保性、经济性等方面具有显著优势，满足了城市公共交通和物流配送等领域的需求。

2.2 北汽新能源汽车技术研发

2.2.1 电池技术

电池技术是新能源汽车的核心技术之一，直接关系到车辆的续航里程、安全性以及成本。北汽新能源汽车在电池技术研发上投入巨大，致力于提升电池的能量密

度、循环寿命和安全性。通过采用先进的电池材料、优化电池包结构和热管理系统,北汽新能源的车型在续航里程上实现了显著提升,部分车型的综合工况续航里程已超过500公里,有效缓解了消费者的“里程焦虑”。此外,北汽新能源还在探索固态电池、锂硫电池等前沿技术,这些技术有望在未来进一步提升电池的能量密度和安全性,为新能源汽车的普及和发展提供强有力的技术支撑。同时,公司还注重电池的梯次利用和回收处理,推动绿色循环经济的发展。

2.2.2 驱动电机与电控系统

驱动电机和电控系统是新能源汽车动力系统的关键组成部分。北汽新能源在驱动电机方面,通过自主研发和合作创新,不断提升电机的效率、功率密度和可靠性。公司采用永磁同步电机和异步电机等多种技术路线,根据车型特点进行优化匹配,确保动力输出的平顺性和响应速度。在电控系统方面,北汽新能源致力于开发高度集成化、智能化的电控单元,通过精确控制电机的转速、扭矩和能量回收,实现动力系统的高效运行。同时,公司还利用大数据和人工智能技术,对电控系统进行持续优化,提升车辆的能效和驾驶体验。

2.2.3 智能网联与自动驾驶

智能网联和自动驾驶是新能源汽车未来的发展方向。北汽新能源在智能网联技术方面,通过车载通信、云计算和大数据等技术,实现车辆与道路、行人、其他车辆以及云端的信息交互,为用户提供更加便捷、安全的出行体验。公司还推出了智能语音助手、远程控制、在线导航等功能,提升了车辆的智能化水平。

在自动驾驶技术方面,北汽新能源与国内外多家知名企业和研究机构合作,共同推进自动驾驶技术的研发和应用。公司已经在部分车型上实现了L2级别的自动驾驶功能,包括自适应巡航、车道保持、自动泊车等。未来,北汽新能源将继续加大在自动驾驶技术上的投入,推动L3、L4级别自动驾驶技术的研发和应用,为用户提供更加安全、高效的出行方式。

2.3 北汽新能源汽车市场推广

市场推广是北汽新能源汽车提升品牌知名度和市场份额的重要手段。公司采取多种营销策略和手段,加强品牌建设和市场推广。

2.3.1 品牌建设

品牌建设是北汽新能源汽车市场推广的核心。公司通过赞助体育赛事、参与公益活动、举办品牌发布会等方式,提升品牌知名度和美誉度。同时,公司还注重与

消费者的互动和沟通,通过社交媒体、线上线下活动等渠道,了解消费者需求,传递品牌价值。

2.3.2 渠道拓展

渠道拓展是北汽新能源汽车市场推广的关键。公司通过与经销商合作、建立直营店和体验中心等方式,完善销售和服务网络。同时,公司还积极拓展海外市场,通过设立海外销售公司和建立海外售后服务体系,提升国际竞争力。

2.3.3 营销策略

营销策略是北汽新能源汽车市场推广的重要手段。公司根据不同市场、不同车型的特点,制定差异化的营销策略。例如,针对轿车市场,公司注重提升产品的性价比和舒适性;针对SUV市场,公司强调产品的越野性能和时尚外观;针对商用车市场,公司注重提升产品的环保性和经济性。同时,公司还通过限时优惠、购车礼包等促销手段,吸引消费者购买。

2.4 北汽新能源汽车面临的挑战与应对策略

尽管北汽新能源汽车在产品布局、技术研发和市场推广等方面取得了显著成果,但仍面临一些挑战。例如,新能源汽车市场的竞争加剧,消费者对续航里程、充电便利性等问题的关注度提高,以及政策环境的变化等都对北汽新能源汽车的发展产生影响。针对这些挑战,北汽新能源汽车应采取以下应对策略:一是继续加大研发投入,提升产品的技术水平和竞争力;二是加强与产业链上下游企业的合作,共同推动新能源汽车产业的发展;三是优化销售渠道和服务网络,提升用户体验和满意度;四是密切关注政策环境的变化,及时调整市场策略和产品布局。

3 结语

北汽新能源汽车作为我国新能源汽车产业的代表之一,在产品布局、技术研发、市场推广等方面均取得了显著成果。未来,公司将继续坚持创新驱动发展战略,加强品牌建设和市场推广,不断提升产品的技术水平和竞争力,为我国新能源汽车产业的发展做出更大的贡献。

参考文献

- [1]辛娟.双碳战略下的智能网联新能源汽车技术与应用[J].汽车与新动力,2023,6(6):1-4.
- [2]刘怡宁,万国超.双碳目标下成都市龙泉驿区新能源汽车产业链发展的主要特征与对策研究[J].决策咨询,2024(4):57-59.
- [3]石伟.智能网联新能源汽车未来路在何方?[J].汽车与配件,2024(7):36-37.