

比亚迪回应起火车辆系2019年销售 业内称续航飙升激化安全与里程矛盾

此次自燃事故是否由电池引发,还需等待相关部门调查

本报记者 龚梦泽

近日,北京中关村壹号地下车库发生电动汽车自燃事故,引发业界强烈关注。据了解,该自燃事故发生于11月22日晚上9点前后,自燃车辆疑似一辆比亚迪秦Pro。据当事车主所发朋友圈内容显示,车主坐在车内听见声音有异后,便抱着孩子下了车。随后,该车辆发生爆炸,所幸未造成人员伤亡。

针对此次事故,比亚迪方面于11月24日回应称:“现场火情及时扑灭,未发生爆炸,也没有人员伤亡。车辆于2019年初销售,具体原因将配合相关部门进一步调查。”

11月24日上午,《证券日报》记者专程前往中关村壹号地下二层停车场查看事故现场情况。当步行至停车场B区附近时,记者就闻到空气中仍弥漫着刺鼻的焦糊味。记者注意到,停车场B区东北角的一片区域已被封闭,其中一条通道上放置着四个隔离墩,另一边通道上的卷帘门已经落下。

对于此次事故详情,记者还询问了负责管理停车场的物业工作人员。相关工作人员表示,在出事之前,该车辆正在使用充电桩充电。现场显示,充电桩由星星充电提供。目前该区域的充电桩均已停止运营使用。

一位比亚迪相关工作人员对记者表示:“比亚迪大部分车型目前已更换为磷酸铁锂电池,但技术迭代仍存在一定的不确定性。”

真锂研究首席分析师墨柯分析认为,电池、车辆电路系统等因素都可能引发新能源车自燃。如果车辆长时间使用,电池温度没有正常降低,或出现电池老化现象,均有可能造成车辆自燃。

自燃事故原因 仍在进一步调查

在采访过程中,《证券日报》记者联系到事发时的目击者张先生。据张先生回忆,事发时整个地下二层布满了浓烟,随后消防车很快赶到现场,火势被控制。“起火车辆的车盖和前车门都敞开了,车体严重烧毁。当时停车位的塑胶地面布满了黑色的污渍和积水。”



比亚迪秦Pro系列电动车已发生多起事故

事故时间	事故车型	事故地点	事故类别	事故后果
2020年5月份	秦Pro EV	深圳某充电站	起火	车辆损毁
2020年10月份	秦Pro	山东烟台某充电站	起火	车辆损毁

业内普遍认为,目前电动汽车整车企业过度追求长续航,进一步激化了安全与里程之间的矛盾,导致车辆过重、耗电过高、实际排放过量、自燃等问题层出不穷

王琳/制图

在比亚迪的车主群中,一张疑似事故车主发布的朋友圈截图在事后被热传。据该车主介绍,没想到自己会亲身经历电动汽车爆炸事故。当时,自己和家人来到中关村壹号吃饭。在车上感觉声音不对,赶紧抱孩子下车逃跑,很幸运人都没事。

截至目前,尚未确定此次发生自燃事故的车型是否为比亚迪秦Pro EV。但作为比亚迪主打电动车型的秦Pro系列电动车,近年来频发起火事故却是不争的事实。

2020年10月份,一辆比亚迪秦Pro新能源车曾在山东烟台长宁路特来电充电站内发生起火事故,造成涉事车辆大面积过火并损毁。同年5月份,一辆秦Pro EV在深圳某充电站发生起火事故。从事故视频来看,最开始车辆左侧及底部出现较为猛烈的明火,在消防队的积极救援下,虽然大火得以扑灭,但车子最终被烧成了空架。

资料显示,比亚迪秦Pro新能源车包括DM车型和EV车型,补贴后售价区间为13.69万元-19.99万元。其中,DM车型补贴后售价区间为13.69万元-19.49万元,EV车型为14.49万元-19.99万元。值得一提的是,比亚迪秦Pro新能源车搭载的不是刀片电池,而是三元锂电池。当

然,此次自燃事故是否是由电池引发的,还需相关部门调查后才能得知。

今年以来,比亚迪新能源车市场端销量持续放量。以今年10月份为例,比亚迪销售乘用车8.89万辆,其中新能源乘用车销量8万辆(DM-i车型销售3.88万辆,EV车型销售4.12万辆),占比达90%。

续航里程越长 电动汽车越易起火?

近年来,国内外电动汽车起火事故频发,电动汽车安全问题引发社会广泛关注,电池着火问题更是成为关注的焦点。

业内认为普遍认为,目前电动汽车整车企业过度追求长续航,进一步激化了安全与里程之间的矛盾,导致车辆过重、耗电过高、实际排放过量、自燃等问题层出不穷。

中国汽车技术研究中心有限公司此前发布的《2020动力电池产业发展报告》(下称《报告》)称,根据2019年发生的动力电池自燃事故,长续航里程的电动汽车更容易起火。发生起火的动力电池,主要为搭载在长续航里程或大型车辆上的高能量密度电池,类型主要为三元锂电池。《报

告》认为,这属于电池能量密度配套问题。

记者注意到,三元锂电池和磷酸铁锂电池是目前电动汽车最常用的两种锂离子动力电池。二者的区别在于正极材料不同:前者能量密度更高,续航里程更长,但成本偏高;后者则具备高充放电次数和热稳定性更强的特性。

动力电池起火,一般分为充电自燃、碰撞冲击燃烧、行驶自燃和涉水自燃四种情况。统计数据显示,动力电池起火大多发生在夏天,5月份和6月份是动力电池起火的高发月份,原因主要是长时间高温、雨水等环境因素导致电池性能发生了变化。其中,充电自燃和行驶自燃的危害性最大。充电自燃发生时,通常没有先兆;行驶自燃发生时,起火速度较快,逃生难度较大。

在目前电网电能主要来自燃煤的情况下,节油而耗电高的长续航纯电动车被很多人质疑“背离了电动汽车节能减排的宗旨”。对此,中国工程院院士杨裕生建议,应该把安全性放在新能源汽车发展的第一位,用增程式技术解决安全与里程之间的矛盾。应坚持节能减排宗旨,将纯电动乘用车微型化,发展各种增程式电动车。

站上6000亿元市值高点 长城汽车有望驱动新周期“量+利”表现



计交付62522辆。10月底,5城百余坦克手联动发起“绿色星球计划”公益活动,深刻诠释坦克品牌的高阶潮流属性。

魏牌10月份销售5854辆,环比增长25.6%,前三季度累计销售42012辆。广州车展期间,摩卡NOH智慧领航版正式上市,宣告NOH智慧领航辅助驾驶系统全球上线,其将为用户提供更懂车主的智能化体验。

长城皮卡10月份销售20437辆,环比增长2.14%,累计14个月销售突破2万辆;1-10月份全球累计销售18.72万辆,其中海外累计销售37041辆,同比大增159%。长城炮10月份销售12655辆,同比增长12.1%,累计16个月销量破万,1-10月份全球累计销量突破10万辆。长城炮与风骏7、风骏5包揽皮卡市场单车型销量前三名,有效拉动品牌ASP。

具体来看,哈弗品牌10月份销售62593辆,1-10月份累计销售60.65万辆,同比增长11.7%。“国民神车”哈弗H6月销27341辆,累计100个月夺得国内SUV销量桂冠。

哈弗品牌的发展与被誉为“国民神车”的哈弗H6之成功密不可分,但对单一标杆产品依赖过重也会在一定程度上限制品牌成长。近年来,哈弗品牌加快多元化发展,多类型产品共同发力,产品矩阵日益完善。未来,随着偏越野设计的哈弗大狗、“跨次元”的哈弗赤兔和主打智能娱乐的哈弗初恋陆续发力,哈弗品牌有望在更多细分市场创造亮眼成绩。

长城汽车新能源品牌—欧拉,10月份销售13235辆,同比增长65.2%,环比增长3.64%。1-10月份累计销量97966辆,同比增长26.9%。虽然环比增速较少,但其中高端车型“好猫”10月份销量7845辆,环比劲增54.3%,创历史新高,有效拉动品牌ASP及利润水平。

坦克品牌旗下的火爆车型坦克300单月交付再创新高,10月份交付9950辆,1-10月份累

当前汽车行业进入产品强周期,各大整车厂的新能源车纷纷亮相,这些车型也是明年国内主要的新增新能源汽车。尽管豪华品牌和合资品牌正在加快电动汽车的部署,但以长城汽车为代表的自主品牌强大的车型周期和技术储备应该会继续占优。

在交银覆盖的公司中,该行看好长城汽车(2333HK/买入),因其车型阵容丰富,电动汽车技术储备强大。

广州车展“利刃出鞘” 品牌向上布局明确混动发力中端市场

值得一提的是,2021年广州车展上,长城汽车实力推出在新能源和智能化领域布局的多款全新产品,展现出为市场看好的极佳潜力。

11月19日,长城汽车以“智能科技 创享生态”为主题,焕新出击第十九届广州国际汽车展览会,哈弗、魏牌、欧拉、坦克及长城皮卡惊艳登场,全球首个温暖且酷的机甲科技品牌沙龙全球首秀,坦克500黑武士版、超跑皮卡概念车、机甲龙等十余款重磅新车演绎“潮流制造”,大秀智能科技新生态,舞台热力爆表,在广州车展再度上演“长城现象”。

机甲龙是沙龙品牌旗下首款亮相车型。首发限量101台,定价48.8万元。沙龙品牌定位豪华纯电品牌,主攻40万元-80万元价格区间。智能配置出众,全球率先搭载4颗激光雷达的车型,全球率先实现激光全视角覆盖车型。

坦克500是坦克品牌旗下继坦克300之后推出的第二款车型。定位中大型SUV,预售价区间为33.5万元-39.5万元。外观硬派,尺寸越级,动力充沛,配置豪华。车型采用非承载式车身结构,延续了坦克家族霸气的外观设计语言,符合其越野风格,尺寸上超越汉兰达、普拉多,略逊于兰德酷路泽(陆巡)。

11月17日,WEY品牌在广州举办智能DHT战略暨玛奇朵DHT-PHEV上市发布会。玛奇朵DHT-PHEV是长城“柠檬”平台旗下首款落地PHEV车型,定位中小型SUV,综合补贴后售价分别为16.68万元和17.78万元。

动力方面,玛奇朵DHT-PHEV系统综合功率达到197kW,综合扭矩410Nm,零百加速7.2s;续航方面,纯电续航110公里,满油满电续航可达1100公里,百公里综合油耗0.8L,亏电油耗4.4L。

申港证券在研报中指出,机甲龙的成功亮相,符合其对于沙龙品牌的高端豪华定位,与旗下其他品牌和市场现有品牌形成了差异化竞争的格局,有成为细分领域领头羊的潜质;坦克品牌自发布后,抓住了国五/国六切换而导致的进口车无法进入国内的契机,此次推出的商务版车型,进一步拓展了坦克品牌的应用场

景。随着后期摩卡、拿铁的PHEV版本陆续上市,将助力品牌站稳15万元-20万元的价格区间,成为中端市场的有利竞争者,并对传统燃油车形成替代之势。

从广州车展的产品矩阵不难看出,长城汽车正在加速品类创新和产品投放,这一系列举措,将为长城汽车带来更大的发展空间和盈利能力。

中金发表报告表示,上周五参观了长城汽车旗下各品牌展位,并参加了新品发布会,维持其跑赢大市评级及目标价45港元,预测22年市盈率达28倍,料有约33%上行空间。

五大“作战区”持续提升能力 突破整车业务传统“天花板”

在过去的两年,长城汽车的业绩和市值,都实现了质的飞跃,而更加有规划的、符合社会主旋律的发展战略,将推动这一趋势持续向好。

在汽车产业向电动化和智能化转型和变革的浪潮中,长城汽车作为核心自主品牌持续向上突破。长城汽车是中国汽车品牌中,更懂创新的企业,从组织、人才、文化等底层逻辑到战略、品类、品牌、产品、技术、营销等外显,创新无处不在。

在过去几年,长城汽车苦修内功,在管理、技术、产品、营销和全球化等方面持续提升能

“3亿元存款被质押”事件再曝新料 科远智慧与浦发银行 各晒证据隔空“互怼”

本报记者 曹卫新

备受关注的科远智慧“3亿元存款被质押”事件再曝新料。

11月24日晚,科远智慧在回复深交所问询函时爆料称,公司全资子公司智慧投资在浦发银行南通分行购买的定期存款共有2.95亿元存款被质押。担保对象除了此前被曝光的南通瑞豪国际贸易有限公司(以下简称“南通瑞豪”)外,还包括另一家南通本地公司储荣(南通)材料科技有限公司(以下简称“储荣科技”)。公司定期存款被作为南通瑞豪、储荣科技开具银行承兑汇票质押担保的金额分别为1.75亿元和1.2亿元。

离奇的是,11月24日晚,在科远智慧公告发布40分钟后,涉事方浦发银行在官微上发布《声明》称,“经我行核查,南京科远智慧科技集团股份有限公司年审会计师收到的‘2020年底银行存款询证函回函’非我行出具,我行南通分行已将相关证据资料提供公安机关作进一步查证。”

浦发银行在《声明》中透露,11月12日浦发银行南通分行接到客户科远智慧对其有关存款业务提出查询和疑问,南通分行立即就该笔业务进行调查,并根据相关情况于11月15日(周一)向公安机关进行了刑事报案,提供了相关业务资料。目前,案件侦办正在推进,银行全力配合公安机关相关调查取证工作,以利尽快查明事实真相。浦发银行南通分行各项经营工作正常有序,客户服务未受影响。

科远智慧年审会计师收到的存款询证函回函到底是真是假?事情变得愈加扑朔迷离。

上海明伦律师事务所王智斌律师在记者采访时表示:“年审会计师向银行发了询证函,在电话地址不错的情况下,询证函还有人签收、盖章并寄回,这只能说明银行可能有‘内鬼’。至少目前来看,这种可能性能把前面公司刚买的理财产品为什么在第一天就被质押的事情串起来。上市公司很可能就是受害者。”

本版主编 于德良 责编 汪世军 制作 董春云
E-mail:zmnx@zqrb.net 电话 010-83251785

力。管理上,长城汽车在过去几年完成了内部的管理变革,组织架构完成了重构,形成了“强后台、大中台、小前台”的新架构,建立了“一车型、一品牌、一公司”组织结构,每一个车型划分为一个作战单元,充分激发了组织活力。

技术上,在平台化方面,长城汽车完成模块化平台的开发,缩短了车型研发周期;在电动化方面,长城汽车掌握了电机电控等核心技术,研发了柠檬混动DHT,在上市公司体系外还有动力电池和氢燃料电池的布局,完成了纯电、混动以及氢能三条技术路线的布局;在智能化方面,长城汽车系统规划了整车电子电气架构的技术路线,计划在2024年实现GEEP 5.0的中央计算架构,坚持智能驾驶系统自主研发,布局智能座舱、线控底盘等先进技术。

产品上,长城汽车目前规划哈弗、魏派、欧拉、坦克、长城皮卡及独立的高端品牌沙龙,完整布局各个细分市场,充分挖掘各个细分市场的消费者需求。营销上,长城汽车打破传统的营销模式,变革品牌的营销理念,以个性化和潮流化的内容打动客户,塑造共情、潮流和年轻的品牌形象。

全球化上,长城汽车陆续在俄罗斯、印度、泰国以及巴西进行产能布局,加速向海外市场的拓展,为公司成长提供全新的发展空间。公司作为核心自主品牌,持续提升企业内部能力,强化竞争优势。

此外,智能化的发展,为长城汽车开拓新商业模式带来了可能。根据长城汽车公告,当后,公司正不断加大软件能力的建设,持续布局智能驾驶系统、智能座舱等,联合合作伙伴打造未来智能汽车的生态系统。根据公司的战略规划,到2023年,公司全球研发人员的数量将由现在的1.5万人增加到3万人,其中软件开发人员达到1万人。

东北证券在研报中指出,我们看好长城汽车后续市占率的持续提升,看好公司在产业变革中实现新的突破:长城汽车深谙行业正向电动化和智能化不断加速转型的趋势,在未来,电动车机械结构相比燃油车不断简化,主机厂的壁垒和利润来源将发生转移,从燃油车时代的动力总成转变到智能化时代的软件系统。看好公司在软件能力方面的持续建设,并将助力其在智能汽车时代拓展新的商业模式,实现软件付费,突破整车业务的传统“天花板”。

在技术革新+产品创新+营销出新“三大利器”加持之下,随着强势产品不断推出、迭代,以及电动智能化转型能量持续释放,有望驱动长城汽车新周期“量+利”表现。

(CIS)