

进博会“溢出效应”持续释放 中外企业齐奏开放强音

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“Amazing。”11月5日,第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海拉开帷幕,一位外籍参展商看着一架电动垂直起降飞行器(以下简称“eVTOL”)如是感慨道。

《中国经营报》记者现场了解到,今年进博会的汽车展位于2.1

号馆,展区的主题为“出行,未来无限可能”。在未来出行专区,多家eVTOL企业携旗下重磅产品同台竞技。

除了高热度的飞行产品外,今年的进博会汽车展区还有很多全球知名车企和零部件企业,包括保时捷、沃尔沃、福特汽车、捷豹路虎、丰田、日产、米其林、安波福、雅马哈等。

很多车企都是连续7年参展。“保时捷是连续7年参加进博会的‘全勤生’,看中的就是进博会这一国家级展会的影响力。”保时捷中国传媒公关副总裁唐凤靓向记者如是坦言道。

进博会有着强大的“溢出效应”。唐凤靓称:“进博会自开办以来,规模逐年扩大,如今吸引数十万人参与,具有强大的国际影响力

和认可度,参与这样一个盛事,对我们品牌的知名度、认可度有很大的帮助,能够有效地扩大我们的品牌宣传。另外,进博会为展示新技术和新产品提供了绝佳机会,受众更为广泛和多元。与传统车展相比,依托进博会的影响力,我们能够触达更广泛的客户群体,让更多中国消费者了解保时捷,认识保时捷,喜欢保时捷。”



日前,第七届中国国际进口博览会汽车展馆迎来很多“全球首发”展品。 本报资料室/图

多款eVTOL扎堆飞入“四叶草”

伴随着低空经济的火爆,国内多家eVTOL企业也驶入发展快车道。

据记者不完全统计,今年进博会期间,包括沃兰特、御风未来、时的科技、览胜航空在内的多家企业集中参展。

记者现场采访了解到,今年进博会上,御风未来携三款智能飞行器产品参展,包括首次面向公众开放的2吨级大型eVTOL M1载人真机,以及两款已经成熟量产并广泛应用的中小型飞行器,分别是150公斤级中型复合翼飞行器E40H和25公斤级小型eVTOL飞行器E5。

御风未来相关工作人员告

诉记者,eVTOL M1载人真机被称为“空中出租车”,是本届进博会最大的展品,也是在全球首次公开亮相。M1翼展达到15米,机身长度10米。它使用纯电能源、复合翼构型,搭载了4个前拉旋翼和16个垂起旋翼,起飞重量达2.5吨,可以实现全自主无人驾驶飞行,单次充电可飞行250公里,巡航速度达200公里/小时。从进博会所在的国家会展中心到上海区域内的临港、张江或者苏州市中心都只需要15分钟左右。

记者注意到,现场很多人排队感受上述产品。对于产品的价格问题,御风未来创始人兼CEO谢陵表示,根据初步测算,搭乘御风未来研发的M1的价格只比现今出租车的价格稍高一点儿,并且产品一旦实现大规模应用,价格还将继续下降,成为名副其实的“空中出租车”。

沃兰特带来了首款产品VE25-100,可搭载一名驾驶员和五名乘客,巡航速度可达235公里/小时,里程可达200—400公里,是目前世界范围内已知

的起飞重量最大且舱客空间最宽阔的载人eVTOL航空器。沃兰特所带来的eVTOL飞行仿真模拟器也吸引了众多关注目光。

沃兰特方面表示,第七届进博会首设“未来出行”专区,必将为eVTOL行业带来全面与全新的发展机遇。“本次进博会上,将有新一批的客户签约,签约金额有望达到30亿元人民币,将为本次进博会增添低空色彩。”沃兰特合伙人、高级副总裁黄小飞说。

“中国首发”“全球首秀”齐秀肌肉

进博会向世界传递了开放、合作、交流、共赢的信号,是促进全球经济一体化的重要平台。

“今年我们通过全新纯电动Macan Turbo与首款量产911 Turbo(930)的同台展示,彰显品牌从燃油时代传承至电气化时代的Turbo创新精神,其中经典车911 Turbo(930)是首次与中国公众见面,吸引了众多观众。”对于今年进博会上带来的展品,唐凤靓如是说道。

以保时捷全新纯电动Macan为例,这款车型的展台关注度很高,它是保时捷基于纯电动平台PPE,以性能为导向完全重新研发的新车型。保时捷将内燃机时代引以为傲的Turbo概念带到电气化时代,Turbo指的不再是涡轮增压技术,而是代表动力最强劲的车型。

除了保时捷外,记者现场了解到,今年进博会,福特品牌多款

标志性硬派车型和性能车型济一堂,包括传奇性能跑车全新福特Mustang敞篷运动版,唯一在售的赛级性能越野皮卡福特F-150猛禽,越野爱好者心中的“图腾”纯血敞篷越野福特烈马,硬核豪华旗舰全新福特探险者。与此同时,林肯领航员伯爵特别版则以霸气尊贵之姿首度亮相进博会。

“进博会向世界传递了开放、合作、交流、共赢的信号,是促进全球经济一体化的重要平台;同时也为福特提供了向更多消费者展示旗下优势品牌、技术和产品的良好契机。”对于进博会平台给品牌发展带来的积极作用,福特中国总裁兼首席执行官吴胜波如是表示。

记者注意到,作为北欧豪华

品牌,沃尔沃汽车携旗下多款重磅车型参展,并通过可持续连廊的展示形式,从零到整地呈现供应链端到生产端,再到产品端的碳中和创新行动,充分彰显其推动温室气体净零排放方面的坚定决心和引领未来高端可持续发展的美好愿景。

捷豹路虎也是进博会“全勤生”,其今年携四大品牌9款全系进口车型同台亮相。具体来看,追求“胜为典范”的揽胜、“拥抱一切不可能”的路虎卫士、强调“多功能性”的发现和追求“独一无二、无法复制”的捷豹品牌,生动诠释了新现代豪华主义产品的非凡实力。

零部件企业也在进博会上带来诸多重磅产品。在进博会上,安波福的展品技术包括可扩展的智能驾驶平台化方案、赋能新一

代汽车架构的安波福跨域融合计算平台、安波福智能汽车架构(SVA)和电气化解决方案。据安波福方面表示,有多项展品和技术为首次公布。

安波福展出的都是由中国本土团队开发、针对本土市场的软硬件产品,安波福中国及亚太区总裁杨晓明称:“进博会能够为各国企业交流合作提供绝佳机遇。我们希望通过进博会这一极具影响力的重要平台,向行业和客户充分展示我们创新的、本地化的先进解决方案。”

米其林打造了主题为“米其林奇遇号”的展位,展示了包括月球探测车免充气轮胎、米其林Air X Skyline航空轮胎、米其林71%可持续材料轮胎、百路驰KO3越野轮胎等多款产品。

智能“黑科技”激活新质生产力 进博会描绘未来出行新图景

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

11月5日,第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海国家会展中心“四叶草”开幕。据了解,本届进博会以“新时代、共享未来”为主题,有77个国家和国际组织参加国家展,129个国家和地区近3500家展商参加企业展,数量均超过上届。其中,世

低空经济成流量明星

多家低空经济企业展出的eVTOL成为本届进博会的流量明星。

进入位于进博会汽车展馆的未来出行专区,映入眼帘的是两架不同动力设计的eVTOL。其中一架是由低空经济企业御风未来制造并首次向公众开放展示的2吨级大型eVTOL M1。

在M1的对面则是由另一家低空经济企业时的科技制造的eVTOL E20。时的科技相关负责人对记者表示,E20也为纯电能源,并且拥有倾转旋翼,能够搭载5人,包括1名安全员,有效载荷达到450公斤,最大巡航速度能够达到320公里/小时,最大设计航程达到200公里,巡航高度在120—300米,并且任何一套动力系统失效都不影响正常飞行,能够达到民航飞机级别的安全系数。

对于消费者比较关心的飞行票价方面,时的科技和御风未来方

界500强和行业龙头企业达到297家,展览展示面积超过42万平方米。

《中国经营报》记者在现场采访了解到,在本届进博会的汽车、技术设备以及消费品等多个场馆内,众多企业携智能制造、低空经济等领域的低空经济产品、服务亮相。

“公司的电动垂直起降飞行

器能够载5个人,最大载重700公斤,设计航程达到250公里,能够解决两三百公里范围内的出行需求。”御风未来相关负责人对记者介绍公司的eVTOL(electric Vertical Take-off and Landing,电动垂直起降飞行器)产品时如此表示。

据不完全统计,2024年以来,已有超过20个省、直辖市、自治区

进军海外市场。”时的科技方面表示,双方达成合作,将公司在eVTOL研发制造的优势与Autocraft在阿联酋本土的政策、地理、运营以及市场优势相结合,共同推动“空中的士”的发展,打造更高效的交通生态系统。

记者注意到,御风未来在上海设有研发中心和试制工厂,时的科技则将总部设于上海,这或许与近年来上海在低空经济方面的发力有关。

今年8月,上海市印发了《上海市低空经济产业高质量发展行动方案(2024—2027年)》。其中提出,到2027年,上海建立低空新型航空器研发设计、总装制造、适航检测、商业应用的完整产业体系,打造低空经济产业创新高地、商业应用高地和运营服务高地,核心产业规模达到500亿元以上,在全球低空经济创新发展中走在前列。

事实上,除上海外,目前国内

将“低空经济”写入政府工作报告以及发布相关领域的高质量发展行动计划,涉及基础设计建设、下游应用场景拓展、产业链培育和产业化等方面,未来出行正呼之欲出。

除了吸引眼球的eVTOL外,来自西门子、松下集团等多个外资企业的智能制造前沿技术也均在本届进博会上首次展出。

已有多个省份、城市发布低空经济相关政策。据赛迪研究院测算,2023年中国低空经济规模达5059.5亿元,增速达33.8%。预计到2026年,低空经济规模有望突破万亿元,达到10644.6亿元。

来觅研究院相关报告分析认为,国内eVTOL企业在政策支持、技术进步、产业链完整、市场潜力、成本优势、创新能力以及适航认证进展等方面具有明显优势,有望在全球eVTOL产业中占据重要地位。

御风未来创始人兼CEO谢陵表示,低空经济的发展将推动产业和城市的全面转型,“公司非常欢迎更多企业和我们一起来到中国绿色低空出行产业的建设中,通过汇聚各方智慧和资源,为低空经济打造一个开放共赢的繁荣生态,让eVTOL‘飞得更好’‘飞出价值’,将‘人人利用空中出行’的愿景早日变为现实”。

企业高管传递在华发展信心

除了带重磅产品参展外,各大企业高管也纷纷传递深耕中国市场的信心。

吴胜波表示:“入华近30年来,福特依托全球优势资源,持续深耕中国市场,以充满激情的标志性产品和服务满足消费者日益多样化的需求,致力于共创互惠共赢的未来。我们积极支持并参与全球一体化进程,坚信开放合作能够促进全球经济增长,最终造福中国和全球的消费者。”

对于中国汽车市场的发展,福特汽车方面称,中国正在引领全球汽车行业的变革,福特汽车深知,只有深入洞悉中国消费者的需求,并持续推出满足中国消费者需求的产品和服务,才能实现在中国市场的可持续发展。“未来,福特将继续发挥品牌优势,加强与本土伙伴的合作,推出更多符合消费者个性化需求的产品和服务,为中国消费者带来更美好更多元的出行体验,为中国汽车市场的发展注入新的活力,进一步推动汽车行业的高质量发展。”

对于未来在中国市场的发展,杨晓明表示:“安波福将持续践行‘在中国、为中国、为全球’的长期发展战略,赋能中国汽车品牌实现长足发展,助力中国引领汽车产业的未来。”

“中国汽车市场近年来发展迅速,为保时捷带来了巨大机遇,尤其是在蓬勃增长的电动车市场,中国已经逐渐成为电气化进程最快

的地区。”唐凤靓表示,“中国是保时捷全球的重要创新引擎。我们将继续深耕中国,与中国汽车产业的转型升级共同进步,同时坚持品牌以运动和性能为核心的差异化特色,为中国消费者提供各具魅力的跑车产品和高品质服务。”

今年是米其林入华的第35年。米其林大中华及蒙古区总裁兼首席执行官叶菲表示:“今年也是米其林在华35周年。我们创造和经历了无数奇遇,不仅包括诸多技术突破和产品创新,更是为人们带来改变生活的非凡体验。在此次进博平台上,米其林将继续展示一系列创新成果,期望与各方伙伴建立更深的联结,创造更多新奇遇。”

对于进博会对于捷豹路虎在中国乃至全球市场的影响,捷豹路虎中国首席财务官Tim Howard表示:“进博会是推动中国与世界合作共赢的开放舞台,也是我们深耕中国市场的重要平台。连续7年奔赴进博,彰显了捷豹路虎对中国市场的不变初心,也印证了我们切实推动在中国创新以及企业社会责任落地的坚定信心。未来,捷豹路虎将继续为广大消费者打造‘新现代豪华’的产品服务体验,并在中英经贸发展和文化交流领域积极发挥桥梁作用。”

前沿技术竞相亮相

除eVTOL外,数字孪生、工业人工智能、零碳等在智能制造、智能基础设施等方面的多个“黑科技”,也在本届进博会上首次展出。

“作为一个兼具开放性、标准化、模块化的技术平台,西门子Xcelerator API World可以链接并赋能开发者,通过提供来自西门子与合作伙伴的各类模块化的核心应用服务,帮助企业开发者以灵活、快速的方式集成和部署数字化解决方案并上架西门子Xcelerator平台。”西门子相关负责人表示,借助这一平台,企业的创新成果可以触达更多有数字化转型需求的企业,从而打通企业从“起跑线”到“最后一公里”的数字化转型全链路。

同时,西门子的SINAMICS S200伺服驱动系统也将贴合中国本土市场需求,进一步升级运动控制技术,以更优性能快速适应各类复杂的工业场景,帮助客户实现高质量、高效率 and 低成本的平衡。

“进博会为中国与世界构筑起产业互融、创新互促、市场互通、生态互惠的新质纽带,这对当下应对全球经济的不确定以及寻求市场增量尤为重要。”西门子全球执行副总裁、西门子中国董事长、总裁兼首席执行官肖松表示,西门子深耕中国152年,未来将继续打造更强生态,以创新驱动产业的高质量发展。

“我们的展区面积是所在展馆里最大的,除了包括家电在内的生活展区外,还带来了移动出

行、智能制造两部分构成的环境展区。”松下集团相关负责人告诉记者,在本届进博会上公司首次展出了透明导电膜、搭载一万张500GB归档级蓝光光盘的新一代大容量蓝光光盘库等最新技术成果。

“公司还通过新能源汽车零部件为绿色出行赋能。”据松下集团相关负责人介绍,在本届进博会上,松下集团首次展出了在广州研发、生产的电动车空调系统关键部件——车载电动压缩机。该产品采用轻量化材料和紧凑型设计,不仅减少振动和噪声,实现了宁静舒适的驾乘体验,还提升整车的能源效率,推动电动汽车产业的环保发展。

此外,松下集团还带来综合AI和IoT技术支持生产管理的多种软件系统,其中包括首次展出的AI视觉监测系统、智能制造管理平台、数智分析平台。这些软件系统能够全面监控和管理生产流程,从而实现优化资源配置、高效利用能源以及降低生产损耗。

“推动公司在进博会持续‘上新’的要素之一,便是进博会的溢出效应。6年来,搭乘进博会‘快车’,公司多款新品从展品变商品,从展台走向消费者身边。”松下集团方面进一步表示,公司已将中国市场视为全球“创新中心”与“研发中心”,“站在第七届进博会的新起点,松下将继续聚焦中国社会的变化,为中国发展新质生产力贡献松下力量”。