

2023成都车展倒计时： 129个品牌比拼电动硬实力 “中国造”展示智能新力量

本报记者 陈燕南 北京报道

作为国内四大A级车展之一的2023年成都国际车展即将迎来开幕。

“我们将努力把这届展会打造成为新理念、新技术、新趋势交相辉映的2023年下半年的汽车盛事，为疫情之后促进消费、提振经济打造

高质量行业盛会。”近日，汉诺威米兰展览会(中国)有限公司董事总经理刘国良对包括《中国经营报》在内的媒体表示。

据介绍，本届车展以“智享蓉城，驭见未来”为主题，汇聚全球汽车制造业最顶尖的汽车科技与成果，德系、美系、法系、日系、韩系及

合资、自主等129个汽车品牌将在11个馆内盛装出席，带来全球首发首秀及热卖爆款车型，展出车辆近1600辆，展示面积超过20万平方米。此次成都国际车展8月25日开幕，为期共10天。

汉诺威米兰展览(上海)有限公司副总经理吴文真对记者表示：“本

次车展将以创新拓展汽车消费场景、激发市场活力为目的，致敬中国汽车工业70周年。自主品牌向世界展示中国力量，合资品牌迎来本土化举措进一步落地，技术、产品齐发力。同时，政企联动打出惠民利民‘组合拳’，提振消费，激发市场活力。”

豪华品牌加快“触电”步伐

激烈竞争的市场背后，不少品牌在不断加码中国市场，此次车展，众多车企携“油电双行”的新兴产品矩阵在中国“登陆”上市，发起猛烈攻势。

宝马、奔驰、奥迪、雷克萨斯、林肯、捷豹路虎、凯迪拉克、沃尔沃、捷尼赛思、英菲尼迪等豪华品牌共同组成了一道亮丽的风景线。

宝马集团将率先掀起新的电动攻势，创新纯电动BMW iX1、创新纯电动BMW i7 M70L、全新BMW M760Le，以及创新BMW XM Label Red限量版和创新BMW XM 50e五款新能源车型将

同步上市。

捷尼赛思G90将在成都国际车展期间上市。梅赛德斯-奔驰将携“油电双行”的产品矩阵发起猛烈攻势，保持其在高端豪华市场竞争。

保时捷、劳斯莱斯、兰博基尼、宾利、路特斯等超豪华品牌将齐聚16号馆，集酷炫设计和卓越性能于一身的豪华座驾纷纷登上展台，为观众提供沉浸互动

体验与极致视觉享受。迎来75周年诞辰的保时捷借此机会发布重塑了三年的车标，并计划于今年投入使用，以保持跟进电气化时代的变化。

合资车企方面，大众、标致、雪铁龙、别克、雪佛兰、福特、丰田、本田、日产、马自达、江铃、现代、起亚等品牌在激烈竞争的市场背后也在不断加码中国市场，除传统油车

外，积极加快“触电”步伐，以此提振赛道竞争力。

值得一提的是，本届车展设立潮流汽车生活馆，全面升级观、感、乘、驾、乐等多元化体验，通过生活引领、场景沉浸、感知互动、休闲体验的活动形式，传播时尚、年轻、潮流文化新风尚，打造潮流出行生活新方式，彰显属于新时代族群的个性生活。

“中国造”展示中国力量

作为本届成都国际车展的主角，以造车新势力为首的新能源车企开始了一场技术与实力的抗衡。

70年来，我国汽车产业从一个制造厂到一大批汽车企业集团，从一个民族汽车品牌到一大批知名民族汽车品牌，形成了完备的现代化产业体系。“中国造”车企——中国一汽、东风汽车、长安汽车、上汽集团、广汽集团、奇瑞汽车、吉利集团、长城汽车、比亚迪、大运汽车等将璀璨亮相，向世界展示中国力量。北京汽车将于媒体日举行技术品牌发布暨全新BJ40新品首发预售；奇瑞集团将携旗下奇瑞、星途、捷途、iCAR四大品牌震撼登场。

作为本届成都国际车展的主角，以造车新势力为首的新能源车

企开始了一场技术与实力的抗衡：理想、蔚来、小鹏、零跑、岚图、高合、极氪、智己、阿维塔、欧拉、极狐、哪吒、AITO、埃安、深蓝、昊铂、远航等国货之光品牌，将携火爆车型震撼亮相本次车展，在车辆安全、制造工艺、驾驶感受、智能科技、品牌体验和情感共鸣方面给用户带来完美体验。

新一代互联网造车品牌——集度汽车将展示搭载了城市场景高阶智能辅助驾驶的汽车机器人，用极致智能化的硬核科技给用户带来不一样的豪华体验。作为东风集团推出的豪华电动越野品牌，

首次参展的猛士将以威猛霸气的造型，强烈的机甲风格踢馆老牌豪华选手。

智己全新纯电中大型SUV，配备800V快充系统的LS6将迎来首发；极狐将打造首家汽车品牌场景化主题的“亲子乐园”，智能亲子车考拉开启预售；远航Y6、远航H8正式上市；全系标配第二代NT智能展翼门和全速域主动后轮转向的高合HiPhi Y以敞篷飞船姿态亮相成都国际车展。比亚迪集团将携旗下腾势、仰望、比亚迪、方程豹四大品牌，首次以集团形式高调亮相本次成都国际车展。值得一提的

是，备受关注的仰望U8或将于本届车展正式上市；比亚迪旗下高端品牌方程豹将携首款硬派SUV方程豹“豹5”开启全球车展首秀，强势入局新能源赛道。

“我们对新能源汽车的展望非常乐观。当前，新能源汽车的技术在逐步成熟，性能不断提升，成本在逐步下降，能够满足消费者的需求。加上减免购置税政策的支持、地方给予购车补贴，以及充电设施和电力配套的投入，都为新能源汽车的推广提供了便利条件，新能源汽车未来的发展前景是非常广阔。”吴文真认为。

多重优惠激发市场活力

有业内人士认为，在车展促销“组合拳”带动下，本届成都车展可以促进销售、增加订单，展后可以进一步促进下半年的汽车消费，为今年车市的“金九银十”开一个好头。

中汽协公布的最新数据显示，今年7月，国内汽车产销分别完成240.1万辆和238.7万辆，环比分别下降6.2%和9%，同比分别下降2.2%和1.4%。

中汽协方面认为，受去年同期高基数影响，叠加传统车市淡季，7月国内汽车产销节奏有所放缓，整体市场表现相对平淡，环比、同比均有所下滑。不过，7月下旬以来，促进汽车消费政策频频发布。预计伴随新一轮汽车促消费政策的实施落地，汽车消费潜力有望得到进一步释放，有助于行业全年实现稳增长目标。为加快恢复和提振消费，激发市场活力，成都国际车展联合所有汽车品牌厂家、经销商带来“让利”组合拳，三重让利层层加码，为广大消费者带来切实优惠。

记者了解到，为营造展会良好购车氛围，促进现场销量，释

放消费动能，所有成都国际车展品牌厂家将带来车展专享购车优惠，万元直降补贴叠满；在此基础上，各大经销商也将开展现金抵扣、购置税减免、高价值油卡、免费里程、保养保修全无忧等各种惊喜豪礼，还有购车代金券发放，助力消费再升级。

有业内人士认为，一直以来，成都车展都是中西部汽车行业发展的风向标和晴雨表。而成都车展被行业、企业看重，原因在于西部车市的发展潜力和活力已得到充分验证，尤其是作为西部重要区域中心城市、西南地区交通和通信枢纽的成都，更被认为蕴藏着无限潜能。在车展促销“组合拳”带动下，本届成都车展可以促进销售、增加订单，展后可以进一步促进下半年的汽车消费，为今年车市的“金九银十”开一个好头。



本届车展以“智享蓉城，驭见未来”为主题，将汇聚全球汽车制造业最顶尖的汽车科技与成果。

本报资料室/图

多地拟约谈网约车平台 行业或告别“价格战”时代

本报记者 郭阳琛 石英婧
上海报道

“今天运气不错，第一单就是从徐家汇到虹桥火车站，开了个好头。”8月11日早上6时，李维(化名)接到了首个订单，这已是这个东北大汉在上海开网约车的第5年。

李维告诉《中国经营报》记者，前一天一直接单到凌晨，之后车辆充电需要两三个小时，收工后就直接睡在后排。现在网约车行业整体供大于求，“一口价”等优惠模式也影响司机收入。

如今，网约车行业越发饱和，司机的日均单量和收入也有所下滑。正因如此，杭州市传出将取缔“一口价”模式的消息。8月15日，事件迎来反转。杭州市市场监管局明确，杭州不会“一刀切”取缔网约车“一口价”，要取缔的是不合法、不合规的“一口价”。

而在7月底，交通运输新业态协同监管部际联席会议办公室在约谈网约车平台时要求，优化提升服务水平，杜绝不正当竞争行为，营造良好市场发展环境；保持经营策略相对平稳，畅通利益诉求渠道，积极防范化解风险隐患；进一步规范经营行为，合理制定运营规则，加强与司机群体的沟通协商，落实落细降低过高抽成比例民生实事要求；网约车聚合平台及合作的网约车平台公司要依法建立健全首问负责制度，及时妥善处理投诉。

业内人士表示，近几年，T3出行、享道出行、曹操出行等多家公司获得融资，并传出上市计划。随着监管部门加快“对症下药”，网约车行业合规率不断提升，低价无序竞争也将逐渐受到控制，行业平台企业在资本市场迎来更多的机遇。

瞄准“一口价”模式

近日，一名驾龄七八年的网约车司机在“浙江省民呼我为统一平台”留言称，网约车“一口价”订单价格低，破坏市场运价体系。同时，司机会想方设法尽快到达目的地结束订单，从而导致超速超车、抢黄灯等各种行为，发生交通事故的概率大幅提升。

8月9日，杭州市市场监督管理局答复称，针对网约车推出的“一口价”“优惠价”等问题，市场监管部门将联合市交通局、税务局等部门，拟于8月中旬召开在杭网约车公司参加的价格政策告诫会。

聚焦从业者合法权益

据李维介绍，网约车行业刚兴起时，各个平台针对司机有很多奖励，上海的头部司机每月净收入甚至达到四五万元；前两年，尽管平台奖励有所收紧，但乘客需求大、订单数量多，很多司机月收入也能逼近2万元；现在，不仅订单减少了，很多平台的抽成比例也有增无减。

“扣除车租和充电费用，每月到手大约1万元，我们只能增加工作时间。”李维感慨道。

全球知名市场调查研究咨询机构弗若斯特沙利文发布《全国网

约乘客打车。

之后，享道出行、T3出行等网约车平台以及高德打车等聚合平台纷纷推出类似的“一口价”打车模式。

多名长期在上海的专职网约车司机告诉记者，相比普通网约车，“一口价”模式的订单价格只有80%~90%。很多上海主城区的订单，往往就四五公里，但拥堵路段大多等候时间过长，换算到单位时间的收入就比较低。但这类订单总量较大，因此大部分司机还会接“一口价”订单。

人员合法权益、扰乱市场公平竞争秩序等问题，存在不稳定风险隐患，甚至个别平台公司出现了运营安全事故。

地方层面也有不少动作。7月20日，武汉市交通运输局等五部门联合召开全市网约车行业规范提升工作推进会，将对网约车平台优惠、打折等不正当竞争行为进行立案调查；8月14日，合肥市市场监管局联合多部门约谈全市主要网约车平台企业，要求严格做到明码标价，规范促销行为，不得存在破坏市场秩序的不正当

8月15日，在杭州市网约车经营服务政策宣贯会(以下简称“政策宣贯会”)上，杭州市市场监管局明确，杭州不会“一刀切”取缔网约车“一口价”。

“要取缔的是不合法、不合规的‘一口价’。之前的回复并不严谨，造成了误解。”

一名参与政策宣贯会的网约车平台人士告诉记者，这次的会议主题其实是服务迎接亚运会，讨论“一口价”模式只是其中一部分。相关部门要求平台自查自纠，整改不合法、不合规定问题，使得计价模式更为公平公正。同时，还要将调

整后的计价规则向杭州市交通局重新报备。

记者了解到，此次政策宣贯会还要求，网约车平台不得强制司机接“一口价”“特惠价”等订单，不得将“一口价”“特惠价”接单结果和司机日常考核、赋分等挂钩，确保司机的自愿选择权。

享道出行相关负责人表示，“一口价”模式本身并不存在问题，但“恶意低价竞争”对整个行业的发展不利。享道出行高度关注各地主管部门相关政策法规，对于相关政策将会积极落实，依法依规调整。

价格行为。

记者在采访中了解到，不少网约车平台也关注到司机的收入下降问题。“T3出行高度重视网约车司机群体的收入保障。”T3出行相关负责人表示，自2023年以来，平台90%以上的司机，每单实际收入占订单流水的八成以上。为进一步增加司机收入，T3出行积极响应交通运输部的号召，平台最高抽成比例将下调1%。

享道出行相关负责人也表示，司机群体是核心的合作伙伴，始终将提升核心合作伙伴的收入作为重

要工作之一。过去一年，享道出行上线了AI撮合3.0系统，优化了派单算法，实现了全天接单量的最大化；通过对智能热力图的迭代，均衡调度司机资源，引导司机合理规划行程，有效降低了整体空驶率。

“享道出行还推出加价远距离调度和预约抢单大厅功能，提升了司机接单体验和接单效率；引入更多渠道流量对接，在保障充足用车需求量的同时，提高订单转化率，使主力司机每小时综合收入提升了30%以上。”上述享道出行负责人进一步说道。

谋求资本市场机遇

7月28日，洪泰基金宣布，T3出行获得数亿元A+轮融资。而在2021年，T3出行已经完成77亿元的A轮融资。

洪泰基金投资人岳凯凯表示，出行市场广阔，后疫情时代仍有希望保持高速增长，安全合规成为趋势。T3出行以安全、合规为发展特色，自2019年成立以来业务保持快速增长，是国内合规性最强、成长最快的网约车平台之一，期待T3

出行继续赋能出行产业参与者与合作伙伴，加快推动自动驾驶与智慧城市落地与升级。

事实上，自从滴滴出行从美股退市，嘀嗒出行两次折戟港股后，各大网约车平台都在努力成为行业“第一股”。

近日，据彭博社报道，吉利控股集团正在考虑将旗下曹操出行在香港上市。曹操出行最早可能明年在香港进行IPO，而IPO可能

筹集数亿美元，从而进一步扩大业务。此外，曹操出行还考虑在IPO前进行融资，但目前上市事宜目前还处于初步阶段。

早在2021年9月，曹操出行CEO龚昕曾表示，“网约车业务潜力巨大，市场的发展需要资金支持。未来我们将引入更多投资者，尤其是战略投资者，可能会在未来五年内进行IPO，但尚未决定上市地点。”

融资方面，2018年1月，曹操

完成A轮10亿元融资，估值超100亿元。2021年9月，曹操出行宣布完成B轮38亿元融资，投资方为苏州相城金控集团、苏州高铁新城国控集团、苏州城投公司、农银国际苏州公司、东吴创新资本。

值得一提的是，享道出行此前也表示，将适时启动IPO，争做“全场景出行平台第一股”。对此，享道出行相关负责人表示：“暂时没有相关信息披露。”