



# 合资车企“大象转身”：上海车展纯电新品密集首发 电动化转型加速度

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

密集拥抱电动化的合资车企们正站在十字路口。

“拥抱新赛道，创造新速度。东风Honda e:NS品牌第二弹产品e:NS2 Prototype将全面呈现东风Honda加速电动化转型的坚定决心与硬核实力。”东风Honda方面在日前启幕的第二十届上海国际汽车工业博览会(以下简称“上海车展”)上宣布其电动化最新产品全球首发的同时如此表示。

事实上，上海车展已经成为了合资车企们面向中国市场展示电动化最新成果的一个窗口。

除了东风Honda外，长安马自达也借着上海车展的热度，宣布了其电动化转型战略。在上海车展前夕，长安马自达在上海举行品牌之夜活动，马自达(中国)首次对外公布了电动化时代的转型战略和目标愿景，以及和长安汽车建立全新的合作模式。

惠誉评级亚太区企业研究董事杨菁在接受《中国经营报》记者采访时表示，拉长时间线来看，去年起随着自主品牌新能源车加速向插电混动车及经济型纯电动车细分市场扩张，合资品牌在其主导的紧凑型及小型车细分市场开始接受新能源车的正面竞争。

## 密集首发

本届上海车展成为了合资车企们大秀纯电肌肉的舞台。

记者梳理发现，包括上汽奥迪、上汽通用、奇瑞捷豹路虎等一众合资品牌均在上海车展发布了其纯电新品。其中，上汽奥迪在上海车展发布了2023款奥迪Q5 e-tron。据上汽奥迪方面介绍，这款



今年的上海车展，上汽通用汽车携旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌共34款展车亮相。

首次基于纯电平台打造的国产车型，百公里加速最快6.7秒，在追求性能的同时仍然保证了最大560km的CLTC续航里程。

上汽通用则带来了别克ELECTRA E5。据了解，该车型是一款越级大五座智电SUV，基于奥特能电动车平台打造，拥有越级品质空间和先进可靠的三电系统，同步搭载全新一代VCS智能座舱和迭代更新的eConnect智联科技。

除了上汽奥迪、上汽通用外，奇瑞捷豹路虎也带来了旗下包括23年款捷豹XFL、23年款揽胜极光L等在内的新品主力车型。奇瑞捷豹路虎方面表示，面向新的历史阶段，奇瑞捷豹路虎切实推进本土化战略，不断加速数字化升级，以智造引领“新现代豪华主义”。

合资车企们密集首发纯电新产品的背后，是今年以来合资品牌在国内市场销量的下滑。在杨菁看来，年初新能源汽车的新一轮降价进一步挤占了燃油车的市场份

额，导致电动化进程迟缓的主流合资品牌销量显著下降。“国六B新规执行在即，3月起个别车企与地方政府联合提供大额补贴去库存，引发燃油车品牌加大促销，反而加重了消费者的观望心态。”

中国银河证券则分析认为，合资品牌汽车在中国市场出现销量下滑的原因，一方面在于进入2022年，芯片短缺问题加剧，主流合资品牌库存水平下行，导致零售端难以发力，市场份额下滑。另一方面，在电动智能化浪潮中，创新属性较强的新能源产品替代加快，产品竞争力不足将逐步被市场淘汰，新能源产品具备优势的头部主机厂排名有所上升，市场格局逐步转变。

## 加速转型

面对中国市场电动化革命的迅速开展和自主品牌崛起的冲击，合资品牌们将希望寄托于电动化转型。

记者注意到，目前包括神龙汽

车、长安马自达、东风本田等在内的合资车企均在近期发布了电动化转型战略或电动化新车型。

今年年初，神龙汽车的中法股东双方东风集团和Stellantis集团共同宣布，将为神龙汽车在今后的发展提供更多政策支持，推动电动化转型升级进程。“将进一步加大力度、投入资源，在商品规划、技术导入、品牌发展、市场营销等方面给予更大的支持，带来更多符合中国客户需求的电动化、智能化、网联化的全新产品，全方位支持神龙汽车及东风标致、东风雪铁龙双品牌的新能源转型升级和持续发展。”

另据相关媒体报道，在电动化方面，神龙汽车或将使用东风公司的新能源技术和产品，挂标致和雪铁龙的商标，然后投放到中国市场。

事实上，中方提供技术，外方提供品牌已成为合资车企电动化转型中较为合适的一个方案。记

阿维塔李鹏程：

## 充分竞争带来市场变化 车企应有自己的坚守和判断

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

“我们更在乎的是我们品牌是否能够持续地向上，我们是否能给用户带来真正的不一样的感受，我们是不是真的能够在中国这样的激烈的竞争中，尤其在中高端品牌里边，真正占到自己的位置。”

4月18日，第二十届上海国际汽车工业展览会(以下简称“上海车展”)拉开帷幕，在《中国经营报》、中经传媒智库联合举办的直播中，阿维塔科技副总裁、首席营销官李鹏程如此表示。

据了解，阿维塔科技在本届上海车展带来了阿维塔11双电机版、单电机版、阿维塔011和阿维塔11轻改装车等多款产品。“这是我们第一次参加国际A级车展，这次展览我们围绕着‘情感智能，悦己而行’的主题展开，并且会把‘悦己’这个词作为阿维塔的一个全新主张和理念进行推广。”

数据显示，截至目前，阿维塔11已累计交付超过6000台，在3月份30万元以上的中国高端纯电SUV终端零售量排名第一。对此，李鹏程表示，现在的消费者逐渐开始以增购为主，因此高端化成为市场的重点推动力。同时，越来越多的消费者对智能电动汽车表现出了非常浓厚的兴趣，阿维塔的高智商、高颜值、高性能得到了大家一定程度的认可，这些都让我们有信心坚持做长期主义者。

谈及目前国内汽车市场的变化，李鹏程表示，整个中国汽车市



生活。据了解，阿维塔方面已联合阿那亚海浪电影节，招募阿维塔用户、悦己达人与国内顶尖青年电影人合作共创“悦己大片”，将在5月举办的阿那亚海浪电影节首映，以品牌跨界联动向更多的用户传递“悦己”价值观念。

同时，在技术方面阿维塔也继续巩固优势。据了解，在今年3月末，阿维塔通过OTA的方式对系统进行了推送升级，新增了更多座舱感知和智驾体验，同时也对车辆日常使用等进行了改进优化。

截至目前，阿维塔用户使用智能驾驶功能累计行驶里程已超100万公里(含NCA和ICA)，使用智能泊车辅助次数超过22万次。“凭借着颠覆性的出行体验，智能驾驶系统已经成为消费者最爱的功能。”阿维塔方面表示。

值得注意的是，今年下半年，阿维塔的第二款全新产品将如约而至，而在2024年，第三款和第四款产品也将按时推出，加速发力SEV赛道。新车型也将遵循情感智能设计准则，陪伴用户奔赴悦己生活。

同时，作为首个和唯一一个全系标配Hi华为全栈智能汽车解决方案的品牌，阿维塔将进一步深化与华为的合作，持续发力智能化。为此，阿维塔11将在下半年全系迭代华为高阶智驾系统ADS 2.0，届时车辆将摆脱对高精度地图的依赖，为用户解锁更多城市的智驾导航功能；下半年，阿维塔11还将搭载原生的HarmonyOS车机操作系统，为用户带来更为流畅的智能体验。

蔚来潘洋：

## 车市“卷”会促进技术更加进步 消费者体验会更好

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“今年的第二十届上海国际汽车工业展览会(以下简称‘上海车展’)，我们蔚来带来了很多的传统件，比如我们将NIO House带到了展台之上。不一样的是，今年我们二代平台的全系列产品都来参展了，其中我们二代平台的第六个产品全新ES6也正式向市场进行了交互发布，获得了很多外界人士的关注。”

4月18日，上海车展拉开帷幕，在《中国经营报》、中经传媒智库联合举办的直播中，蔚来用户运营助理副总裁潘洋如是说道。

“全新ES6在预售发布后，获得了一个非常好的反馈。全新ES6作为在中型SUV里面最具竞争力的纯电动的SUV，继承了蔚来二代平台中非常重要的内容。比如高性能，全新ES6配了前后双电机，也标配了蔚来自研的定式卡钳，从0-100公里加速只需要4秒多，100公里到0的制动距离只要34米多。”潘洋说道。

据悉，今年的上海车展，蔚来以“New Episode新篇章”为主题参展。除了垂直换代的全新ES6首次亮相外，2023款ET7车型也正式发布，全新ES8、EC7则首次在车展亮相。ES7和ET5也在车展上与观众见面。

“除了产品之外，蔚来在本次上海车展的展台上，还向大家介绍了我们最新的第三代换电站。”潘洋介绍道，“蔚来在换电服务领域，也是一个非常知名的汽车品牌。”



与县城；约400座为高速换电站，以加快9纵9横19大城市群高速换电网络的布局速度。

除了介绍第三代换电站外，潘洋还表示：“我们邀请了蔚来车主和很多行业的科学家，为我们的用户带来了非常精彩的演讲，我们还带来了全新的NIO life的服装和家居的设计。”

对于当下车市“卷”的现状，潘洋直言：“车市卷一点是好的。卷一点的话，大家的技术都会更加进步，消费者也可以获得更好的体验。蔚来大概是这个市场里的卷王之一。”

“我们的二代平台发布之后，很多东西都成为了我们产品的标配，譬如自动驾驶、双电机等变成了蔚来品牌的标配。”潘洋举例道，“在横向价格趋同的区间里，我们全新ES6拥有绝对的竞争力，这件事我们是非常有信心的。”

“其他的车型也都一样，包括ET7、ES7和要交付的ES8，还有我们的运动王者ET5，在同样类型价格区间里面，无论从高性能智能化，还是从科技感的配置、精致的做工，抑或我们有口皆碑的换电和服务无忧的相关体系，都是非常有竞争力的。”潘洋说道。

对于新款ES6的价格，潘洋表示：“新款ES6预计5月下旬正式发布，到时会有更多的关于产品配置和细节的介绍，也会有具体价格的公布。当然，考虑到我们上一代38.6万元的ES6车型，我们可以非常明确新款ES6肯定是加量不加价。”