

# C10 车视界

新能源“硝烟弥漫”未来出行触手可及

## 2019 上海车展或为车市注入“强心剂”

本报记者 刘媛媛 上海报道

在经历了一整年的销量滑坡后，汽车市场仍未恢复活力。不过，作为汽车行业的晴雨表，上海国际车展的到来或将给持续“低温”的汽车市场带来一丝暖意。

4月18日~25日，第十八届上海国际汽车工业展览会（以下简称“上海国际车展”）将在国家会展中心（上海）拉开帷幕。本次展会以“共创·美好生活”为主题，展出规模将超过36万平方米。不仅将展示汽车工业的最新发展成果，也将加速推动汽车与先进制造、信息通信、互联网、大数据、人工智能深度融合。

### 豪华车重磅产品齐首发亮相

本届车展有望迎来近百家车企携旗下重磅车型亮相。

众所周知，2018年中国汽车市场迎来了28年以来的首次负增长。进入2019年，情况未有改观。

根据乘联会4月9日发布的数据，3月，狭义乘用车生产量为200.3万辆，同比下降7.4%，市场零售量为174.0万辆，同比下降12.1%。其中，轿车销售量同比下降12.0%，SUV销售量同比下降10.7%，MPV销售量同比下降20.2%。第一季度整体情况来看，乘用车市场累计销售为507.8万辆，同比累计下降10.5%。

整体市场的低迷促使车企不断推陈出新，记者注意到，不管是豪华品牌、合资品牌还是自主品牌当下都在紧锣密鼓地

### 新能源“龙争虎斗”

因为新能源车的逆势增长，吸引了车企们竞相布局。

值得注意的是，在车市寒潮下，新能源车仍保持快速增长态势。乘联会数据显示，3月新能源销量实现11.1万辆，同比增长100.9%。今年第一季度累计批发新能源车达25.4万辆，累计增量13.7万辆，批发累计增长117.8%。

正是因为新能源车的逆势增长，吸引了车企们竞相布局。在即将开幕的上海车展上，车企们借着这个展示机会，将推出自己全新的电动化产品。

其中，奥迪将带来旗下首款量产纯电动SUV——奥迪e-tron，并将在国际车展期间开启预售。据悉，新车采用大容量电池组，NEDC综合续航可达525km；奔驰中型纯电动SUV EQC也将于本届车展上国内首发。

有消息称，特斯拉Model Y也即将在上海国际车展亚洲首发。

众、奔驰、福特、现代、保时捷等国际知名品牌，以及一汽、东风、上汽、北汽、广汽等国内汽车集团，还有蔚来、威马、爱驰等一众造车新势力。

《中国经营报》记者注意到，其实早在3月底，各车企就已经纷纷为上海国际车展预热造势，提前对外释放了新车信息。从已经释放出的信息来看，随着汽车智能化、

兼具运动感与时尚感。此前，兰博基尼汽车有限公司也宣布，将携强大产品阵容亮相上海国际车展，届时全新一代V10产品家族超级跑车Huracán EVO及其敞篷版将上演亚太市场首秀。全球首款超级SUV兰博基尼Urus也将同台登场。

早在3月下旬，保时捷正式发布了全新卡宴Coupe，作为保时捷卡宴家族的最新车型，保时捷方面表示，将借上海国际车展的契机迎来亚洲首发。

自主品牌方面，近日，上汽名爵发布了一组新一代名爵6车型的官方图片，宣称新增Trophy专属黑骑士运动套件和可开式运动排

气，满足不同消费者对运动属性的需求，并且还将全面符合国六排放标准，新车或将于本届车展正式上市销售。

奇瑞汽车旗下高端品牌星途则计划带来首款车型“星途-TX”，计划在上海国际车展上正式上市；吉利汽车也将带来全新紧凑型SUV——星越亮相本届车展，它是第一款基于沃尔沃CMA模块化平台打造的车型，定位为轿跑SUV……

据悉，本届车展有望迎来近百家车企携旗下重磅车型亮相。不过，乘联会秘书长崔东树直言，预计4月车市将维持稳定走势，很难强势突破。

此前，电咖汽车发布了高端品牌“天际”，并于3月11日正式更名为“天际汽车”，公司透露，旗下首款量产车型纯电动中型SUV——ME7综合工况续航里程达到500公里，计划在上海国际车展开启预售，下半年正式开始交付。

不难看出，在新能源的大势所趋下，不管是造车新势力还是传统车企都在争夺这一“香饽饽”，市场竞争日趋激烈，本届车展或将上演一场没有硝烟的战争。

当问及市场竞争如此激烈的情况下自己有何竞争力时，天际汽车相关负责人告诉记者，造车新势力的差异和优势主要体现在产品更加有品又有趣。以BBA为首的传统车企综合实力强，管理严密，但“大象转身慢”。新造车企业则相反，更高效、更灵活。

公司将在上海国家会展中心5.1馆打造“蔚来中心 | 上海车展”，展出电动汽车EP9、“第二起居室”概念车EVE、高性能智能电动旗舰SUV ES8及高性能长续航智能电动汽车ES6。现场也将展示蔚来能源(NIO Power)补能解决方案与企业技术研发最新成果。此外，还有一款预览版车型将在车展期间与大家见面。据网络消息，该预览版车型或为全新轿车ET7。

合众汽车则将携三款新车亮相，分别是第二款量产车合众U、全新概念车Eureka 02以及哪吒N01 2020款。其中，全新智能纯电动SUV——U将在本届车展上正式开启预售。据了解，合众U此前于合众汽车北京设计中心揭幕暨新产品沟通会上正式亮相并命名，其NEDC综合工况续航里程500 km。

公司将在上海国家会展中心5.1馆打造“蔚来中心 | 上海车展”，展出电动汽车EP9、“第二起居室”概念车EVE、高性能智能电动旗舰SUV ES8及高性能长续航智能电动汽车ES6。现场也将展示蔚来能源(NIO Power)补能解决方案与企业技术研发最新成果。此外，还有一款预览版车型将在车展期间与大家见面。据网络消息，该预览版车型或为全新轿车ET7。

合众汽车则将携三款新车亮相，分别是第二款量产车合众U、全新概念车Eureka 02以及哪吒N01 2020款。其中，全新智能纯电动SUV——U将在本届车展上正式开启预售。据了解，合众U此前于合众汽车北京设计中心揭幕暨新产品沟通会上正式亮相并命名，其NEDC综合工况续航里程500 km。

蔚来相关负责人向记者透露，蔚来中心将作为蔚来品牌展示、销售、交付、售后服务的核心载体，也是蔚来品牌与用户建立情感链接的重要场所。蔚来中心将采用最新的设计理念，结合蔚来品牌文化，为用户提供高品质的服务体验。

蔚来中心将作为蔚来品牌展示、销售、交付、售后服务的核心载体，也是蔚来品牌与用户建立情感链接的重要场所。蔚来中心将采用最新的设计理念，结合蔚来品牌文化，为用户提供高品质的服务体验。

蔚来中心将作为蔚来品牌展示、销售、交付、售后服务的核心载体，也是蔚来品牌与用户建立情感链接的重要场所。蔚来中心将采用最新的设计理念，结合蔚来品牌文化，为用户提供高品质的服务体验。

蔚来中心将作为蔚来品牌展示、销售、交付、售后服务的核心载体，也是蔚来品牌与用户建立情感链接的重要场所。蔚来中心将采用最新的设计理念，结合蔚来品牌文化，为用户提供高品质的服务体验。

网联化、电动化概念转入实际应用，越来越多的新能源汽车将亮相上海国际车展，预计本届车展新能源汽车数量将远超上届。

此外，上海国际车展还首次设立了未来出行展区，吸引到众多业界知名企业带来涵盖车联网、无人驾驶解决方案、激光雷达等汽车黑科技，预计将掀起新一轮的技术比拼热潮。

虽然有观点认为，本届车展车企带来的概念车相比去年将会有所下降，不过，记者梳理发现，还是有包括大众、奥迪、英菲尼迪以及部分造车新势力带来了酷炫的概念车型。

大众汽车宣布，将于上海国际车展展出ID ROOMZZ概念车，基于MEB平台设计，计划于2021年进入中国市场。这是一款全尺寸、全电动的SUV，有三排座椅。在动力总成方面，预计会有前驱和全驱两种版本。据悉，此款概念车还会配置IQ.DRIVE系统，允许在ID.Pilot模式下，车辆达到L4级自动驾驶。

奥迪即将带来的概念车则充满未来感，据悉，全新奥迪AI:me概念车将搭载纯电驱动系统，全面展示奥迪未来城市出行愿景。

英菲尼迪方面向记者表示，本届车展，英菲尼迪将携最新力作Qx Inspiration概念车全球首发，展现英菲尼迪电动化时代轿车设计方向及科技应用趋势。Qx Inspiration概念车也将上演亚洲首秀，揭示英菲尼迪未来电动化SUV车型的发展方向。

两款全新概念车与全新QX50一同，以“突破美学”的产品设计理念与“创新之道”的技术研发理念，展现英菲尼迪品牌成立30年来的技术成就与未来愿景，诠释英菲尼迪敢于突破的品牌精神。”英菲尼迪方面表示。

综合对比发现，车企们首发的概念车型大多在自动驾驶技术以及多媒体交互方面进行发力，设计上则未来感十足。眼下，中国车市正处于低迷尴尬时期，在此背景下，车企纷纷将希望寄托于上海国际车展，希望能够借助车展的热潮带动销量提升。崔东树告诉记者，即将到来的上海国际车展能对车市的后续走向起到一定的积极作用。“预计乘用车市场4月将迎来微幅增长，较3月的销量表现会有明显的改善。”

眼下，中国车市正处于低迷尴尬时期，在此背景下，车企纷纷将希望寄托于上海国际车展，希望能够借助车展的热潮带动销量提升。崔东树告诉记者，即将到来的上海国际车展能对车市的后续走向起到一定的积极作用。“预计乘用车市场4月将迎来微幅增长，较3月的销量表现会有明显的改善。”

眼下，中国车市正处于低迷尴尬时期，在此背景下，车企纷纷将希望寄托于上海国际车展，希望能够借助车展的热潮带动销量提升。崔东树告诉记者，即将到来的上海国际车展能对车市的后续走向起到一定的积极作用。“预计乘用车市场4月将迎来微幅增长，较3月的销量表现会有明显的改善。”



一场车企的“盛宴”即将展开。 摄图网/图

### 概念车集中爆发

车企们首发的概念车型大多在自动驾驶技术以及多媒体交互方面进行发力，设计上则未来感十足。

虽然有观点认为，本届车展车企带来的概念车相比去年将会有所下降，不过，记者梳理发现，还是有包括大众、奥迪、英菲尼迪以及部分造车新势力带来了酷炫的概念车型。

大众汽车宣布，将于上海国际车展展出ID ROOMZZ概念车，基于MEB平台设计，计划于2021年进入中国市场。这是一款全尺寸、全电动的SUV，有三排座椅。在动力总成方面，预计会有前驱和全驱两种版本。据悉，此款概念车还会配置IQ.DRIVE系统，允许在ID.Pilot模式下，车辆达到L4级自动驾驶。

奥迪即将带来的概念车则充满未来感，据悉，全新奥迪AI:me概念车将搭载纯电驱动系统，全面展示奥迪未来城市出行愿景。

英菲尼迪方面向记者表示，本届车展，英菲尼迪将携最新力作Qx Inspiration概念车全球首发，展现英菲尼迪电动化时代轿车设计方向及科技应用趋势。Qx Inspiration概念车也将上演亚洲首秀，揭示英菲尼迪未来电动化SUV车型的发展方向。

两款全新概念车与全新QX50一同，以“突破美学”的产品设计理念与“创新之道”的技术研发理念，展现英菲尼迪品牌成立30年来的技术成就与未来愿景，诠释英菲尼迪敢于突破的品牌精神。”英菲尼迪方面表示。

综合对比发现，车企们首发的概念车型大多在自动驾驶技术以及多媒体交互方面进行发力，设计上则未来感十足。眼下，中国车市正处于低迷尴尬时期，在此背景下，车企纷纷将希望寄托于上海国际车展，希望能够借助车展的热潮带动销量提升。崔东树告诉记者，即将到来的上海国际车展能对车市的后续走向起到一定的积极作用。“预计乘用车市场4月将迎来微幅增长，较3月的销量表现会有明显的改善。”

眼下，中国车市正处于低迷尴尬时期，在此背景下，车企纷纷将希望寄托于上海国际车展，希望能够借助车展的热潮带动销量提升。崔东树告诉记者，即将到来的上海国际车展能对车市的后续走向起到一定的积极作用。“预计乘用车市场4月将迎来微幅增长，较3月的销量表现会有明显的改善。”

## 广汽传祺“出海记”

本报记者 梁德明 董海华 广州报道

4月9日，广州汽车集团股份有限公司（以下简称“广汽集团”）发布3月产销快报。数据显示，2019年1~3月，广汽集团乘用车有限公司（以下简称“广汽传祺”）累计销量为88038辆，与2018年同期的149320辆相比下滑41.04%。此前在2018年，受到汽车市场增速放缓等影响，广汽传祺也仅完成全年目标的76.46%。

而从广汽传祺近期动态来看，其在海外布局、产品线布局等

### 销量增速放缓

2018年是广汽传祺成立十周年，回望广汽传祺过去十年的发展也并非是一帆风顺。从2008年成立，直到2014年才刚刚迈过10万辆大关。而从2015年传祺GS4上市以来，2015年广汽传祺销量同比增长44.85%至19.51万辆。2016年广汽传祺销量较2015年同期分别增长101.84%和90.66%；2017年，广汽传祺销量达到50.86万辆，同比增长36.7%。

不过自2018年以来，广汽传祺销量增速开始放缓，2019年第一季度甚至同比出现一定下滑。2018年初，广汽传祺曾定下70万辆的销量目标，最终全年销量为53.52万辆，同比增长5.23%，仅完

方向进行发力。而俄罗斯将成为广汽传祺的又一个新的“战场”。事实上，广汽集团已经在酝酿进入美国市场，但由于中美贸易摩擦，进军美国市场暂无明确时间表，欧洲成为了广汽集团的一个突破口。

就近期销量、海外布局等的具体情况，《中国经营报》记者联系了广汽传祺方面，截至发稿暂未得到回复。有多位业内人士提到，不少自主品牌扬言走向海外市场，当中大部分可能只是一种噱头。

成目标的76.46%。

日前，广汽集团方面发布了3月产销快报。数据显示，广汽传祺2019年3月销量为33,806辆，与2018年3月的54184辆相比差距较大；此外，2019年1~3月，广汽传祺销量累计88038辆，同比下滑41.04%。

从市场情况来看，广汽传祺销量一定程度上受到国内汽车市场增速放缓的影响。全国乘用车市场信息联席会数据显示，2018年1~12月，全国狭义乘用车累计销量2235.1万辆，同比下降5.8%。

此前，中国汽车工业协会也预测2019年全年汽车销量为2800万辆，与2018年持平，呈现零增长态势。

### “造船出海”

在国内市场的激烈竞争下，不少中国自主品牌都希望通过海外拓展来提振销量，其中广汽传祺也在海外布局上持续发力。

2013年前后，广汽传祺方面就提到，计划未来3~5年的出口销量占到总销量的20%。而到了2018年，广汽传祺总经理郁俊也公开表示，“广汽传祺国际化战略的第一阶段目标，希望海外市场占全部销量的10%，最终中国市场和海外市场希望做到50:50。”

汽车分析师曹鹤在接受记者采访时提到，“从全球市场来看，中国汽车市场增速已经缓下来了，在这种情况下，大家走出去闯一闯是对的。”

俄罗斯当地时间4月4日，广汽传祺以“更多可能”为主题，首次亮相2019年圣彼得堡国际车展。据了解，广汽传祺方面宣布，计划向俄罗斯先期导入三款明星车型：

### 降本增效

“对于广汽传祺来说，国内市场才是其最关注的市场。”任万付如是说。不少业内人士向记者表示，广汽传祺目前的销量局面，一定程度上是因为部分车型存在老化趋势，而且产品线布局仍待继续完善，也是亟须解决的关键问题。

从2015年GS4上市以来，广汽传祺销量出现了较高的增长，GS4也成为广汽传祺销量的重要组成

部分。数据显示，2018年传祺GS4销量为24万辆，占广汽传祺销量的40%以上，而GS4、GS3和GS8等3款SUV合计销量占广汽传祺销量的“半壁江山”。

然而，从2015年至今，广汽传祺GS4已上市较长的时间，公开数据显示，2019年初GS4月销量已下滑至不足1万辆。任万付提到，广汽传祺部分车型有老化趋势，需要

尽快推出更新换代车型。为摆脱“产品老化”“SUV独大”等标签，广汽传祺2019年也计划做出较大改变。2019年1月，广汽传祺第二款MPV车型传祺GM6正式上市。广汽传祺副总经理闫建明提到，将继续对旗下产品进行升级换代。

方正证券研报提到，广汽传祺2019年旗下主要车型涉及改款及

换代，包括GS8中期改款，全新车型GM6、GA6换代，全新GS4等，以及全新GS5销量爬坡等新旧车型衔接，静待自主品牌复苏。

不过对此曹鹤认为，从自主品牌发展规律来看，在销量高速增长几年后都会经历一段时期的下滑态势。“如果不下力气研发投入，全新车型、全新营销的力度不够，基本会继续走下坡路。”

曹鹤还提到，很多自主品牌扬言进入北美、欧洲市场等，当中大多是一种噱头。汽车分析师任万付表示，“从目前了解到的情况来看，海外市场很难对传祺的销量带来大的提升，广汽传祺布局海外市场更多的是一种战略与宣传层面的需要。”

曹鹤还提到，很多自主品牌扬言进入北美、欧洲市场等，当中大多是一种噱头。汽车分析师任万付表示，“从目前了解到的情况来看，海外市场很难对传祺的销量带来大的提升，广汽传祺布局海外市场更多的是一种战略与宣传层面的需要。”

曹鹤还提到，很多自主品牌扬言进入北美、欧洲市场等，当中大多是一种噱头。汽车分析师任万付表示，“从目前了解到的情况来看，海外市场很难对传祺的销量带来大的提升，广汽传祺布局海外市场更多的是一种战略与宣传层面的需要。”