

超千辆展车同台竞技 广州车展 车企打响年度收官之战

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

有着“中国汽车市场发展风向标”之称的广州国际汽车展览会(以下简称“广州国际车展”)于11月17日拉开大幕,此次车展以“新科技·新生活”为主题,千余辆展车登陆羊城,在年内最后一场国内A级车展上,大秀科技智能肌肉。

随着广州国际车展如约而至,各大车企打响年度收官之战。组委

吹响年度抢收集结号

今年的广州车展上,全球各大主流车企、国内自主品牌集团、造车新势力、豪车品牌等悉数到场。

自2003年创办以来,广州国际车展已走过20年的风雨历程。过去的20年间,广州国际车展见证了中国汽车市场从不足500万的年产量,到达成1000万辆的梦想,再到2000万辆的突破,实现了中国汽车工业由小到大、由弱到强的发展与成长,其重要性不言而喻。

与去年的特殊情况相比,今年的广州车展可谓是高朋满座,全球各大主流车企、国内自主品牌集团、造车新势力、豪车品牌等悉数到场,纷纷带来了旗下最新的重磅产品。

据组委会公布的信息,包括BMW及MINI、梅赛德斯-奔驰、大

扎堆秀智能化技术

当智能化发展的浪潮席卷全球之际,汽车产业也加速迈入智能时代。

“汽车已经与交通、能源、金融、信息等融为一体,为人们带来全新的出行体验,并改变了我们的生活方式。同时,智能化创新,软件定义汽车,已经成为车企角逐新一代汽车的关键成功要素。”日前,东风公司党委常委、副总经理尤峥向本报等媒体记者如是说道。

当智能化发展的浪潮席卷全球之际,汽车产业也加速迈入智能时代,“智能化”也成为车企下半场竞争的关键词。“智能”也是本次广州国际车展的主角,车企扎堆秀智能化技术。

以造车新势力哪吒汽车为例,秉承“科技平权”的价值观,其在2023年发布了“浩智技术品牌2.0”,

会公布的数据显示,本次广州国际车展首次启用最新建设落成的“国际会议中心”,展会规模达22万平方米,共有全球首发车59辆,其中跨国公司首发车8辆;概念车20辆,其中国际品牌展车9辆;新能源车469辆,其中国外品牌展车119辆,展车总数1132辆。

作为2023年国内最后一个A级车展,很多车企都将其作为促进销量、加码订单的好时机。《中

国经营报》记者注意到,多家车企都带来了旗下最新的重磅产品,铆足了劲要在广州国际车展上一展产品实力,以加速年末的销量冲刺。

工业和信息化部等七部门9月1日联合发布的《汽车行业稳增长工作方案(2023—2024年)》提出,今年要力争实现汽车销量2700万辆左右,同比增长约3%。其中,方案特别设定今年新能源

众汽车品牌(一汽-大众、大众进口汽车、上汽大众)、一汽奥迪、上汽奥迪、一汽-大众捷达品牌、smart、长安福特、江铃福特、上汽通用汽车(别克、雪佛兰、凯迪拉克)、林肯、沃尔沃、捷豹路虎、Polestar极星、道朗格、一汽丰田、广汽丰田、雷克萨斯、东风本田、广汽本田、东风日产、长安马自达、斯巴鲁、现代和北京现代、起亚、捷尼赛思、江铃等国际主流汽车品牌将集中亮相。

记者注意到,国内各汽车集团均携全系列新产品大规模参加本届车展。据悉,一汽红旗、东风汽车(东风风神、东风eπ、东风纳米)、上汽

荣威、上汽名爵、上汽大通、五菱、长安汽车、北京汽车、广汽集团(广汽传祺、埃安AION、昊铂)均将在广州亮相。吉利、领克、哈弗、长城炮、魏牌、坦克、奇瑞、捷途、星途、比亚迪、腾势、仰望、方程豹、JAC江淮集团等企业也将携自己的重磅产品登上广州国际车展的舞台。

除此之外,NIO蔚来、小鹏、理想、零跑、哪吒汽车、极越、高合HiPhi、鸿蒙智行、合创、岚图、猛士、启辰、阿维塔、深蓝、ARCFOX极狐、智己汽车、飞凡汽车、极氪、睿蓝、欧拉、iCAR、远航汽车和大众新能源汽车、赛力斯等新能源汽

车和HUAWEI ADS 2.0高阶智能驾驶辅助系统等领先科技。以智界S7的智能驾驶为例,HUAWEI ADS 2.0高阶智能驾驶系统通过融合感知和智能算法实现不依赖高精地图的高阶智能驾驶。值得一提的是,智界S7首发泊车代驾,让车主自主找车位泊入、车自主找人,或将彻底将用户从停车、寻车的烦琐步骤中解放出来。

零跑C10在广州国际车展上首秀。作为LEAP 3.0技术下的首款全球化产品,零跑C10将配备“四叶草”中央集成式电子电气架构,并搭载CTC 2.0技术、8295座舱系统等前瞻技术。“四叶草”中

央集中式电子电气架构可实现智能电动汽车核心组件之间的无缝高效协作。

张翔告诉记者,很多车企都会在广州国际车展上展示旗下的新车、新技术,这必然有助于刺激到汽车消费市场。“车企应该利用好年末最后的A级车展好好展示旗下车型,做好宣传,让消费者了解年底购车的优惠政策,引导消费者做好合理的购车计划。”

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉指出,车企应利用好车展效应去做年底的冲量,借由新车型的上市,多做特色、优势宣传,这样也能为明年车市的开门红做一些准备。

车企也将同场竞技。

与此同时,众多豪华车品牌也都将登上广州国际车展的展台,包括保时捷、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、路特斯等欧顶级豪华品牌集中高规格展出,还有罗伦士、福建奔驰、克蒂汽车、迈莎锐、维纳斯、巴菲特等众多豪华改装车、高端商务改装及房车亮相车展。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者,广州车展是车市每年的最后一场A级车展,向来被誉为中国汽车市场发展的风向标,一直是车商的必争之地。

汽车销量目标900万辆左右,同比增长约30%。中汽协数据显示,1—10月,汽车产销分别完成2401.6万辆和2396.7万辆,同比分别增长8%和9.1%。

中汽协方面预计,伴随国家稳定经济增长的政策效应不断显现,加之地方购车补贴、促销活动等措施延续,以及年底翘尾效应,四季度需求将持续增长,汽车行业有望较好完成全年目标。

车企也将同场竞技。

与此同时,众多豪华车品牌也都将登上广州国际车展的展台,包括保时捷、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、路特斯等欧顶级豪华品牌集中高规格展出,还有罗伦士、福建奔驰、克蒂汽车、迈莎锐、维纳斯、巴菲特等众多豪华改装车、高端商务改装及房车亮相车展。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者,广州车展是车市每年的最后一场A级车展,向来被誉为中国汽车市场发展的风向标,一直是车商的必争之地。

车企也将同场竞技。

与此同时,众多豪华车品牌也都将登上广州国际车展的展台,包括保时捷、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、路特斯等欧顶级豪华品牌集中高规格展出,还有罗伦士、福建奔驰、克蒂汽车、迈莎锐、维纳斯、巴菲特等众多豪华改装车、高端商务改装及房车亮相车展。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者,广州车展是车市每年的最后一场A级车展,向来被誉为中国汽车市场发展的风向标,一直是车商的必争之地。



11月17日,广州国际车展拉开帷幕,多款新车全球首发,图为Ford Beyond福特纵横旗下皮卡产品受到观众围观。

本报资料室/图

或带来“长尾效应”

11月中旬举办的广州国际车展对于全年销量的进一步提升较为重要,应该算是提升销量的加速器。

今年1—10月,汽车产销分别完成2401.6万辆和2396.7万辆,同比分别增长8%和9.1%。10月,汽车产销分别完成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%。汽车产销量继9月后再创当月历史新高。

中汽协方面表示,进入金秋十月,多地车展与促销活动火热进行,各大车企新车型持续发布,进店客流显著增加,进一步拉动汽车消费。继重迎“金九”旺季之后,10月车市热度继续,汽车销量与9月基本持平环比略降,同比增长,“银十”成色十足。

“总体来看,今年前10个月的销量成绩还是比较不错的,增长率或是全球最高。”张翔说道。颜景辉称,今年前10个月的产销数据是非常可喜的。“今年在各种政策和价格促销刺激下,汽车销量逐季逐月都在提升,这是非常可喜的。”

颜景辉告诉记者,汽车市场有“金九银十铂金十一”的说法。“11月一般是车企全年加大优惠争夺销量的收官月,11月过后促销优惠就没了,11月中旬举办的广州国际车展对于全年销

量的进一步提升较为重要,应该算是提升销量的加速器。新车型在广州国际车展上市,会是一个特别好的传播营销节点。其他的车型可以进行价格促销,这样对于今年年底的冲量和明年一季度的开门红,都会是非常好的时机。”

“车企扎堆秀新产品、新技术,车企领导们也不会不遗余力地站台做宣传,这就会有很大的市场关注度。很多供应商和消费者也会到车展现场实地感受新车型。”张翔称,“广州车展肯定会形成‘长尾效应’,车企会在车展后新增很多订单,对年末冲量有很大帮助。”

“车展也可能是个‘竞技场’平台。”张翔告诉记者,“车展一般都是举办地所在的经销商参加,经销商们在参展的时候会向观众、消费者做推销,各家会给出比较大的优惠幅度。”

“车企的年末促销力度都很大,比如像‘双11’‘双12’的特殊时间节点,所以最后两个月的销量都会高于之前的月份。”张翔表示,“今年总销量增长3%的任务完成难度不大。因为前10个月的销量已经超过2400万辆,意味着最后两个月只需完成300万辆就可以。”

近60款新车2023广州车展全球首发 车企新技术同场竞逐

本报记者 尹丽梅 童海华 广州报道

11月中旬的广州,暑气消退凉意渐重,位于广州市海珠区的中国进出口商品交易会展馆却热闹非凡,展馆内外人流如织。

11月17日,年度车市压轴大

戏——第二十一届广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)正式拉开帷幕。作为2023年国内A级车展的“收官之战”,众多车企在广州车展的聚光灯下展示新品、新技术。

《中国经营报》记者获悉,本

届广州车展展车总数达到1132台,包括全球首发车59台、概念车20台、新能源车469台,其中新能源车产品占比超过1/3,达到41.4%。

本届广州车展吸引了全球主流车企悉数到场,参展品牌包括

BMW及MINI、梅赛德斯-奔驰、奥迪、大众汽车品牌、雷克萨斯、现代等国际主流汽车品牌,哈弗、长城炮、魏牌、坦克、比亚迪、仰望等自主品牌,蔚来、小鹏、理想、ARCFOX极狐等新能源汽车品牌,保时捷、兰博基尼、

宾利、劳斯莱斯等欧美顶级豪华品牌。参展重磅车型包括全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车、宾利添越长轴距MULLINER版、全新一代BMW 5系长轴距车型、理想MEGA、极氪007等。

“从2023年起,国内汽车市

场已经进入耐力赛阶段,各细分赛道的市场竞争均有所加剧,卷出新高度。进入年底,车市已进入冲刺阶段,各大车企借助广州车展舞台推出的重磅新品有望进一步提振市场预期。”一位受访业内资深从业者对记者说道。

豪华、合资车企加速触电

随着市场结构快速调整,中国汽车市场的天平正在向自主品牌倾斜,在电动化赛道上,传统豪华品牌、合资品牌扮演“学习者”的角色。

在“时不我待”、新能源汽车产业快速发展的背景下,传统豪华品牌、合资品牌近年来正持续加速转型。这也正是记者在本届广州车展上观察到的讯号。

记者在梅赛德斯-奔驰展台看到,梅赛德斯-奔驰携3款中国首秀、11款中国上市,全品牌31款车型亮相广州车展5.1号馆。

其中,于今年10月全球首发的全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车在广州车展上重磅登场,这是一款由中国主导创新、全球同步开发的车型。

作为第3代为中国客户量身定制的长轴距E级车,其是豪华品牌中首款采用高通8295智能座舱芯片的车型,同时搭载5G通信技术、梅赛德斯-奔驰第三代MBUX智能人机交互系统以及奔驰首个L2+级导航辅助驾驶系统。

梅赛德斯-奔驰的电动化产品同样引人注目。全新EQE纯电SUV、EQS纯电SUV等多款源自梅赛德斯-奔驰纯电家族的车型携手AMG纯电性能座驾——梅赛德斯-AMG纯电EQE 53 4MATIC+,共同登陆本届广州车展。梅赛德斯-奔

驰C 350 e L插电式混合动力运动轿车与梅赛德斯-奔驰S 450 e L插电式混合动力轿车亦联袂登场。

作为豪华汽车阵营的代表性品牌之一,宝马携全新一代BMW i5系和全新BMW X2亮相广州车展。值得关注的是,纯电动BMW i5也出现在了广州车展的舞台。首次推出的创新纯电动BMW i5不仅让BMW 5系迈入电动时代,还强化了宝马在纯电豪华细分市场的地位。随着这款创新车型的推出,宝马纯电产品将覆盖几乎所有主要细分市场。

据悉,国产全新5系长轴距版(G68)及BMW i5将于明年1月投产,全新宝马X2则计划在2024年3月正式在全球市场上。

二线豪华品牌LEXUS雷克萨斯也吸引了不少眼球。雷克萨斯携系列重磅登场,包括豪华硬派越野SUV全新一代GX首次于中国市场亮相;旗舰级豪华MPV全新一代LM 500h四座御世版、六座尊崇版正式上市。此外,雷克萨斯也展示了丰富的全新LM等电气化产品阵列。

在合资品牌阵营方面,记者关注到,正在加快进行电动化转型的一汽-大众,携包括轿车、SUV系列和纯电ID.系列在内的多款重磅车型亮相广州车展。ID.7VIZZION是其亮相的重磅产品之一。

据悉,得益于大众纯电MEB平台,ID.7VIZZION轴距可达2965mm,这意味着ID.7VIZZION拥有优越的车舱空间。在续航上,ID.7VIZZION搭载84.8kWh大容量三元锂电池,提供后轮驱动和双电机四轮驱动两种选择,两驱车型CLTC综合续航642km,四驱车型的CLTC综合续航570km,可根据实际使用需求自由选择。

在2023行业变革的关键之年,一汽-大众加速推动电动化战略转型落地,推出ID.7VIZZION,进一步丰富一汽-大众纯电产品系列,完成了ID.家族产品从SUV到轿车的覆盖。

当前,自主品牌凭借新能源汽车在行业中占据有利地位,合资品牌显得被动,不过造车是一场马拉松,汽车行业格局仍存变数。

“新能源汽车市场仍处于循环赛的阶段,市场总量仍在加速增长,这个阶段以硬件的比拼为主导,企业间交替竞争。”11月16日,在广州汽车产业发展大会的开幕全体会议上,安徽江淮汽车集团股份有限公司副总经理张鹏表示,随着市场总量逐渐趋于饱和,市场将进入淘汰赛阶段,各企业在同级别产品的功能配置上基本同质化,成本控制力以及软件生态带来的个性化体验将成为核心竞争力。

自主品牌争先“亮剑”

今年以来,自主品牌的表现可谓风光无限。中国汽车工业协会披露的数据显示,2023年1—10月中国品牌乘用车累计销量达到1142.6万辆,同比增长22.2%,累计占有率为55.3%,比上年同期增加6%。其中10月自主品牌乘用车市场份额为59.7%。

在近两年的国内车展上,自主品牌亦摇身一变成为焦点。

记者在广州车展现场了解到,作为自主品牌的代表,极狐汽车将阿尔法T5推到了广州车展的聚光灯下,迎来首发亮相。新车主打纯电紧凑型SUV市场,尺寸略小于极狐阿尔法T,高配车型搭载激光雷达和驾驶辅助功能。在动力方面,该车采用纯电驱动,最大功率有185kW和200kW两个版本,电池也有磷酸铁锂和三元锂两种版本。

反对打“价格战”,秉持长期主义发展理念的长城汽车,则在广州车展的舞台上,打出了长城智能新能源全品牌出击的牌,携手哈弗、魏牌、欧拉、坦克、长城炮五大品牌多款新能源产品登陆羊城。

哈弗猛龙全新配色及猛龙共创版车型、魏牌高山MPV四驱

行政加长版、中国首款大型高性能混动皮卡山海炮PHEV亮相;长城汽车坦克700 Hi4-T首发限定版亦完成首秀并开启预售;山海炮性能版、长城炮高寒版、定制版开启全国上市。

记者了解到,山海炮高性能版作为中国首款大型高性能豪华皮卡,其动力采用长城3.0T V6双增压发动机搭配自研纵置9AT变速器。中国首款大型高性能混动皮卡——山海炮PHEV则是基于Hi4-T越野超级混动架构打造的新能源长续航皮卡。此外,长城炮还推出了山海炮定制版、长城炮高寒版两款定制化车型,通过不同的车型满足更多细分用户的特殊用车需求,实现品牌2.0战略持续落地和体系全面进阶。

显然,长城汽车已在技术、产品和机制等维度进行了储备,随着更多高质量新品的上市,长城汽车有望实现品牌的进一步向上。以智能新能源为核心发展方向,长城汽车正在构建自身发展的底层逻辑。

近段时间以来,自主品牌阵营重磅新车密集推出。11月9日,比亚迪方程豹豹5上市,售价28.98万—35.28万元;同日,华为与奇瑞合作的首款新车智

界S7开启预售,定位中大型纯电轿跑,预售价25.8万元起,首搭HarmonyOS 4智能座舱,并搭载ADS 2.0高阶智能驾驶系统与新一代800V碳化硅黄金动力平台,半天订单突破5000台;另外,多款自主品牌新车在广州车展亮相,包括极氪旗下首款轿车007、小鹏首款纯电MPV MEGA、吉利银河首款纯电轿车E8、岚图追光PHEV等。

中国银河证券汽车行业首席分析师石金漫认为,当前,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。

从市场“答卷”可以看到,自主品牌在高端化方面取得了良好的突破,尤其以蔚来为代表的势力车企,在40万元以上市场形成了突破。而在30万~40万元市场,自主品牌亦已形成快速增长态势。