

一汽-大众华南基地自动化率达到同行业领先水平

5月9日，一汽-大众华南基地累计生产第150万辆整车下线仪式暨智慧工厂探秘之旅活动在佛山举行。该基地是一汽-大众全国五大基地战略布局中的“智慧工厂”，也是一汽-大众电动汽车战略落地的样板工厂和一汽-大众数字化、智能化转型的关键。



据了解，一汽-大众华南基地率先搭建大众MEB平台的项目建设基地，为大众集团2020年推出本土化生产的ID新能源车型做好了准备。此外，MEB平台电池系统的组装也将在华南基地进行。

一汽-大众佛山分公司党委书记、总经理张硕表示：“从2011年12月1日正式成立，到2013年9月25日第1台全新高尔夫驶下总装生产线，再到如今第150万台汽车驶下生产板式链，一汽-大众华南基地跨越了时间和空间，致敬过去，赋能未来，实现了完美绿色工厂向智能智慧工厂的完美跃迁。”

据悉，一汽-大众华南基地的工艺水平、生产能力等各个方面走在了行业的前端，自动化率达到同行业领先水平，展现了一汽-大众强大的生产体系实力。

在冲压二车间，自动化率达到100%，拥有国际先进的伺服压力机钢-铝混合开卷落料生产线，开卷线最高冲程达到93次/分钟，大线整线最高达到17次/分钟。

在焊装二车间，能实现4款车型混线生产，车身尺寸100%在线监控，并引入IPG激光焊接工艺。目前整个焊装二车间拥有949台KUKA机器人，综合自动化率达到80%，确保T-ROC整车品质的一致性，是一汽-大众目前自动化率排名首位的焊装车间。



在总装车间，自主开发并使用的无线扳手智能定位系统树立行业新标杆。在生产与物流供应方面，装配线按“h”型布置，使物流路径更短，作业效率更高。在现场，无人搬运车——AGV小车，车身上印着“一汽大众”，正在忙碌的作业，在不需人工引航的情况下就能够沿预定的路线自行行驶，将需要输送的零部件自动从起始点运送到目的地，还可以根据仓储货位的要求、生产工艺的流程等改变而灵活改变，而且运行过程中无噪音、无污染，不仅优化了生产成本与人员劳动负荷，而且提高了生产效率。

一汽-大众作为第一个按经济规模起步建设的现代化乘用车企业，从改革开放初期的家轿时代“垦荒者”，到如今数字化、智能化转型的“勇先锋”，主动拥抱未来，坚守“造价值经典汽车，创卓越出行服务，促人、车、社会和谐”的初心，携手合作伙伴在新能源、智能网联等领域的战略合作，共同推进智能化、数字化转型升级，不断为中国汽车产业注入新动力，共创品质未来。

一汽-大众累计销量 14.6 万辆，位列行业第一

一汽-大众 1-4 月的累计销量为 606748 辆，已完成年目标销量的 43%。

5月10日，中国汽车流通协会汽车市场研究分会（乘联会）公布了2019年4月的综合销量排名快报。4月份国内狭义乘用车市场销量达150.8万辆，同比下降16.9%，环比下降13.8%。据悉，南北大众的综合销量依然名列榜首，一汽-大众

累计销量 14.6 万辆，以近 6000 辆差距力压上汽大众夺冠。一汽-大众 4 月的市场份额为 9.3%，1-4 月累计销量市场份额为 9.0%，位列行业第一。



在大众品牌的细分车型上，三月上市的全新一代速腾 4 月取得了 22492 辆的成绩；唯一一个跻身轿车销量前五的 B 级车迈腾共计售出 20312 辆；全新一代宝来单月销量为 19192 辆，取得细分市场前三的好成绩；热销的高尔夫家族 4 月销量为 10810 辆，细分市场份高达 48.9%。

此外，一汽-大众 2019 年才开始布局的 SUV 市场也随着探歌和探岳两款车型的市场认知度逐渐提升，销量也开始有所增长。探歌、探岳两款车型分别主打市场容量最大的紧凑型 SUV 和中型 SUV 市场。其中，探歌 4 月的销量为 8831 辆，攀至细分市场第二，探岳销量则为 8547 辆，升至细分市场第五。

“双腾”和高尔夫家族的稳定表现，为一汽-大众今年的平稳开局奠定了基础，“双探”的品牌树立也为销量起到了助攻的作用。随着高尔夫·纯电(e-Golf)、宝来·纯电(e-BORA)的正式落地，一汽-大众也将成为较早试探新能源市场的合资企业。

随着捷达品牌的发布，此前一汽-大众的热销车型捷达也正式由一款车型上升为一个品牌。按照规划，捷达年内将向市场推出两款 SUV 车型及一款三厢轿车，三款车均已在今年四月的上海车展亮相。至此，一汽-大众完成了由捷达、大众、奥迪形成的由低到高的品牌矩阵。

与此同时，南北大众的销量规模之争也随之进入白热化阶段。随着上汽奥迪的推进，捷达品牌的落地，南北大众将变成旗下均有三个品牌的格局。从去年7月开始，一汽-大众摆脱了常年受上汽大众压制的局面，开始反击。从大的策略方向来看，大众集团也会希望南北大众两家企业保持势均力敌。

从销量数据上来看，一汽-大众1-4月的累计销量为606748辆，年初定下的年销售目标为140万辆，目前已经完成2019年年目标销量的43%左右，未来一汽-大众大众品牌还有8款全新和换代车型将要上市，产品组合结构将形成轿车、SUV及新能源“三驾马车”，一汽-大众或可提前完成年目标销量。