

# 伯特利董事长袁永彬： 打通全链条服务 构筑智能化能力

“随着汽车智能化不断提升，伯特利将从感知、决策、规划到执行，打通全链条服务，并围绕产品不同方面构筑智能化能力。”伯特利董事长袁永彬在接受中国证券报记者专访时表示，除智能化外，国际化、电动化、轻量化也是公司未来着眼布局的重点。

“为车企提供一流且全面的汽车底盘系统产品是我们努力的方向，我们的愿景是希望伯特利能够有朝一日进入全球汽车零部件百强。”袁永彬表示。

● 本报记者 李媛媛



伯特利厂区门口

## 瞄准线控制制动赛道

伯特利是国内汽车制动领域领先企业，其从机械制动产品起家，经过近20年的发展，如今成长为具备整车制动系统、智能驾驶系统、转向系统开发能力的汽车零部件一级供应商。

袁永彬对记者表示，汽车行业正经历着一场深刻的变革，从传统燃油车向新能源汽车转型，催生出电动化、智能化、轻量化发展方向，伯特利已做好准备应对这场变革。

袁永彬说，在电动化方面，伯特利从2021年开始投产，2022年销量出现爆发式增长。公司将积极扩充产能，预计2023年会有200多万套产能。2022年前三季度，伯特利智能电控产品销量143.75万套，收入达13.59亿元，占主营业务收入比例为38.04%，同比增长79.39%。

值得一提的是，伯特利是国内首家发布并量产集成式线控制动架构（简称“One-Box”）的企业，被称为国内制动领域专家。2021年6月已实现大批量投产，2022年搭载了20多款车型。

袁永彬称：“线控制动系统具有集成

度高、重量轻、反应时间短等显著优势，适合于新能源汽车尤其是高级别的自动驾驶场景，并扮演着关键的‘控制执行层’”。

伯特利不断完善底盘系统产品，积极拓展新业务。据袁永彬介绍，2022年初，伯特利通过收购浙江万达，将公司产品拓宽至转向领域；2022年10月与吉利控股出资组建汽车智能底盘系统公司，积极布局线控制动赛道。

对于布局线控制动的规划，袁永彬对记者表示，伯特利首先把线控制动作为第一个导入产品，后续将对转向等其他产品陆续进行开发和导入。

不过，在袁永彬看来，无论是线控制动还是滑板底盘，都是底盘的一种形式，在某种意义上并不是全新的产品，而是将传统的制动、转向、悬挂、三电等各类产品以线控的方式，完全整合在底盘里。

面对各方争相布局线控制动赛道，袁永彬表示：“随着汽车电动化和智能化发展，未来线控制动使用率会越来越高，但该赛道的未来主导者究竟是第三方供应商还是主机厂，并不确定。”

人才，组建团队，布局智能化业务。袁永彬告诉记者：“在高级驾驶辅助系统（ADAS）业务上，伯特利不是高举高打，而是采取一种较为稳妥的策略。先从L2系统开始做起，以前摄像头为主融合角雷达等。目前，L2的产品已经投产，L2+的系统也基本开发完毕，2023年3月就会量产。”

袁永彬还透露，公司计划开发行泊一体的预控制器，目前正在调研中。之后就会向L3和L4方面进军，但还为时尚早。

袁永彬表示，随着汽车智能化水平不断提升，伯特利会从感知、决策、规划到执行，打通全链条服务，并围绕产品的不同方面构筑智能化能力。



伯特利机加自动化生产线

公司供图

## 国际化进程提速

在袁永彬看来，利用好国内外两个市场是一家企业做强做大的关键。他坚信，做企业“无内不稳，无外不富”，既要有国内市场，也要有国际市场。

在他的带领下，伯特利正在加速拓展海外市场。日前，为深入推进公司国际化战略，开辟国际资本市场的融资渠道，伯特利拟在境外发行全球存托凭证并在瑞士证券交易所上市。

近年来，伯特利屡获全球知名整车厂项目定点，得到海外市场高度认可。仅去年10月，伯特利就获得海外轻量化项目定点7个。去年12月，伯特利的EPB首次获得全球整车巨头的项目合作。对此，袁永彬十分激动，他表示，伯特利从2007年就开始立项做EPB，一直试图将其引入国际市场，终于有了突破。

“此前，公司出口的产品绝大多数都是纯机械式的零部件，涉及带电控软件的项目是头一回。这对于伯特利来说是非常有标志性意义的节点，意味着经过十多年的积淀，终于可以走出去跟国际同行竞争。”

上述合作不仅是伯特利EPB产品发展的又一高光时刻，更是中国汽车零部件企业进入海外市场的一次重要突破。长期以来，

国内汽车零部件企业的竞争力处于弱势，以EPB为例，2021年采埃孚、大陆集团、爱德克斯三家外企在国内的市占率分别为28.7%、28.15%和9.52%，合计达66.37%。

伯特利开始加速布局海外产能。袁永彬告诉记者，2019年伯特利决定在墨西哥征地建厂，扩大轻量化产品产能。2022年年底一期生产基地已完成生产准备，第一个项目预计在2023年下半年量产。

据悉，伯特利墨西哥一期生产基地具备每年450万件铸铝转向节、控制臂等底盘零部件的生产能力。新工厂的投入使用，可就近向北美，甚至全球主机市场进行配套。

“大规模开展国际化业务完全放在国内生产是不太现实的，伯特利在墨西哥建厂是实现国际化的第一步。目前来看，墨西哥项目进展非常顺利，已获得价值超10亿美元的业务。”袁永彬表示，“待墨西哥项目平稳投产后，计划大约3年内，在欧洲建厂拓展制动、轻量化产品产能布局。”

“新能源汽车市场爆发式增长给伯特利提供了一个很好的发展机遇，未来伯特利将实现制动、转向、智能驾驶相结合的底盘全域技术战略布局。”袁永彬说。

## 多重利好叠加 重卡行业有望走出底部

● 本报记者 宋维东

日前，部分重卡企业公布2023年1月产销数据。透过相关数据可以看到，重卡市场仍处困境，但已现积极信号。部分重卡企业1月销量环比出现上涨，市场地位进一步巩固并得到强化。

业内人士表示，2023年，在经济回暖预期明确、基建投资加码、老旧车辆淘汰等因素的助力下，重卡销量触底反弹的可能性逐渐增大，重卡行业发展有望回暖，预计将逐步走出底部。

### 积极信号显现

2022年，国内重卡市场遭遇巨大挑战，持续在低位徘徊，市场形势严峻。2023年1月，重卡市场销量同比仍出现较大幅度下滑。

第一商用车网认为，这其中除春节假期因素影响外，此前一直存在的车多货少、运价较低、货源不足等情况仍然存在，市场需要一些时间来消化这些问题和痛点。

但要看到，积极信号正显现。上述人士表示，今年以来，随着疫情防控进入新阶段，宏观经济有着较强的复苏预期，这也是重卡行业进入新一轮上行周期的基础。

利好政策同样为重卡市场复苏提供了支持。此前，生态环境部、国家发改委等部门联合发布《深入打好重污染天气消除、臭氧污染防治和柴油货车污染治理攻坚战行动方案》。方案指出，到2025年，柴油货车污染治理水平显著提高，移动源大气主要污染物排放总量明显下降。

不少地区也发布相关政策，要求加快淘汰国四柴油车。日前发布的《河南省商务厅等18部门关于进一步搞活汽车流通扩大汽车消费的通知》明确提出，加快老旧车辆淘汰更新，全面实施重型车国六排放标准，非道路柴油移动机械第四阶段排放标准，推动淘汰国三及以下排放标准的柴油、燃气货车和汽油车，加快淘汰国四柴油汽车和采用稀薄燃烧技术的燃气汽车。

“新一轮老旧柴油车淘汰政策的出台，为重卡新老车型替换带来新的增量，将助力今年重卡市场回暖。”上述人士说。

此外，今年以来，不少地方加大投资力度，推动重大项目建设；地产企稳及制造业回暖，也为国内重卡市场需求提供了支撑。

对于2023年的重卡市场，相关企业也给出判断。一汽解放在日前披露的投资者关系活动记录表中表示，重卡行业景气度与宏观经济相关性较强，预计2023年宏观经济逐步改善，商用车行业的需求将好于2022年，中重卡行业将逐步走出底部。

中国重汽表示，整体来看，当前支持重卡良性发展的基础没有变，前期主要是政策规范带来的短期影响。对重卡行业来说，影响最大的还是国家整体经济总量。以目前中国国内经济总量来看，需要保持一个较大的重卡保有量来支持国内经济发展。尤其是从国家公路货运量以及货物周转量来看，长期呈现稳步增长态势，这对国内重卡市场构成有力支撑，预计2023年将处于逐步恢复的状态。

### 出口仍是亮点

虽然去年国内重卡销量下滑明显，但出口很亮眼，海外市场已成为中国重卡企业参与市场竞争的另一方舞台。

“随着疫情后基建、投资、物流等相关经济活动的恢复，以及中国重卡品牌形象的持续提升，重卡海外出口有望保持高景气度。”上述人士说，“随着产品技术含量、附加值、品牌力、服务水平不断提升，中国重卡企业将在海外市场展现更大作为。”

面对新的市场形势，重卡企业对海外市场的重视程度日益提高，不断加大出口力度并取得新的成绩。以一汽解放为例，就在今年1月中旬，装载着150辆一汽解放JH6牵引车的轮船从江苏连云港驶向印尼雅加达港。这也标志着一汽解放全力拼抢重点海外市场获得重要突破，公司2023年海外市场拓展取得“开门红”。

近年来，一汽解放持续深耕海外市场，加速提升渠道、服务、产品竞争力，为海外用户提供了更多领先可靠、高性价比的产品。仅以印尼市场为例，随着海外市场布局不断推进，一汽解放在印尼业务全面提升，2022年销量同比增长近150%。

2023年重卡出口情况成为近一段时期机构调研重点关注的话题之一。相关重卡企业最近披露的投资者关系活动记录表显示，各企业对今年重卡出口继续保持乐观态度。

一汽解放表示，公司2022年在出口业务上取得了长足进步。预计2023年重卡出口仍将高位运行，公司将继续加大海外市场拓展力度。

潍柴动力称，2022年重卡行业出口量迅速增长，中国重卡出海已成趋势。考虑到中国高端制造产品竞争力提升，重卡出口预计仍会保持高景气度水平，为公司相关产品提供良好发展机遇。

中国重汽表示，从未来国际市场重卡发展趋势来看，全球经济发展对重卡需求将逐步提升。公司在持续进行产品结构优化，升级产品性能，做好国际市场适应性改进，在保持传统优势市场竞争力的基础上不断开拓新的细分市场。

# 新能源化推进 产品力提升 打入高端市场 自主品牌转型加速

● 本报记者 金一丹

数据显示，1月份，蔚来ET5上险量达到近7000台，在成交均价30万元以上中型车中排名超过宝马3系、i3等车型。近年来，自主品牌高端化转型加速，比亚迪百万级别新品牌“仰望”推出、吉利汽车中高端品牌“吉利银河”发布在即……自主品牌在品牌、服务及产品等多领域市场竞争力不断提升。

## 拓展高端市场

中汽中心数据显示，1月高端中型车销量排行中，以蔚来为代表的自主品牌表现亮眼，多款车销量领先。在30万元至40万元价格区间，蔚来ET5以6777台销量居于榜首，均价为32.8万元，超过宝马3系、i3系；同时，极氪001、小鹏G9、蔚来ES6等销量超越奔驰EQB。

在40万元以上价格区间，蔚来ES7、蔚来ET7占据了前两位，销售均价在45.8万元以

上，销量超过保时捷Taycan、奔驰EQE、奔驰EQS以及宝马iX。

业内人士表示，随着我国自主品牌新能源化快速推进，同时在智能化领域不断增加配置，产品力显著提升。传统汽车品牌受限于产品线改造复杂、既有产品销售调整等问题，在新车型电动化、智能化推进方面进行较慢，在激烈的市场竞争中，中国自主品牌逐渐以产品力崭露头角。

清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全表示，企业的品牌定位一定要清晰。面对激烈的市场竞争，自主品牌不能一味追求“别人有的我都有，而我更便宜”的产品性价比最优，而是要努力思考如何面向目标消费群体的个性化需求，提供差异化产品，从而带给用户更好的体验。在此基础上，如果再把产品价格做得适当低一些，才会有竞争力。

国信证券表示，汽车品牌力的塑造，需要较大的市场营销投入与高效的终端渠道铺设。在有限的资源约束下，新能源汽车市场竞

争日趋激烈，企业的经营效率与战略决策越来越重要，行业发展已进入全新阶段。

## 加大优质供给

近期，比亚迪、上汽集团、吉利汽车等多家自主品牌陆续发布中高端新能源产品，加速向高端市场拓展。

吉利汽车2月16日宣布，中高端新能源系列正式定名为“吉利银河”，并将在2月23日举行全新产品全球发布会。吉利汽车集团CEO淦家阅日前在内部年度经营工作大会上表示，公司将发布“吉利品牌新能源战略”，并推出吉利品牌中高端新能源系列，该系列将在三年内推出包括大里程PHEV、智能纯电等多款全新产品。

2月10日，上汽集团旗下智己汽车发布新一代智能纯电中大型五座SUV—LS7。据介绍，该车型将根据智能化配置和驱动力的不同分为六个版本，价格区间在30.98万元—45.98万元。同时，智己LS7开启大定，预计于

3月交付用户。

比亚迪于1月5日发布了全新高端汽车品牌“仰望”及核心技术“易四方”，百万级新能源越野车U8和纯电动超跑U9也同步亮相。光大证券表示，比亚迪对用户画像定位精准，覆盖主流价格带的新能源车型，并拓展高端市场，构建包含“海洋+王朝+腾势+仰望”的产品矩阵。依托纯电、插混平台技术迭代加电性能、结构升级，将带动比亚迪向高端智能化品牌形象转变。

理想汽车CEO李想近日发布的关于理想L系列车型售价区间信息显示，理想汽车除了已发布的理想L9定价在50万元以内，理想L7、L8将定价在40万元以内，理想L6将定价在30万元以内。

英大证券表示，传统车企在2022年新能源车布局上呈现出追求品牌向上，布局高端智能电动趋势。智能电动化的推进或重塑市场竞争格局，传统车企新能源车子品牌分拆成立有望通过其与燃油车明确的品牌差异化定位，实现品牌力与估值体系重构。