

# 巴黎车展：一场关于平价电动车的争夺之战

本报记者 陈燕南 北京报道

作为全球历史最悠久、影响力最大的汽车展览之一，巴黎车展被视为汽车行业的风向标。当地时间10月14日，2024年巴黎车展拉开帷幕。今年巴黎车展共有全球48家汽车品牌参展，其中有9家中国品牌参展，约占参展品牌数量的1/5。其中一汽红旗、比亚迪、小鹏、零跑、广汽等众多车企带着新产品和技术踊跃参展。

## 发力平价电动车

跨国车企推出的新款电动车与中国电动汽车的价格差距正在缩小。

巴黎车展作为两年一度的盛会，不仅是欧洲规模最大的国际性车展之一，长期以来也一直是汽车行业的重要展示窗口，能够窥探汽车行业未来发展的新趋势。

在2024年的巴黎车展上，不少跨国车企纷纷展示了其在电动汽车领域的最新成果，标志着欧洲汽车工业的“电动”觉醒。

日前，宝马集团在2024年巴黎车展上展示了超过15款纯电产品，覆盖BMW和MINI两个品牌绝大部分细分产品线。

聚焦本届巴黎车展宝马展台，最受瞩目的车型当属首次同台亮相的BMW新世代概念车和BMW新世代X概念车，其代表了宝马集团电动化战略迈入全新阶段的开始。两款新世代概念车展现了集团对宝马最成功的两大核心产品系列——运动轿车和SAV的展望。

奥迪除了全新一代奥迪Q5首发亮相之外，还有全新车型奥迪Q6 e-tron Sportback也正式全球首发。按照计划，新车最快将于明年投放市场，明年4月在英国交付。

雷诺也展出多款概念车，其中以Embleme跨界车为首，该款车型搭载了双燃料电池电动传动系统，

在国际智能运载科技协会秘书长张翔看来，在欧盟关税“大棒”的夹击下，中国车企参展热情并不削减。“巴黎车展是中国车企能够进行国际展示的重要舞台。对于扩大中国品牌国际影响力有着重要的价值。”他在接受《中国经营报》记者采访时表示。

事实上，跨国车企也毫不示弱。本届车展，作为“东道主”，法国本土车企标致、雪铁龙等携旗



中国汽车品牌在巴黎车展备受关注。

程杨/摄影

旨在缓解消费者对电动汽车续航和充电的焦虑情绪。值得一提的是，特斯拉时隔六年将重返巴黎车展，并展示其全系列车型。

不过除了豪华汽车之外，此次车展让人备受关注的还是跨国车企推出的“平价”车型。

在今年巴黎车展上，雷诺率先发布了新款R4，预计售价将低于35000欧元。还推出了新款R5，售价为25000欧元。以及展示了电动Twingo的原型车，预计2026年上市时售价将低于20000欧元。

雪铁龙、斯柯达等品牌也在本届巴黎车展推出了价格低于3.5万欧元的电动汽车，雪铁龙首席执行官Thierry Koskas甚至表示，明年上半年将推出售价19999欧元的电动汽车，进一步降低电动车门槛。

罗马尼亚“高性价比”品牌达契亚此前凭借Sandero和Duster两款车型征服了欧洲的小型车细分市场。

下多款汽车亮相。记者从多位业内人士处获悉，法国总统马克龙也出席参观了巴黎车展，并在雷诺展台停留了半个小时左右。在车展上，马克龙还与小鹏汽车的高管进行了交流。马克龙强调，法国正在推动电动汽车领域的发展，促进法国的再工业化。

同时，Stellantis集团、宝马、大众集团、起亚、福特、特斯拉也悉数到场。值得注意的是，不少跨国品牌开始走“平价”路线。



程杨/摄影

场。现在，达契亚正寻求凭借Bigster进入利润更高的紧凑型SUV细分市场。据了解，达契亚Bigster SUV将于2025年年初在欧洲上市，起售价将低于25000欧元。

另外，Stellantis集团旗下的C3 Aircross基于集团的Smart Car平台生产，将提供低成本的纯电动版本以及内燃机版本车型，低于2万欧元的入门版将在明年上半年推出。

同时，为了降低电动汽车成本，Stellantis选择了与中国合作伙伴零跑汽车携手。在巴黎车展上，他们展示了合作成果之一——零跑B10。此外，大众集团带来了大众ID.3的性能版ID.3 GTX等亲民新车。

“我们终于开始看到更小的汽车和更实惠的电动汽车了。在成本方面，与中国电动汽车仍然存在差距，但这种差距正在缩小。”巴黎车展总监Serge Gachot在接受采访时如此表示。

## 在欧洲正面交锋

比利时、英国等欧洲发达国家市场已经开始成为中国新能源汽车出口的重要市场。

那么为何很多跨国品牌都在冲刺平价电动车呢？

对此，张翔对记者表示，欧洲有非常严苛的环保法规要求，所以不少车企只有积极地进行新能源转型，才能摆脱被动的局面。如果不做改变，在新能源汽车赛道上会很难追赶中国企业，未来的道路也会越来越困难。

事实上，欧洲汽车工业转型迫在眉睫，作为全球第二大新能源车市场，欧洲电动车销量近年快速上涨，但伴随多个国家补贴政策退坡，欧洲电动车销量增速放缓，今年已经出现了下降趋势。

## 中国车企出海“变奏”

相比两年前的“秀肌肉”，在这届巴黎车展上中国品牌规划了立足欧洲的更加长远的战略目标。

伴随着海外销量的逐步提升，多个国家和地区宣布对中国产电动车加征关税。不过在关税大棒之下，中国车企丝毫不露怯。

零跑汽车创始人朱江明表示：“本地化是最优选，零跑不打算两线作战，快速聚焦、不断创新、不怕竞争。当年日本、韩国企业进入欧洲市场做的是同质化竞争，今天零跑做的是新赛道。今年，零跑新车还会在美国上市销售。”

记者注意到，相比两年前的“秀肌肉”，在这届巴黎车展上中国品牌不仅推出了面向欧洲市场的车型，还规划了立足欧洲的长远目标。

“欧洲将成为小鹏汽车重要市场。”小鹏汽车董事长何小鹏在巴黎车展上再次强调了欧洲在其全球战略中的核心地位。

何小鹏透露，2025年小鹏汽车的目标是进军全球超过60个国家和地区，并且成为中国中高端新能源品牌海外第一。

欧洲汽车制造商协会(ACEA)公布的数据显示，欧洲电动汽车8月销量骤降43.9%，市场占比已从去年同期的21%下降至14.4%。这已经是今年连续第四个月下降，与去年的连续增长形成鲜明对比。

瑞银发布的一份报告显示，由于家庭收入的降低，越来越多的客户都期待能有更多价格更低入门级电动车型。汽车分析师费利佩·穆尼奥斯此前曾公开表示，只要没有更便宜的电动汽车可供选择，需求就会持续低迷。

在此情形之下，中国电动车依靠“性价比”占据了欧洲的一

部分市场份额。

根据JATO Dynamics公布的数据，2023年上半年，中国电动汽车的平均零售价约为3.2万欧元(约合人民币24.8万元)，平均成本不到欧洲和美国的一半。相比之下，欧洲电池电动汽车的平均零售价达6.6万欧元(约合人民币51.1万元)。

中国汽车工业协会最新发布的数据显示，2024年1—8月乘用车累计出口317.5万辆，同比增长29.4%，新能源汽车出口占比约四分之一。比利时、英国等欧洲发达国家市场，也开始成为中国新能源汽车出口的重要市场。

值得一提的是，同台发布的小鹏P7+，预售价格为20.98万元起，何小鹏在发布会结束后第一时间晒出了预售成绩单，1小时48分钟订单突破3万台。

此外，一汽红旗EH7、EHS7的出场瞬间吸引了全球消费者的目光。这是红旗品牌在欧洲市场继英国古德伍德竞速节后的又一高光时刻，也将成为中国豪华汽车品牌“走出去”的重要里程碑。

同时，一汽红旗也正式宣布与享誉国际的英国服饰品牌SCABAL成为品牌合作伙伴，未来双方将共同打造联名产品。

记者注意到，为了降低关税带来的风险，多家车企宣布将在海外建厂或生产，其中东南亚和欧洲成为热门选择。

此外，中国汽车零部件也开始加速在海外布局。宁德时代、国轩高科、保隆科技等中国供应商均在欧洲建设工厂，并获得欧洲本土车企的订单。

惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁在接受记者采访时表示，因为反补贴关税，不少企业都去欧洲建厂，欧洲供应链比较成熟。他们本土汽车的供应链有着悠久历史，另外中国的零部件供应商几年前其实就已经为了配合欧洲车企的需求，布局建设一些产能，所以中国的车企去欧洲建产能是有可行性的。“在欧洲投产的周期会比较长，环评以及市场准人的规则都比较严格。”杨菁表示。

在不少跨国品牌瞄准平价电动汽车的时候，中国车企不能再仅仅依靠“性价比”立足欧洲市场，品牌亦是关键。

长城汽车魏建军近日曾坦言，中国汽车目前在海外卖的都是产品，而不是可以溢价的品。在他看来，过硬的品质和强大的技术实力，是中国汽车全球化的基础，海外健全的生产、营销网络，才是中国汽车真正走向世界的关键。

# 智驾“独角兽”地平线即将“敲钟” 估值约600亿元

本报记者 陈燕南 北京报道

经过9年的探索，地平线正式进入新的阶段。2024年10月16日，智驾科技头部企业地平线(9660.HK)在香港开启招股。发行价指导区间为每股3.73港元至3.99港元，募集

## 坚持走软硬协同路线

本次IPO，地平线拟全球发行1355106600股股份，其中香港公开发售135511200股，占约10%；国际配售1219595400股，占约90%，另有超额配股权15%。

地平线表示，近70%的IPO收益将在五年内用于研发，其余部分将用于销售和营销费用，以及满足营运资金需求。

站在智能驾驶迈向全场景大规模普及的重要节点，智驾系统将经历从可用、好用到爱用的三个阶段。而当下量产的以城区NOA为代表的高阶智驾系统尚未充分达到用户眼中“可用”的标准。成立于2015年的地平线正是瞄准了智驾这一市场，坚持走软硬结合的差异化技术路径。

## 专注汽车业务

记者注意到，在毛利方面地平线始终维持在高位水平，2021—2023年，地平线毛利分别约为3.3亿元、6.3亿元、10.9亿元，年复合增长率为81.8%，今年上半年其毛利进一步攀升至约7.4亿元，同比增长226%。此外，2021—2023年分别达到70.9%、69.3%及70.5%，今年上半年其毛利率进一步提升至79%。

在业内人士看来，地平线的毛利维持在稳定水平主要得益于对业务的“专注度”上。

据了解，除了汽车解决方案外，地平线还提供非车解决方案，主要为设备制造商提供智能化方案，例如割草机、扫地机器人等设备。涉及的产

资金上限约54亿港元，预计股份将于10月24日在港交所挂牌上市。

在招股期间地平线吸引了境内外众多知名机构投资者的踊跃参与，阿里巴巴、百度、达飞集团和一家宁波市政府基金为基石投资者，认购总额达到约2.2亿美元(约合17亿港元)。

作为一家乘用车高级辅助驾驶(ADAS)和高阶自动驾驶(AD)解决方案供应商，地平线的优势在于算法的深厚积累与应用。“我们是芯片公司里面最懂软件算法，软件算法里面最懂芯片，做软件算法+芯片的公司里面最懂车规的公司。”地平线创始人兼CEO余凯表示。

自2021年大规模放量后，地平线至今每年国内市场装机量最大——其中2023年至2024年上半年，在国内全球厂商中排名第四，市场份额分别为9.3%和15.4%。

在车载计算方案领域拥有领先地位的地平线，实际上一直坚持软硬结合的技术路径。余凯希望通过软硬结合，以最大优势完胜通用芯片。只有软件+芯片的紧密耦

合，才能做出真正给用户带来切实价值的产品方案。

截至目前，地平线软硬一体的解决方案已获得27家OEM(原设备制造商)采用，装备于290款车型，其中，中国十大OEM均已选择地平线的智驾解决方案。

得益于庞大的客户群体，地平线的收入实现了增长。招股书显示，2021年、2022年、2023年，地平线分别实现收入约4.67亿元、9.06亿元、15.52亿元，年复合增长率达到82.3%；2024年上半年，公司收入约9.35亿元，同比增长151.6%。

记者注意到，地平线收入主要来自汽车解决方案，今年上半年营收占比超过97%，汽车解决方案中又分为产品解决方案和授权及服务

在智驾领域驰骋的核心武器。今年上半年，地平线实现营收9.35亿元，同比增长151.6%，其毛利率进一步提升至79%。不过值得注意的是，由于高投入的研发支出，地平线仍处于亏损状态，上半年净亏损50.98亿元，同比扩大170%。

业务，前者今年上半年营收占比23.8%，后者营收占比为73.9%，合计营收9.13亿元。

在业内人士看来，对地平线而言，开放的生态能够让知识产权产生更多的经济效益，也能在与客户合作中不断强化自身，协同发展中又能为其带来增量空间。

“软硬结合的智能计算技术，将让每一辆车都能具备环境感知、人机交互和决策控制能力，让人类生活更安全、更美好。地平线以终为始，前瞻布局了软硬结合全栈技术，以软件为牵引、硬件为驱动，打造出面向全场景、全生态的软硬结合智能驾驶系统，并以极致的开放打造极致的效率，抵达智驾终局。”余凯表示。

事实上，征程6的出现也代表着地平线的产品研发实现从单点式向系列化的关键跃迁。

在发布会上，地平线重磅官宣征程6系列的10家首批量产合作车企及品牌，包括上汽集团、大众汽车集团、比亚迪、理想汽车、广汽集团、深蓝汽车、北汽集团等，以及多家Tier1、硬件合作伙伴。征程6系列将于2024年内开启首个前装量产车型交付，并预计于2025年实现超10款车型量产交付。

同时，SuperDrive将于2024年第二季度与多家顶级Tier1和汽车品牌达成合作，并将于2025年第三季度实现首款量产合作车型交付。

## 豪华股东显现

地平线虽然营收与毛利实现增长，但仍处于亏损状态。

招股书显示，2021—2023年，地平线的净亏损分别为20.6亿元、87.2亿元、67.4亿元；经调整净亏损为11.03亿元、18.91亿元、16.35亿元。今年上半年，净亏损50.98亿元，同比扩大170%。

事实上，由于高投入和高研发，智驾公司普遍亏损。近些年来，地平线研发费用也实现保持在高位。

数据显示，地平线报告期内研发开支分别为11.44亿元、18.8亿元、23.66亿元、14.2亿元，分别占各期收入的245%、207.6%、152.5%、151.9%。地平线预计，未来其研发费用将保持在较高水平。

不过，地平线自成立以来，先后获得多次“输血”，共计11轮融资。累计融资金额超过34亿美元(约合人民币239亿元)。在2022年11月的D轮融资后，地平线的估值达到了87.1亿美元(约合人民币611亿元)。

投资者阵容涵盖汽车行业上下游以及多家知名投资机构，包括上汽、广汽、长城、比亚迪、一汽、英特尔、云锋基金、五源资本、红杉资本、高瓴、黑石、SK Hynix、宁德时代、立讯精密、星宇股份、韦尔股份、舜宇光学等。

其中，在去年与大众的联姻也更是成为业内的重点。在招股书中也有所体现。

招股书显示，地平线通过与2023年成立的合营企业酷睿程(北京)科技有限公司(以下简称“酷睿程”)，与大众汽车集团的联属公司进行战略合作，以把握未来在中国定制高阶自动驾驶解决方案的机会。

据了解，在短期内，酷睿程的主要客户为大众汽车集团，其产品将应用于在中国销售的大众汽车上。大众汽车集团和

地平线分别于酷睿程持有60%及40%的股权。在2023年及截至2024年上半年，扣除与酷睿程交易的未实现损益后，地平线从酷睿程获得的收入分别为人民币6.273亿元及3.516亿元——分别占了总收入的40.4%和37.6%。

在业内人士看来，过于依赖大众也不失为未来的风险之一。不过，记者了解到，地平线目前已获得大量未量产车型订单储备以及未来将推出价格更高的新的解决方案。同时，地平线计划利用灵活的业务模式及开放平台，来进一步扩大客户群规模。另外，地平线也在积极拓展新地域市场。“我们计划将我们的业务扩展到中国以外的市场，并将我们的解决方案带给全球合作伙伴。我们拟通过与全球OEM及一级供应商合作以开拓全球市场(尤其是日本、韩国及欧洲)，增强我们的国际影响力。”地平线表示。

地平线在招股书中表示，Super-Drive将在今年开始创收，并将于2026年量产首发，且已与约7家OEM及3家一级供应商就多款车型展开了HorizonSuper-Drive的合作。在未来几年，地平线将主要专注于商业化Super-Drive，加大与OEM的合作，集成HorizonSuper-Drive到更多车型中。

根据灼识咨询的资料，2023年全球及中国的高级辅助驾驶渗透率均超过50%。全球高级辅助驾驶和高阶自动驾驶解决方案市场规模在2023年已达619亿元，并预计以49.2%的复合年增长率在2030年增长至10171亿元。基于未来庞大的市场，从北京跑出的“独角兽”正在谋求更大的发展空间。