

穿越周期——2023 成都国际车展特刊



编者按:2023年,当“不确定性”成为行业常态,寻找“确定性”便显得弥足珍贵。“智享蓉城 驭见未来”,2023成都国际车展于8月25日~9月3日在中国西部国际博览城举办。129家全球知名车企参会,1600辆展车登台展出。《中国经营报》特推出成都车展特刊,分享“上新”亮点,关注趋势变化、洞见展业格局,共同为行业高质量发展“增砖添瓦”。

多款重磅车型冲击细分市场 自主品牌车企向上突围加速

本报记者 方超 石英婧 上海报道

凭借在新能源、智能化领域的持续深耕,自主车企当下正全面踏入“向上”新征程。

《中国经营报》记者获悉,在近日举行的第二十六届成都车展上,多家自主车企纷纷推出新能源重磅车型,如智己汽车首款全球车型智己LS6正式亮相,上汽大

重磅新能源车亮相

多款新能源重磅产品上市,自主车企集体“向上”的现象日益受到行业关注。

中汽协数据显示,今年7月,中国新能源汽车产销分别完成80.5万辆和78万辆,同比分别增长30.6%和31.6%,市场占有率达32.7%。而在前7个月,新能源汽车市场占有率达29%,在此情形下,成都车展成为自主车企对外展示旗下重磅产品的绝佳平台。

在本届成都车展实现全球首发的重磅新能源汽车中,上汽集团旗下的“中大型智能轿跑SUV”智己LS6无疑是车展明星车型之一。据悉,其搭载智能驾驶、智能交互、三电领域的百余项最新尖端科技,预售价格区间23万~30万元。

“智己LS6最令人震撼的是‘最具未来感的智能驾驶’,其以AI数字科技融合‘智驾’与‘智能’尖端技术,赋能‘从上车到下车’的全程出行体验,解决确定性场景痛点,缓解用户驾驶焦虑,打造极具颠覆性的智能驾驶新品类。”智己汽车方面如此表示。

通MAXUS大家7成都车展首发,比亚迪宋L正式首发亮相等,引发市场广泛关注。

在多款重磅车型首发亮相的背后,则是自主品牌持续突围“向上”的真实反映。相关信息显示,本届成都车展共有129个汽车品牌参展,展出车辆近1600辆,首发车型68款,其中,上汽、比亚迪、长城等自主车企推出的中高端新能

源产品颇受外界关注。相关信息显示,在本届成都车展中,智己汽车同步开启了盲订,其此前对外发布的信息显示,智己LS6盲订订单8小时突破了6000辆。

“包括智己在内的中国中高端新能源车,就是要通过智己的创新,来撬动用户固有的品牌认知;一旦撬动,就有势能。”智己汽车相关负责人近日在接受采访时表示,智己L7和智己LS7承担了打造品牌形象的重任。

智己汽车相关负责人进一步表示,“接下来,包括LS6在内的,智己汽车第三款、第四款车型,主要任务就是在主流市场中争取销量,让智己的品牌势能变得非常强大。”

除了智己汽车外,在本届成都车展前夕,阿维塔11鸿蒙版正式上市。据悉,新车共推出4款车型,价格区间为30万~39万元,“拥有深度定制的鸿蒙座舱、华为高阶智驾系统ADS 2.0两大智能王牌”。

“中国品牌在新能源汽车领

域已经取得了阶段性的领先优势,这是中国汽车人一次次‘亮剑’拼出来的。作为聚合中国汽车产业优质资源打造的品牌,阿维塔必须去承担‘向上’突破、冲击高端的责任和使命。阿维塔11鸿蒙版,即是我们的‘亮剑’时刻。”阿维塔科技董事长兼首席执行官谭本宏如此认为。

记者梳理发现,除了智己LS6、阿维塔11鸿蒙版外,在本届成都车展上,多家自主车企旗下重磅新能源产品备受外界关注,如比亚迪海豹DM-i正式开启预售、比亚迪宋L全球首发亮相、上汽荣威旗下中高级新能源轿车D7 EV与D7 DMH首度亮相等。

“成都车展发布多款新车,其中自主品牌表现亮眼。”浙商证券分析师认为,本届成都车展多款新车强势发布,自主品牌尤为亮眼,“本次成都车展有望进一步加强自主品牌的行业认可度,或将引爆未来‘金九银十’汽车销售旺季。”

“作为MPV的专家,上汽大通始终聚焦于多人出行,包括这次的大家7及今后的产品在内地也会有包括纯电、混动以及氢燃料电池等赋能MPV市场。”陈超进一步表示,里程焦虑目前已经不是核心问题,上汽大通会坚持纯电、混合动力和氢燃料电池三条技术路线并行的策略。

事实上,汽车行业电动化革命的开展带来的不仅是各式各样的新能源汽车,也有激烈的市场竞争。“卷”这个词成为了近年来我国汽车行业的关键词。面对目前汽车市场的激烈竞争,陈超表示,上汽大通选择了通过价值来体现“卷”,而不是价格,“上汽大

抢抓细分赛道机遇

除了发布重磅新能源产品外,自主车企亦通过抢占硬派越野、MPV等细分领域,持续推动“品牌向上”。

新能源MPV市场就是最为典型的细分领域之一,NE研究院数据显示,据保险数据统计,“新能源MPV的销量和渗透率都大幅度上升,渗透率从4.9%涨至17.9%。”

“在多项政策等因素刺激下,多人出行需求成为刚需,新能源MPV已成大势所趋。目前该细分市场形势较为复杂,一方面新势力品牌将在下半年集中迈入MPV赛道;另一方面一些传统品牌刚开始能源转型,仍处在‘新手村’。”上汽大通方面如此认为。

记者从上汽大通方面获悉,在陆续推出“大家庭旗舰电动MPV”大家MIFA9、“大家庭舒适电动MPV”大家MIFA5之后,在本届成都车展上,上汽大通旗下的“大家庭豪华电动MPV”大家7完成全球首发亮相。

来自上汽大通方面的信息显示,大家7以“空间、舒适、智能、安全”四方面的创新技术,实现了

“黑科技”抢占行业制高点

在重磅产品亮相车展、抢占细分赛道的过程中,硬核技术正成为自主车企实现“品牌向上”的底气所在。

针对硬派越野领域当前的火热状态,华泰证券研报认为,在需求端,硬派越野契合消费者个性化需求,且赛道空间尚未被充分挖掘。此外,“在生产端,自主品牌愈发‘向上’的技术力,成为进军越野细分赛道的先决条件。”

自主车企“愈发‘向上’的技术力”亦表现在混动领域,在本届成都车展中,瑞虎7新能源冠军版正式上市,新车被定位为“12万级强动力电混SUV”。奇瑞汽车方面表示,这将与定位为“5+2座强动力电混SUV”的瑞虎8新能源冠军版,合力组成“奇瑞混动双星-混动市场颠覆者”。

“目标是成为新晋的中国混动市场新选择,改变国产‘混动四

小龙’格局,打造‘混动五虎将’阵营,进入混动用户的必选购物清单和对比清单。”奇瑞汽车方面如此表示。

引发外界关注的是,在竞争日益激烈的混动领域,做“混动市场颠覆者”的奇瑞汽车,其底气何在?

“奇瑞在混动方面的基本功很扎实,主要体现在混动领域的所有硬性指标,包括综合续航里程可达1000km+、纯电续航里程100km+、馈电油耗5.95L/100km、整车终身质保(含三电系统)等均领先同级,有资格、有实力在豪强林立的电混SUV市场抢占一席之地。”奇瑞汽车方面如此表示。

除了混动技术外,在当下热度颇高的汽车智能化赛道中,自主车

企亦领跑行业。在本届成都车展中,奇瑞、比亚迪、长城等自主车企竞相推出主打越野概念的重磅产品,如东风猛士917正式上市、比亚迪新能源越野车方程豹5正式发布、哈弗品牌首款新能源越野SUV——哈弗猛龙完成首秀等。

在业内人士看来,越野车新能源渗透率正持续提升,而自主车企依托在新能源等领域的持续发力,正瞄准机遇力图实现“品牌向上”、掘金蓝海市场。东风公司党委书记、副总经理尤峥近日也表示,“猛士是东风实现民族汽车品牌自主‘向上’的最好载体。”

梳理相关信息可发现,在本届成都车展中,奇瑞、比亚迪、长城等自主车企竞相推出主打越野概念的重磅产品,如东风猛士917正式上市、比亚迪新能源越野车方程豹5正式发布、哈弗品牌首款新能源越野SUV——哈弗猛龙完成首秀等。

在业内人士看来,越野车新能源渗透率正持续提升,而自主车企依托在新能源等领域的持续发力,正瞄准机遇力图实现“品牌向上”、掘金蓝海市场。东风公司党委书记、副总经理尤峥近日也表示,“猛士是东风实现民族汽车品牌自主‘向上’的最好载体。”

上汽大通陈超:新能源MPV大势所趋 公司将坚持“卷”价值

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

“我们‘卷’价值,不‘卷’价格。我们始终坚持的是提供给用户特别在乎的差异化价值,而不是简单地‘卷’智驾,‘卷’续航里程,‘卷’电池和电机,而是回到用户使用场景的根本。”

在日前开幕的成都车展上,上汽大通乘用车事业部副总经理陈超在参加由《中国经营报》及《汽车纵横》联合主办的“零观汽车2023成都车展系列专访节目”时表示,上汽大通会在上述维度把更好的差异化价值给到用户,“我们‘卷’的是为用户提供差异化的价值,这也是上汽大通会坚持的道路。”

《中国经营报》记者注意到,随着二孩、三孩等带来的家庭成员变化和增购、换购车辆需求的增长,目前新能源MPV等车型正在逐步进入市场,这使得各大车企不断增加相应的产品供给,以满足需求。

在陈超看来,上汽大通深耕MPV10年,一直在MPV赛道上不断前行,积累了大量对于多人出行用户的认知。据了解,上汽大通在本届成都车展上带来了全新打造的“大家庭豪华电动MPV”大家7,预计将于今年10月上市,并继续交付。

该款车续航里程高达605km,采用新一代E2架构高效电驱,搭载上汽集团90kWh魔方电池及高阶BMS,能够基本满足用户需求。事实上,除了研发更贴近用户需求的新车型外,上汽大通在补能体系、海外市场等方面也在进一步布局。

为用户提供差异化价值

行业内新能源转型趋势下,新能源MPV开始由商务转向家用,由于细分市场情况较为复杂,新势力品牌们纷纷迈入MPV赛道。而传统品牌又正处于新能源转型的十字路口,这使得大多数车企开始着眼于用户的细致需求开始研发布局。

记者在采访中了解到,作为行业内涵盖MPV、SUV、轻客、皮卡、房车等全能源、全领域的车企,上汽大通此次在成都车展期间就根据用户对于家庭、豪华等需求关键词带来了新能源品牌“大家”。

“新能源是大趋势,我们当然要在新能源这个背景下给用户更多的、更好的多人出行选择。”在陈超看来,新能源的趋势是不可逆

海外市场同步跟进

在满足国内用户不同场景需求的同时,海外市场也是上汽大通发展的另一大方向。

“上汽大通每一款产品,从产品研发的伊始就同步考虑国内和海外市场的需要。包括这次发布的大家7也同时会考虑海外市场,特别是海外发达国家市场对这个产品的需求,很快也会推出相应的海外版大家7。”陈超表示,发达国家的市场消费更为成熟,购车的预算相对充分,上汽大通的高品质产品价

值可以被其高度认可。

上汽大通方面表示,将一直坚持国内外双线并举,这是上汽大通的基因。“从公司成立的第一天起,就一直把海外出口任务当做重要机遇。海外市场也将是上汽大通的重要组成部分,大家7也会在海外推出。”

“上汽大通的海外出口都是以发达国家的市场为主,欧洲、澳大利亚都是我们的重要市场。东盟正在出口范围内,因为我们的产品是以‘高质高价’出口海外,

通在价格方面该折让的还是折让,但是在更大方向,上汽大通选择竞争价值。”

陈超进一步表示,上汽大通始终坚持提供给用户特别在乎的差异化价值,回归用户使用场景根本,更加关注用户希望在使用场景中需要什么东西以及限制条件,能够将上述维度的差异化价值更好地给予用户。

资料显示,大家7就充分考虑了用户的实际使用场景,能够轻松出入对车身尺寸有严格要求的地下立体车库。同时,搭载了上汽大通MAXUS业内首创的Qua-pact多连杆独立后悬架,为用户带来了全尺寸MPV的三排舒适空间乘坐感。

同时在续航方面,大家7采

用新一代E2架构高效电驱,搭载上汽集团90kWh魔方电池及高阶BMS,CLTC续航里程高达605km,基本满足家庭用户跨城旅行需要。“大家7不仅支持电动车中最高6.6kW的V2L车外放电功能,还支持最大2.2kW的车内V2L放电。除了传统的快充慢充补能方式,大家7也会有快速换电的版本,给补能更多可能性。”陈超表示。

其中,大家7换电版本的推出得益于上汽集团在换电方面的布局。据上汽大通方面介绍,大家7的换电将会来自于上汽集团联合中国石化、中国石油、宁德时代、上海国际汽车城,共同投资成立的上海捷能智电新能源科技有限公司。“基于上汽自己的体系,今



陈超
上汽大通乘用车事业部副总经理

后用户换电会越来越便利。”上汽大通方面表示。

时将打造自营能力、持续进行新产品接入、持续同合作伙伴加强合作。对此,上汽大通未来将投入更多资源、推出更多车型,做更好的服务。

同时,在海外较大的市场上上汽大通将自建销售团队,使销量通过本地化的方式再提升一个高度。“接下来投入的每个新产品,都将是国内外同时进行发布,我们也会和合作伙伴找到更多的合作项目,大家一起将全球市场打下来。”上汽大通方面表示。

要做全球标准,不会为了某一个地区降低品质要求,因此东盟市场一直在慢慢地深入。”上汽大通方面表示,大家7在研发时即严格按照欧洲Euro NCAP、澳洲AN-CAP、中国C-NCAP“全球五星安全”标准设计,这三个主要的碰撞测试就代表了汽车在安全方面的全球最高标准。

数据显示,2022年,上汽大通出口欧洲的1.8万辆汽车中,有80%都是新能源汽车。同时在2022年,上汽大通开始进入北

美市场,第一年销量就迅速破万,目前在墨西哥的皮卡市场,上汽大通已经达到市场占有率前三名,为14.3%。此外,澳大利亚也是上汽大通的核心市场之一,以上汽大通的V90为例,在推出市场仅18个月的时间,销量和占有率都拿下了第一的成绩。目前上汽大通在澳洲的总销量已突破8.5万辆,连续8年实现同比增长。

在未来,上汽大通将进一步抓住上述几个重点海外核心市场,同