



迈向智电时代 北京现代抛出2025 向新计划

中青报 中青网见习记者 王志远

1100万、20万、1100家、1200亿 这些数字分别对应的是北京现代用户的保有数量、带动的就业人数、相关的产业链数量以及纳税总额。提起北京现代20年来创造的成绩，北京现代汽车有限公司党委书记、常任副总经理吴周涛不挟不矜。

作为中国加入世界贸易组织后被批准的第一个汽车生产领域的中外合资项目，北京现代怀揣着特殊历史时期汽车工业变革的重要使命，以现代速度 乘势起飞。然而近年来，受汽车市场增速放缓、新冠肺炎疫情暴发、原材料成本持续走高等因素影响，北京现代亦面临着不小的压力。

今年3月，北汽投及现代汽车两家股东以约合人民币60亿元的联合增资当作生日礼物，为北京现代注入了新鲜血液。这也意味着，北汽集团和现代集团达成了共识，要共同努力，扭转目前的不利局面，这无疑给正在进行变革的北京现代增添了更多的底气。

行业的变革、股东的共识、用户的期待成了北京现代发展的源动力。近日北京现代以20岁生日为契机，正式发布了2025向新计划。同时，全新菲斯塔N Line与第五代途胜L 8AT两款新品联袂上市，为北京现代新征程打响了发令枪。

推动产品转型和品牌向新

党的二十大报告提出 中国式现代化 和建设制造强国和数字中国的总体战略部署，指明了中国汽车产业向高质量发展发展的新方向。

在吴周涛看来，全球汽车产业正处于技术升级、消费升级的变革浪潮中，企业发展定位必须以 两个代 为坐标：引领市场发展趋势的 智电时代 和引领消费市场的 Z世代。

事实上，北京现代通过内部革新、自我驱动、产品策略调整、让客户感动等措



近日，北京现代以20岁生日为契机，发布了2025向新计划，宣布通过产品转型、品牌向新、服务创新，在2025年达成年销50万辆以上的销售目标。同时，全新菲斯塔N Line与第五代途胜L 8AT两款新车也正式上市。

施，改革成效显著，实现了销量连续5个月的稳定增长。正如吴周涛所说，北京现代希望通过内部革新，将北京现代打造成一个自驱型、服务型、用户思维型高效运营企业，保持企业长期良性发展。

他表示：在稳定销量基盘的前提下，北京现代正式启动2025向新计划：通过产品转型、品牌向新、服务创新，在2025年达成年销50万辆以上的销售目标。

业内人士分析认为，销量稳步提升的背后，是北京现代坚决而果敢的自我革新和战略调整。据北京现代汽车有限公司副总经理戚晓晖介绍，面对不断变化的汽车市场和消费者需求，北京现代积极调整产品阵容，持续优化销售渠道，并对企业内部组织架构进行重塑。随着调整的逐步完成，从今年6月开始，品牌迎来了销量的大幅反弹。

而这仅仅是品牌转型的第一步。面向未来，北京现代制订了详尽的三年规划，

在产品布局、研发体系、营销模式、出口战略等方面作出了相应部署。

吴周涛明确表示：三年规划的核心就是提升产品竞争力。同时，北京现代也制订了力争在2025年实现销量达50万辆的最新目标。

关于产品转型，北京现代提出了三大重要目标。

一是2025年实现燃油车全面混动化。在吴周涛看来，未来3-5年，混合动力车仍然是市场的主流产品。北京现代将通过引入全新一代TMED混动技术，实现不同产品15%-20%的油耗降低，构建由1款MPV车型、两款轿车、3款SUV车型组成的混动化产品矩阵，达成混动产品年产销30万辆规模。

二是加快引入全球畅销的现代纯电品牌，成为合资纯电品牌 领头羊。记者了解到，北京现代将加快引入全球畅销的纯电动车品牌IONIQ，明年开始推出专属EV车型，未来3年内投放4-5款纯电

车型产品，力争达成年产销20万辆规模。

三是2025年实现全系新产品搭载OTA技术。吴周涛表示，从2023年下半年开始，北京现代新上市的产品都将搭载OTA技术，并于2025年实现全系产品OTA。针对中国消费者感兴趣的智电技术，北京现代还将与国内顶尖的ICT企业深度合作，快速实现新技术的应用。

对新技术的应用，我们将本着对消费者负责任的态度，充分验证新技术的可靠性，绝不将用户当成 实验员。吴周涛补充说。

与此同时，为实现 品牌向新，北京现代将与年轻人开展零代差互动。通过车型定义、研发、传播等各个环节，倾听和采纳年轻人的心声，全面焕新 科技、运动、活力 的品牌标签。

面对 服务过度化 趋势，北京现代将力求还消费者 服务舒适感。在服务创新领域，北京现代将秉持 尊重、真诚 的服务价值观，为年轻消费者线上线下提供 一对一 零压服务。

吴周涛表示：北京现代将以 让用户不被服务困扰 为宗旨，在产品定义和流程设计阶段，充分提前考量用户的 自由 是否被充分尊重。做到不约束客户、不 绑架 客户、不 套路 客户。

岚图智能电动仿生体如何重写 汽车进化论

中青报 中青网记者 许亚杰

从最简单的代步工具，到每天接入高达1TB数据的智能终端，汽车的进化速度一步一步地突破了人们的想象。如今提起新能源汽车，人们总会想到它的前缀 智能，这离不开围绕自动驾驶、语音控制和整车OTA升级等技术展开的汽车进化论。

近日，在岚图汽车举办的科技日活动上，一个名为 ESSA+SOA智能电动仿生体的新产物，进一步拓宽了人们对电动、智能驾控、安全的想象边界。其野心也很大，试图重写当前流行的 汽车进化论。

岚图汽车科技有限公司CEO卢放在此次活动中表示，岚图ESSA+SOA智能电动仿生体首次公开亮相，它由ESSA原生智能电动架构和中央集中式SOA电子电气架构共同组成。

一方面，作为全球首个正向开发的双动力电驱专用架构，ESSA原生智能电动架构如同强劲的电动化躯干，为车辆提供强劲性能；另一方面，岚图的中央集中式SOA电子电气架构是目前唯一采用中央集成硬件的智能架构，如同高级的智能化神经网络，掌管着车辆的智能体系。

电动架构是新能源汽车的发展基石，国内开发电动架构的热潮在几年前就开始了，但时至今日，真正搭载全新架构的量产车型并不多。卢放告诉记者，由于开发周期长、资金投入大以及工作量巨大等原因，产业内开发电动架构一度陷入吹牛多，落地少的窘境。

据介绍，岚图拥有ESSA架构的完全自主知识产权，是国内首个正向开发的原生电动架构，具有 强大电动、智能驾控、极致安全、可拓展 四大优势。卢放强调说，其技术能力处于行业领先地位，能满足公司未来8-10年的技术需求。

例如，基于ESSA架构，岚图的高能长寿命动力电池可提供最大500kW放电峰值功率，全生命周期仅有5%的性能衰减。同时，快速的充电功能可实现10分钟续航230km，可极大地缓解用户的里程焦虑。

在可拓展方面，岚图ESSA架构为新技术预留了充足的拓展空间。它支持2800mm-3200mm轴距的车型开发，包含B、C、D、E级车型，并能提供轿车、SUV、MPV、跨界在内的多款产品，平台零件通用率高达85%。

值得一提的是，ESSA原生智能电动架构将在电池、电机等电动车核心技术上继续革新。按计划，它将陆续搭载氢能源、固态电池等前沿技术，并落地800V快充，不断提升新能源汽车的性能上限。

事实上，自从第一辆汽车完成软件在线升级以来，智能汽车变得越来越像智能手机，具备了快速学习、持续进化的能力。这也让汽车这个传统概念中的硬件产品，转变为 软硬结合 的进化型产品。

岚图汽车CTO汪俊君介绍说，岚图自研的中央集中式SOA电子电气架构充分诠释了 软件定义汽车 的真正含义，是整车智能化的终极发展方向。它具有高效中枢、敏捷系统、智能互联、开发共创四大优势。

中央集中式SOA电子电气架构的理念和技术，能满足未来5年的技术需求，领先行业至少3年。它从用户场景出发，可以满足千人千面、常用常新的用户需求，能够为用户带来最前沿的智驾体验。在汪俊君看来，SOA电子电气架构为车辆智慧进化打下了基础，为今后新车的软件升级、硬件性能提升和硬件扩展提供了更多可能性。

例如，基于中央集中式SOA电子电气架构，岚图的工程师可以在保障行驶安全的前提下，最大程度地释放硬件性能，使用户获得更丰富的应用生态和更流畅的座舱体验。据介绍，岚图的车载操作系统开放了超过300个接口，未来将达到600个以上，这为车辆软硬件扩展提供了更广泛的接口。

简单来说，就是今后我们的汽车会像智能手机的操作系统一样，能调用类似摄像头、电池等硬件设备，也可处理类似娱乐游戏、社交通信、图像处理等应用App，并与硬件更好地结合。汪俊君表示，希望此举能让更多人参与到车辆功能开发当中，为用户创造出更多车辆专属应用。

据透露，岚图构建的开发者平台将于明年下半年上线。软件开发、硬件供应商有机会与所有用户一道，共建智能汽车生态。

有分析人士认为，得益于5G通信、智慧交通 新基建 以及强大的制度优势，中国智能汽车产业发展不应局限于单车智能，而要更 智慧的车 与 更聪明的路 相结合，从而打造车路协同的智慧出行方案。

我们的车云协同计算支持软件更新和能力的拓展，可通过5G将部分算力释放到云端 缓解车端计算压力 降低硬件成本。汪俊君表示，岚图的中央集中式SOA电子电气架构将会帮助实现城市与城市、公路与公路、车辆与公路的信息交换。

科技是第一生产力，人才是第一资源。卢放笃定地说，面对智能化、网联化的趋势，作为东风公司 东风风启 计划和 科技跃迁 的先锋力量，岚图要扛起汽车行业 国家队 的使命，实现创新驱动，让出行更智能、更简单、更有趣。

据他介绍，目前，岚图研发人员占公司总人数的38%。核心研发领域的团队成员平均年龄不到33岁，其中硕士研究生及以上学历占38%。从2020年至今，岚图在不到3年时间里累计申请专利1771件，包括发明专利1450件，已授权308件，专利增长速度处于新能源行业第一。

我国汽车工业已全面进入高质量发展新征程，中国汽车人有责任为世界汽车工业和汽车社会的发展提供中国智慧、中国方案。卢放透露称，面向未来，岚图将继续深入构建车云网、车内网、车际网三网融合体系，向更高层的智慧出行迈进。岚图追光作为首款搭载ESSA+SOA智能电动仿生体的车型，将于12月首发亮相。

正如卢放所说，科技创新是决定汽车产业高质量发展的关键要素，而技术研发实力就像是企业发展的 电表表。当新能源汽车不断向用户的使用习惯 进化，成为可以实现 千人千面 的默契搭档，人们更有理由相信，中国车企在技术创新上动力充足，有能力继续保持领跑态势。



近日，在岚图汽车科技日活动上，ESSA+SOA智能电动仿生体首次亮相。它由ESSA原生智能电动架构和中央集中式SOA电子电气架构共同组成，可为用户提供领先可靠的智能电动汽车解决方案。



岚图汽车科技有限公司CEO卢放表示，面对智能化、网联化的趋势，作为东风公司 东风风启 计划和 科技跃迁 的先锋力量，岚图要扛起汽车行业 国家队 的使命，实现创新驱动，让出行更智能、更简单、更有趣。



北京现代汽车有限公司党委书记、常任副总经理吴周涛表示：1100万、20万、1100家、1200亿，这些数字分别对应的是北京现代用户的保有数量、带动的就业人数、相关的产业链数量以及纳税总额。

车型产品，力争达成年产销20万辆规模。

三是2025年实现全系新产品搭载OTA技术。吴周涛表示，从2023年下半年开始，北京现代新上市的产品都将搭载OTA技术，并于2025年实现全系产品OTA。针对中国消费者感兴趣的智电技术，北京现代还将与国内顶尖的ICT企业深度合作，快速实现新技术的应用。

对新技术的应用，我们将本着对消费者负责任的态度，充分验证新技术的可靠性，绝不将用户当成 实验员。吴周涛补充说。

与此同时，为实现 品牌向新，北京现代将与年轻人开展零代差互动。通过车型定义、研发、传播等各个环节，倾听和采纳年轻人的心声，全面焕新 科技、运动、活力 的品牌标签。

面对 服务过度化 趋势，北京现代将力求还消费者 服务舒适感。在服务创新领域，北京现代将秉持 尊重、真诚 的服务价值观，为年轻消费者线上线下提供 一对一 零压服务。

吴周涛表示：北京现代将以 让用户不被服务困扰 为宗旨，在产品定义和流程设计阶段，充分提前考量用户的 自由 是否被充分尊重。做到不约束客户、不 绑架 客户、不 套路 客户。

格瑞维亚为 一家一车 提供更优解

中青报 中青网记者 张真齐

近年来，各地的限购政策让 一家一车 的情况越来越普遍。而鼓励生育政策的出台，则使得二孩、三孩家庭数量逐步增多，多人口家庭用车的需求正在不断增长。

综合数据分析平台大搜车智云发布的《2022汽车消费需求蓝皮书》显示，受出行人数和自动驾驶等因素的影响，汽车大空间和舒适度成为越来越多购车者关注的焦点特征，有超过30%的受访者甚至将空间感 列为购车的首要因素。

在一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长赵东看来，面对空间需求和多孩情况，拥有一台功能全面、适用于多场景的MPV，成了更多用户的购车首选。

近日，一汽丰田格瑞维亚正式开启预售，共发布4款车型，预售价35.58万-41.58万元。该车试图打破传统MPV桎梏，打通 商用 和 家用 全场景使用价值，开创MPV品类全新格局。

赵东表示，作为一汽丰田继普瑞维亚和威尔法之后的第三款MPV，格瑞维亚融合了丰田20世纪90年代投放欧洲和亚太地区的最高级MPV GRANVIA 高端基因，承载着25年四代车型的技术积淀，将为国内用户带来高品质出行体验。

正如《2021-2027年中国MPV行业竞争格局分析及发展趋势预测报告》预测的那样，未来，在MPV产品造型趋势上，功能开发与造型设计将进一步平衡化发展。在保持内部空间、载人舒适性、灵活布局等功能性的基础上，MPV的设计将更多地融合SUV、旅行轿车等产品的特征，呈现跨界风格。

格瑞维亚就在设计领域迈出了创新的第一步。记者近距离观察发现，格瑞维亚与传统MPV方正臃肿的造型风格不同，它的前脸造型采用动感蜂窝格栅，并搭配黄金眼投射式LED前大灯，力量感和辨识度十足。

此外，新车还将A柱向后移动，后窗玻璃加倾斜。更长的流线车身搭配低重心的设计，让整车的车身姿态更加充满活力。

对于多口之家而言，汽车的空间性和舒适性无疑是他们关注的重中之重，这也成为MPV车型竞争和发力的关键点。

走进格瑞维亚车内，皮质座椅给予身体充分的包裹和支撑。第二排豪华长滑轨独立座椅带电动腿托、独立座椅可折叠小桌板，以及宽敞的第三排进出通道，让车内空间宽适且富有格调。

赵东介绍说：格瑞维亚搭载了12.3英寸全液晶彩色TFT多功能信息显示屏、12.3英寸彩色中控触控显示屏和10英寸彩色HUD抬头显示系统，这些配置能够让用户对导航地图及各种驾驶信息一目了然。



近日，格瑞维亚正式开启预售，共发布4款车型，预售价35.58万-41.58万元。该车是一汽丰田继普瑞维亚和威尔法之后的第三款MPV。

据了解，格瑞维亚拥有 2+2+3 2+2 2+0 等多种空间布局方式，不仅能够满足多口之家的出行需求，而且能够改造出超大家庭厢，满足装载大件货物或行李搬运场景。

同时，后备厢采用下沉式设计，第三排座椅全平放倒后，后备厢容积可从525L扩展至2112L。在户外露营时，格瑞维亚就 变身 为超大移动乐园。赵东补充说。

格瑞维亚车内多处精心设计的细节，让驾乘品质更上一层。赵东对记者说：如果仔细观察就会发现，格瑞维亚中控台下方有开放式储物空间，可以轻松放置随行包等较大物品；而前座舱的仪表盘储物盘、中控台储物盘、扶手箱储物盒等，设计了大量的小物品储物空间，车内乘客可随手放置手机、卡片、钥匙等多种小件物品。

作为一款MPV车型，格瑞维亚搭载了THS II混动2.5L双擎混合动力系统，兼顾了澎湃的动力输出和高效率的油耗表现。其中，双叉臂式独立悬架滤震效果更出色，让乘坐更加稳健舒适，驾控愈发游刃有余。

需要注意的是，格瑞维亚全系标配Toyota Safety Sense智行安全。在赵东看来，格瑞维亚在安全方面真正做到 不分高低配，加以多重安全科技，有效规避安全隐患，让车内乘客不论是城市通勤还是长途自驾，都能时刻保证出行安全。

记者了解到，除了多项产品优势，格瑞维亚还推出了专属福祉版车型，通过方便贴心的设计，满足老年人和行动不便人士的出行需求。车内带有遥控器，可电动调节升降座椅，并让座椅旋转至车外，滑动下降及倾斜，让乘坐人员更轻松坐下或站起。

不仅如此，专属福祉版车型的座椅还具备记忆功能，可记忆升降前后的座椅位置，让乘坐者得到更大的便利。

更享受。Hyundai SmartSense智心合一安全系统的运用，使得全新菲斯塔N Line拥有同级领先的21项ADAS配置，给用户带来满满的科技感和安全感。

与此同时，第五代途胜L 8AT也正式上市。新车搭载了现代自主研发的8AT变速箱，匹配1.5T GDi发动机，两者组成了黄金动力组合，最大功率147kW，最大扭矩253N·m，百公里加速8.9秒，可以轻松让用户体验到强劲动力。

现代汽车自研的8AT变速箱，在平顺性、经济性、耐久性三大维度表现出色。首先，整车动力输出线性、平顺，爬坡反应更快捷、灵敏；其次，在高速行驶时，8AT变速箱带来多个档位，实现发动机更少转速、更低油耗；第三，由于AT是研发最久、投入最多的变速箱，更高的技术成熟度将为8AT带来更长寿命。

数据显示，今年上半年，现代汽车集团销售329.9万辆汽车，全球销量排名升至第三。由于率先一步向 智能移动出行解决方案供应商 转型，现代汽车已掌握电动、氢能、智能驾驶等技术，并在全球新能源车市场保持高速增长。而未来，现代汽车更前沿的尖端技术，将全面应用和加持于北京现代。

不难看出，此次双车重磅上市，除补充了产品线外，还将对北京现代持续扩大市场份额，领跑主流合资赛道，在未来年轻化市场进一步乘风破浪，全力推动全新产品布局具有深远意义。

在新能源领域，2020年，现代汽车推出了纯电品牌IONIQ，并基于全新电动车专用平台E-GMP布局了三款车型，未来还将推出下一代 eM 和 eS 专用电动车平台。2021年，现代汽车还发布了品牌进阶之路上的两款重磅 先锋之作：全新菲斯塔N Line和第五代途胜L 8AT。

要进入一个新的市场，可以打造一款新的产品，也可以基于用户的需求，在原有产品基础上去赋予其新的价值。比如全新菲斯塔N Line承载了现代N品牌特有的运动基因和赛道属性，同时我们设计了很多改装元素。在戚晓晖看来，这正是北京现代认真分析了用户需求后的考量。

据悉，全新菲斯塔N Line采纳 赛车运动 设计理念，配合随时咆哮的 赛车级声浪，点燃Z世代的驾驶欲望。同时，承袭现代 N系列 高性能基因，全新菲斯塔N Line采用现代汽车CVVD连续可变气门持续期技术，搭载1.5T GDi发动机，能够实现147kW的强劲动力，满足年轻人对于速度与激情的渴望。

聚焦年轻人身份、兴趣、场景的多元化需求，全新菲斯塔N Line还将专注于提供更新潮智能的出行方案。新车搭载智能网联4.0系统，多项个性化应用信息联动，让年轻人用车生活更便捷、更高效、

面对寒冬与挫折，北京现代从未放弃和屈服，我们在不断积蓄内部变革力量，持续推动组织体系的变革新生。吴周涛如是说。

格瑞维亚为 一家一车 提供更优解

中青报 中青网记者 张真齐

近年来，各地的限购政策让 一家一车 的情况越来越普遍。而鼓励生育政策的出台，则使得二孩、三孩家庭数量逐步增多，多人口家庭用车的需求正在不断增长。

综合数据分析平台大搜车智云发布的《2022汽车消费需求蓝皮书》显示，受出行人数和自动驾驶等因素的影响，汽车大空间和舒适度成为越来越多购车者关注的焦点特征，有超过30%的受访者甚至将空间感 列为购车的首要因素。

在一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长赵东看来，面对空间需求和多孩情况，拥有一台功能全面、适用于多场景的MPV，成了更多用户的购车首选。

近日，一汽丰田格瑞维亚正式开启预售，共发布4款车型，预售价35.58万-41.58万元。该车试图打破传统MPV桎梏，打通 商用 和 家用 全场景使用价值，开创MPV品类全新格局。

赵东表示，作为一汽丰田继普瑞维亚和威尔法之后的第三款MPV，格瑞维亚融合了丰田20世纪90年代投放欧洲和亚太地区的最高级MPV GRANVIA 高端基因，承载着25年四代车型的技术积淀，将为国内用户带来高品质出行体验。

正如《2021-2027年中国MPV行业竞争格局分析及发展趋势预测报告》预测的那样，未来，在MPV产品造型趋势上，功能开发与造型设计将进一步平衡化发展。在保持内部空间、载人舒适性、灵活布局等功能性的基础上，MPV的设计将更多地融合SUV、旅行轿车等产品的特征，呈现跨界风格。

格瑞维亚就在设计领域迈出了创新的第一步。记者近距离观察发现，格瑞维亚与传统MPV方正臃肿的造型风格不同，它的前脸造型采用动感蜂窝格栅，并搭配黄金眼投射式LED前大灯，力量感和辨识度十足。

此外，新车还将A柱向后移动，后窗玻璃加倾斜。更长的流线车身搭配低重心的设计，让整车的车身姿态更加充满活力。

对于多口之家而言，汽车的空间性和舒适性无疑是他们关注的重中之重，这也成为MPV车型竞争和发力的关键点。

走进格瑞维亚车内，皮质座椅给予身体充分的包裹和支撑。第二排豪华长滑轨独立座椅带电动腿托、独立座椅可折叠小桌板，以及宽敞的第三排进出通道，让车内空间宽适且富有格调。

赵东介绍说：格瑞维亚搭载了12.3英寸全液晶彩色TFT多功能信息显示屏、12.3英寸彩色中控触控显示屏和10英寸彩色HUD抬头显示系统，这些配置能够让用户对导航地图及各种驾驶信息一目了然。



汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹到公众号，给我们留言。消费维权邮箱：tautoeyd@126.com