



被誉为全球汽车行业顶级盛会的第二十一届中国上海国际车展今天开幕,来自26个国家和地区的近1000家中外知名企业同台竞技,展示实力与创新成果。在全球贸易局势波谲云诡的当下,汽车产业这一全球化深度融合的领域,正经受着前所未有的冲击。然而,令人瞩目的是,跨国车企纷纷以上海车展为重要平台,不仅集中展示新品新技术,更以实际行动彰显了持续看好中国市场的坚定信心。

挑战中加强合作 风浪中坚定信心

秀新展智 全球车企进入上海时间

本报记者 叶薇

首发首秀 确保中国市场长远成功

就在昨天,上海市与丰田汽车公司签署合作协议,标志着由丰田汽车独资设立的雷克萨斯纯电动汽车及电池的研发生产公司在上海市金山区正式落地。雷克萨斯国产化项目落地上海,是丰田依托中国供应链优势反哺全球市场的重要举措。而上海在新能源汽车发展上通过积极引入跨国车企,实现了更高层次的对外开放。

本届上海车展,丰田的参展主题为“立全球,更中国”。丰田正全面加速本土化研发,把产品研发的决定权从总部移交到中国,以“中国思维”输出高适配性解决方案。丰田展台将全面展示焕新升级的bZ全矩阵产品,bZ全新车型铂智7也将全球首发。全新一代雷克萨斯ES也在上海车展全球首发。这些新车的亮相,不仅是丰田汽车技术实力的展示,更是其在中国市场战略布局的重要体现。

在大众汽车展台,包括大众、奥迪、保时捷等品牌在内,共有超过50款车型亮相,其中,7款全球首发车型中,包含5款新一代智能网联汽车,吹响了有史以来规模最大的智能网联汽车“集结号”。

大众品牌首款全尺寸增程式SUV概念车ID.ERA亮相,它基于大众品牌专为中国打造的全新设计与科技DNA,将舒适感与

智能科技融为一体。大众汽车乘用车品牌中国CEO孟侠表示:“混动技术是我们‘在中国,为中国’战略的重要一环。在转型过程中,我们将为用户带来更多ID.ERA这样的智能新能源车型。”这也将成为展现中国混动技术的代表性作品。

在智能化、电动化的双重推动下,跨国车企正迎来一场结构重塑,中国市场无疑是这场重构的核心。奥迪股份公司管理董事会主席高德诺说,“过去一年,我们与合资伙伴中国一汽和上汽集团共同采取了关键举措,以确保在中国市场的长远成功。随着这一重要市场的持续发展,我们的本土化车型战略正变得愈发重要。通过上海车展,我们将证明奥迪对中国市场的坚定承诺。”

奥迪首次明确“双品牌战略”落地路径,在本届车展全球首发5款新车型,涵盖燃油、纯电两大技术路线。

梅赛德斯-奔驰在上海车展展示28款车型,其中VAN.EA纯电架构平台前瞻之作Vision V概念车、全新纯电长轴距CLA等2款重磅车型将迎来全球首秀。宝马将以“新世代”概念车为主,对中国消费者展示创新技术。

花式合作 孕育新可能新机会

步入宝马展台,映入眼帘的便是“巨幕影院”版的BMW新世代超感智能座舱,置身于此,参观者能够近距离、全方位地体验4个人机交互界面,其全息投影图像能让所有座位乘客都看得见。此外,宝马还在上海车展上带来了“驾控超级大脑”和车身全彩变色科技。

今年以来,宝马与中国科技企业互动频频:与阿里巴巴合作,共同推动人工智能大语言模型在宝马旗下各车型应用,全新BMW智能个人助理首次亮相;与华为合作,双方将在中国市场深度融合鸿蒙生态,开发多元化智能应用与功能。

跨国车企积极投身上海车展,背后是对中国市场潜力的深度洞察。从现实情况来看,跨国车企的在华销量不容乐观。持续数日的“关税战”,对原产美国的豪华品牌进口车也会产生一定影响。宝马集团董事长齐普策在上个月就公开表态,明确反对愈演愈烈的保护主义,宝马“选择深化国际合作和产业融合”。

宝马的选择,是应潮流而动。电动化智能化、自主品牌崛起、更高水平开放及全球化等因素协力作用,进而催生出新世代汽车市场的“花式合作”潮流。

在本届车展上,“外资车企+本土车企”“中国科技+中国汽车”“外资车企+中国科技”等新合作元素格外抢眼。

上汽与奥迪深化合作的AUDI品牌在上海车展揭晓首款量产车型——奥迪E5 Sportback,全球首款搭载华为乾崮智驾技术的燃油车奥迪A5L Sportback同时亮相;大众汽车集团与地平线宣布将在高阶智能驾驶领域展开深度合作;上汽与华为鸿蒙智行打造鸿蒙……

合作的主旋律,是技术共创、双向奔赴。汽车作为一个拥有上万个零部件的工业产品,是多元技术合作的成果。中外技术交流合作的过程中,会诞生新机会,创造新可能。中国作为世界上最大的乘用车单一市场,消费潜力巨大且需求日益多元化、高端化,为跨国车企提供了广阔的发展空间。在技术创新领域,中国在新能源汽车、智能网联等前沿赛道发展迅猛,完备的产业链和庞大的创新人才队伍,也为跨国车企提供了绝佳的技术交流与合作平台。



本田展台红牛F1冠军赛车RB21吸引车迷 本报记者 刘歆 摄



奇瑞汽车带来旗下飞行概念车与人形机器人 本报记者 陈梦泽 摄

神仙打架 本土创新争做定义者

上海车展与中国汽车工业的发展同频共振,见证了中国汽车工业的成长壮大。中国已经连续16年位居全球汽车产销第一,连续10年位居新能源汽车产销第一。

上一届上海车展,新能源新车发布数量首次超过了燃油车,新能源车型已经牢牢占据了大多数展台的绝对C

位。中国自主品牌的新能源车型,价格比肩宝马7系、奥迪A8L和奔驰S级,正在重新定义车界新豪门。

新势力正以差异化的产品矩阵,展现中国品牌的创新活力。售价35.98万元起的问界M8,定位家庭智慧旗舰SUV,6座布局搭配零重力座椅、车载冰箱,鸿蒙OS 4.0座舱与华为乾崮ADS 3.0智驾系统实现“车位到车位”全景覆盖;小鹏走的科技智驾+性价比路线则拿捏住很多消费者的心,在车展上展出了P7+超长续航版;蔚来旗下第二款车型乐道L90也在车展首发,定位中大型SUV,电动前备舱能搭载240L的储物空间;理想纯电i系列的首款车型理想i8也将亮相,新车定位大六座SUV。

一些更接地气的性价比入门级小车也引人注目,比如蔚来全新品牌萤火虫同名车型赶在车展前上市,其售价为11.98万元,定位高端智能电动小车。这种车型的市场空间相对有限,但车企还是下足了功夫,无论是价格、内饰、智能化配置等方面都获得了不少好评。

而过去像“小透明”的零跑汽车,通过走极致性价比路线,锚定20万元以下的增程市场,触底反弹,3月交付新车37095辆,同比增长154%,跃居造车新势力榜首。以9.98万元起售,激光雷达版本最低只需要11.98万元的B10预售订单突破3万辆,零跑带来的全新中型轿车B01也在车展首发亮相。

从新能源动力系统到智能驾驶辅助,从创新设计理念到人性化舒适配置,自主品牌在上海车展展示出全方位的技术突破。这些新车不仅是产品的更新换代,更代表着自主品牌对未来出行方式的积极探索。它们以创新为驱动,争做“未来汽车”的定义者,在全球汽车舞台上绽放属于中国品牌的独特光彩。



车展现场销售人员直播卖车拉动销量和人气 本报记者 刘歆 摄

位。中国汽车品牌也在过去几年在智能化、电动化的道路上对合资品牌实现了弯道超车。

本届上海车展,国产力量全面崛起,技术、智能、性价比齐发力,展现国产高端化的硬实力。当红旗金葵花、尊界S800、仰望U9等让自主品牌迈入百万级价格俱乐部,当问界M9、理想L9等车型无情地抢走传统豪车的市场,中国汽车品牌正铆足了劲一路向上。

本届车展上,吉利旗下的极氪品牌一款定位超豪华SUV车型备受关注。极氪9X首发亮相,车长约5.2米,搭载超级电混技术,融合了纯电、插电式混动和增程式技术的各自优势,是极氪品牌的首款混动车型,其光辉版预计售价100万元;有众多新技术加身的比亚迪仰望U8

稳预期 强信心 提升核心竞争力