

全球车企再赴“中国之约”：

# “新能源汽车”点亮进博会 协作共赢开启国际化2.0时代

本报记者 陈燕南 北京报道

开放结硕果，携手启新程。11月5日~10日，以“新时代共享未来”为主题的第六届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海举行。本届进博会恰逢共建“一带一路”十周年，国家展的72个参展方中有11个国家首次参展，34个国家首次线下参展，共聚集了64个共建“一带一路”国家。

今年参展的3000多家全球企业中，有约200家企业连续6年签约参展，约400家企业时隔两年以上回归参展，不少进博会的“回头客”变成了“回头客”，众多展品从“首发首秀”变成了“热销爆款”。例如宝马、奔驰、大众、日产等全球车企再赴“中国之约”，带来了BMW iX5氢燃料电池车、奥迪Q6 e-tron、日产ARIYA艾睿雅等最新新能源产品。众多企业的到来不仅展示了前沿技术，更彰显了汽车行业的未来趋势——向绿色出行、可持续发展方向进行高质量发展。

值得一提的是，本届进博会上还特别围绕着汽车产业链的未来趋势，举办了中国汽车产业发展论坛。工业和信息化部装备工业司副司长郭守刚在此次论坛上表示，当前汽车已经成为多技术创新集中应用、跨领域融合创新的重要载体，电动化、智能化、网联化、低碳化加速融合，为全球汽车产业转型升级提供了历史性机遇。

## 全球车企携“氢+电”惊艳亮相 展示商业化落地成果

此次汽车展区围绕“共创移动出行美好未来”主题，分为整车及新能源汽车、智慧出行专区和多模式交通三大板块。

此次进博会，不但“老朋友”如约而至，“新朋友”也在陆续加入。据了解，本届进博会“朋友圈”规模又创新高，有超过3400家参展商和39.4万名专业观众注册报名，百余名世界500强企业高管赴沪参展。

作为六大展区之一的汽车展区，历来是进博会的一大看点。此次汽车展区围绕“共创移动出行美好未来”主题，分为整车及新能源车、智慧出行专区和多模式交通三大板块。

作为连续6年参展的跨国车企，宝马集团本次携5款新能源产品亮相，包括：首次亮相进博会的BMW iX5氢燃料电池车、BMW电动旗舰创新BMW i7 M70L、创新BMW iX、创新BMW i4以及创新BMW XM Label Red限量版。此外，宝马

展台还呈现了公司在智能制造方面的创新实力和可持续发展的成果。

宝马在本届进博会上的展车，不仅有纯电动车，还有插电式混合动力车型，更有氢燃料电池车，体现了宝马倡导的开放技术路线，以及战略性推进未来零排放出行的实践。宝马集团方面认为，目前没有单一解决方案能满足全球客户的全方位出行需求，未来出行将并存不同驱动系统，而氢燃料电池汽车是电力驱动系统的一个重要补充。

作为连续5年参加进博会的“老朋友”，日产汽车携标志性纯电动跨界SUV车型——ARIYA艾睿雅及所搭载的动力电池，搭载e-POWER技术的超混动驱奇骏，启

出了最新的乘用车产品，包括氢燃料电池车CROWN SEDEN，以及第二代MIRAI和搭载氢燃料电池发动机的COROLLA CROSS。

本届进博会，大众汽车品牌携两款纯电ID.家族的新车型亮相。据介绍，大众汽车首款纯电动轿车ID.7将于今年内正式交付客户。奥迪则携Q6 e-tron原型车参会。作为首款基于PPE平台和全新电子架构的预量产车型，奥迪Q6 e-tron将是奥迪全新一代高端智能网联电动车的首款车型。

作为连续5年参加进博会的“老朋友”，日产汽车携标志性纯电动跨界SUV车型——ARIYA艾睿雅及所搭载的动力电池，搭载e-POWER技术的超混动驱奇骏，启

## “进博效应”持续释放 加速汽车产业国际化

专家指出，国际化是中国汽车产业高质量发展的必由之路，同时，国际化也一定是全球车企共同的国际化，汽车产业的开放、共赢需要协力推动。

在世界经济复苏面临的不稳定不确定因素明显上升的背景下，超大规模的中国市场持续向好的经济表现，开放不止的坚定决心，促使外资继续保持“入华”热忱。截至2022年，外商累计在华设立112.6万家企业，累计投资19.7万亿元。今年1月至9月，全国新设立外商投资企业37814家，同比增长32.4%，制造业实际使用外资金额同比增长2.4%，跨国企业仍然看好在华投资前景。

“作为全球规模最大的汽车市场，中国汽车产销量已连续14年居世界首位，约占全球市场份额的三成。新能源汽车快速发展，产销量连续8年位居全球首位，市场份额占到全球一半左右。汽车保有量目前达到3.3亿辆，稳居全球首

位。”商务部消费促进司一级巡视员耿洪洲介绍。

《中国经营报》记者注意到，在此次进博会上，不少车企将中国市场放在了战略的重要位置。以“中国速度”加速创新，以开放合作拥抱未来市场。

大众汽车集团(中国)以“加速向新，绿想未来”为主题，在进博会上分享集团在可持续、智能和电动化领域以及“在中国，为中国”的未来发展愿景。

“现在的‘在中国，为中国’的战略有所不同，我们越来越多地将技术开发工作也放在了国内。特别是在数字化领域，中国客户的需求与世界其他地区不同，这样的决策无法由德国总部来做，我们要与

中国市场、中国客户保持同频共振。因此，我们进一步优化了在中国市场的战略。”大众汽车集团(中国)董事长兼CEO贝瑞德在接受媒体记者采访时表示。

“中国是日产汽车的核心市场之一。日产汽车将持续投资中国市场，进一步推动中国业务的发展，通过增加投资、深化合作、持续导入先进技术、产品及服务等举措，助力中国可持续发展。”日产汽车方面表示。事实上，电驱化是日产汽车长期发展战略——“日产汽车2030愿景”(Nissan Ambition 2030)的核心，也是当前及未来日产汽车在中国市场战略布局的重心。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的



第六届中国国际进口博览会成功举办，全球车企如约而至。图为宝马的智能制造和可持续发展展示区。

唐仕凯(Hubertus Troska)表示：“进博会是中国展示对外开放的重要窗口，也是国际贸易的重要舞台。中国是全球最大的新能源汽车市场，也是梅赛德斯-奔驰全球最重要的市场之一。我们不断扩大在华业务布局、加大研发投入，满足中国客户对多元化豪华出行的需求。在华发展、与华共进。梅赛德斯-奔驰将继续推进在华电动化转型，助力中国高质量发展，为中国汽车产业升级和实现‘双碳’目标贡献力量。”

于宝马集团而言，中国也是最具战略意义的市场之一。宝马集团董事长齐普策认为，开放促进繁荣，外资企业可以充分发挥桥梁纽带作用，增进各国之间相互理解与合作，宝马集团将一如既往地为此

贡献力量。未来，宝马将继续加强与中国企业合作，促进中德经贸技术合作，助力中国高质量发展。

中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长、中国国际商会汽车行业商会会长王侠表示，中国汽车产业正在走向以技术变革、产业重构、生态融合为核心的高质量发展阶段。

在他看来，过去，中国汽车产业国际化的1.0时代是合资的天下，是市场换技术的单向模式。现在，中国新能源与智能化技术的强势崛起和合资股比的完全放开，标志着中国汽车产业国际化进入了2.0时代。国际化是中国汽车产业高质量发展的必由之路，同时，国际化也一定是全球车企共同的国际化，汽车产业的开放、共赢需要协力推动。

## 深入实施“三大计划” 解构长安汽车的转型样本

日前，长安汽车发布了2023年第三季度与前三季度业绩报告，根据长安汽车公布的业绩报告情况，长安汽车除了业绩大幅增长外，“出海”动作也频频提速，自主新能源销量也在屡创新高。

而长安汽车之所以能够在业绩增长中超预期，电动电气化转型稳中向实，与国家层面针对汽车行业的政策指引频出，长安汽车深入实施“三大计划”即新能源“香格里拉”计划、智能化“北斗天枢”计划

以及全球化“海纳百川”计划密不可分。

长安汽车董事长朱华荣表示，为了推进“新汽车 新生态”战略，长安汽车始终秉承“引领汽车文明 造福人类生活”的使命，持续推进第三次创业——创新创业计划，深入实施新能源“香格里拉”、智能化“北斗天枢”、全球化“海纳百川”计划，布局长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌，形成满足不同细分市场需

求的新发展格局，全力向智能低碳出行科技公司转型，向世界一流汽车品牌迈进。

基于对趋势的判断，朱华荣认为，长安汽车将坚定推进“新汽车新生态”战略，到2030年累计投入2000亿元，新增1万余人的科技创新团队，实现集团销售500万辆，其中长安品牌400万辆，新能源销售占比60%以上，海外销售占比30%，成为“数智新汽车”时代的引领者。

## 政策助推业绩销量“多点开花”

日前，长安汽车2023年第三季度与前三季度业绩报告相继公布。

根据业绩报告显示，今年第三季度，长安汽车实现营业收入427.14亿元，同比增长48.43%；归母净利润22.29亿元，同比大幅增长113.90%；其中自主品牌利润占比高达80%以上。经营现金流量净额105.23亿元，是去年同期6倍。

其中自主板块销量44.3万辆，同比增长49.8%，环比增长6.7%；长安汽车自主品牌新能源销量达到13.06万辆，7、8、9三月成阶梯式增长，环比持续攀升，连续突破新高。从销量上看，长安汽车从每月2万+到每月5万+，自主新能源销量在2023年实现4连跳，屡创新高。

而今年前三季度整体业绩、销量表现亦不俗。数据显示，今年前三季度长安汽车实现营业收入1082.06亿元，同比增长26.78%；归母净利润98.82亿元，同比增长43.22%。前三季度经营现金流量净额累计已达174.79亿元，现金流充沛。营收、利润创新高，前三季度归母净利润逼近百亿元大关。

在这其中，长安自主品牌销量154.9万辆，同比增长17.1%；自主

乘用车销量117.8万辆，同比增长23.87%；自主品牌新能源销量30.67万辆；自主品牌海外销量17.3万辆，同比增长24.7%。

前三季度，长安汽车自主品牌新能源、自主品牌海外销量均超过去年全年，表现格外优异，显示长安汽车电动电气化转型稳中向实，自主新能源产品渗透率稳步上升，出海加速推进。

事实上，这与国家层面针对汽车行业的政策指引频出密不可分。近日，国家九部门联合发布《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》，系统部署推动汽车后市场高质量发展；早前，商务部亦推动“百城联动”汽车消费季活动。

而从市场反应来看，今年自驾游热度居高不下，伴随着道路、休息区、补能设施等基础设施的逐步完善，以及车企技术更新迭代，给消费者带来更优的产品、更优的定价，购车热情逐步释放，车市整体升温，尤其新能源市场持续走高。

长安汽车也始终以国家政策为指引，创新创业、积极进取，持续完成新技术的开发与迭代，推出一系列热销产品，树立“高质量产品提供者”形象，呈现产品创新力强、

品牌力强、企业盈利好、可持续发展的态势。

2020年以来，新上市车型已实现100%联网，280余万辆网联汽车日在线率达70%。布局长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌，形成满足不同细分市场需求的新发展格局，全力向智能低碳出行科技公司转型，向世界一流汽车品牌迈进。

其中在乘用车产品方面，2023年第三季度(单季度)高价值(10万级及以上)产品占比环比提升16.5个百分点，CS75系列长期排名自主SUV销量前列。

爆款产品市场表现更是突出。长安启源订单累计突破20000台；推进“精英行动”，带动智电iDD系列累计销售4.8万辆；深蓝汽车10月交付15513台，深蓝SL03焕新上市，订单环比提升69.5%；深蓝S7创造新能源车型从上市到交付破万用时新纪录；阿维塔1110月交付3888台，创历史新高。

未来长安汽车还将继续深度布局长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌。目前，长安启源A07、A05已上市，今年还将推出A06和Q05，阿维塔12也即将上市。到2025年将推出不少于30款全球产品。



## “三大计划”领航新能源发展

除了政策频出与市场合力助推长安汽车业绩销量“多点开花”外，长安汽车自主品牌新能源、自主品牌海外两大板块持续增长、表现亮眼，得益于长安汽车不以企业亏损、效益下降换取新能源规模。而是一以贯之坚持转型战略，按照预期推进计划，对“香格里拉”“北斗天枢”“海纳百川”三大计划全速推进。

早在2017年10月19日，长安汽车发布新能源战略——“香格里拉”计划。长安汽车“香格里拉”计划深耕“三电”核心技术，其核心零部件自主可控步入新的阶段。“七合一”超集电驱、“七合一”智能整车域控制器、微核高频脉冲加热等技术处于行业领先水平。

此外，持续攻坚动力电池核心技术，包括与宁德时代共同投资15亿元建立的时代长安动力电池有限公司，年产能将达到25GWh，助力长安汽车新能源发展步入快车道。

2018年8月24日，长安汽车发布智能化战略——“北斗天枢”计划。“北斗天枢”计划创新开发SDA平台架构，实现全球开创性产业化的中央+区域环网架构开

发及车型搭载，系统时间同步精度控制在1微秒内，单点通信故障可无感恢复，达到行业领先水平。研发APA7.0远程无人代客泊车技术，稳如“老司机”，让用户放心无忧泊车。

在“北斗天枢”计划中，长安汽车打造行业领先的“灯塔工厂”，构建数字孪生全场景，部署30类算法模型，实时监控运营指标，实现制造全过程数字化，制造效率提升20%。运用一体化压铸、钢铝混合生产等先进工艺技术，焊接自动化率达95%。

“北斗天枢”计划还全面铺开长安汽车的数字化转型。长安汽车全面推动数字化转型，构建“云-网-平台-场景”全新商业模式，持续优化国际领先的精益制造体系。

2023年4月18日，长安汽车发布海外战略——“海纳百川”计划。提出“四个一”的发展目标，并着力推动“五大布局”。

8月，长安汽车泰国子公司成立；11月，长安泰国工厂开始动工，并在泰国举办长安汽车东南亚发布会；在泰国布局全球的“右舵生产基地”，将在2024年实现投

产，首期产能10万辆，二期将增加至20万辆。

10月，在墨西哥发布墨西哥战略与皮卡品牌；在欧洲市场，设立欧洲总部，将全新开发并导入一系列本土化产品。

目前，“海纳百川”计划在多个区域落地，其中东南亚事业部已完成当地注册，成为公司首个集研、产、供、销、运于一体的海外组织。

长安一系列海外活动肩负起了代表中国汽车工业、展现中国制造业力量的使命。同时，长安将加快布局欧洲、美洲、中东及非洲、亚太、独联体五大区域市场，强化国际品牌形象及品牌认知。

与此同时，长安汽车深入实施“三大计划”也离不开人才的支撑。在全面向新向上、加速出海背景下，长安汽车对于人才的渴求达到新的高度。9月20日董事长朱华荣带队前往清华大学，10月10日总裁王俊带队来到同济大学，高管团队出动广揽全国各高校青年才俊，加大优秀毕业生吸纳力度。此外，也在全球范围内吸纳大咖，为驶入“大航海时代”蓄力赋能。 广告