

被曝再推新品牌 奇瑞离新能源行业“头部位置”还有多远

■ 李卓玲

奇瑞又被曝将推新品牌了。

据36氪4月2日报道，奇瑞将于今年第三季度发布全新新能源汽车品牌，品牌名或为“越己”，首款车型将于年底正式上市。报道援引知情人士消息称，新品牌已启动招商工作，城市门店将由一个全功能店+多个体验中心组成。

4月3日，时代周报记者查询国家知识产权局商标局中国商标网发现，奇瑞汽车股份有限公司从去年9月开始陆续申请注册“越己”商标，最新申请日期为今年2月7日，其中部分商标还处于“等待实质审查”阶段。同日，记者就前述消息向奇瑞方面求证，相关人士称，其暂时还没有相关信息。

在此次被曝推新品牌背后，奇瑞近两年在新能源领域动作不少。除了牵手华为合作智界外，还于去年推出了其首个新能源电动品牌iCAR，以及奇瑞品牌全新的新能源序列风云等。

奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃此前受访时曾喊话，2024年奇瑞非常有信心进入国内新能源汽车行业头部位置。不过，据乘联会4月2日发布的3月乘用车主力厂商新能源批发销量榜单显示，奇瑞汽车还未挤入前五，当月销量为24812辆，与排名第一的比亚迪相距甚远，后者当月销量突破30万辆。

“奇瑞算是自主品牌里自研技术各方面都做得不错的代表，相比之下，其

在营销方面可能还需补课，推新品牌等动作可能也有搏一搏营销的想法在。”4月3日，资深汽车行业分析师任万付对时代周报记者表示，不管其成不成，在目前这么卷的新能源车市中，奇瑞可能更多扮演“搅局者”角色，有争头部的希望，但困难绝对不比希望小。

多生孩子好打架？

据悉，奇瑞酝酿该新品牌或已多时。36氪前述报道援引知情人士消息称，奇瑞规划新品牌已经约一年时间，其首款车型代号T1GC，为混动紧凑型SUV，将搭载讯飞星火大模型，配备奇瑞最新底盘。目前，奇瑞研发总院正在公开招标T1GC的前保险杠本体注塑模具、后保险杠本体注塑模具等零部件供应商。新品牌将由奇瑞O&J事业部负责设计、研发与营销等工作。

时代周记者在国家知识产权局商标局中国商标网看到，奇瑞汽车股份有限公司去年9月27日就曾申请注册“越己”商标，目前该商标已注册，注册公告日期为今年3月28日，专用权期限为2024年3月28日至2034年3月27日。其国际分类为12，商品/服务涉及电动运载工具、串联式混合动力汽车、自动驾驶汽车、燃料电池汽车、插电式混合动力汽车等。此后，奇瑞汽车股份有限公司又于今年1月、2月多次申请“越己”商标。

目前，奇瑞对前述推新品牌传闻并未公开置评。不过，奇瑞一路走来，在

多品牌的探索上，已经经历过诸多波折。

2009年，奇瑞曾将品牌一拆为四，分别是奇瑞、开瑞、瑞麒、威麟，但瑞麒与威麟品牌随后被宣布逐步停用。2014年，奇瑞再度携奇瑞、开瑞、观致、凯翼等品牌，重启多品牌战略，但最终观致、凯翼相继被卖。

2018年，奇瑞推出全新产品序列捷途汽车，后者于2021年升级为独立品牌；而被官方定位为高端品牌的EXEED星途，也于同期诞生。但据奇瑞控股最新数据显示，今年3月，该集团销售汽车181585辆，其中，星途品牌销量为6653辆，占其总销量比重不到4%。

值得关注的是，去年4月，星途正式发布新能源产品系列——星纪元STERRA，并全球首发中大型电动轿车STERRA ES及中大型电动SUV STERRA ET两款车型。官方彼时称，星纪元STERRA将形成覆盖B到C级，轿车、SUV、MPV等多种车型的纯电和增程的全赛道产品矩阵，为20万元-50万元市场带来高端国民车型。

据奇瑞控股官微年初发布的消息称，2024年，星途将全面转型新能源，依托两大世界级平台——M3X超混平台、EOX超舒适高性能电动平台，计划推出3款燃油迭代、3款C-DM混动、2款纯电、2款增程的全域产品矩阵，全年销量目标冲击30万台。

“在冲高道路上，奇瑞此前推出了星途等品牌，虽然打着中高端品牌的旗号，但效果并不是特别的好。”任万付

对记者表示，从国内新能源汽车近几年发展来看，不少传统燃油车厂商通过新能源这条路打通了往上走的路径，对奇瑞而言，或也是突围之路。

挤入新能源头部位置胜算几何？

除了星途外，奇瑞在近两年在新能源领域动作不少。

今年2月28日，奇瑞集团纯电品牌iCAR旗下首款产品iCAR 03正式上市，共推出6款车型官方指导价为10.98万-16.98万元。尹同跃在上市发布会上扬言：iCAR要在10万-15万价格区间，做到最酷最潮最安全最智能，一定会乘势而上，一炮而红。

再往前，去年11月9日，奇瑞品牌全新的新能源序列风云正式发布，风云A9、风云T11两款概念车型迎来全球首秀。据官方年初消息，目前，奇瑞品牌已形成了瑞虎序列、艾瑞泽序列、探索序列、风云序列四大产品序列，打造出燃油+新能源双线产品矩阵。2024年，奇瑞品牌将推出8款升级迭代燃油车型，5款全新混动车型。

在2023奇瑞科技DAY现场，尹同跃曾坦言，奇瑞在新能源领域是起个大早赶个晚集。不过，这似乎并不影响其放狠话：2024年我们非常有信心，在新能源的行业排名上就不会像2023年这么客气了，我们一定会进入全国头部位置。

今年2月，在接受企业家杂志专访时，尹同跃再一次重申，在新能源和智

能网联汽车方面做到后来居上，奇瑞已经准备好了。“2024年我们非常有信心进入国内新能源汽车行业头部位置。”

不过，从目前市场表现来看，若要达成这一目标，其在新能源领域的追步还需加快。

据奇瑞控股4月2日发布的数据显示，奇瑞控股集团一季度累计销售汽车529604辆，同比增长60.3%，继续保持高速增长的态势。其中，累计出口汽车253418辆，占总销量比重接近一半。此外，奇瑞集团一季度销售新能源汽车60133辆，占比约12%。

任万付对时代周报记者说道，从销量上看，奇瑞在海外市场卖得不错，出口规模很大，但其在国内新能源汽车市场上还需进一步突破。面对比亚迪等车企在新能源领域的狂飙，奇瑞作为曾经的自主品牌一哥，肯定也沉不住气。但目前而言，要争取国内新能源车头部位还是存在一些实际困难等。

据乘联会发布的3月乘用车主力厂商新能源批发销量榜单（含预估，非最终排名）显示，比亚迪、特斯拉中国、长安汽车居前三之位，销量分别约为30.16万辆、8.9万辆、5.29万辆（预估）。奇瑞汽车未进前五，当月销量为24812辆，落于广汽埃安、理想汽车等车企之后。

而在接下来的三个季度里，奇瑞将如何追赶？能否在年内进入国内新能源汽车行业头部位置？显然充满悬念。■

（文章来源：时代周报）

插混狂飙阵容应战 东风今年拟产100万辆新能源汽车

■ 贺晴

新能源汽车在各大车企销量数据中的分量越来越重。

4月2日，东风汽车集团有限公司（下称东风公司）发布了一季度销量数据。东风公司一季度销售66万辆，同比增长28.3%。销量结构中，新能源汽车销量增速跑赢整个公司大盘。其中，东风公司新能源汽车1-3月销量为17.8万辆，同比增长156.2%。

“东风坚定加码新能源，我们正在大干一场。2024年，东风全面向新能源年销100万辆发起冲锋。”在日前的东风汽车混动技术开放日暨马赫电混新车发布活动上，东风公司党委常委、副总经理尤峰表示。

本次活动中，东风公司发布了马赫电混PHREV技术，并亮相了搭载该技术的首款车型东风风神L7。

近年来，插混市场爆发。根据乘联会数据，2023年，国内插电式混合动力汽车零售销量为259万辆，同比增长82.5%；纯电动汽车零售销量为5148万辆，同比增长21%。插混车型销量增速远超纯电车型。

插混市场迈入高速增长阶段，与此同时，这一赛道也成为车企必争之地。近年来，比亚迪、吉利汽车、奇瑞汽车、长城汽车等自主车企都对插混市场进行布局。惠普评级中国企业研究董事杨菁向时代财经表示：2024年中国车市电动化稳步持续，包含增程式的插电混动将为电动化主要推动力，但该市场竞争将加剧。

进军插混市场，东风公司能否争得市



场蛋糕，实现在新能源市场的销量目标？

推混动车型聚焦长续航

新能源赛道的竞争主要是关键核心技术的竞争。

相较于PHEV（插电混动）或REEV（增程），在混动技术上，东风公司发布的马赫电混PHREV融合了功率分流与串并联两大混动技术流派。

根据东风公司介绍，马赫电混PHREV能够实现多种新能源驱动模式和优势的融合集成，可插混、可增程、可纯电。其具备7大能量管理模式、26种细分工作模式，系统效率93%，高效区利用率达95%。

高效混动系统离不开超高热效率的

混动专用发动机。2023年，东风公司在混动专用发动机核心技术突破45%热效率，同时开发中的发动机热效率已经突破47%，2026年将突破48%，并正开展热效率突破50%的新技术预研。

发布会现场，东风马赫电混PHREV技术首搭车型东风风神L7首发亮相。该车也是东风风神首款插混SUV车型。

据悉，新车具备205公里纯电续航，综合续航可达1500km，百公里馈电油耗低至3.8L，具备6秒级0-100km/h加速。智能化方面，东风风神L7搭载了东风OS 3.0智能座舱，全系标配8155芯片。“该车预计将于今年4月北京车展期间正式发布。”东风风神营销事业部总经理师建兴说。

在东风公司发力插混市场背后，是插混车型销量的迅速增长。根据乘联会数据，2023年，国内插电式混合动力汽车零售销量为259万辆，同比增长82.5%；纯电动汽车零售销量为5148万辆，同比增长21%。今年1-2月，前者同比增长75.7%，而纯电动汽车销量同比增速仅有17.9%。

插混市场增速之快让众多车企看好，比亚迪、吉利汽车、长安汽车等纷纷加码混动技术研发，相应车型相继落地，插混赛道也愈发热闹。比亚迪计划在今年推出第五代DM系统；吉利雷神电混平台即将推出新一代电混系统；长安汽车推出新蓝鲸iDD混合动力技术，亦主打可增程可混动。

国投证券在研报中指出，目前插混乘用车销量和渗透率远低于纯电乘用车，仍有较大增长空间。杨菁则认为，2024年中国车市电动化稳步持续，包含增程式的插电混动将为电动化主要推动力，但该市场竞争将加剧。

投资600亿加码新能源

东风公司希望借助风神L7进一步加速东风风神新能源转型进程。在新能源转型上，尤峰称，“东风加快改变以合资事业量、利为主的发展格局，加快实现自主与合资销量比例1:1，2024年全面向新能源年销100万辆发起冲锋。”

根据东风公司公布的销量数据，东风公司新能源汽车1-3月销量为17.8万辆，同比增长156.2%。

而根据东风汽车集团股份有限公司（简称东风汽车集团）2023年年报，去年，东风汽车集团股东应占亏损股东应占亏

损39.96亿元，较同期盈利10.265亿元大幅缩减142.61亿元。

处在变革和激烈角逐的中国新能源汽车市场，利润与销量如何抉择成为车企思考的难题。

东风汽车集团在2023年年报中提到，市场需求加速分化，合资非豪华牌销量持续下行。“以价换量”的竞争更为激烈，乘用车成交价格下降超过10%。集团正处于转型发展的调整期。尽管，整体经营面临挑战，但顶压前行，产销逐季恢复，四季度基本达到正常水准。

东风汽车集团去年实现销量约208.82万辆，其中，集团新能源汽车销量约3480万辆，占集团销量的比重提升27个百分点。

尽管今年一季度，东风汽车新能源车型销量录得较为亮眼的同比增速，但整体销量能否实现年销百万仍然是未知数。

值得一提的是，今年3月国务院国资委相关负责人提出，“要对央企的汽车企业新能源汽车业务实施单独考核”。

“去年11月，我们携集团10款自主研发新能源车型集体亮相，今年将在新能源市场上全面发力。”尤峰称。据悉，东风公司将密集投放30款全新乘用车新能源车型、14款商用车新能源基础车型。

尤峰表示，未来三年，东风将投入超600亿元，加快自主掌控关键核心技术，以期在新能源下一代超级融合平台、电池底盘一体化、高效电驱动、全固态电池、6C超级快充、车用操作系统、高阶自动驾驶等领域取得重大突破。■

（文章来源：时代财经）