

自主崛起合资突围 成都车展为汽车消费注入“新动能”

中经记者 方超 石英婧 上海报道

8月29日拉开帷幕的第二十八届成都国际汽车展览会(以下简称“成都车展”),成为业界观察车市“金九银十”动态的重要窗口。

作为国内四大A级车展之一,成都车展成为诸多车企新品正式预售或上市之地,如由上汽集团和华为联手打造的尚界,旗下首款产品H5首次亮相成都车展,福特全球首款智能越野全地形SUV烈马新能源迎来全球首秀,别克在成都车展发布全新高端新能源子品牌——“至境”。

《中国经营报》记者注意到,在诸多首发品牌与产品亮相成都车展的背后,超豪华品牌的集体缺

豪华品牌大面积缺席 逾1600辆展车秀肌肉

尽管超豪华品牌缺席2025年成都车展,但依然汇聚诸多重磅车型。

作为下半年首场A级车展的成都车展,仍受到诸多车企追捧。

公开信息显示,本届成都车展于8月29日—9月7日在中国西部国际博览城举行,以“领潮而立·向新而行”为主题,汇聚近120个汽车品牌、逾1600款车型,涵盖整车、改装车等产业热点,展会规模达22万平方米,展出车辆逾1600辆,全面展示汽车工业的新技术、新产品、新动向。

记者注意到,在近120个品牌汇聚蓉城的背后,站在行业金字塔尖的超豪华品牌,如今集体选择在成都车展“隐身”,与包馆参展的自主品牌形成鲜明对比。

公开信息显示,以往汇聚兰博基尼、劳斯莱斯、宾利、保时捷等豪华品牌的16号馆,今年却被红旗、小米等车企取代。

进一步梳理可发现,超豪华品牌缺席A级车展的迹象早已显现,在2024年广州车展、2025年上海车展上,不少品牌就已缺席,也曾引发外界广泛关注。

在业界看来,在中国市场的销量下滑,或是超豪华品牌缺席成都车展、上海车展等国内A级车展的

席,也同样引发市场密切关注,公开信息显示,在本届成都车展,劳斯莱斯、宾利、兰博基尼等超豪华品牌皆未参展,而奇瑞之类的自主品牌则以“专馆”形式对外展现。

而在“金九银十”即将到来之际,成都车展无疑将为车市再添“一把火”,在业内看来,西南重镇成都,一直是车企“兵家必争之地”,成都车展销售属性也更为突出,公开数据显示,2024年成都车展合同总金额达58.6亿元。

“超豪华品牌的缺席是市场变革的缩影,反映了中国汽车产业从传统燃油车向新能源、智能化转型的趋势。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘如此向记者表示。

豪华品牌大面积缺席 逾1600辆展车秀肌肉

尽管超豪华品牌缺席2025年成都车展,但依然汇聚诸多重磅车型。

作为下半年首场A级车展的成都车展,仍受到诸多车企追捧。

公开信息显示,本届成都车展于8月29日—9月7日在中国西部国际博览城举行,以“领潮而立·向新而行”为主题,汇聚近120个汽车品牌、逾1600款车型,涵盖整车、改装车等产业热点,展会规模达22万平方米,展出车辆逾1600辆,全面展示汽车工业的新技术、新产品、新动向。

记者注意到,在近120个品牌汇聚蓉城的背后,站在行业金字塔尖的超豪华品牌,如今集体选择在成都车展“隐身”,与包馆参展的自主品牌形成鲜明对比。

公开信息显示,以往汇聚兰博基尼、劳斯莱斯、宾利、保时捷等豪华品牌的16号馆,今年却被红旗、小米等车企取代。

进一步梳理可发现,超豪华品牌缺席A级车展的迹象早已显现,在2024年广州车展、2025年上海车展上,不少品牌就已缺席,也曾引发外界广泛关注。

在业界看来,在中国市场的销量下滑,或是超豪华品牌缺席成都车展、上海车展等国内A级车展的

合资品牌加速“突围”

新能源转型压力之下,合资车企当下纷纷加大智能化投资力度。

在超豪华品牌集体缺席、自主车企掀起“包馆潮”的另一边,不少合资品牌却纷纷选择在成都车展亮相重磅产品,谋求在新能源市场“突围”。

“成都国际汽车展览会”官微显示,上汽大众新凌渡L迎来上市、新威然及ID.3 GTX套件款、凌渡L套件发布,而福特中国携旗下全系“野行”家族产品亮相,福特全球首款智能越野全地形SUV烈马新能源迎来全球首秀,并正式宣布车型中文命名。

除此之外,上汽通用旗下别克对外发布全新高端新能源子品牌——“至境”,并携“至境”SUV、“至境”轿车和“至境”MPV三款先导车,开启国内车展首秀。

诸多合资品牌加码成都车展的背后,是其奋力谋求红海“突围”的真实反映。

乘联分会发布的数据显示,从月度新能源汽车国内零售份额看,7月自主品牌新能源汽车零售份额70%,同比持平;主流合资品牌新能源汽车份额3.6%,同比下降0.6个百分点。

在此大背景下,不少合资品牌正通过联手国内头部智能化企业,加速补齐自身在智驾、智能等领域的短板。

以上汽通用为例,其与国内头部智能驾驶公司Momenta签署战略合作协议,双方将在辅助驾驶领域展开深度合作,通过技术融合、优势叠加,以及深厚的安全积淀,上汽通用表示,“合力打造更懂中国路、更懂中国人的辅助驾驶技术”。

记者注意到,包括上汽通用在内的多家合资车企,正加速推动技术“量产上车”。

以上汽通用旗下别克在本届成都车展发布的“至境”为例,其

积极备战“金九银十”

瞄准“金九银十”市场旺季,车企多措并举冲击销量。

多品牌在成都车展“秀肌肉”的背后,是车市激烈竞争的一个缩影。

记者注意到,在本届成都车展开幕前,多家车企已纷纷对外发布新品或开启预售,如8月28日,全新岚图知音正式上市。新车共推出后驱乾崑版、四驱乾崑版、超长续航乾崑版三款配置,20.29万元起。

“作为岚图汽车投入超5亿元、1202项升级的代际之作,全新岚图知音在三电、舒适、空间、智能化方面进行了全面升级,是一款真正好看、好开、空间大、配置满,还没有里程焦虑,智能化也全面领先的中国顶尖家用纯电SUV。”岚图汽车CEO卢放表示。

进一步梳理可发现,8月26日,上汽通用旗下全新GL8陆尊上市;8月25日,新款智界R7、智界新S7、问界M8纯电版上市;8月24日,上汽通用五菱旗下缤果S完成全球首秀,并同步启动预售。

不仅如此,8月19日,特斯拉Model Y L在国内开启销售,公开报道显示,该款新车型订单已经排到10月份。不仅如此,蔚来全新ES8、理想i8等车型此前也已完成预售或上市。

对于不少车企在成都车展前密集发布重磅新品,在业内人士看来,与避开成都车展多家车企同一时间段集中发布、提前备战“金九银十”等息息相关。

章弘就向记者分析,车企提前发布产品,能让其在成都车展前获得更高的曝光度,“吸引目标消费者关注,避免在车展信息洪流中被淹没”,其同时认为,车企另一大目的是为了测试市场反应,“通过预售或盲订收集用户反馈,优化产品配置和定价策略,为

车展正式发布做准备”。

章弘进一步指出,“传统车展作为新车集中发布的平台功能被削弱,车企更倾向于自主选择发布时间和渠道,车展可能更多成为展示和体验的场所”,其同时认为,实现品牌差异化也是车企抢先发布相关产品的考量之一。

记者注意到,抢在成都车展前亮相的不少车型,还因价格下调引发业界关注。以蔚来刚刚发布的全新ES8为例,公开信息显示,该款车型整车预售价为41.68万—45.68万元,相比第二代车型52.8万元起售价,下降幅度超11万元。

对于全新ES8车型定价,蔚来CEO李斌表示,“从成本角度来讲,我们是具备这么一个更有竞争力的市场价格,从竞争角度来讲也是需要的”。而据公开报道,李斌还表示,新款ES8现在的

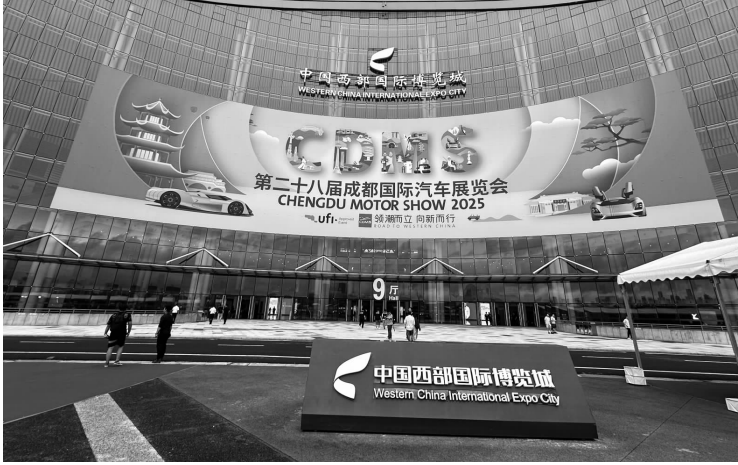
车展正式发

车展正式发布做准备”。

章弘进一步指出,“传统车展作为新车集中发布的平台功能被削弱,车企更倾向于自主选择发布时间和渠道,车展可能更多成为展示和体验的场所”,其同时认为,实现品牌差异化也是车企抢先发布相关产品的考量之一。

记者注意到,抢在成都车展前亮相的不少车型,还因价格下调引发业界关注。以蔚来刚刚发布的全新ES8为例,公开信息显示,该款车型整车预售价为41.68万—45.68万元,相比第二代车型52.8万元起售价,下降幅度超11万元。

对于全新ES8车型定价,蔚来CEO李斌表示,“从成本角度来讲,我们是具备这么一个更有竞争力的市场价格,从竞争角度来讲也是需要的”。而据公开报道,李斌还表示,新款ES8现在的



8月29日,第二十八届成都国际车展在成都市中国西部国际博览城启幕,共有近120个品牌、逾1600款车型参展。 张家振/摄影

旗下首款智能豪华轿车至境L7,将全球首发搭载基于端到端的“强化学习”大模型——Momenta R6 飞轮大模型,提供包含“无断点”城市NOA、业内首批“不停车一键泊入”在内的全场景辅助驾驶功能。

“辅助驾驶领域本应百花齐放,并无绝对最优,关键在于谁最

契合本土市场。”对于辅助驾驶技术领域的路线之争,上汽通用副总经理王晨东表示,未来技术路线将持续演进,“特斯拉在中国市场也可能调整策略。但不同技术路线的并行探索是积极有意义的,最终将相互借鉴、融合,共同推动L3及以上高阶智能驾驶的发展”。

成本比老款车型低很多,现在这个价格仍然有毛利,其还强调,“蔚来活下去是最重要的”。

“新能源汽车市场竞争激烈,传统车企加速转型,造车新势力不断推出高性价比车型。”章弘表示,“蔚来若维持高价,将难以在40万元主力价格带与理想、问界等品牌竞争,需通过降价扩大市场份额”。

“蔚来降价可能触发新一轮价格战,尤其在30万—50万元价格带。”在章弘看来,其他车企为抢占份额,可能跟进降价或推出优惠活动,在此大背景下,“具备技术优势、成本控制能力和品牌溢价的车企,可能会在竞争中脱颖而出,那些依赖高价维持利润的车企可能面临更大压力”,章弘直言,会导致汽车行业“洗牌加速,市场份额向头部企业集中”。

又一豪华新势力诞生 科技巨头跨界造车局中局

中经记者 杨让晨 石英婧 上海报道

8月28日,一封署名为“追觅汽车团队”的信件在网络流传。在信中,追觅科技正式官宣将造世界上速度最快的车。

追觅科技方面在信中表示,公司始终定位高端,坚持价值超越价格,是极少数能在每一个进入的市场都迅速跻身顶端的中国品牌。“造车,是工业的皇冠、技术的终极战场,也是一场‘九死一生’的远征。”

对此,《中国经营报》记者向追觅科技方面求证,追觅科技相关负责人向记者确认了这一消息的真实性。

值得注意的是,近年来汽车市场竞争激烈,包括高合汽车、爱驰汽车、哪吒汽车等造车新势力品牌已相继退场。为何追觅科技选择在此时造车?追觅科技方面对此作出解释,在新能源汽车高端化、全球化浪潮加速的背景下,真正能在国际层面树立认知的中国豪华品牌仍屈指可数。

盘古智库高级研究员江瀚对记者表示,追觅科技高调入局造车,标志着中国科技企业“跨界整合”趋势进入新阶段,“凭借多方面优势,有望在新能源汽车领域寻找新的机会”。

实际上,近年来科技企业入局汽车市场并非个例。除了已取得不错成绩的小米外,石头科技创始人昌敬也入局汽车市场,打造了主攻越野赛道的极石汽车。而就在今年8月,昇麒新能源汽车科技有限公司(以下简称“昇麒新能源”)在江苏无锡落地,将以抬头可见的光伏能为载体,打造摆脱依赖充电设施的焦虑,绿色出行、长远环境保护的“50km/day”零成本出行。

首款超豪华纯电产品计划2027年亮相

相关资料显示,追觅科技的首款超豪华纯电产品对标布加迪威龙,计划在2027年亮相。

“汽车正逐渐成为‘下一代超级智能终端’,是电动化、智能化和数字化技术整合的关键载体,也是科技企业实现生态跨越的战略高地。选择以超豪华车型切入,正是基于公司多年来在智能硬件领域积累的技术实力与品牌全球化布局的综合考量。”追觅科技方面表示,首款超豪华纯电产

智能清洁设备起步的跨界企业

目前,国内汽车市场竞争激烈,2023年至今已有多个造车新势力品牌消失在公众视野。追觅科技凭借何种优势在汽车市场站稳脚跟,成为市场关注的话题。

对此,追觅科技方面也一一作出回应。“在技术层面,公司自主研发的20万转以上超高速马达已广泛应用于扫地机器人、智能清洁等产品线。”追觅科技方面表

“红海”市场难挡新玩家热情

目前,我国汽车市场已是一片“红海”,竞争尤为激烈,新入局者如何成功分一杯羹仍是市场关注的焦点。

尽管近年来汽车市场竞争激烈,“内卷”严重,但仍不乏多个新玩家涌入。

除了追觅科技外,今年8月,昇麒新能源在江苏无锡成立。据相关资料,该公司并不走传统纯电、增程赛道,而是选择车载光伏和轻量化铝合金车身这一新赛道。企查查显示,该公司实际控制人为邹捷,港股上市公司超威

品将对标布加迪威龙。

在业内人士看来,追觅科技的选择本质上是一种通过产品力实现品牌跃升的策略。“此举虽面临挑战,但也使其避免陷入中低端市场的‘价格战’,转而以性能与技术立身,冲击利润更丰厚、品牌效应更强的超豪华细分市场。”

乘联会数据显示,截至今年7月,40万元以上的纯电动超豪华汽车销量占比仅为1.5%。在整个汽车市场中的占比仍然很低。对此,

示,“该技术体系可服务于电动汽车的高性能电驱系统,尤其是大功率、高转速电机设计与管理经验,对打造超跑级动力总成具有重要意义。依托高速马达技术,公司要造世界上速度最快的车。”

同时,在智能感知与AI算法方面,追觅科技的视觉识别、场景建模、自主路径规划等技术已在服务机器人中实现商用,这可用于高

动力是股东之一。

根据昇麒新能源官方资料,今年3月22日,旗下首款SO-LARKY C11A原型车已正式下线,首款产品将于2025年夏天面世。

但跨界造车并非顺风顺水,“红海”市场更是阻力重重。此前石头科技实控人昌敬也打造了汽车品牌极石汽车。该品牌专注于越野赛道,今年以来,交付量稳步提升,达到1316台。但相较于赛道内其他越野汽车产品,这一交付量仍然较低。

追觅科技方面表示,在这一稀缺窗口期中,公司看到了机遇,依托在智能硬件领域积累的技术实力、全球渠道与品牌认知,实现从“智能家电”到“超豪华电动车”的战略跨越。

为此,追觅科技正在加快组建人才团队。“目前,项目已经组建千人造车团队,并且持续扩张。”追觅科技方面表示,将持续长期投入汽车领域。

追觅科技方面还表示,已从整车制造领域引进了多名高管,涵盖研发、量产与品控等多个环

级辅助驾驶系统(ADAS)及智能座舱交互体验的研发。“公司迄今累计申请的6379项专利中,约45%为发明专利,多覆盖传感器融合、电机控制与人机交互等电动车核心领域。”追觅科技方面表示。

在供应链与制造落地方面,追觅科技方面则表示,依托成熟的汽车生产制造产业链,将在电池系统、电控单元和智能驾驶芯片

同时,昌敬在2023年、2024年期间,从石头科技累计减持套现8.88亿元。截至今年上半年,昌敬的控股比例为21.01%,相较2019年的30.99%下滑了近10个百分点。加之今年上半年昌敬突然清空社交媒体账号内容,引来了投资者对昌敬“跑路”的质疑。

对于未来发展,追觅科技方面也予以回应:“公司将会长期坚定布局汽车产业,在坚持高性能、智能化与豪华质感的产品理念下,持续加码研发与创新,成为全球超高端电动汽车市场的

节,初步形成“智能硬件敏捷开发+汽车级系统工程”的双重能力体系。“既能高效推进技术迁移与集成创新,又能保障研发、量产与品控环节的专业性与成熟度。”

目前,追觅科技还在为造车项目加速招揽人才。记者注意到,截至8月28日,在招聘软件BOSS直聘上,追觅科技的造车平台招聘岗位达到了476个,HR回复次数靠前的是整车功能测试工程师、TSP平台开发工程师等岗位。其中,TSP平台开发工程师月薪在3万—6万元、15薪,换言之,上述岗位年薪最高接近百万元。

同时,追觅科技已有的全球化渠道,将成为汽车业务出海的敲门砖。“目前,追觅业务已覆盖全球100多个国家和地区,拥有超过6000家线下门店,服务家庭超3000万个,会员数量突破1100万户。这一成熟的全球营销网络,为追觅汽车的国际化推广提供了强大支撑。”追觅科技方面表示。

关键环节与头部供应商达成深度协作。

“作为从智能清洁设备起步的科技企业,公司依托在高速数字马达、AI算法及机器人传感与控制等核心技术领域的深厚积累,实现了向汽车电驱系统、智能座舱和自动驾驶等方向的技术迁移。”据追觅科技方面介绍,截至2025年5月,追觅科技已获得全球授权专利

新标杆。”

对于新玩家跨界造车“局中局”,在江瀚看来,追觅科技构建了“智能硬件+传统汽车”复合型团队,凸显其对汽车工业复杂性的清醒认知。“近千人团队中既有原智能硬件核心研发力量,也引入了整车制造、质量管控等领域的资深专家,形成‘科技基因’与‘制造基因’融合的组织架构。这一体制优势,既能保障技术创新的敏捷性,又能满足汽车级功能安全与量产一致性要求,有效规避了纯互联网背景车企在供应链

管理与品控环节的常见短板。”

追觅科技或许不会是最后一个跨界入局的科技企业。头豹研究院相关报告分析认为,科技巨头借助在智能化、数字化领域的技术积累和品牌优势,正在重塑汽车产业格局。“科技巨头产品往往能够提供更好的人机交互体验和智能化服务。随着新能源汽车市场的进一步扩大和技术的持续突破,预计将有更多手机及科技企业加入造车行列,推动汽车产业向着更智能、更环保的方向快速演进。”