

2023 第 二 十 届 上 海 国 际 汽 车 工 业 展 览 会 2023 Shanghai International Automobile Industry Exhibition

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企加 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

本报资料室/图 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Stellanits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 者日前从长安马自达方面获悉,在 上海车展前夕,长安马自达的股东 双方长安汽车和马自达共同表示, 将在充分利用双方优势的同时,以 超越传统合资车企的合作框架,建 立全新的合作模式,共同推进电动 化产品的开发。

马自达(中国)企业管理有限公司董事长中岛徹日前表示,马自达总部已向长安马自达派遣了多名核心工程师和设计师等开发团队成员。而长安汽车方面也向长安马自达派遣了多位在电动化、智能化技术领域具有极高专业度的开发团队成员。

在杨菁看来,过去由外方股东 主导的合作模式一去不复返。"虽 然中国汽车行业的外资持股比例 上限早已放开,中外合作模式仍将 是市场常见的合作模式。过去在 燃油车时代,产品和技术的引进通 常由外方股东主导,而在新能源车 领域,中方在产品、技术及产业链 方面具有优势,或能获取更大的话 语权。"

不过,汽车分析师钟师告诉记者,对于合资车企而言,考虑到成本、交货便利性等因素,基本上都会采取中国的供应商,因为国内供应商产量大,价格也有竞争性。技术方面,合资车企有产品使用中国在电动车方面的成熟技术做试探,但这并非典型案例,也不是主流,所以对类似案例也不能太过夸张。

对于马自达和长安汽车构建的全新合作模式,中岛徹表示,双方合作的使命是基于中国汽车市场引领全球的新能源化与智能化的趋势,通过和长安汽车的合作,为客户提供发挥各自优势的拥有高附加价值的产品。"通过融合长

安汽车先进的电气化、智能技术 与马自达在设计和操控领域的优势,在我们珍视的'以人为本'的 理念下,向实现马自达品牌精髓 '驾乘愉悦'持续进化。"

用户思维

用户也是合资品牌车企关注 的重点。

长安马自达日前表示,2023年,长安马自达将搭建起覆盖产品全生命周期和服务全链路的企业数据中台,深度把握用户的用车习惯与诉求,不断提升用户对企业、品牌的满意度,实现用户体验的闭环。

"在数字化3.0阶段,长安马自达要打造以用户体验触点为核心的数字化能力,以'直达客户、直击痛点、数据驱动、实时在线'为发展思路,围绕产品全生命周期体验旅程,合理运用数字化工具,构建起以'长安马自达·经销商·客户'为核心的'三位一体'数字化服务链路。"长安马自达方面表示。

除了日系合资外,作为法系合资代表的神龙汽车也在用户方面持续发力。神龙汽车总经理、党委书记陈彬日前表示:"产品火爆背后,体现的是我们对客户用车场景的深入理解,对客户关爱的全新升级,对良心品质的长期坚守。"

钟师则对记者表示,合资车企的电动化需要放在全球的高度考虑,但由于中国市场因素影响,合资车企对于电动化节奏的把握较为"纠结"。"所有大公司的计划都已经布局完毕,但电动化的节奏快慢不一。加之国外政府没有施加太大压力,所以合资车企电动化的节奏会比较慢一点,这有他们自己的综合考量。"

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换购为主,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



写 # 15 ME

阿维塔科技副总裁

首席营销官

场到了一个重新再梳理、再洗牌的阶段。"从合资品牌和自主品牌的竞争,到燃油车和新能源汽车的竞争,再到中国的传统车企和造车新势力的竞争,以及造车新势力中新与旧的竞争,还有用户在行为习惯上的变化,种种因素交织在一起,为中国汽车市场带来了巨大的变化。"

"中国的汽车人韧性很强,无论面临着一个什么样的环境,作为一个充分竞争的行业,我觉得每一家车企都有自己的理解、判断,有自己的一些坚守和需要改变的东西。"李鹏程表示。

《中国经营报》记者注意到, 目前阿维塔已进一步明确品牌进 化方向,聚焦"悦己"的情感诉求, 通过产品和用户体验去创造悦己 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周首映,以品牌跨界联动向更多的用户传递"悦己"价值观。

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用的功能。"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。

蔚来浦洋:

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NIOHouse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浦洋如是说道。

"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。"浦洋说道。

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。"浦 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。"



蔚来用户运营 助理副总裁

据悉,第三代换电站采用全新的三工位协同换电模式,相较第二代换电站服务能力提升30%,单日最大换电能力提升至408次,单次换电时间进一步缩短;第三代换电站还将配备2颗激光雷达和2颗英伟达OrinX芯片,总算力达到508TOPS,可实现车辆召唤换电功能。

4月13日,蔚来首批10座第三 代换电站在北京、上海、深圳、海口、青岛、合肥、哈尔滨、无锡、成都、郑州上线,全国累计建成换电站1342座。

《中国经营报》记者了解到, 2023年, 蔚来在全国将新建换电站1000座, 其中约600座为城区 换电站, 重点布局有一定用户基 数但还没有换电站的三四线城市 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,浦 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,浦 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。"浦洋举例道,"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。"浦洋说道。

对于新款 ES6的价格, 浦洋表示: "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。"