

广汽传祺鏖战混动市场

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

迈步汽车“新四化”时代，传统车企从燃油车产品转型的路线之一即是混动汽车产品，既可绕开纯电动汽车技术的不足，也可以在多车

钜浪混动加持

广汽传祺目标到2025年全车型混动化，2030年混动销量占比超60%，挑战2045年实现碳中和。

从燃油车时代的SUV销冠迈入新能源时代，广汽传祺的“大象转身”正是众多传统车企当前的发展缩影。随着“双碳”目标逐步落地，广汽传祺近两年步入了调整期，并发布了“混动化+智能化”的发展战略，提出目标到2025年全车型混动化，2030年混动销量占比超60%，挑战2045年实现碳中和。

为了实现混动化发展目标，广汽传祺依靠广汽研究院发布了钜浪混动，并亮相钜浪混动模块化架构。在今年4月的钜浪混动发布会上，张跃赛表示，承接广汽集团电气化战略，广汽传祺推进HEV和PHEV混动技术的落地。历经13

混动技术突破

广汽传祺在混动市场的破局不仅需要技术上的突破，还需要应对来自自主品牌、外资品牌双方的挑战。

在“XEV+ICV”双核战略以及钜浪混动等技术的加持下，广汽传祺在2021年上海国际车展宣布将全速推进混动技术落地，打造中国最强混动技术平台。与此同时，各大自主品牌也争相发布自研的混动技术。一时间，混动汽车扎堆涌现。

例如长安汽车发布了蓝鲸iDD混动，采用高压直喷技术、智能热管理技术、米勒循环、智能润滑系统等技术，最高传递效率可达97%。今年3月，首款搭载蓝鲸iDD混动，采用高压直喷技术、智能热管理技术、米勒循环、智能润滑系统等技术，最高传递效率可达97%。今年3月，首款搭载蓝鲸iDD混动，采用高压直喷技术、智能热管理技术、米勒循环、智能润滑系统等技术，最高传递效率可达97%。

型混战的局面中争得一席之地。而广汽集团旗下的自主品牌广汽传祺即是走上了这条路线。

近年来，依靠广汽研究院研发的钜浪混动系统，广汽传祺推出了影酷、第二代GS8双擎版，并计划推出

年的技术沉淀，通过开放合作与自主研发，广汽传祺成为拥有双混动技术路线的品牌。

目前的钜浪混动包括两条混动技术路线：其一是正向自研GMC双电机串并联混动系统。GMC双电机串并联混动系统采用广汽2.0ATK高效阿特金森发动机，拥有广汽GCCS高效燃烧系统、低摩擦设计、废弃再循环系统、智能热管理以及降噪设计，是一款混合动力专用发动机，热效率为42.1%。7月，钜浪混动GMC2.0已正式量产下线，WLTC工况混动系统热效率利用率可达95.5%，而这套双电机串并联混动系统即将搭载

长城汽车也推出了“长城·柠檬”平台，兼备高效燃油动力、混合动力、纯电动、氢能源四种动力方案，其中柠檬混动DHT系统架构包含一套高集成度的油电混动系统（DHT），适配HEV和PHEV两种动力形式，系统总功率从140千瓦到355千瓦全覆盖，适配A、B、C三种不同级别车型。据悉，2022年该平台上的混动发动机热效率可达42%。

此外，比亚迪基于DM-i混动技术研发的插混车型也是插混市场有力的竞争对手，目前，DM-i混动系统的热效率可达43%，并已发布了多款搭载DM-i混动系统的车

M8混动版、影豹混动版。广汽传祺总经理张跃赛曾表示，计划到2025年，广汽传祺实现全车型混动化，2030年混动销量占比60%以上。

当前，除了新能源纯电领域，自主品牌对混动市场的布局也在加大。

在影酷、影豹等车型上。

其二是与丰田合作的THS功率分流混动系统，实现涡轮增压发动机和THS系统的结合。早期，广汽集团主要在大型车上首先采用了丰田第四代THS系统和最新2.0TM发动机的组合，解决大型车的混动化问题。随后，广汽2.0TM发动机与丰田第四代THS混动系统相联合，并已上市全新第二代GS8双擎系列，同时传祺M8HEV也将搭载该系统于2022年内上市。

在PHEV领域，2017年，广汽传祺第一款自主研发的混动车即是传祺GS4的第一代PHEV。而广汽自主研发的GMC系统后续也将

型，且销量不俗。而今年7月，中国五菱也正式宣布进军混动市场，与一众自主品牌的混动路线相似，五菱混动也有HEV和PHEV两种动力形式，率先推出的是HEV车型。

乘联会数据显示，今年上半年，我国插电式混合动力乘用车零售销量50.2万辆，同比增幅高达194.3%；普通混合动力乘用车销售量也有所上涨，6月同比增长近一倍。

显然，广汽传祺正处在国内自主品牌发力混动技术的时代，与此同时，外资品牌拥有的混动技术也已沉淀多年并通过了市场检验不断迭代更新，包括本田汽车的iMD双电机混动系统、丰田汽车的

比亚迪、中国五菱、长城汽车、长安汽车等车企均在HEV（混合动力汽车）或PHEV（插电式混合动力汽车）推出了自研的混动系统技术，加上外资品牌此前已迭代更新多次的混动系统技术，混动市场的竞争正愈发激烈。

广汽传祺A级车、B级车的PHEV上搭载。未来，广汽传祺还将推出基于钜浪混动模块化架构的传祺M8PHEV等其他车型。

此外，今年“2022广汽科技日”上公布了支撑钜浪混动技术的钜浪混动模块化架构。据悉，钜浪混动模块化机构由混动发动机、机电耦合系统和动力电池三大部分构成，采用平台化、模块化设计，兼容性更强，拥有经济适用型单挡系统、动力型功率分流系统、动力节能型多挡系统以及高效零碳氢混系统4大类别和多个动力总成组合，适配所有HEV、PHEV和REEV（增程式混动）等动力形式。

第四代THS系统、日产汽车e-Power的串联驱动等，凭借高热效率、同类竞品更优燃油经济性等特质，已占有一定的市场份额。

除此之外，近年来随着增程式混动技术的发展，混动市场的份额再度被增程式混动汽车所瓜分。比如增程式插混SUV领域出现的理想汽车的理想ONE车型，以及近期大热的问界汽车M7车型等等。

由此看来，广汽传祺在混动市场的破局不仅需要技术上的突破，与HEV、PHEV、REEV等混动技术竞争；还需要同时在自主品牌、外资品牌布局混动市场的情况下，夺得“一亩三分地”，仍需努力。



钜浪混动GMC2.0系统即将搭载在影豹车型上。

黄琳/摄影

营销出新招

种种营销策划加持下，7月，广汽传祺销量超3.1万辆，同比增长7.2%。

为了吸引新时代更多的潜在消费群体，车企对混动市场的营销计划也打破以往的常规。例如广汽丰田的雷凌车型即选择与年轻群体喜爱的潮玩梦工厂TOP TOY开启跨界联名合作，迎合Z世代开盲盒般的购车体验，而雷凌双擎车型今年1-7月销量斩获42490辆，在雷凌家族销量占比达36.8%，去年11月至今连续8个月为全国HEV轿车销冠。

而广汽传祺的混动车型营销活动则再度升级，打造出“混动钜能省，全路况大挑战”，包括“一箱油极限油耗测试”“一箱油征服塔克拉玛干无人区”“一箱油进击城市路况”三部曲。6月22日至26日，搭载钜浪混动GMC2.0混动系统的影酷与影豹共同完成了“一箱油极限油耗测试”。横跨山西、河北、辽宁的三省八市，经历路况地势复杂、昼夜温差大、超高强度行驶等一系列极限挑战，最终影酷测得1711公里续航，百公里3.2升油耗；影豹测得1537公里续航，百公里3.0升油耗。

7月24日~7月26日，广汽传祺钜浪混动家族影酷、影豹、全新第二代GS8组成混动挑战团开启

“一箱油征服塔克拉玛干无人区”，从乌鲁木齐出发，横跨塔克拉玛干无人区，在46℃气温下，测得百公里平均4.28升油耗，一箱油燃擎1285公里。而“一箱油进击城市路况”也将推出。

除此之外，广汽传祺影豹车型也在不断贴近赛车概念。除了发布影豹R在7月29日~31日的CTCC中国汽车场地职业联赛湖南株洲站中，参赛的影豹车手夺得第一站厂商杯冠军和车手杯冠军亚军，并拿下最快圈速；且在第二分站的首回合拿下厂商杯冠军和车手杯冠军，以及第二回合的车手杯亚军，成为本届CTCC最强的“黑马战队”。

与此同时，影酷车型也已于7月下旬开启盲订。目前影酷盲订半个月，订单已超万辆。种种别出心裁的营销策划加持下，7月，广汽传祺销量超3.1万辆，同比增长7.2%，同时1-7月累计销量突破20万辆，同比增长13.2%。当月，全新第二代GS8双擎版销量占比接近50%；MPV家族销量接近破万辆，其中传祺M8环比增长16.2%，上市至今累积销量已超过19万辆，高端市场份额进一步被巩固。

长安深蓝首款战略车型上市 助推长安汽车战略转型

自2017年启动第三次创业——创新创业计划，重庆长安汽车股份有限公司(000625.SZ,以下简称“长安汽车”)持续加快构建科技实力，全力推进其新能源“香格里拉计划”和智能化“北斗天枢计划”，加

打造数字出行科技品牌

“打造世界一线主流电动车中国品牌”，是长安汽车创建长安深蓝的初心。亮相之初，长安深蓝即提出“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景。

在长安深蓝的品牌价值中，“创新重构”意味着通过前瞻创新的产品设计、行业领先的平台架构，重构用户对于未来出行的认知与想象；“万物互联”则象征着构建天网互联的数字生态，实现全数字场景无限扩展。

面向用车生活，长安深蓝还将提供“体验随心”和“低碳生活”的

开启全新营销服务模式

作为长安深蓝的开篇之作与首款战略车型，长安深蓝SL03集品牌多项技术储备于一身，从轿跑美学、数字座舱、智能驾驶、性能及科技安全五大维度，在智能、续航、三电领域谋求突破。

具体到车型配置，长安深蓝SL03共推出纯电版、增程版、氢电版3种能源形式、4款配置版本的车型。

在三电领域，长安深蓝SL03兼顾高效率、高性能、高智能和高安全。而长安新一代超集电驱则提升整车空间和重量的有效利用率，令全电和后驱的设计理念得以落地，满足用户不同场景的出行需求。

在智能化方面，长安深蓝SL03三种动力形式的车型均搭载集成式自适应IACC，全系标配换道辅助、智能全景影像、AEB自动紧急刹车等智能驾驶辅助功能，帮助用户获得更好的驾驶体验。而十余项智能驾驶辅助系统、AR-HUD

速向智能低碳出行科技公司转型。

历经5年奋进与沉淀，长安汽车不仅在电动电气化品牌、技术、产品等多层面取得突破，还基于自身对Z世代新能源用户的洞察，推出“数字出行科技品牌”——长安

品牌价值，前者将营造智慧趣味的功能场景，聚焦个性定制的智慧服务，帮助用户自由拓宽无限边界体验，后者秉承绿色低碳的可持续发展理念，提供高效出行解决方案，推动人与自然的可持续共生。

随着全新品牌正式亮相，长安深蓝所拥有的技术储备也“揭开面纱”。其中，全电数字平台、新一代超集电驱系统、微核高频脉冲加热、智能整车域控制器“长安智慧芯”、iBC数字电池管家和智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶堪称长安深蓝向外界亮出的“技术名片”。

和14.6英寸向日葵屏等，都将为长安深蓝SL03用户的安全、娱乐和出行需求服务。

随着长安深蓝首款战略车型SL03驶入新能源市场，SL03用户也将体验到长安深蓝提供的全新营销服务模式，这意味着购车不仅是拥有一辆代步工具，更将享受便捷、透明的用车服务。

在长安深蓝建立的管家服务体系中，所有用户购车后即可享受免费金卡服务，而铂金卡、黑卡用户可享受更多增值服务。长安深蓝每年将根据用户的需求，持续迭代权益体系。一旦在用车过程中遇到问题，用户均可一键直连长安深蓝服务管家寻求帮助，实现品牌直连。

与管家服务体系相配合，长安深蓝将于今年内在全国建设超600家深蓝空间，用户可根据便利程度就近体验。与此同时，长安深蓝还将在全国建设超过600家维保中

深蓝，其首款战略车型深蓝SL03已于7月25日正式上市。

面对Z世代消费群体的崛起，长安深蓝将通过创新重构、万物互联、体验随心、低碳生活四大品牌价值，向用户提供便捷高效、可持

续的出行解决方案。对于长安深蓝使用的全电数字平台，长安新能源CEO邓承浩曾透露，“全电数字平台EPA1是一款兼顾未来出行前景和今日用车体验的全赛道纯电驱动专用平台。”

具体来看，长安深蓝全电数字平台是具有多补能形式的电驱动专用平台，拥有“四高属性”：动力系统驱动的电效率；以后驱为基因，兼顾四驱的高性能；以域控电子电气架构为基础的高智能；芯车云三层防护的高安全。

“为了提升EPA1平台的系统效率，我们从电驱系统、增程系统心，全面满足用户的维保需求，为用户提供便捷服务。

对于正在选购的潜在客户，长安深蓝也提出全链路透明，其一为订单透明，订单进度可通过长安深蓝官方APP在线查询；其二为价格透明，长安深蓝将执行全国统一定价；其三为服务透明，长安深蓝所有的官方服



务都将有透明的服务价格，同时承诺绝不收取任何额度的金融服务费。

秉持着“先达未来”的品牌口号与“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景，长安深蓝在未来5年将为用户提供6~7款全新产品，实现从紧凑型到大型市场全覆盖，满足用户不同场景的出行需求。

和氢燃料系统几个维度，提出了大量原创性的解决方案。”邓承浩介绍道，长安新一代超集电驱旨在推动电驱向高功率密度发展，贡献整车低能耗；而微核高频脉冲加热则助力改善电动车冬季用车困难。

在智能驾驶辅助方面，长安深蓝以智能泊车系统APA7.0与NID3.0高阶辅助驾驶为用户呈现便捷的智能驾驶辅助体验。其中，智能泊车系统APA7.0可在用户主要使用场景实现记忆泊车、远程挪车、遥控泊车等功能，满足用户在不同场景下的泊车需求。

务都将有透明的服务价格，同时承诺绝不收取任何额度的金融服务费。

秉持着“先达未来”的品牌口号与“用数字科技重构出行想象”的品牌愿景，长安深蓝在未来5年将为用户提供6~7款全新产品，实现从紧凑型到大型市场全覆盖，满足用户不同场景的出行需求。



加快推进电动电气化转型

将长安深蓝品牌的诞生与产品规划放置于长安汽车对新能源领域的谋篇布局，可以纵观长安汽车电动电气化转型之路。早在2001年，长安汽车就进入新能源领域，先后经历技术研究、产业化推广和市场化运行三个阶段，完成了从样车到产品的正向开发历程。

自2017年启动第三次创业——创新创业计划，长安汽车加速向智能低碳出行科技公司转型，全力推进新能源“香格里拉计划”和智能化“北斗天枢计划”，不断取得突破性成果。

在新能源领域，长安汽车目前已掌握MPA、EPA、CHN等架构，未来还将打造智能电动汽车架构SDA，从而不断加速新能源产品的推陈出新。在智能化领域，长安汽车目前已掌握视觉感知、多模融合等多项核心技术。

在多项核心技术的加持下，长安汽车也于2022长安汽车全球伙伴大会正式公开未来的发展目标：到2025年，长安汽车总销量达到400万辆，其中，长安品牌300万辆，新能源销量达到105万辆，占比达到35%；2030年，长安汽车销量达到550万辆，其中，长安品牌450万辆，新能源销量达到270万辆，占比达到60%，海外销量占比达到30%。

参考长安汽车已经取得的销

量成绩，2021年，长安汽车集团取得批销量230.1万辆，同比增长14.8%，连续三年实现增长；长安系中国品牌乘用车批销量为120.4万辆，同比增长23.1%。

而在2022年上半年，长安汽车集团累计销量也突破110万辆，其中长安系中国品牌汽车累计销量突破90万辆，自主品牌新能源累计销量为8.5万辆，同比增长127.26%。

在销量增长的助推下，长安汽车的经营业绩与市值也同比上升。在近期披露的长安汽车2022年半年度业绩预告中，长安汽车预计归属于上市公司股东的净利润为50亿元~62亿元，同比增长189.14%~258.54%。

在市值方面，截至6月30日，长安汽车总市值约1718亿元，较年初上涨48%，其中6月28日长安汽车市值创其历史新高，突破2000亿元。

为了达成长期战略目标，长安汽车还提出七大关键行动动力，包括品牌焕新、全域产品提速、掌握核心技术、构建新生态、数字化转型、国际市场开拓和资源保障。长安汽车预计，到2025年，企业将在新能源、智能化、科技创新、数字转型等重点领域投入超800亿元，加快构建转型领域核心能力，为助力中国新能源汽车产业“换道超车”贡献长安力量。 广告