

2023广州国际汽车展览会专刊

超跑、智驾、出海

中国车企高端化突围 自主品牌掀起“冲高”浪潮

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在有“来年年市风向标”之称的广州车展上，集体冲高的自主品牌成为市场关注焦点。

11月17日，极氪旗下首款纯电豪华轿车极氪007首次全球公开亮相，并在2023广州车展同步开启预售，新车预售价为22.99万元起，该车是极氪旗下首款纯电豪华轿车，也成为2023广州车展上外界关注度最高的纯电车型之一。

《中国经营报》记者注意到，

冲击新能源细分市场

借力新能源，自主车企正密集开拓诸多细分赛道。

11月17日，2023广州车展开幕之日，上汽集团旗下MG Cyberster正式上市，被外界认为是中国首款纯电敞篷跑车。据悉，该款新车共有三个配置，价格在31.98万~35.98万元区间。

记者梳理发现，2023年4月份的上海车展，MG对外公布了旗下全新敞篷电动跑车Cyberster量产版官图，此后在7月份的英国古德伍德速度节中完成全球动态首秀，并在8月份的成都车展实现国内首秀。

记者注意到，除了MG Cyberster，此前已上市的纯电猎装超跑极氪001 FR也首次亮相A级国际车展。

相关信息显示，10月27日，极氪正式对外发布旗下纯电猎装超跑极氪001 FR，该款车型搭载了全球量产首发的四电机分布式电驱、全球首个ZVC四轮扭矩矢量控制、全

除了极氪007外，阿维塔12、星途星纪元ES等纯电轿车也受到外界广泛关注。此外，更多自主车企通过进入新能源细分领域，冲击高端市场，如纯电超跑领域涌入MG Cyberster、仰望U9、昊铂SSR等车型，而理想MEGA、小鹏X9、上汽大通大家9等则角逐高端纯电MPV市场。

在借新能源冲击高端市场外，在本届广州车展上，自主车企亦密集发布智能化成果。其中，高阶智驾的落地应用愈发受到外界关注，

球首创的“蜻蜓结构”中段一体压铸等“五大全球量产首发的核心技术”，官方零售价为76.9万元起。

进一步梳理可发现，不仅仅是MG Cyberster、极氪001 FR，在2023广州车展上，仰望U9、昊铂SSR等纯电超跑也受到不少关注，引发外界关注的是，自主车企当下为何密集推出纯电超跑产品呢？

记者注意到，除了较为小众化的纯电超跑赛道外，在本届广州车展中，新能源MPV市场则涌入诸多自主车企，且其推出的产品皆卡位高端市场，如上汽大通推出旗下全球首款“全尺寸豪华智能纯电MPV”大家9，理想MEGA、小鹏X9等也收获巨大关注。

对于自主车企密集推出新能源细分市场高端产品，颜景辉对记者分析称，这与车企拓展产品线、新能源渗透率持续提升、消费者需

求未得到满足等因素密不可分。

“自主车企在站稳中低端新能源汽车市场的情形下，通过推出超跑、MPV等车型进入细分领域，既有利于延长原有产品线，也迎合了多元化的汽车消费需求。”中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉对记者表示，在冲击高端化过程中，自主车企还需要在产品力、品牌力、服务力层面持续发力。

求未得到满足等因素密不可分。

“自主车企在巩固自身原有优势市场的同时，也在不断拉长产品线，不断丰富产品种类”，颜景辉分析称，与燃油超跑类似，纯电超跑产品其实是非常小的细分赛道，但是自主车企通过推出相应产品，能够起到持续扩大自身消费群体、提升品牌档次的作用。此外，超跑等高端产品也具有极大带动性，“能够活跃新能源汽车消费市场”。

“我相信高性能车、超跑的市场一定会进一步扩大的。当然，如果说超跑一定要卖到千万级别，那市场一定不大。如果我们的车有千万级超跑的所有体验，却只需要76.9万元的价格，这个市场为什么不扩大呢？”极氪CEO安聪慧此前同样认为，“性能车上使用的很多技术，未来可以大量应用在普通车型上，让更多用户享受到更好的驾驶体验和更极致安全。”

高阶智驾落地加速

除了进入细分赛道掘金外，自主车企也在通过加码高阶智驾、智能座舱等领域，助力自身冲击高端市场。

以在本届广州车展实现全球首次公开亮相的极氪007为例，该款车型首发应用极氪全栈自研的高阶智驾解决方案，标配NVIDIA DRIVE Orin SoC智能驾驶系统级芯片，算力高达508 TOPS。

此外，极氪007还搭载1个激光雷达、12颗高清摄像头和5个毫米波雷达等顶级硬件，更有20多项功能全面守护，提高感知能力及安全冗余，极氪方面强调，“极氪007高速NZP领航功能，交付即上线，全国可用，为更多用户带来超越期待的高阶智驾体验”。

除了极氪007外，搭载华为最新智驾技术的阿维塔12亦受到行业关注。

相关信息显示，在智驾方面，阿维塔12搭载了华为高阶智能驾驶系统HUAWEI ADS 2.0，全系标配3颗隐藏式激光雷达，可实现超过一个标准足球场长度的远距探测。

“实际上每颗激光雷达就像一只眼睛，如果我们只有一只眼

进军海外高端市场

在借助新能源、智能化技术密集进入细分赛道之时，掀起“冲高”热潮的自主车企，亦在加速开拓海外高端市场。

“成功的品牌一定是国际化、全球化的，行业决定了我们必须国际化、全球化，我们作为中国汽车品牌，一定要走向国际市场。”安聪慧此前如此强调，“极氪的目标是努力成为一个全球品牌，成为一个受人尊敬的品牌。”

极氪方面提供的信息显示，10月，极氪与法国巴黎银行和Arval签署泛欧合作协议，而在10月26日，极氪与锦龙集团正式签

署合作协议，宣布进入中国香港和澳门市场，据悉，极氪009和极氪X的右舵车型将于2024年在港澳同步上市销售。

华泰证券研报显示，从价格层面看，我国出口电动车均价不断提高，呈现高端化趋势。从海关总署数据看，我国整车出口平均价格不断提升，从2018年的8.5万元提升至2022年的12.2万元，“其中，新能源车出口均价从2018年的1.5

万元提升至2022年的14.7万元”。有汽车行业人士对记者表示，与在燃油车时代自主车企缺乏发动机等核心技术的冲击高端化过程不同，当前，无论是三电技术抑或智能化技术，自主车企皆站在世界前沿，冲击高端化不再是“无源之水”，而颜景辉亦向记者表示，在冲击高端化的过程中，自主车企需要深耕三力（产品力、品牌力、服务力），才能够获得消费者认可。

梅赛德斯-奔驰：让过去成为未来

假如未来是答案，那么什么是问题？

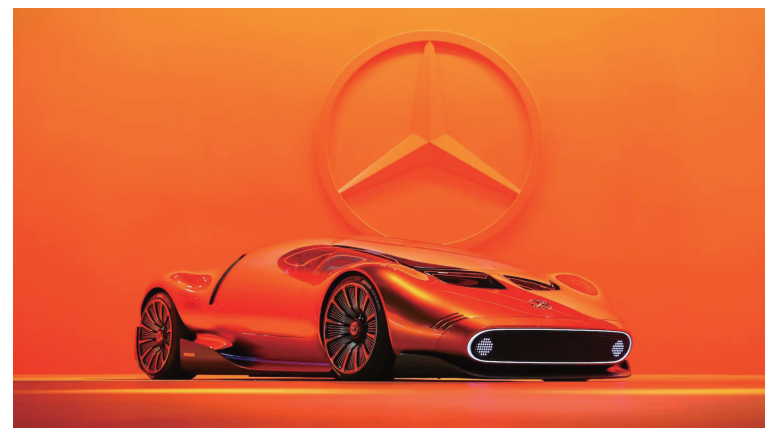
“一方水土一方人，一方山水一方风情。”11月的广州，“珠江走廊”景色秀丽。山河与海洋，渡口与归舟，上纳三江而汇百川，下分八门共赴南海。

百舸争流在这里缔结了一个时代不变的母题——创新诚信、乐观进取、务实变通、敢为天下先的岭南精神。数百年来，中国“南大门”承载的这种精神脉动已成为一种文化符号，为今天的东南沿海乃至中国商业发展提供了宝贵的经验和启示。并在这个日新月异的时代，不断为现代商业文明注入新的活力。

过去是未来最好的向导。2023（第21届）广州国际汽车展览会期间，137岁的梅赛德斯-奔驰在2023

科技创新日上用一辆概念车与一辆实验车进行了一场“时空对话”。其中54年前诞生的“车轮上的实验室”C 111实验车传递着奔驰一如既往的开拓、进取精神。新款Vision One-Eleven概念车则描绘着科技创新、充满想象力的出行未来。诚如伴随这两款车出场的短片中所说：“每个小数据背后都是为自由而生的信仰，你也许会说说，这些都是历史，是的，但过去的并不会过去。”

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军表示：“自1886年至今，梅赛德斯-奔驰率先提出的理念、应用的科技，逐步量产，部分已成为如今行业通行的标准。Vision One-Eleven概念车以C 111实验车为灵感源泉，以引领行业的电驱技术，



Vision One-Eleven 概念车

以YASA轴向磁通电机，定义电动时代的非凡动力。品牌的创新内核，让我们成为今日的奔驰，更在奔驰中超越奔驰。”

我们看到，137岁的梅赛德斯-奔驰在千万次日月更迭和车轮转动间，见证了一个又一个时代的成

长。在一次次“不妥协”和“奋力投入”中让出行行业的每个阶段都深刻上了“你的名字”。

与过去对话，与当下“切磋”，与未来相约。定义时代风潮者，定义品牌、品质与品格。更一次次让过去成为未来。

引领创新就是引领时代风潮

创新像海洋，今天的“近海”是为了明天的“远洋”。时代风潮和引领创新密不可分。

资料显示，在多线并举的电动化战略指引下，Vision One-Eleven概念车搭载由YASA开发的创新轴向磁通电机，将高性能电动车的性能表现带向全新高度。轴向磁通电机的重量和所占空间仅为同等输出功率径向磁通电机的1/3。形象一点表述就是“更小、更轻、却更强”。

专为高性能车打造的AMG.EA纯电平台也将搭载高性能轴向磁通电机。此外，得益于梅赛德斯-AMG高性能动力系统有限公司（HPP）在F1赛事多年的技术积累，Vision One-Eleven概念车采用高性能液冷圆柱形电池和创新的电池化学技术，开辟了以性能为导向的创新电池理念。

对此，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唐仕凯（Hubertus Troska）表示：“奔驰技术的重点发展方向是电动化和数字化。在电动化领域，



唐仕凯 (Hubertus Troska) 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

广州车展亮相的YASA轴向磁通电机重量更轻、结构更紧凑，扭矩密度更高，从而拥有更强动力的表现。数字化方面，Vision One-Eleven概念车配备横贯座舱的修长像素屏幕，与方向盘旁的高清触控屏构成灵活且直观的用户界面，可以看出我们在智能座舱方面下了非常大的功夫。”

此外，唐仕凯还表示，奔驰在安全、智能驾驶辅助系统以及车载

信息娱乐系统等方面也在不断发力。奔驰有充分的信心，交付给用户的各种车型，除了具备安全、豪华、舒适等这些奔驰特质之外，也会拥有超级的语音识别能力、与高德地图定制合作的先进导航功能，以及越来越丰富的中国专属多媒体应用生态系统。

“比如在本地内容方面我们已经接入了像抖音、爱奇艺、腾讯视频这样的APP。这些都离不开我们强大的本土研发团队的努力。面向未来，我们会推出越来越多的中国专属产品和服务。”唐仕凯补充道。

梅赛德斯-奔驰在2023广州车展携聚焦豪华、油电双行、科技领先的全球品牌31款车型登陆，以3款中国首秀、11款上市的重磅产品阵容，描绘星辉座驾与可持续未来的交相辉映。

其中，面向当今消费者对智能豪华的洞察，“更聪明、更懂你、身手更矫健”的全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车及运动轿车备受关注。安全、智能驾驶辅助系统以及车载

智能座舱芯片，亦是奔驰首个搭载第三代MBUX智能人机交互系统的车型，全新长轴距E级车软硬件实力全面迭代，赋能人机交互，带来更精准、更迅速的语音控制，可实现毫秒级响应，加之数字孪生的导航体验、可持续进化的AI服务等智能科技，令智能体验全面升级。此外，全新长轴距E级车是奔驰首个搭载L2+导航辅助驾驶系统的车型，可实现高速点到点的导航辅助驾驶，打造丝滑安全的智驾体验。

唐仕凯对“新E”未来的市场表现充满信心：“中国是全球最具创新活力的汽车市场，通过本土研发和生产的紧密协同，我们致力于打造‘最懂中国’的梅赛德斯-奔驰座驾。E级车正是我们本土化征程的上佳例证，不仅是在2005年成为奔驰首款国产车型，也是2010年奔驰首款中国专属长轴距车型，而全新长轴距E级车则将中国主导研发、专属中国的智能科技带给中国客户。我们将持续在华投入，以中国作为豪华品牌中率先搭载高通8295

引领风潮就是不断打造“坐标系”

和则成体，合则聚势。

优秀的企业都是对“打造坐标系”执着的。岁月更迭，时代在变。但企业三维发力不变——X轴力求广度，Y轴里挖掘深度，Z轴中探索高度。绘制了企业发展历程中的“坐标系”。

资料显示，今年前三季度，梅赛德斯-奔驰在华累计交付超过57.87万辆新车，实现高质量增长。在前20大豪华品牌燃油车市场、前20大豪华品牌插混市场、100万元以上及150万元以上的市场中，奔驰都是第一名，问鼎“四料冠军”。

然而，我们不得不看到，当前行业变革加速，企业战略转型的“打法”决定其未来生存的“站位”抑或“生死”。作为行业领先的“佼佼者”，对于是否有意向寻找“合作伙伴”时，唐仕凯表示，“我非常欣喜看到中国汽车品牌的成长。对于梅赛德斯-奔驰这样的豪华品牌来说，在豪华汽车细分市场中，我们都有自己的历史传承和强大的创新能力，我们必须将未来发展的命运掌握在自己手中。也就是说，在电动化转型中，我们会在很多领域与中国本土伙伴们合作，但是我们会一直坚持自有纯电平台的开发。”

此外，唐仕凯强调，未来奔驰将推出搭载自有操作系统MB.OS的车型，“技术创新”是奔驰长久以来的坐标之一，不会把技术和产品开发直接建立在其他厂商现有的平台之上。所以，一方面，奔驰会和越来越多的中国企业开展合作，另一方面，在核心的纯电架构方面会坚持自己的方向。

资料显示，梅赛德斯-奔驰的本土研发团队正不断扩大，预计到今年年底，奔驰在中国的研发团队规模将增长至2000人。此外，奔驰在上海已经建立了一支强大的软件开发团队，并与本土合作伙伴开展更多合作。

“我们会继续坚守梅赛德斯-

奔驰的DNA，在此基础上推进本土化研发，充分利用本土资源，为中国客户提供量身定制的解决方案。”唐仕凯肯定地表示。

中国古人将人生的三重境界比喻为“看山是山，看山不是山，看山还是山”。2023奔驰科技创新日上，唐仕凯引用这段富有哲学意味的观点说出了汽车行业亦正逢“看车是车、看车不是车、看车还是车”。

对此，唐仕凯真诚地表示：“在过去十多年的时间里，我始终对于中国经济的长期发展保持乐观，为此，我们在中国持续扩大本土投资，我一直坚持我的判断，不断强调中国市场的巨大潜力。中国的汽车市场在持续增长，但同时我们也不能忽视，整个市场的竞争变得越来越激烈。毫无疑问，中国汽车市场也在向电动化方向发展，在这个过程中，插电混动车型将继续发挥重要的作用，这也是为什么梅赛德斯-奔驰持续对插电混动技术进行投资和研发的原因。对我们来说，最关键的是，不是为了炫技而开发技术，而是致力于新技术能为客户带来更多增加值。”

人生的三重境界不能跳级，百年造车之路亦如是。与古为徒，方能与未来同行。

“不必再提，第一辆车诞生时，马车的余晖。就说一说，我们让车，看起来会飞。你问，为什么与风较量，每个小数据背后都是为自由而生的信仰。当他们都说，车，就是要坚硬而坚强。我们说，柔软也是一种保护力。沉浸在实验室里发明创造，有时候无暇顾及太多时髦，但给世界带来了ABS和第一个安全气囊。你也许会问，这些都是历史，是的，但过去的并不会过去。时代奔涌前线，风潮，驰而不息。自1886年，定义时代风潮。”

嗯，就让我们用2023奔驰科技创新日视频文案的完整版作答，这是奔驰，或许也是一段一段历史中的，我们自己。 广告