

# 北京车展时隔四年重启： 电“竞”更激烈“抱团”合作成主题

本报记者 陈燕南 北京报道

“今年的车展格外火爆，然而却是不一样的‘火爆’。”有不少业内人士感慨道。

阔别四年，北京车展正式回归。重新回归，中国汽车产业格局却已经历几番洗牌，全球市场也在风起云涌。作为今年国内首个国际 A 级车展，4 月 25 日，2024（第十八届）北京国际汽车展览会开幕。官方数据显示，本届车展展会总面积达 22 万平方米，全球首发车 117 辆（跨国公司全球首发车 30 辆），概念车 41 辆，新能源车 278 个，展会期间举办 196 场发布会。

《中国经营报》记者在现场看到，往常在下午 5 时，车展的展馆内都已陆续不见人影，但今年在

将要闭门之际，北京车展上依旧人流如织，热闹非凡。此次明星企业家的出现也让本届北京车展的关注度提升至新高度。更重要的是，北汽集团展台的 AI 机器人、“宝宝巴士”极氪 MIX、埃安的“纯电霸王龙”等自主品牌在电动化和数字化方面的崛起也成为“亮点之一”。

面对强劲崛起的自主品牌，跨国车企也开启了“电动反攻”，展现出了硬派实力。大众的“中国 DNA 概念车”、马自达的“纯电马 6”、全球首秀的纯电动跨界车型 MINI ACEMAN、梅赛德斯-奔驰纯电 G 级车、再到全新奥迪 Q6L e-tron 都深刻诠释了对数字未来和电动出行的不同理解。

与此同时，“贴近中国用户”也成了本届跨国车企的主题。日产

汽车公司总裁兼首席执行官内田诚在接受记者采访时表示：“中国市场正在发生巨大变化。日产汽车需要迅速应对并保持竞争力。因此，日产汽车在全新战略规划‘The Arc 日产电弧计划’指导下，专为中国市场量身定制了注重均衡并关注重点的战略。”

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则在接受记者采访时表示：“奔驰特别重视本土化的研发，目前为止在中国已经投入 105 亿元人民币，本土研发人员增加了 2000 人，和 2020 年相比都增加了 1 倍。”他还表示：“奔驰坚定在华投资决心，在本土适配方面还会继续前行，奔驰在自身进阶的同时，我们还会反哺全球，助力汽车行业高质量发展。”

## 电动“高端化”百花齐放成“新格局”

中国新能源汽车零售的渗透率超过 50%，标志着我国汽车行业正式进入了新能源汽车主导的全新时代。

与往届不同，在此届车展上，车企一把手互相参观、互相站台轮番上阵。记者在现场看到，小米集团董事长雷军，蔚来汽车创始人李斌，理想汽车创始人李想，360 公司创始人、董事长兼 CEO 周鸿祎现身车展现场，所到之处人满为患。

事实上，大佬们纷纷“下场”只是自主品牌竞争激烈的缩影。此届车展的 W2 馆被看作是最具代表性的一个展馆，也是本届车展上人气最高的一个展馆。该展馆聚集了小米、极越、智己等新能源汽车品牌，吉利旗下的极氪 001、银河等品牌与小米 SU7 形成了直接的竞争对手关系。

同样成为流量担当的还有“华为系”。其中，华为与北汽联合打造的首款智选车型——享界 S9 也在鸿蒙展台亮相。身负华为基因的北汽极狐阿尔法 S5、瑞风 RF8 鸿蒙版以及阿维塔 11 新车型也齐

聚车展现场。

值得注意的是，一汽红旗的表现也较为吸睛。在车展上，红旗不仅有纯电中大型 SUV 红旗 EHS7 发布，红旗 EH7 敞篷版首发亮相、红旗 HQ9 PHEV 正式上市，更是迎来了红旗金葵花概念车的正式亮相。据悉，红旗金葵花子品牌代表红旗顶级技术工艺与华夏千年文明的融合。

另外，长城汽车此次表现也较为亮眼。此次长城汽车以“智能长城，越野长城，世界长城”为主题参展，这也是魏牌、坦克、哈弗、欧拉及长城皮卡首次同台亮相。新一代哈弗 H6、新一代哈弗 H9、魏牌蓝山智驾版、坦克 700 Hi4-T、2024 款欧拉好猫、欧拉闪电猫暗夜版、长城山海炮 Hi4-T 等明星产品联袂登场。

事实上，这四年，汽车行业的格局已经发生了巨大变化。2020 年，中国新能源汽车零售的渗透率

是 5.4%；2024 年 4 月上半月，渗透率达到了历史巅峰的 50.39%。

在业内人士看来，这标志着购买燃油车的消费者已正式成为市场中的少数派，也意味着我国汽车行业正式进入新能源汽车主导的全新时代，在这一背景之下，自主品牌有了实现弯道超车的机会。

全国乘用车秘书长崔东树表示：“此届北京车展的自主品牌推出大量的高端新能源车型。新能源车正延伸向更加细分的领域。新技术也在加速普及，800V 高压架构、SiC 碳化硅功率模块、高通骁龙 8295 芯片、激光雷达等高端配置。随着一款款车型的推出，自主的高端价格天花板已经被打破。同时自主品牌智能化方面全面开卷，高级智能配置不断下探，无图智驾方案和纯视觉模式成为更多车型的选择，部分车型也逐步向轻地图重感知路径转型，智能平权的时代或提前到来。”

## 全球目光聚焦北京 新能源汽车成“顶流”

本报记者 陈靖斌 北京报道

“How much is it?”（多少钱？）“It's about five hundred thousand yuan.”（大约 50 万元人民币）

在鸿蒙智行的展台上，一位外国友人指着问界 M9 询问身旁的中国顾问，该中国顾问如是回答。

这一场景发生在备受瞩目的 2024（第十八届）北京国际汽车展览会（以下简称“北京车展”）上。

经过四年的等待，这个国内国际顶级车展再次吸引了全球车企的目光。117 款新车在此全球首发，其中包括来自国内外知名品牌的车型，同时还有 41 款概念车和 278 款新能源车型。

以“新时代，新汽车”为主题的北京车展展示了行业巨头、造车新势力以及新兴车企的最新成果。广汽集团和比亚迪等巨头展开了激烈的竞争，而动力电池巨头宁德时代、造车新势力小鹏汽车以及新兴车企创维汽车、远航汽车也各自展现了自己的实力。此外，以智能驾驶为核心的全新智能汽车解决方案品牌——华为乾崮也在车展上同步亮相。

据了解，本届北京车展还集中展示了汽车部件及组件、电子及系统、新能源及智能网联等三大主题的零部件。近 500 家来自中国、美国、德国等 13 个国家和地区的名零部件企业及科技公司参展，展示了汽车行业整体供应链关系正在发生的变化，从垂直向共生的转变，重构了全球产业链供应链。

## 汽车巨头上演“神仙打架”

在中国品牌全球崛起的崭新时代，中国新能源汽车产销连续九年稳居全球第一，同时 2023 年的汽车出口量首次跃居世界榜首。在本届北京车展上，《中国经营报》记者深切感受到来自这个汽车生产、销售和出口大国的蓬勃发展氛围。

随着这一发展机遇的到来，各大车企巨头纷纷推出重磅车型，竞相抢占市场份额，力图冲击世界第一流地位，其中广汽集团便是其中之一。

作为智能电动车头部品牌的广汽埃安，在本届车展上发布了备受瞩目的首款全球战略车型——第二代 AION V，为全球消费者带来了先进、时尚、富有乐趣的智能新科技。

第二代 AION V 不仅继承了传统经典车型的优良品质，更集成了 23 项突破性科技，拥有自进化人工智能座舱、国际宽温域 750km 长续航等 8 大核心用户价值，必将树立中国新能源汽车在国际市场的新标杆。与此同时，为加速广汽埃

## 汽车智能化鏖战升级

在北京车展上，不仅有着汽车巨头的激烈竞争，还有着动力电池领域的宁德时代、造车新势力小鹏汽车以及新兴车企创维汽车、远航汽车等公司，为汽车智能化与电动技术展示新的突破。

宁德时代发布了全球首款兼顾 1000 公里续航和 4C 超充特性的磷酸铁锂电池新品——神行 PLUS。从去年 8 月发布神行超充电池到如今的神行 PLUS，宁德时代用了短短 8 个月时间再次刷新了磷酸铁锂电池的纪录。

而在北京车展前夕，华为在其

安在全球市场的扩张步伐，提升全球用户对其品牌的认知度，广汽埃安品牌正式宣布全面启用 AION 字母标识。第二代 AION V 也成为首款搭载 AION 字母标识的产品，预计于 2024 年 7 月全球上市。

广汽传祺与华为的合作也进一步深化，双方共同启动了传祺华为联合创“新”计划，重点在智能底盘、智能人机交互等多个领域展开深度合作与研发。而广汽传祺的全能家用首选 MPV——传祺 M6 MAX 也在本届车展上亮相。新车全系标配 HiCar 智能互联系统，实现了手机与车机的无缝连接，为用户带来更加便捷、智能的驾乘体验。

值得关注的是，昊铂品牌首次独立参展，展示了其硬核升级的昊铂 HT 2024 款车型，拥有百万级智能驾驶、无图全球通等特点，配备了 825km 的超长续航和 800V 超快充技术，树立了豪华纯电的新标杆。

除自主品牌广汽传祺和广汽埃安的亮眼表现外，广汽本田、广

智能汽车解决方案发布会上推出了全新品牌华为乾崮，提出了华为乾崮智能汽车解决方案。这一方案也在北京车展上同步亮相。

华为乾崮智能汽车解决方案涵盖了芯片、硬件、软件、云端等多个领域，并发布了十大新品，包括乾崮智驾、乾崮车云、乾崮车控、鸿蒙座舱等。华为预测，2024 年将是智能驾驶规模商用元年，预计到年底，采用华为智驾的汽车将达到 50 万辆。

东风、长安、广汽、北汽、赛力斯、奇瑞、江淮等新车企都将搭

## 加速“中国化”合作共赢成“主旋律”

“贴近中国用户”成为跨国车企的战略主题。本届车展上，百度和日产、丰田和腾讯、北京现代和宁德时代达成了合作。

事实上，中国自主品牌的“争奇斗艳”，也加速了汽车行业的竞争。在此情形之下，不少跨国车企正在追赶“中国速度”。

本田中国近日发布“烨”品牌，旗下三款车型“烨 P7”“烨 S7”“烨 GT CONCEPT”均亮相本届北京车展。在本届北京车展上，本田中国本部长五十岚雅行表示，到 2035 年本田在中国销售的车型中，纯电车占比将达 100%。

此届车展，梅赛德斯-奔驰携 1 款全球首发、7 款中国首发及车展首秀、8 款中国上市的全品牌 21 款车型和前瞻数字科技登陆。同时，奔驰操作系统 MB.OS 在车展上进行中国首秀。宝马的到来也彰显了跨国车企的“硬实力”。BMW 新世代概念车是首次来华，全新电动 MINI Aceman 也迎来全球首发、全新电动 MINI Cooper 在中国也进行了正式首秀。除此之外，宝马展台阵容几乎覆盖豪华细分市场，并囊括燃油、纯电、插电式混合动力、氢能源动力等多种驱动形式。据了解，2024 年，宝马在华将推出超 20 款 BMW 和 MINI 品牌新车型，进一步满足消费者的不同需求。

值得注意的是，本届北京车展上，大众汽车品牌正式发布智能纯电新品类 ID. UX，而 ID. UX 旗下首款新车“ID. UNYX 与众”也同台亮相。而宾利全球限量仅 1 辆的 Baur 车型也亮相本届北京车展，据悉这款车型也仅在中国销售。

奥迪则携手两大本土合作伙伴中国一汽和上汽集团，在北京车展带来 14 款车型，其中奥迪 SQ6 e-tron 和奥迪 Q5 e-tron RS 套件竞速版迎来中国首秀。“中国市场始终是我们最重要的市场之一，也是落实‘奥迪未来计划’（Audi Agenda）的核心行动领域。这一计划着眼于平衡转型发展和



阔别四年，北京车展正式回归，然而中国汽车产业格局却已经历几番洗牌。

本报记者张硕/摄影

战略规划，重点聚焦产品、技术、品牌定位，以及包括在中国等核心市场的发展布局。”奥迪全球 CEO 高德诺表示，“通过为市场定制的产品、深化的本土研发能力，以及强化以客户为中心的承诺，我坚信奥迪将继续在中国汽车市场保持强势地位。”

日产汽车同样也在深化本土战略。此届车展，日产汽车携包括 5 款新能源概念车在内的强大电驱化产品阵容，集中展现了其在智能化、电驱化领域的最新成果及未来发展方向。同时，内田诚也谈及了未来的发展规划，他表示：“我们将通过三大支柱具体推进：一、推出更多新能源汽车；二、充分结合本地优势和全球能力；三、变革运营模式。此外，为满足每一个‘NI’的个性化出行体验，日产汽车推出了全新品牌主张‘尽兴由 NI’。这些举措将帮助我们实现‘在中国、为中国’的承诺。”

日产（中国）投资有限公司与百度在线网络技术（北京）有限公司共同签署了谅解备忘录，双方将开展在人工智能（以下简称“AI”）与智能汽车领域战略合作的可行性研究。日产汽车公司中国战略及专项任务副总裁、日产（中国）投资有限公司总经理松山昌史对记者表示：“汽车产业正在经历智能化变革，消费者对以 AI 为代表的新技术应用的需求不断

增长，日产汽车在 3 月份发布的‘The Arc 日产电弧计划’中明确提出‘将战略合作伙伴关系拓展至技术、产品组合和软件服务领域’。通过与合作伙伴的合作，百度的生成式 AI 能力将被应用到日产汽车在中国的车辆中。”

除了日产和百度的合作外，在本届车展上，不少跨国品牌也官宣了与中国公司的合作。北京现代与宁德时代签署战略合作协议，双方将围绕北京现代搭载 EV 项目展开合作，共同研发出针对中国市场的纯电动汽车车型。未来北京现代推出的新电动车型将采用宁德时代电池。在发布会现场，现代汽车发布了“在中国为全球”战略，宣布在竞争激烈的中国市场全面展开电动化事业。将向中国引进现代汽车首款高性能电动车 IONIQ 5 N，正式进入中国高性能电动车市场。北京现代方面表示，此次北京现代与宁德时代达成合作，就是“在中国 为全球”战略落地的重要步骤。

同样“牵手”的还有丰田和腾讯。在车展上，丰田正式宣布将与腾讯集团开启战略合作伙伴关系。据悉，双方将充分发挥各自优势，丰田将结合腾讯的 AI 大模型、云、数字化生态等优势能力，与丰田的 SDV 等丰富的移动出行相融合，打造更加个性化、多样化的移动出行体验。



2024 北京车展期间，问界 M9 所在的展台，一名中国顾问正在与外国友人交流。 陈靖斌/摄影

的多元化用车需求，豹 5 将推出云辇豪华版；同时，老用户的使用体验也将得到进一步优化，让驾驶更加愉悦。与此同时，方程豹汽车也携产品“全家桶”亮相北京车展。

比亚迪旗下的豪华品牌腾势汽车则携其智能豪华产品矩阵亮

相 W4 馆，其中腾势 Z9GT 更是全球首次亮相。新车定位为智能豪华旗舰轿车，是比亚迪集团设计总监沃尔夫冈·艾格的又一杰作，同时首次采用了全球领先的颠覆性技术平台易三方，引领着豪华轿车电动化的新潮流。

行的先锋力量。大运集团旗下的远航汽车作为新兴新能源车企，也携旗下两款明星车型——远航 Y7 与 H9，亮相本届车展，向世界展示其技术实力和前瞻布局。远航汽车表示，通过远航 Y7 与 H9 两款车型的亮相，向全球消费者展示其在新能源汽车领域的创新成果和技术实力。公司表示将继续加大研发投入，推动新能源汽车技术的不断创新和进步，为全球消费者提供更加优质、环保的出行选择。