

# 构建移动出行新未来 自主品牌强势出击2023广州车展

本报记者 陈靖斌 广州报道

2023广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)于11月17~26日在中国进出口商品交易会展馆举办。本届广州车展展车总数共1132辆,包括全球首发车59辆、概念车20辆、新能源车469辆。

《中国经营报》记者了解到,广汽集团、比亚迪、长安汽车、合创汽车、小鹏汽车等多家车企及华为

## 重磅车型亮相

广汽集团旗下各车企也带来了最新的战略和极具科技感的明星产品,全力构建移动出行新未来。

随着国家稳定经济增长的政策效应持续显现,各地汽车消费措施的延续,国内汽车市场发展有望持续“多点开花”。

中国汽车工业协会日前公布的数据显示,10月,汽车产销分别达到289.1万辆和285.3万辆,产量环比增长1.5%、销量环比下降0.2%,同比分别增长11.2%和13.8%;1~10月,汽车产销累计完成2401.6万辆和2396.7万辆,同比分别增长8%和9.1%。

10月,新能源汽车产销分别达到98.9万辆和95.6万辆,环比分别增长12.5%和5.7%,同比分别增长29.2%和33.5%,市场占有率达到33.5%;1~10月,新能源汽车产销累计完成735.2万辆和728万辆,同比分别增长33.9%和37.8%,市场占有率达到30.4%。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华介绍,10月,我国汽车产销量继9月后再创当月历史同期新高。他预测,近期,伴随国家稳定经济增长的政策效应持续显现,加之地方购车补贴、促销活动等措施延续,四季度汽车消费有望持续增长。

在此背景下,有望在四季度推动汽车消费持续增长的广州车展,备受公众瞩目。多家华南新能源车企也借此机遇,纷纷亮相多款重磅车型。

“鸿蒙智行”携重磅品牌矩阵登上广州车展的舞台。

值得一提的是,广州车展两个专业题材展厅分别以“新科技”和“新生活”为主题扩容提质,涵盖包括电机电控、充电储能、自动驾驶、人工智能等上游配套供应及下游后市场全产业链。

国内咨询机构Co-Found智库研究负责人张新原向记者指出,广州车展预示着中国汽车未

来在智能化、新能源和电动化方面将重点突破。“首先,智能化将成为汽车发展的主要方向,包括自动驾驶、智能座舱和人工智能等技术的应用。其次,新能源和电动化将成为重要的发展方向,推动汽车产业向更加环保和可持续发展的方向发展。此外,连接性和互联网技术的应用也是未来发展的关键,包括车联网、虚拟现实和消费电子等方面。”

作为小鹏科技旗下的纯电MPV小鹏X9,也在广州车展上亮相。据了解小鹏X9首次搭载Xmart OS 5.0系统,将会采用全新界面(多任务、自定义)、服务人机共驾的一站式SR(提升人驾安全,覆盖泊车场景),全面演进的语音交互能力、免唤醒六音区并接入GPT大模型。

东风启辰VX6也在广州车展开启交付,该车于11月4日上市,共有3款配置,售价14.19万元起。动力上,启辰VX6搭载“六合一”超级电驱,最大功率160kW,百公里电耗13.5kWh;匹配自研“鲁班电池”,可实现整包无热蔓延,采用超强防护结构设计,CLTC工况下可实现520km续航。

合创汽车旗下合创A06 PLUS也在本届广州车展首发亮相。据悉,新车基于比亚迪e平台3.0打造,搭载CTB电池车身一体化技术、智能电四驱、云辇系统、DiPilot智能驾驶辅助等,将在四季度完成上市。

作为长安汽车、华为、宁德时代三方联合打造的第二款阿维塔轿车阿维塔12也在广州车展亮相。据了解,阿维塔12是阿维塔旗下的首款中大型豪华轿车,售价30.08万~40.08万元,上市12个小时大定突破5000辆。

广汽集团旗下各车企也带来了最新的战略和极具科技感的明星产品,全力构建移动出行新未来。

其中,广汽传祺首次揭秘更安全、高效、省心的智电新能源技术品牌以及新能源发展新蓝图。同时,通过智电新能源技术打破旧框架,完善新能源车型E9/ES9/E8的强大产品矩阵,并有影豹RR、M8宗师先锋座舱版等一系列新作闪耀主场亮相。

广汽埃安也携旗下双品牌“埃安”“昊铂”全家族参展,豪华纯电超级跑车昊铂SSR、中大型豪华纯电SUV昊铂HT以及中大型运动轿车昊铂GT 3款昊铂明星车型首次同台展出。

## 提振汽车消费

今年10月以来,国内新能源汽车的销量也在提振。

除了新能源自主品牌新车亮相外,合资品牌广汽丰田、广汽本田、东风日产、长安福特也相继亮相新车型。

根据广汽丰田规划,国产全新第九代丰田凯美瑞在11月17日开幕的2023广州车展上正式亮相,最快或在2024年年初宣布上市。

广汽本田展台则亮相全新雅阁e:PHEV和全新一代皓影e:PHEV,据了解这两款车集“智动、智座、智驾”三智科技于一身,强动力、低油耗、上绿牌、免购置税,解决用户出行痛点,成为电动化时代用户出行的新选择。

东风日产也把旗下全新中大型SUV——东风日产Pathfinder安排在2023广州车展上发布。此外,长安福特的新款福特电马也于广州车展首发亮相。

广州车展的举办,有研究机构以及专家指出,车展重磅车型相继亮相,不仅对国内新能源汽车产业发展以及市场竞争力起到积极的作用与影响,还能促进国内汽车消费助推新能源汽车的产业升级。

中国银河证券指出,多款自主品牌新车在广州车展亮相,整体来看自主品牌新能源新品将继续将高端市场作为核心布局领域,在制造工艺与渠道布局渐趋完善的背景下,自主品牌子品牌与新势力品牌开始不断推出不同于过往车型定位的全新产品,扩大产品对消费者的覆盖范围,且产品技术成熟度不断提高,高级别智能驾驶、高压快充等技术渗透率正处于加速上升阶段。

张新原告诉记者,多品牌新能源车型在广州车展同台亮相,



2023广州车展期间,广汽传祺展台上展示的传祺E8吸引了不少观众参观体验。  
陈靖斌/摄影

将对国内新能源汽车产业发展以及市场竞争力起到积极作用和影响。

“首先,多品牌的亮相表明中国新能源汽车市场竞争正在加剧,有利于提升产品质量和性能水平。其次,同台竞争促进了新能源汽车的技术创新和产品差异化发展,有助于推动市场的多样化和丰富化。此外,多品牌竞争也有利于拉低价格,提高消费者的选择空间,进一步推动新能源汽车的普及和推广。”张新原表示。

与此同时,今年10月以来,国内新能源汽车的销量也在提振。

11月8日,乘联会发布的最新数据显示,今年10月乘用车零售量为203.3万辆,同比增长10.2%;今年前10个月,乘用车零售量为1726.7万辆,同比增长3.2%。

乘联会方面表示,得益于

国家持续推进的消费刺激政策以及经济的持续回稳,10月份销量展现出较强增长态势。进入11月,虽然终端市场热度有所回落,但各大车企为备战“双11”促销活动,纷纷提前部署,推动销量持续攀升,对年底冲量有比较好的促进作用。各地仍在陆续发布新的促消费政策,地方补贴发放逐渐常态化,与企业促销合力对年底车市构成稳定支撑。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红认为,进入11月,厂家和经销商都来到了全年目标冲刺阶段,车企“双11”购车促销活动、广州车展启动、新车上市等因素有利于提振汽车销量;同时,地方购车补贴、车企促销活动仍在延续,预计11月份零售量环比增长将达到10%左右,预计11月市场需求将延续9月和10月的势头,继“金九银十”之后,有望迎来一个“铂金十一”。

## 智界S7亮相 鸿蒙智行深度赋能车企

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日,华为在智能汽车市场的布局动作频频。在近日举行的智慧出行解

决方案发布暨智界S7新品预售会上,华为智选车首款轿车智界S7正式亮相。这是华为智选车模式下的首款轿车,也意味着继问界后,由华为与整车厂

商打造的第二个智选车品牌正式落地。

与此同时,华为智选车模式的战略升级也应运而生。“华为终端”公布的智慧出行解决

方案新战略显示,华为目前在汽车行业的布局可以分为三种模式:提供标准化模块的零部件供应模式、提供全栈集成解决方案的解决方案模式,以及

重新命名为“鸿蒙智行”的智选车模式。

华为智能汽车解决方案BU董事长余承东给出了答案。他在发布会上提到了一

个很有华为范儿的新名称——鸿蒙智行。他解释称:“智选车模式大家听不懂,所以新的生态汽车的名字叫做‘鸿蒙智行’。”

## 鸿蒙智行加码智能汽车

华为智选车模式(现更名为鸿蒙智行)最早与赛力斯合作打造问界品牌,已推出问界M5、问界M7和问界M9 3款车型。今年9月新款M7上市以来,问界一改今年以来的销量颓势,刚刚过去的10月,问界全系车型交付1.27万辆,其中新款M7交付量就已过万。截至目前,问界M5累计交付超12万辆,问界M7大定破8.7万辆,问界M9预订量超3万辆。

自从AITO问界的火爆销售以来,华为智选车模式已经获得市场认可,并且成为一种可复制的模式,频频亮相智能汽车市场。

华为智选车模式下,除了目前已落地车型的赛力斯和奇瑞外,华为还与江淮汽车、北汽蓝谷等汽车制造商进行合作,分别侧重不同车型的布局。此外,华为和长安汽车合作的智能豪华轿跑阿维塔12也于广州车展正式亮相,问界M9新车将在12月发布。

11月9日,华为在深圳举办智慧出行解决方案发布暨智界S7新品预售活动上,余承东表示,5年前,华为就开启了“1+8+N”的全场景智慧生活战略,智慧出行是其中的一个战略。

今年以来,华为持续加码智能汽车业务。余承东表示,华为全场景智慧生活战略已经过去了5年,未来5~10年,“1+8+N”的战略仍将是长期战略。

余承东称,鸿蒙智行是华为

智选车模式的战略升级,旨在利用华为过去30多年在ICT领域的智能汽车增量零部件产品、技术解决方案以及华为终端过去10多年消费者业务积累的质量管控、销售服务、品牌营销等优秀经验,深度赋能合作伙伴,开创智能汽车新时代。

余承东介绍,华为通过零部件供应模式、解决方案模式、华为智选车三种合作模式,助力合作伙伴实现商业成功,共赢智能电动汽车时代。

中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文告诉《中国经营报》记者,华为之所以在智能汽车方面动作频繁,主要源于技术实力、产业生态布局以及政策支持与市场需求等多方面综合原因。

“在技术实力层面,作为一家具备领先通信与信息技术背景的企业,华为在人工智能、云计算、物联网等领域具备强大的技术实力。在智能汽车领域,搭载高速移动通信技术、实时数据分析与处理等方面的技术优势,使得华为在智能汽车市场上具备竞争力。在产业生态布局方面,华为在通信和云计算等领域已经建立了庞大的产业生态系统,具备强大的供应链和合作伙伴资源。”

此外,解筱文表示,华为推出了智选车模式鸿蒙智行,与车企合作打造智选车品牌,进一步扩展了

其在智能汽车行业的影响力。“在政策支持与市场需求方面,政府加大对新能源汽车和智能汽车的政策支持,为智能汽车行业的发展提供了机遇。另外,智能汽车市场正处于蓬勃发展阶段,消费者对智能化驾驶、舒适性和安全性的需求不断增加,这为华为迅速抢占市场提供了基础。”

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力则向记者表示,华为能够迅速抢占智能汽车市场,也与其强大的技术和研发实力有关。华为在智能驾驶、智能网联、智能座舱等领域都拥有丰富的经验与实力,能迅速推出具有竞争力的产品。同时,华为的品牌影响力和全球化销售网络,也为其在智能汽车市场的发展提供了有力支持。

深度科技研究院院长张孝荣指出,华为之所以在智能汽车方面频繁行动,主要有以下几个原因:首先,智能汽车是未来汽车产业的发展趋势,具有巨大的市场潜力。华为作为一家技术领先的科技公司,积极进军智能汽车市场是顺应市场需求的战略选择。其次,华为在通信技术和物联网领域有着丰富的经验和技術积累,可以为智能汽车提供关键的技术支持。此外,华为在全球范围内拥有庞大的用户群体和渠道资源,有能力迅速推广智能汽车产品。

## 协同推动智能汽车产业发展

随着汽车智能化产业落地不断推进,智能化已逐渐成为汽车革命的下半场,而智能化功能已经成为消费者购车时考虑的重要因素,这也将引起新能源车的智能化产业浪潮。

华宝证券车行业深度报告指出,目前智能辅助驾驶功能在真正的量产落地环节仍存在大部分市场空白,智能化的推进具有产业发展的必然性和较大空间,智能化产业趋势赋予行业科技属性,这将加快结束强制制造属性的电动化内卷。

从产业端,特斯拉在技术、产业化落地节奏上遥遥领先其他玩家,作为智驾鲑鱼加速国内产业化进程;国产头部厂商紧随其后,问界M7销量超预期充分表明了华为自动驾驶的市场认可度,华为自动驾驶技术对国内车企赋能,推动智能化新车量产落地。

张孝荣指出,与特斯拉相比,华为的智能汽车具有以下优势:首先,华为在通信技术和物联网领域具有深厚的技术积累,可以为智能汽车提供更稳定、高效的连接和数据传输。其次,华为在芯片和操作系统方面有着强大的研发能力,可以提供更先进的硬件和软件支持。此外,华为在全球市场具有广泛的用户基础和渠道资源,有助于推广智能汽车产品。



2023广州车展上展出的智界S7。  
陈靖斌/摄影

“然而,华为的智能汽车也存在一些不足之处。首先,制造经验少。相比特斯拉等成熟的智能汽车制造商,华为在整车制造方面的经验相对较少。其次,汽车用户少。智能汽车市场竞争激烈,华为汽车销量偏低,用于训练智能驾驶的数据少,需要在品牌认知和用户信任方面赶超其他竞争对手。”张孝荣表示。

朱克力亦指出,与特斯拉的智能汽车相比,华为的智能汽车的优势主要在于技术研发与品牌影响力。凭借智能驾驶、智能网联等领域拥有丰富经验和实

力,华为能迅速推出具有竞争力的产品。而其品牌影响力也为开拓智能汽车市场发展提供了有力支撑。

针对华为在智能汽车产业所遇到的瓶颈难点,朱克力则建议继续加大在技术研发和创新上的投入,不断提升自身在智能汽车领域的技术实力与竞争力。同时应积极与政府部门、行业协会等各方合作,推动相关法规和标准的健全完善,为智能汽车市场发展营造良好环境。此外,还应加强与其他汽车厂商和产业链上下游企业合作,协同推动智能汽车产业高质量发展。