



自主品牌加速领跑 外资品牌全面发力 淘汰赛提前打响 全球车企竞技新能源赛道

第二十届上海国际汽车工业展览会正在有着“四叶草”美誉的国家会展中心(上海)如火如荼地进行。本届上海车展主题为“拥抱汽车行业新时代”，共吸引了全球1000多家整车和零部件企业高规格参展。整车展区共展示车型1200个、车辆1413台。其中，全球首发车93台、概念车64台。

值得关注的是，本届车展不仅新能源车型达到271个，新能源展车513台，创历届车展新高，而且在全球首发车和概念车中，有三分之二为新能源车。这意味着，新能源首发车和概念车首次超越传统燃油车，成为上海车展当仁不让的主角。

自主品牌加速领跑

走进6.1H展馆，蔚来、小鹏、理想、哪吒等造车新势力和极氪、AITO问界、欧拉等新品牌在灯光的照射下相互辉映。蔚来ES6迎来换代车型的亮相，同时ET7年度改款也上市发布；小鹏带来了其Franklin平台的首款车型小鹏G6，新车采用800V电气架构；极氪携极氪X、极氪001、极氪009以及极氪M-Vision概念车登场；AITO则推出了问界M5的改款车型。“全新ES6基于蔚来全新的NT.2.0平台打造而成，从设计到功能，从性能到智能，每一个特点都是亮点。”蔚来创始人、董事长兼CEO李斌表示，“不论马力、还是算力，全新ES6都是高端中型SUV的天花板。”

去年新能源汽车“销冠”比亚迪则推出了宋L、海鸥、驱逐舰07、腾势N7和N8、仰望U8和U9等新车。其中，仰望展台人气爆棚，它不仅是媒体的打卡胜地，更吸引了众多外资豪华品牌的管理团队排队入场参观，这是过往国际车展上少有的现象。

作为“国家队”代表，东风汽车集团旗下的东风风神启动了1258“e启”计划，发布了全新电动系列品牌eπ及首款eπ2023概念车；豪华电动越野品牌东风猛士917迎来首秀，新车提供纯电版和增程版车型；岚图汽车发布了新的品牌视觉体系，并首发了智能科技中式设计概念车i-Cozy。

长安汽车围绕香格里拉计划、北斗天枢计划和长安创新设计标签以及新发布的“海纳百川”计划四大主线展开。除了新创品牌阿维塔外，近日完成更名的深蓝汽车也首次独立参展。

广汽集团则发布“NEXT”计划，坚持“EV+ICV”(电动化+智能化)和“XEV+ICV”(混动化+智能化)双轮驱动路线，力求在保持广汽埃安EV领先优势的基础上，实现广汽传祺的转型。其中，埃安展出了高端品牌昊铂Hyper GT车型并开启预售，而广汽传祺发布了首款插电混动新能源车——传祺E9。

此外，一汽推出了新能源系列红旗E202和红旗E001，上汽推出了智己、飞凡等6家整车企业的130余台新车，其中近半数均为新能源车。北汽携旗下阿尔法(ARCFOX)极狐汽车、北京汽车、福田汽车等庞大阵容，带来了极狐汽车阿尔法S森林版、阿尔法T森林版及代表可持续未来的概念车型。

市场需求的波动并未减缓汽车产业电动化转型速度。今年第一季度，我国新能源汽车产销分别完成165万辆和158.6万辆，同比分别增长27.7%和26.2%，市场渗透率达到26.1%。其中，自主品牌份额占比近八成。全国乘联会秘书长崔东树表示：“当前自主新能源汽车已成为领军性的产业，其技术创新优势，在推动中国汽车在世界崛起的同时，引领着全球汽车产业转型升级。”



4月24日，上海车展的参观者在上汽智己LS7展车边驻足观看。

本届车展新能源车创历届车展新高

- 新能源车型.....271个
- 新能源展车.....513台

在全球首发车和概念车中

有三分之二为新能源车



4月24日，上海车展比亚迪汽车展台展出的DM-P插电混动单元模型展品吸引众多参观者。

外资品牌全面发力

如果说前些年汽车产业电动化趋势尚未确定，外资品牌电动化转型步伐有些迟疑，那么随着近两年新能源汽车渗透率的快速提升，传统燃油车市场的日益萎缩，外资品牌电动化决心在此次上海车展上显露无遗。

奔驰携旗下全品牌27款车型参展，其中接近一半的车型是新能源车。“我们在上海见证了全新梅赛德斯·迈巴赫EQS纯电SUV的全球首秀。这款车诠释了电动化、数字化、高端化的和谐相融。梅赛德斯·奔驰现已实现全品牌电动化。”梅赛德斯·奔驰集团股份公司董事会主席康林松表示，到今年年底，奔驰在中国市场的新能源产品矩阵将拓展至17款。

宝马集团本届车展的参展主题为“创想未来—全情电动”，三款BMW电动化车型迎来全球首发。旗下四大品牌BMW、MINI、BMW Motorrad和劳斯莱斯均以电动化阵容参展。

大众汽车品牌展示了旗下多达25款产品。“我们的目标是在燃油车领域的成功延续到电动汽车领域。”大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说。

值得关注的是，在同一时间举办的梅赛德斯·奔驰品牌之夜、宝马创想未来之夜和大众ID.之夜上，三家老牌德国车企心照不宣地“抛弃”了燃油车，共同展示了向电动化转型决心之坚定。

日产带来了Max-Out、Arizon等概念车，同时日产全球首款双电机混动旗舰车型超混电驱奇骏迎来中国首秀。“中国市场已经成为全球电驱化、智能网联服务的引领者。”日产首席运营官古普塔表示。

上海车展前夕，沃尔沃汽车在上海中心举办了“VOLVO TECH DAY”活动，并带来了全新旗舰纯电SUV EX90。该车基于原生纯电平台打造，采用业界先进的中央电子电气架构，树立了纯电时代的安全新标杆。沃尔沃汽车全球高级副总裁袁小林表示，作为全球首家宣布放弃内燃机生产的传统汽车公司，沃尔沃计划到2030年转型为纯电动汽车企业。

淘汰赛提前打响

“新势力会的，我们三年就学会了。我们会的，新势力十年都学不会。”“练了7年武功的叫入门，练了32年武功的叫大师。武功深浅，是‘造车派’与‘资本派’的最大区别。”沃尔沃汽车、长城魏牌等隔空喊话造车新势力。

“重新定义1000万以内最豪华SUV”“3年内技术遥遥领先”。AITO问界、小鹏等造车新势力信心满满再出圈。

新旧势力交锋背后，是一个正在巨变的汽车市场。疫情三年，隔断了海外车企与中国市场密切沟通的机会。他们迫切地想要找回之前的市场地位，却发现牌桌已经坐满了中国本土品牌。中国汽车行业三年巨变，被浓缩至本届上海车展。

“记得蔚来第一次参加上海车展时，带来了第一款量产车ES8和概念车EVE。当年展出的1400辆车中，新能源车占比仅为十分之一，而且大家对新能源方向充满质疑。今年这个比例已超过三分之一，各大车企都推出了新能源产品，大家对新能源趋势深信不疑。”蔚来联合创始人兼总裁秦力洪指出，中国已成为全球新能源竞争最激烈的市场。

当前中国汽车市场变化主要集中在三个方面。“首先是技术‘去碳化’，意味着要尽量减少对化石燃料的依赖，电动车的飞速发展就是例证之一；其次是数字化，在电动化为我们打开新大门的同时，整个行业也正在迈向数字化和智能互联，自动驾驶就是其中一个重要的技术研发方向；最后是商业模式，市场发展的新趋势带来新的机遇，让我们得以运用更高效的商业模式为客户提供更好的服务。”康林松在接受记者专访时说，“中国汽车行业变化之深、变化之广令人印象深刻，竞争也日趋激烈。”在他看来，“新的赛道，对于企业既是新的挑战，也蕴藏着新的机会。”

不得不说的是，曾经与“蔚小理”同台竞技的威马、天际、爱驰、云度等造车新势力，并没有在本届车展现身。这预示着，新能源汽车淘汰赛已提前打响。

(据新华社、《经济日报》)