



岚图汽车董事长卢放:

坚守造车基本盘,谋全球化长远发展



岚图汽车董事长卢放(左)接受《证券日报》记者专访

徐嘉硕/摄

■本报记者 刘钊

在世界经济论坛第十七届新领军者年会(夏季达沃斯论坛)举办期间,整装待发的岚图汽车停靠在大连周水子国际机场接驳车道,全程护航论坛参会嘉宾出行。对于初抵大连的外宾而言,这是一次近距离体验中国新能源汽车的机会。谈及车辆性能和智能化体验,不少乘客向记者竖起大拇指。一次短途接驳体验,尚不足以回答中国高端新能源汽车全球化的命题。但当中国车企开始承担这样的“第一印象”时,考验已不止于一辆车的配置和参数:在价格竞争、智能化竞速与资本市场审视之下,高端新能源车品牌靠什么积累长期价值,又如何让海外用户读懂其技术、制造和品牌主张?

论坛举办期间,岚图汽车科技股份有限公司(以下简称“岚图汽车”)董事长卢放接受《证券日报》记者专访,围绕全球化、智能化竞争和经营质量等问题分享了自己的见解。他认为,汽车产业正处于深刻变革期,既要看到AI重构汽车的想象空间,也要守住产品、安全、利润和用户口碑等基本盘。

将资本市场压力转化为经营动力

3月19日,岚图汽车正式在香港联交所主板挂牌交易。该公司进入资本市场后,销量、盈利、研发投入、运营效率和全球化进展,都将进入更公开、更持续的观察视野。如何平衡资本市场对短期业绩的关注与企业长期投入之间的关系,成为摆在公司管理层面前的现实课题。

电动化、智能化与AI深度融合,正改变汽车的产品属性和产业边界。“汽车不再只是交通工具。未来,AI会持续重构座舱、驾驶和服务场景,汽车将逐步成为连接用户与智能服务的重要载体。”

驶向更广阔市场 高端化要经得起真实体验

资本市场看的是长期价值,全球化布局同样需要车企持之以恒的长期投入。对中国高端新能源车品牌而言,海外市场并非简单增加一个销售目的地,而是对产品、服务、渠道、合规和组织能力的全面检验。

本次夏季达沃斯论坛期间,岚图汽车承担官方指定用车任务。接驳看似是短时间的出行服务,实际上考验整车品质、车辆可靠性、运营调度和服务保障。外宾未必会逐项研究产品参数,但从驾乘舒适度、智能车机交互流畅度、出行服务细节等真实体验中,形成对中国新能源汽车的直观感受。

卢放认为,岚图汽车参与这类国际活动,不只是为了展示品牌,更希望借助真实使用场景,让海外用户看到对中国制造能力的变化。“我们希望让他们感受到,中国汽车不仅是新能源的,也是高端的、科技的、可靠的。”他表示,一辆服务于日常出行的汽车,是海外用户理解中国制造最直接的窗口之一。

窗口不等于市场根基。一次体验可以打开认知,却不能替代长期经营。高端品牌能否在海外站稳脚跟,仍取决于当地用户能否持续获得稳定的产品体验、补能支持和售后服务。法规适配是否及时,渠道网络是否可靠,供应链响应是否有效,本地化运营是否真正理解用户需求,都会影响品牌的长期口碑。

卢放将这一过程概括为“请进来”和“走出去”。前者是让更多国际嘉宾在中国感受产品和产业变化,后者则意味着企业要把产品、品牌、渠道和服务体系带到海外。“中国汽车要真正走向全球,就不能只停留在产品出口,而要进入当地市场、服务当地用户。”他说。

沿着这一思路,岚图汽车的欧洲布局正在推进。近期,Stellantis集团与东风集团宣布,双方计划设立合资企业,拟负责岚图汽车在欧洲市场销售、生产和售后服务,并探索采购、工程等方面协同。这为岚图汽车进入欧洲提供了新的渠道路径,也意味着其全球化将面对更成熟市场的规则、竞争和品牌认知考验。

从“被看见”到“被选择”,中间隔着长期运营的距离。卢放认为,高端

化不是一次亮相,更不是配置表上的参数叠加,而是用户在乘坐、驾驶、补能、维修和售后服务中形成的整体判断。“产品能把用户吸引过来,但可靠性和服务才能让用户留下来。”卢放说。

回归造车本质 在激烈竞争中守住基本盘

全球化要求体系能力,国内市场则更考验经营取舍。当前,新能源汽车竞争已从单一产品竞争延伸至价格、供应链、智能化、服务和营销等多个维度。市场热度不减,但车企需要回答的问题,已从如何获得更多,进一步转向如何走得更远。

面对行业的价格竞争,卢放反复强调要追求“有经营质量的销量”。他认为,销量与利润不应被割裂看待,企业必须保持必要的经营底线。“不能为了销量牺牲利润。那样看似增加了规模,实际上可能进入低效率的内卷式竞争,最终伤害的是企业持续投入的能力。”他说。

价格可以在短期内改变用户决策,却很难替代产品和服务的长期价值。尤其对仍处于智能化、全球化投

入期的新能源车企而言,若利润空间持续被压缩,研发、渠道和服务投入就会受到影响,企业下一阶段的竞争能力也会被削弱。

同时,经营取舍最终还要落实到造车本身。卢放认为,安全和工程能力始终是高端新能源车的基本盘。随着用户对空间、舒适、智能和安全的要求提升,车辆尺寸和整车重量普遍增加,如何在空间、续航、丰富配置与能耗控制之间取得平衡,成为整车开发必须面对的系统课题。

对于轻量化,卢放强调不能简单理解为减材料、降重量。“安全是底线。在安全基础上,通过新材料、新工艺、结构优化和整车集成去降低能耗,才是轻量化真正要解决的问题。”他认为,车辆尺寸增大并不意味着轻量化水平可以降低,恰恰需要更高的工程能力去改善重量效率和能源效率。

技术能力能否被用户感知,是检验工程基本盘的另一面。近日,岚图汽车用户自发组织的车辆“爬天梯”挑战引发市场讨论。卢放认为,用户愿意参与、传播和讨论,根本原因仍是产品体验超出预期,进而形成对自主品牌技术能力的信心。“用户的认同不是靠讲出来的,而是靠一次次真实体验

建立起来的。”他说。

从性能延展到设计,卢放对原创能力也非常重视。他认为,汽车设计不能只停留在视觉层面的相似与否,而应回到产品的场景、功能和性能。设计要先回答为什么这样做,再谈造型如何表达。真正的原创,是用自己的产品理解和设计语言与用户沟通。

卢放身上既有工程师的务实精神,也有身处产业变革期管理者的紧迫感。他谈智能化时强调重构,谈全球化时强调扎根,谈经营时又反复回到质量与效率。这些看似不同的话题,最终都指向同一个命题——中国汽车品牌如何从追赶者真正成长为长期价值的创造者。

这条路不会因为某一款产品热销、某一次海外亮相或一轮市场情绪变化而一片坦途。把产品做好,把服务做深,把技术沉下来,把品牌立起来,仍是最朴素也最困难的答案。对岚图汽车而言,真正值得期待的,不是某一个节点上的热度,而是在更长的产业周期中,能否用持续兑现的产品和经营成果,证明中国高端新能源车走向世界的底气。

电动汽车“跑”得越快越要筑牢安全底线

■刘钊

7月1日起,GB 18384—2025《电动汽车安全要求》和GB 38031—2025《电动汽车用动力电池安全要求》将正式实施,分别替代2020年版相应标准。前者聚焦整车高压安全、底部防护、维修和救援等环节,后者直指动力电池热失控、底部撞击和长期快充后的安全表现。两项强制性国家标准同步升级,体现出当新能源汽车产业迈入规模化发展阶段后,安全不只是产品竞争中的加分项,而是必须跨过的准入门槛。

长期以来,新能源汽车行业的焦点大多集中在续航里程、充电速度、智能驾驶和座舱配置。新能源车上市时,百公里加速、补能效率、算力参数往往是宣传核心。相比之下,电池包结构是否可靠、高压系统能否及时断电、车辆托底后是否存在隐患,常常藏在技术细节和试验报告之中。

对消费者而言,真正考验车辆品质的,不是一次发布会上的参数刷新,而是车辆在碰撞、托底、快充、高温和长周期使用后,能否依然守住安全边界。此次动力电池安全标准最受关注

的变化,在于热扩散测试要求进一步提高。此前,行业更强调在热失控发生后及时预警,为驾乘人员争取处置和逃生时间;而新标准进一步提出,电池包或系统在单个电池热失控后应不起火、不爆炸,同时仍需报警,并对烟气进入乘员舱提出更严格要求。从争取时间到阻断风险,看似只是测试指标升级,实则反映出行业安全理念的转换。

新标准新增的底部撞击测试、快充循环后安全测试,同样具有鲜明的现实指向。托底、飞石、反复快充并非实验室中的极端设定,而是常态化用车场景。特别是在超快充普及、电池能量密度持续提升、车辆底部集成度不断提高的背景下,安全验证更要看车辆和电池系统能否经受住长期、多变量、强冲击的综合考验。

整车安全标准的修订,也说明电动汽车安全不是单一部件的问题。新标准明确一键断电应为物理断电装置,并围绕维修诊断开盖置细化标识、人员防护和降压时间等要求。这些直接关系到碰撞后处置、维修作业和应急救援的安全与效率。

两项标准形成并非简单叠加,而是电池包与整车协同的安全体系。电

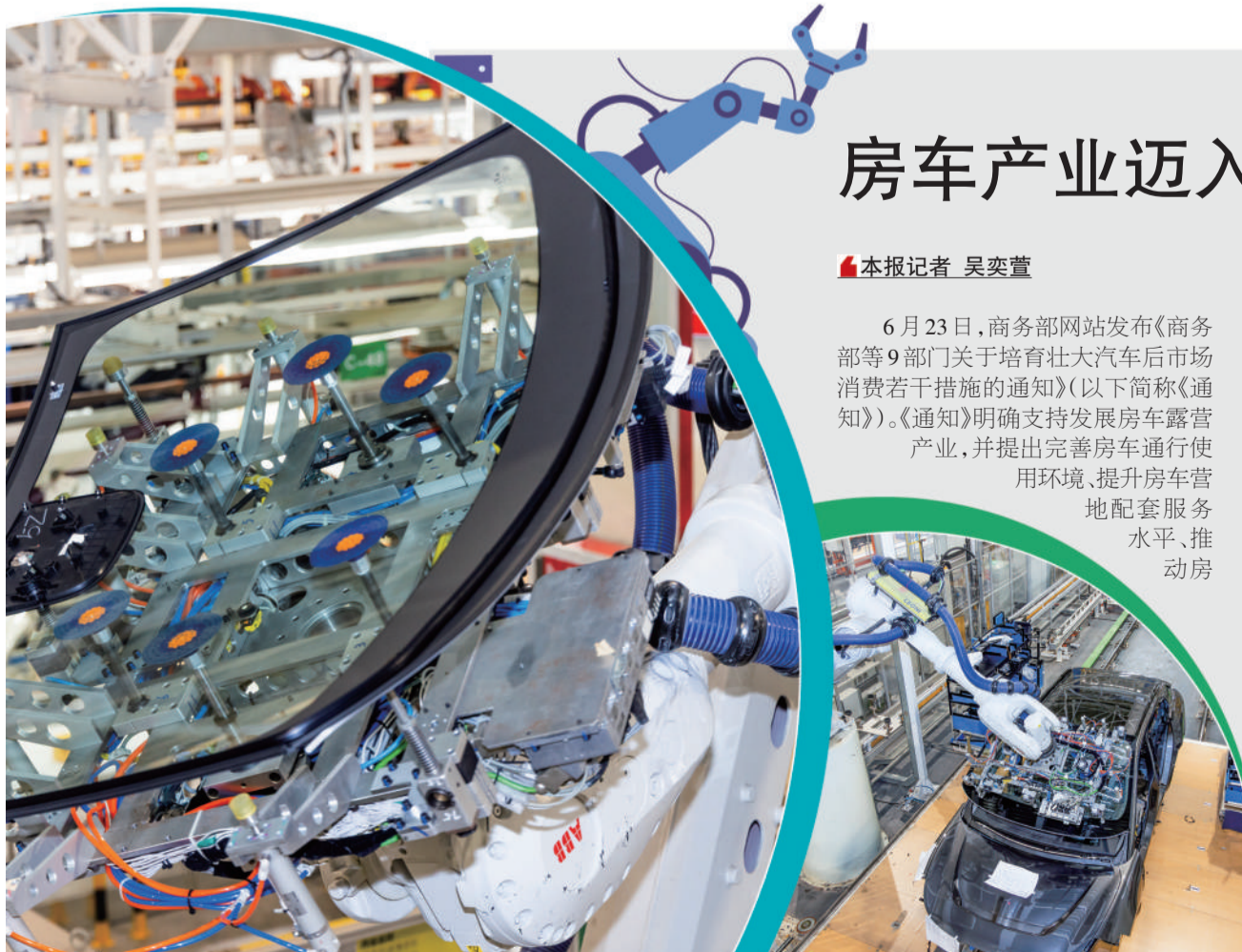
池安全标准考察电池包自身的抗冲击、热管理和故障控制能力;整车安全标准则考察车辆底部结构、高压系统和防护设计能否为电池提供更可靠的外部保护。电池企业、整车企业、零部件供应商和检测机构,任何一个环节存在短板,都会削弱整车安全性能。

相较于续航和加速,安全性能难以被用户直接观察,更需要企业用充分验证、可靠数据和长期质量表现建立信任。对企业而言,新标准不仅增加了企业研发与测试成本,更是对其研发、供应链管理、生产制造、应急处置等能力的全方位检验。

随着新能源汽车产业高速迭代、市场持续扩容,行业发展速度越快,越要坚守安全底线,敬畏行业风险。安全从来不是汽车产业的附属亮点,而是所有技术创新、产品迭代和市场竞争的根本前提。新标准的全面落地,将推动行业彻底摒弃粗放发展模式,以全链条安全管控,护航新能源汽车产业迈入高质量发展新阶段。



记者观察



房车产业迈入规范化发展新阶段

■本报记者 吴奕萱

6月23日,商务部网站发布《商务部等9部门关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》(以下简称《通知》)。《通知》明确支持发展房车露营产业,并提出完善房车通行使用环境、提升房车营地配套服务水平、推动房

车制造产业链升级相关要求。近年来,国内文旅消费持续升级,自驾露营逐步成为国民休闲新风尚,带动房车市场需求稳步扩容,房车销量、营地建设数量、自驾房车出行频次连年保持增长。不过,快速增长的市场需求背后,国内房车产业长期面临诸多发展堵点,制约了行业发展潜力充分释放。

上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊在接受《证券日报》记者采访时表示:“此次多部门联合出台新政,从国家层面搭建系统化房车产业扶持体系,围绕‘整车、通行、营地、配套、制造’全链条疏通产业堵点。随着各项配套政策逐步落地,房车产业市场发展空间将进一步拓宽。”

目前,我国房车制造业尚处发展初期,存在企业小散弱、核心技术欠缺、产品同质化、配套

标准化不足、高端供给不足、低端产能过剩等多重产业链短板。

针对上述产业痛点,《通知》明确提出,支持有条件的地区建设房车产业聚集区,培育具有核心技术、全产业链整合能力和国际竞争力的龙头企业。引导企业加大研发投入,开发绿色化、智能化、轻量化、适老化等符合市场需求的房车产品。

当前,已有多家头部企业提前布局相关赛道,依托标准化、规模化生产能力抢占发展先机。其中,浙江新吉奥汽车有限公司是国内房车行业头部厂商,生产资质涵盖了A型、B型、C型自行式房车,以及营地拖挂、上路拖挂房车等全系房车产品。该公司在国内及海外布局智造基地,持续深耕轻量化、智能化、绿色化房车技术研发,是国内房车产业规范化发展的中坚力量。此外,宇通客车股份有限公司、江铃汽车股份有限公司等多家上市车企均有布局房车

业务,有望率先享受政策红利。

眺远咨询董事长兼CEO高承远认为,此次新政落地,是我国房车产业规范化、高端化、规模化发展的重要里程碑。房车制造作为房车产业的核心根基,其产业链升级不仅能带动汽车改装、新材料、智能装备、文旅服务等上下游产业协同发展,更能丰富汽车后市场消费场景。

业内相关机构人士在接受《证券日报》记者采访时表示,此次房车新政落地将形成“消费场景扩容—整车需求提升—上游零部件国产替代—龙头企业整合产业链”正向循环,短期利好房车整车上市公司销量增长,中长期推动底盘、动力、轻量化材料核心环节自主可控。随着政策监管体系不断完善,房车制造的生产标准、安全标准、质量标准逐步统一,将有效杜绝非标改装、劣质产品流通等行业乱象,行业竞争格局将持续优化。