

成都车展新能源产品扎堆 自主品牌竞逐混动路线

本报记者 黄琳 赵毅 成都报道

日前举行的第二十五届成都国际汽车展览会(以下简称“2022成都国际车展”)上,超 120 家国内外汽车品牌汇聚本次车展,揭幕首发车

新能源汽车“唱主角”

在新能源板块景气度高涨的背景下,此次 2022 成都国际车展中,新能源汽车扎堆亮相。

今年以来,新能源汽车保持高速增长势头,中汽协数据显示,7 月国内新能源汽车销量同比增长 1.2 倍至 59.3 万辆,市场占有率达到 24.5%。1~7 月,国内新能源汽车销量为 319.4 万辆,同比增长 1.2 倍,市场占有率达到 22.1%。

在新能源板块景气度高涨的背景下,此次 2022 成都国际车展新能源汽车扎堆亮相。在场馆设置方面,2022 成都国际车展的新能源展馆扩充至两个,且人流量居高不下。具体看各大车企推出的车型,广汽集团旗下新能源自主品牌广汽埃安发布 2023 款 AION V PLUS,并正式上市。新车共推出

传统车企转型升级

传统车企的转型路线已通过产品、技术等维度呈现出阶段化效果差异。

除了新能源车企亮出的新能源车型,此次 2022 成都国际车展中,传统车企对低碳绿色出行的转型已从最初的筹备阶段,进入到量产车型集体亮相阶段,包括新能源车型、混动车型等。

广汽三菱的展台亮出了今年 3 月发布的纯电 SUV 阿图柯。彼时,阿图柯共推出先锋版和硬核版两款车型,补贴后官方指导价分别为 19.98 万元和 22.98 万元。搭载三合一高性能集成电驱系统,最大功率达 165 千瓦,以及 69.9 千瓦时三元锂电池包,CLTC 工况续航里程达 520 公里。

长安汽车则携长安深蓝 SL03、

型 92 款,其中全球首发新车 28 款。

《中国经营报》记者在车展现场走访时发现,此次 2022 成都国际车展的焦点仍是新能源车型。包括小鹏汽车、比亚迪、广汽埃安、问界汽车、长安汽车等车企均亮出了

10 款车型,并首次推出 7 座版本,补贴后官方指导价为 18.98 万~26.98 万元。

小鹏汽车则在此次 2022 成都国际车展上带来了 G9 车型,同时,小鹏汽车旅行者 X2 智能飞行汽车等车型也同步展出。目前,飞行汽车已受到业内广泛关注。今年 2022 世界新能源大会上,中国民用航空局原副局长李健表示,飞行汽车领域发展潜力巨大,2040 年全球飞行汽车市场规模将增长到 1.5 亿美元,预测 2050 年全球 95 个主要城市空中将会有 10 万辆飞行汽车飞驰。

此外,合创汽车方面也发布了

自家的新款车型,吸引一大波关注。通过密集发布的新车型,车企将开始冲击下半年销售目标。

与此同时,此次 2022 成都国际车展透露出自主品牌的另一大趋



2022 成都国际车展汇聚 120 家国内外汽车品牌。

黄琳/摄影

第三款新车型 A06 并开启盲订,售价 18 万元起,计划于年内上市交付。目前,该款车型预售订单量已超 2 万辆,日均订单量过万辆。

由宁德时代、长安汽车、华为

势是混动车型的发布,包括比亚迪、广汽传祺等车企均发布了基于自研混动技术开发的最新混动车型,与合资品牌展开混动产品端的较量。

三方联合打造的阿维塔科技继此前全球发布后,携“雾绿”“皓白”“墨灰”三辆各具风格的阿维塔 11 亮相车展,同时阿维塔 011 联名限量款车型也同台亮相。

型致在 ZR-V,并于 8 月 30 日正式上市。新车共推出 3 款不同配置的车型,官方指导价格 15.99 万~19.59 万元。同时,致在 ZR-V 的混合动力版本(HEV)也将于年内正式上市。

除了东风日产等部分缺席的传统车企,车展已亮相的传统车企的转型路线已通过产品、技术等维度呈现出阶段化效果差异。除了新研发的新能源车型、在已有车型上拓展的混动车型,在燃油车方面,传统车企发布的新车型迈入精准的细分市场,在特定的消费群体中占领市场份额,寻觅生存空间,例如专注高性能的硬派越野车、适合城市通勤的紧凑型 SUV 等。

smart 品牌全球公司 CEO 佟湘北：2022 至 2024 年每年带来一款全新车型

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“从今年开始,在 2022 年至 2024 年,smart 每年为用户带来一款全新车型,每款产品进入一个新的细分市场。”8 月 26 日,在第二十五届成都国际汽车展览会(以下简称“成都国际车展”)媒体日上,smart 品牌全球公司 CEO 佟湘北在接受《中国经营报》等媒体记者专访时说道。

今年的成都国际车展上,smart 携旗下全新 smart 精灵#1 BRABUS 性能版亮相。作为全面焕新的 smart 与 BRABUS 联手打造的首款车型,全新 smart 精

布局多元市场

自上世纪 90 年代品牌诞生以来,smart 始终肩负着“探索未来都市交通最佳解决方案”的愿景。2019 年,smart 品牌全球公司正式成立,并以“中欧双核,全球布局”为前瞻发展战略,致力于将 smart 塑造为全球领先的新奢纯电汽车科技品牌。

当下的电动汽车市场,入局者众多,竞争不可谓不激烈。佟湘北认为:“要在全球性竞争中保持优势,品牌是我们最核心的竞争力,smart 所做的一切工作都是围绕品牌,包括研发、生产、营销、公关等。每一个配置、每一项高科技技术都要增加品牌的深度和内涵,基于品牌价值塑造一种生活方式——新奢、科技、潮趣共创,这三点是最适合 smart 高端纯电属性的品牌印记。”

他进一步表示,“目前,电动车同质化的竞争非常激烈,我们

灵#1 BRABUS 性能版以“一秒惊叹”的魅力驭电而来,重新定义激动人心的都市纯电高性能驾驶体验,其官方零售价为人民币 27.9 万元(不含新能源补贴及付费选装)。

“秉承‘中欧双核,全球布局’前瞻发展战略,smart 正加速全球业务拓展。除中国和欧洲市场外,我们将稳步开拓更多极具潜力的新能源汽车市场,致力于将 smart 打造成全球领先的新奢纯电汽车科技品牌。”佟湘北说道。

他进一步表示:“市场越多元,对于我们的运营布局来讲越稳。现在国际国内的电动车市场

竞争非常激烈,拥有多元市场是一个很好的缓冲池,给企业发展提供更多的韧性、弹性。”



smart 品牌全球公司 CEO 佟湘北

向马来西亚市场,后年在泰国上市交付。

佟湘北告诉记者:“我们在东南亚市场以及全球其他市场都有类似计划,这是明年的工作重点之一。我明年会着重推动 smart 品牌全球公司在中、欧以外的其他市场拓展,一是增加销量,二是增加品牌知名度,不断扩大粉丝圈层,同时在财务上保持稳健。”

对于下一步的海外市场计划,佟湘北补充道:“目前与宝腾的区域战略合作在马来西亚和泰国市场,东南亚其他的市场我们也有调研,有非常多的商业合作伙伴愿意帮助我们去拓展其他市场。现在说下一步海外市场计划还有点早,我们的习惯是稳扎稳打先做出来。不仅仅针对东南亚市场,还有许多同样重要的市场,smart 都在严谨研判布局。”

交付稳步推进

记者了解到,目前,smart 已完成品牌、产品及商业模式的全面焕新。其新一代电动车家家族由 smart 研发团队主导工程研发,梅赛德斯-奔驰全球设计团队负责设计,产品阵容扩展到更多细分市场。

而代表品牌焕新的首款纯电 SUV——全新 smart 精灵#1 于 4 月全球首秀,已在中国市场率先发售,并将于 2022 年第四季度投放市场,销往海内外。为增进全球化运营,smart 同时在中国及欧洲设立营销中心。

对于吉利和梅赛德斯-奔驰两大股东的助力,佟湘北指出,“smart 是一个全球化品牌,(smart 品牌全球公司成立后)我们的运营团队虽然很年轻,但是按照全球化企业模式运作,两个母公司以他们对于全球市场的理解,对我们提供了很多帮助。”

打造产品矩阵

“smart 全面焕新,首先是品牌焕新,有‘变与不变’。不变的是品牌的三大调性——新奢、科技、潮趣共创。过去 20 多年大家一说到 smart 的品牌印记,就是小,今年在 4 月 7 日全新 smart 精灵#1 柏林首秀、4 月 25 日亚洲首秀之前,这种声音还有很多。”佟湘北表示,如今,smart 长大了,不仅仅是两座小车了,但品牌真正的调性从 20 多年前一直延续到现在,从未改变。“smart 全面焕新,首先让粉丝熟知品牌调性,传递品牌真正的意义,倡导新奢、潮趣共创、科技导向的生活方式。”

“因此,从今年发布全新 smart 精灵#1 开始,smart 将连续三年每年推出一款新产品,每款产品进入一个新的细分市场,快速形成产品矩阵,让原本只有两座车主享受到的 smart 生活方式、smart 带来的愉悦驾乘体验,今后能让更多加入

自主、合资聚焦混动市场

在合资品牌、自主品牌多方混战的混动市场中,下半年车市的混动产品将迎来更激烈的竞争。

随着双碳目标的落地,混动市场的竞争逐渐加大。自主品牌、合资品牌纷纷针对混动市场推出了新车型和新技术。

已停止燃油车生产的比亚迪不断扩充新能源产品矩阵,此次车展海洋网旗下军舰系列 SUV 护卫舰 07 和唐 DM-p 双双举行线下发布会,同时瞄准插电式混动市场,售价均在 20 万元以上。

在日前公布的比亚迪 2022 半年报中,期内营收约为 1506.07 亿元,同比增长 65.71%,归属于上市公司股东的净利润 35.95 亿元,同比增长 206.35%,实现营收利润同比增长。今年上半年,比亚迪累计研发投入 64.70 亿元,同比增长 46.63%。比亚迪新能源汽车累计销量超 64 万辆,同比增长 314.9%。其中,DM 插混车型累计销售约 31.5 万辆,同比增长 454.22%。

与此同时,比亚迪持股 90% 的腾势汽车也首次独立设置展台亮相本届车展,并带来全新 MPV 车型腾势 D9。新车推出 DM-i 超混版本以及 EV 纯电版本,售价 32.98 万~45.98 万元。

广汽集团旗下自主品牌广汽传祺携钷浪等四大混动车型亮相,包括第二代 GS8、影酷、影豹混动版以及新一代 M8 混动版。同时,广汽传祺最新混动专用发动机热效率突破 44.14%,达成中国品牌发动机最高热效率。

同样地,广汽丰田也亮出全明星双擎混动车型阵容,包

括赛那、全新第四代汉兰达双擎、凯美瑞双擎、威兰达双擎、雷凌双擎、威飒双擎、C-HR 双擎等车型。广汽丰田计划到 2025 年双擎混动车型销量占比超过 50%,年复合增长率超过 36%,实现中国累计销量 230 万辆。

此外,问界汽车携两款增程式 SUV 车型,问界 M5、问界 M7 亮相本届车展,竞逐混动市场。根据计划,问界 M5 EV 新车型将于 9 月 6 日正式发布,这也是 AITO 问界品牌的首款纯电动新能源车型,将搭载由宁德时代提供的磷酸铁锂电池,纯电续航里程为 500 公里~540 公里。

AITO 问界新车型未来将全面搭载宁德时代应用第三代 CTP 技术的麒麟电池,能量密度最高可达 255Wh/kg,可实现整车超过 1000 公里的续航。同时,电池采用电芯大面冷却技术,可支持 5 分钟快速热启动及 10 分钟快充。在合资品牌、自主品牌多方混战的混动市场中,下半年车市的混动产品将迎来更激烈的竞争。

数据显示,成都是全国汽车保有量第二大城市,拥有近 650 万辆汽车。目前,成都构建出“一核四区多点”产业空间布局,以成都经开区为依托,重点发展纯电动汽车、插电式混动车、氢燃料电池汽车和智能网联汽车及关键零部件,力争到 2025 年基本产业基础牢固可靠、产业配套自主可控等,具备全国第一梯队竞争力的汽车产业链。

不紊地稳步推进中,首批产品已经下线,预计将于 9 月正式开启交付。

“9 月份交付的同时,smart 会有 30 家以上的品牌专属交付中心落成。随着产品快速推出,产量快速爬坡,交付能力会明显提升,明年 smart 在销售服务网络建设方面将进一步下沉,让更多城市的粉丝能够近距离接触到我们的品牌、产品和服务。”佟湘北说道。

对于疫情和国际局势给全球经济带来的不确定性,佟湘北认为,竞争一直就有,不确定性也一直存在,对于车企来说是常态。“作为企业的经营者,最主要的目标是树立品牌,我们不会设立具体的市占率、销售额为指标,更着力于让这个品牌能够健康、可持续发展,新奢、科技和潮趣共创的品牌调性能够传承。其次就是不断推出符合全球化标准的一流产品。”

桩”,保证回家可以充电,头一批完成下定的首任车主是赠送的。

第二种是接入主流公共充电运营商资源的“smart 共享充电站”,smart 在产品研发、充电桩匹配、各种协议兼容方面做了很多工作,在充电地图里已接入国家电网、特来电、星星充电、南方电网等近 30 家主流充电运营商。

第三种则是支持直流超充模式(150 千瓦,380 安培)的品牌共享充电站也有规划。

值得一提的是,对于获得资本青睐的企业优势,佟湘北表示:“我们有来自股东双方的资金支持,而且 smart 品牌也赢得了银行界合作伙伴的信心和青睐。根据当下的企业运营规划,我们的现金流非常健康。同时,smart 已进入全速发展阶段,广阔前景才刚刚拉开序幕。未来,我们将携手更多金融合作伙伴共创更 smart 的明天。”