

2023广州国际汽车展览会专刊

车企鏖战智电新能源 自主品牌稳坐C位

自主品牌狂飙新科技

本届车展,广汽集团旗下自主品牌亦纷纷推出更多新能源车型,提速进入智电新阶段。

随着电动化竞争趋于白热化,价格竞争此起彼伏,车企不再盲目追求规模增长,而是将更多的注意力放在未来的“质变”上。

记者从广汽集团官方了解到,其将固态电池、无钴电池、低钴电池、钠离子电池等列入关键技术攻关。其中,固态电池已经取得突破性进展,在电芯能量密度达到400Wh/Kg时,能够满足电池在极端环境下的安全性与可靠性要求,计划在2026年实现装车搭载。

本次车展上发布的广汽ERA智净旗舰氢能概念车,同样面向未来而研发。ERA概念车集广汽三国设计之力打造,基于广汽最新研发的多能源平台架构,搭载氢能燃料电池和前后轴分布式电机,做到540匹马力强动力、800km+长续航、零排放特点。外观兼具极简科技感和汽车独特动感,内饰秉持“移动起居室”的理念不断探索人居化的空间设计,优雅、舒适且环保,旨在创造令人向往的美好未来移动车生活,开启新纪元。

本届车展,广汽集团旗下自主品牌亦纷纷推出更多新能源车型,提速进入智电新阶段。

合资品牌“焕”新出行

广汽丰田将以“用户价值的极致追求”为中心,开展一场体制机制的自我革新,全面推进智电领域的迭代转型。

除了自主品牌企业在竞技新科技外,合资品牌也纷纷以新科技新车型角逐车展。

广汽本田2023年累计产销达成千万辆,以全新品牌姿态迈入“新千万”发展阶段。本次车展携10款电动车的产品矩阵集体亮相,涵盖HEV、PHEV、EV三大主力阵营。首发亮相纯电品牌e:NP第二弹车型e:NP2极湃2,计划于2024年上半年上市,并展示全新Honda e:N概念车,



广州车展开幕当天,现场人头攒动。

陈靖斌/摄影

广汽埃安则以“埃安”“昊铂”双品牌参展,AION Y Plus潮野版正式发布上市,昊铂品牌旗下豪华纯电超级跑车昊铂SSR、中大型豪华纯电SUV昊铂HT以及中大型运动轿车昊铂GT三款明星车型首次全家族亮相。刚刚于11月15日上市的新车型昊铂HT,配备独有的两段式超广角欧翼门,搭载ADiGO PILOT 5.0智能驾驶系统,可实现全天候、全路程的L2++智能驾驶辅助及城市+高速NDA等,

售价21.39万元起,上市不到36小时,新增订单已经破万,截至11月17日累计订单突破3万。

广汽传祺再次打响技术变革战役,推出全新技术品牌——传祺新能源i-GTEC,集成中国最强三电、高端电子电气架构、高性能智能驾驶、情感智能座舱等先进科技。当天,传祺新能源E8也正式发售,官方指导价E8 PRO版20.98万元、E8 MAX版22.98万元,综合续航达1200公里,车厢5.2平方米的

牌首款越级智电SUV“铂智4X”在当天上市,售价17.98万元起。备受瞩目的第九代凯美瑞也迎来首发亮相,带来更电动化的外观设计、智能座舱和驾控表现,将一代经典旗舰的核心价值提升到了新高度。

在提速新能源转型的同时,东风日产也没有忽视燃油车的市场需求,打造高品质燃油车,是其一路走来不变的坚持。PATHFINDER的导入,就是最有力的证明。

大平层空间,装得下家的E万种可能。E9、ES9、E8三款新能源车首次集体亮相,彰显传祺新能源转型实力和成果。

而在本届广州车展主题为“智领扶摇,星舰启航”的发布会上,小鹏汽车正式发布旗下最新款旗舰车型——小鹏X9。

作为SEPA2.0“扶摇”全域智能进化架构下的又一款重磅级战略产品,同时也是该架构下的旗舰级产品,X9集小鹏最新智驾科技于一体,从产品设计到产品性能彻底打破过往市场对于MPV车型的传统偏见,以新品类的全新产品体验,创造出“下一代超智驾大七座”。

伴随着小鹏X9的正式发布,小鹏汽车的全智驾产品矩阵也得到进一步完善。在未来发展规划中,小鹏汽车依然坚持科技为先的主导思想,坚持饱和式研发投入,构建全栈自研的核心能力。在用车需求日趋个性化与多元化的当下,小鹏汽车会持续以用户为导向,以领先智能科技刷新行业标准。

在自主品牌中,长安汽车以社会价值引领科技应用为方向,发布长安汽车电池规划。旗下品牌深

积淀38年海外历史,历经4次迭代进化,斩获近200万销量战绩,PATHFINDER凭借舒适可靠的车型素养,成为备受全球万千家庭青睐的SUV明星车型。PATHFINDER为中国用户进阶而来,以全新姿态亮相广州车展,同时也公布了全新的中文命名——探陆。

而在长安福特的展台上,Mustang家族新成员2024款福特电马和Mustang Dark Horse亦纷纷亮

相。蓝汽车亦携旗下车型SL03i、S7i,亮相本届广州车展,并发布深蓝超级增程技术。

值得一提的是,自2017年长安汽车启动“第三次创业——创新创业计划”以来,长安汽车深入推进新能源“香格里拉”计划,布局了长安启源、深蓝汽车、阿维塔三大智能电动品牌,打造大、中、小三大纯电专属平台,累计上市阿维塔11、深蓝S7、长安启源A07近30款新能源产品。

此外,在本届车展上,华为鸿蒙智行首次亮相,旗下问界M5、问界新M7、问界M9与智界S7等多款重磅车型参展。

华为官方在复函记者采访时表示,2023年华为正式发布智慧出行解决方案新战略,并推出华为智选车业务新生态,也就是鸿蒙智行,拥有问界及智界系列车型,将集合华为及合作伙伴各自的优势资源,联合中国汽车产业伙伴与更多合作伙伴,引领智能汽车最强技术创新,建立开放、自主、可控的智能汽车技术平台,为用户打造卓越的智能汽车产品以及提供极致的智慧出行体验,帮助促进及加速中国新能源汽车的弯道超车及蓬勃发展。

相。作为Mustang拥抱新能源出行的最新力作,2024款福特电马在传承Mustang性能DNA基础上,产品全面进阶升级,为消费者带来与众不同的纯电驾趣新体验。

其中,福特全新自研电驱,带来更强的加速爆发性。2024款福特电马GT版车型最大输出功率359kW,最大扭矩860N·m,零百加速3.57s,赛道级的加速性能,带来心驰电掣的驾驶乐趣。

沈子瑜:极星的优势可能是比其他手机企业“更懂汽车”

本报记者 方超 石英婧
广州 上海报道

“赢得中国市场,才有可能成为全球新能源汽车领域的执牛耳者,而设计与科技并重,则是在中国市场成功的关键。”11月16日,在第二十一届广州国际汽车展览会开幕前一日,豪华纯电高性能汽车品牌

尽快实现“重建品牌信心”

自今年上海车展全球首发后,极星4即将进入正式交付时刻。

相关信息显示,作为极星“中国元年”的重磅产品,极星4是该品牌第二款SUV产品。沈子瑜在11月16日透露:“极星4在吉利杭州湾工厂生产,本周刚刚正式量产下线,因此12月我们就可以开始交付给消费者。”

在对外发布交付信息之时,极星4定价受到外界关注。

11月16日,极星方面表示,其“化繁为简,将部分权益和配置剥离,将自由组合的权利交还给用户,带来了新的级别和售价”,如极星4单电机标准续航版为299900元。

作为定位于“豪华纯电高性能汽车品牌”的极星,将极星4定价下探至30万元以下,引发外界关注,极星此举是否与其豪华品牌定位不相符?

沈子瑜在11月16日对此进行了“澄清”:"极星目前只是将权益包,比如说24期的定期等跟裸车价分开。我推进这件事是为了让购买25万多元的人可以看到极星。我们先要解决用户认知,从产品、团队到品牌,我们正在想方设法从各个维度让用户认识极星。”

在沈子瑜看来,极星短期内需

Polestar极星(纳斯达克:PSNY)在广州举行发布盛典——“摘星之夜”,极星科技董事长兼CEO沈子瑜在该盛典上如此表示。

《中国经营报》记者获悉,同样在上述发布会上,极星宣布其旗下纯电高性能SUV极星4,即将于今年12月份开启中国市场交付,价格为299900~399900元,不

要尽快解决一个重要工作。“即要重建品牌信心,因为产品好,让大家认识极星这件事情很重要,我现在很想去实现这一目标。因为产品是船、营销是帆,既然船好那也要把帆搞好,让大家尽快知道极星,并且形成好的口碑。”

在沈子瑜看来:“电动车性能的标杆已不再是加速,而是在于弯道的调校。”其进一步强调:“极星的产品具有灵魂而并非只是钢架,我们的CDC减震器、弹簧工艺,还有整个悬架系统、轮胎、卡钳等,这些都是极星独有的。”

“未来将推出的极星5,是我们技术的制高点。”沈子瑜同时透露,“极星5应该是在整个业内,电动车领域最低趴的、风阻系数是最好的车型,它将是电动车版的帕拉梅拉。”

不仅如此,在11月16日的发布会上,极星方面还对外透露了补能体系最新进展。

极星方面介绍,其全新的补能服务体系可通过极星APP一键触达,以品牌自建充电桩、接入特斯拉超充网络以及甄选的公共补能站为三大支点,打通无忧补能体验。在自建充电桩方面,极星计划在2024年第一季度完成60座充电

仅如此,极星亦对外发布了其未来战略规划,以及全新的补能和服务体系。

“极星集全球化顶尖资源优势和本土化智能化前瞻布局于一身,进驻高端纯电赛道,躬身入局中国乃至全球汽车电气化进程。”沈子瑜同时强调,极星不做堆料的产品,但极星产品“拥有足够的调性和产品力”。

桩的建设。

“极星成为特斯拉在中国市场的首批白名单车型品牌,极星车主可在特斯拉的开放站点,享受一站式的数字化充电体验。”极星方面介绍,其还甄选了头部主流运营商进行互联互通,预计在2024年第一季度,接入超过55万个优质充电桩资源,地级市覆盖331座,城市覆盖率98%。

除了补能体系之外,极星方面也透露,其正在加大力度拓展网络销售门店。截至今年年底,极星的零售业务门店已拓展至55家,到2024年6月,将拓展至100家,覆盖全国主要的一、二线城市。

“为了向中国用户提供更加便利的用车体验,2023年起极星将在核心城市建立自营高端售后服务中心;同时也会继续与沃尔沃汽车合作,提供服务能力的补充,预计到2024年年底,将会有超过72个城市100个沃尔沃汽车售后服务中心可服务极星车主。”极星方面如此表示。

极星相关负责人同时介绍,“极星还将与京东合作进一步缩小服务半径,打造汽车洗美生态社区,以更多元的服务网络布局为中国用户提供更加便利的用车体验。”

手机企业做汽车是降维打击

作为一家外资汽车品牌,极星如何在竞争激烈的中国市场实现进一步发展,备受外界关注。

相关信息显示,极星是一家瑞典豪华高性能电动汽车制造商,2019年,极星推出豪华纯电高性能轿跑极星2;2022年年底,极星首款超豪华高性能纯电动SUV极星3正式发布;而极星计划到2026年再推出3款全新高性能纯电车型。

“极星是一个外资品牌,总部在瑞典,在中国只是一个分支机构,整个中国市场已经发生变化。”沈子瑜表示,“中国消费者有非常丰富的选择,外资品牌进入并没有核心优势,尤其是中国在过去10年互联网的影响下,无论是技术、供应链还是软件,用户体验真的是领先全世界。”

沈子瑜进一步表示:“在这种情况下,一个品牌进入中国市场,如果不能完全本土化,就没有优势。”

而在汽车市场发生巨大变革的情形下,汇聚“顶尖资源优势和本土化智能化”正成为极星独特优势所在。

沈子瑜表示,极星新的团队秉承极星设计、操控性能等原有优势,加上星纪魅族擅长的软件、体验、智能化,“因此,设计+科技是全新的极星在中国的落地优势。”

将时间拉回到今年6月19日,彼时,星纪魅族与极星举行战略合作签约仪式,正式宣布设立全新的合资公司。相关信息显示,该合资公司将致力于成为



极星科技董事长兼CEO沈子瑜。

本报资料室/图

领先的智能终端融合科技公司。

毋庸置疑,持续推进本土化布局的大背景下,极星正在加速提升自身的智能化能力。

极星方面介绍,极星4特别针对中国消费者对于智能化的需求,将手机和汽车深度连接,致力于打造最高水准的智能座舱体验。极星4交付即升级,将搭载全新开发完整版的Polestar OS操作系统,同时“融合Flyme Auto的智能交互逻辑”。

受到外界关注的是,目前不仅有多家手机企业跨界造车,亦有造车新势力反向跨界推出手机产品,意在构建生态系统。在此情形下,极星的竞争优势体现在何处呢?

“手机和车机是两个独立的存在,它们在人的生活中每天占据非常长的时间,汽车每天有1小时,而这1小时很连续;而手机可能每天是4—5小时,但它是碎

片化的,前提是你要把它们两个连在一起。”沈子瑜如此认为。

“目前,华为、星纪魅族,包括未来小米的OS这三个体系,是3.0时代的玩家,有强大的操作系统,Flyme有1亿名受众,我们在2018年的时候还卖了2000万台手机。”沈子瑜说。

沈子瑜同时认为,在这种基因下,“我们做汽车,只需要解决这1个小时的事情,是降维打击,但是汽车公司要做手机,是一件从0开始的事,无法确保是一个好的手机。”在他看来,极星的优势可能是比其他手机企业“更懂汽车”。

“在极星和星纪魅族集团的强强联合下,极星科技将成为领先的智能终端融合科技公司,致力于打造面向用户底层需求的多终端、全场景、沉浸式的智能一体融合体验,重新定义交通和出行,引领汽车发展的3.0智能化时代。”极星方面如此表示。