

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第866期 | 2021年4月22日 星期四 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

上海车展引领汽车新趋势

上海车展为什么要拥抱变化

访上海市国际贸易促进委员会周敏浩会长

作为今年全球第一个如期举办的A级车展,2021上海车展4月19日精彩亮相。车展开幕之际,市贸促会周敏浩会长接受了本报记者的采访,就本次车展的特色和影响力,谈了自己的看法。

本届上海车展的主题是“拥抱变化”,很多人对这个提法表示了赞同,认为相当精辟,贴合实际,也揭示了未来发展之路。至于怎么会想到又为什么要提出“拥抱变化”这个主题,周会长表示,现在我们面临百年未有之大变局。对汽车来说也面临着重大的变化,总结来看,面临四个方面的变化。

一个是时代在发生变化。我们进入了一个信息化、后信息化的智能的时代。在这个时代,整个大的产业背景在发生变化。第二个变化是现在的汽车技术在发生着很大的变化,效率大大提高了。现在中国的电动车产销量,几乎占了全球的一半。原来是特斯拉一枝独秀,现在像大众这样的汽车业巨头奋起反击,也投入到了电动车的生产。这是第三个变化。

第四个变化是,现在不光是汽车厂在生产汽车。互联网公司也纷纷跨界投入到了汽车行业。新势力造车势头很猛,中外皆如此。像华为、微软、阿里、百度等都投身到了汽车行业。现在大家开始把汽车当成一个移动终端了,对汽车的追求变成了对移动智能出行的追求。

中国的汽车需求非常强劲,产销量全球第一。像奔驰、宝马、奥迪,光这三个高档车品牌去年在中国就销售了220万辆。中国已成了他们主要的销售市场。这是一个很大的变化。再加上其他品牌,高档车一年在中国的销量就达到了万亿级别。市场的需求也导致了市场的变化,决定了顶级车展必然在中国。中国在世界汽车市场上的地位举足轻重。这是我们举办车展的一个出发点。所以,我们现在提出要“拥抱变化”。

周会长表示,车展是一个平台。世界上搞博览会无非是要促进贸易、促进投资、促进技术交流。应该说我们现在的条件非常好。因为整个国家、社会管控做得好,疫情控制得好,造成了我们现在在全球车展当中一枝独秀。当然这也和中国汽车市场的巨大潜力有关。

至于车展为什么会在上海办得特别好,周会长认为,那是因为中国现在比较好的汽车企业,很大一部分集中在长三角地区。这同多年以前上海市领导紧抓落实桑塔纳零部件国产化有很大的关系。当年花了很大的力气,用了差不多20年的时间,才慢慢把整个汽车产业体系培育出来。正是伴随着这么一个过程,上海有了国际车展。所以说,上海车展与上海的汽车工业的发展一直是相互促进相互推动的。

因为有了上海市政府抓汽车产业,我们贸促会也办了有这个车展。因为搭了车展这个平台,把世界上先进的零部件、整车企业带到了上海。通过相互的交流,促进了上海的汽车工业发展,也在长三角地区形成了一大批有实力的汽车零部件企业。上海的车展能办越好,得益于汽车产业的发展,实际上也是相互促进,慢慢就做到了世界第一。

我们现在的想法是,从贸促会的角度来讲,现在立足中国,把它做好是一个方面。然后我们还要搭好平台,把中国的汽车企业带出去。所以这个是我们现在要思考的问题,正在一步一步向这个方向努力。本报记者 张云

“黑科技”风劲吹

正在举行的2021上海国际车展显示,全球汽车行业已开启新一轮转型,汽车数字化成为本届车展上最大亮点。无论是传统车企,还是各行各业进入汽车领域的新军形成合力,活跃在汽车舞台前沿,标志2021年已成为智能电动车逆袭传统燃油车的元年。

“新能源”唱主角

之前的历届国际车展都是燃油车唱主角,而这次上海车展几乎所有核心品牌最重磅车型都是新能源车,特别是纯电动车大放异彩。像凯迪拉克LYRIQ、大众ID.6、雷克萨斯LF-Z、现代Nexo氢燃料电池车、东风日产Ariya、本田皓影PHEV等品牌都成为车展纯电动车爆款热点。另外,中国高端电动品牌首次集体亮相,吉利首款极氪001、东风岚图、比亚迪唐DM-i、红旗E111、广汽埃安AION Y……这些新星撑起中国汽车弯道超车的成功率。上海车展中外新能源品牌,已呈现势均力敌之势。

上汽集团将在智能电动等新领域投入3000亿元,全面向高科技企业转型,本届车展推出了上汽零束SOA开发者平台,并展示了多项“黑科技”产品,其中智己汽车的首款轿车L7,直接瞄准当下奔驰S、宝马7系等D级旗舰产品。而广汽则发布了多项关于未来汽车的新科技,同时宣布了与华为合作共同开发L4级自动驾驶汽车,最高续航1000公里。另外,其他许多车企发布的新技术和产品,也在朝着更高技术和水平的体验升级和进化。

“自主”主场迎战

在刚刚过去的3月,中国品牌乘用车销量达到了65万辆,市占率37.1%,已经恢复到2018年的水平,迎来高光时刻。从销量上看,长安、长城、吉利、奇瑞、比亚迪等一线自主品牌在这65万台中占比达70%以上,而且各大品牌的市场占有率还在逐步提升。本届上海车展,自主

品牌的这一高质量团队,以空前阵容打响“主场战”。其中,长城汽车旗下的五大品牌将悉数亮相,包括哈弗、WEY、欧拉、长城炮和坦克;吉利汽车旗下吉利、领克、极氪等品牌也以高规格参展;上汽的智己汽车、R汽车也相当抢眼。

“合资”大展拳脚

本届车展,各系合资品牌铆足了劲,大展拳脚。其中上汽大众的全新途昂家族、斯柯达全新明锐、一汽-大众第八代高尔夫GTI、大型SUV揽境等重磅车型将首发亮相。上汽通用也发布了全新别克威朗Pro与威朗Pro GS。东风雪铁龙全新车型凡尔赛C5X在完成全球首发亮相后,将于下半年登陆中国市场。

“豪华”强势出击

为了抢占日益增长的中国新能源汽车市场,本届车展,奔驰、宝马、奥迪等一线豪华品牌纷纷推出纯电车型和汽车智能系统。奔驰

EQ家族集体参加上海车展。其中EQS、EQA为中国首秀,EQB为全球首发。宝马带来最新X纯电动车型,采用5C技术,内置“shytech”隐形创新科技,辨识度很高。奥迪阵容同样强大,刚上市的国产e-tron、奥迪Q4 e-tron等悉数登场,上汽奥迪也发布了Audi Concept Shanghai电动概念车。不只是BBA,像雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克的智能电动重磅车型都在上海全球首发。从趋势看,豪华品牌电动化的决心和力度令车界震动。

“新势力”亮杀手锏

今年上海车展,造车新势力企业纷纷亮出“杀手锏”。华为“第一辆车”阿尔法S华为HI版闪亮登场、小鹏全球首款量产搭载激光雷达的EV车型P5也正式亮相。此外,蔚来发布纯电动旗舰轿车ET7;哪吒汽车推出U Pro,在配置、续航等方面进行了超过30项的升级;威马推出的W6,搭载“无人自主泊车系统”解决了车主停车难的烦恼。 雍君

车展开幕,上汽荣威4款新车“炸”场

在2021上海国际车展上,上汽荣威带来全新产品系列和4款重磅新车,成为全场关注焦点。现场,荣威全新ME系列发布,承担着品牌向年轻化、个性化进化的使命,推动荣威品牌升级向上。同时,ME系列首款车型全新SUV荣威鲸全球首秀。此外,全新荣威RX5 PLUS、全新荣威i5、新荣威iMAX8等多款新车也同台亮相。

上汽荣威全新ME系列为有着强烈自我标签意识的新生代人群而来,ME系列的首款车型全新SUV荣威鲸,开创了上汽荣威最具突破性的全新品类。新车采用颠覆性的“律动唤醒”设计理念,拥有情绪唤起、显性智能、跨界思维三大专属设计观,彰显了科技感、智能感,带来跨越设计圈、时



尚圈、艺术圈、建筑圈等领域的多元表达。荣威鲸将搭载行业最先进的互联网智能系统,上汽最前瞻的智能驾驶科技,堪称行业内最聪明的燃油车。

全新荣威RX5 PLUS动力、美学、科技全面升级,将搭载全

新第二代蓝芯1.5T HP发动机,配合DCT 280变速箱,性能超越热门同级SUV。值得一提的是,新车变速箱采用了全球首创三腔蜂巢科技,换挡响应、舒适性和耐久性领先国内外同级产品。此外,新车还升级搭载全速域ADAS

高级驾驶辅助系统。

即将上市的全新i5,以全新的设计、更高的安全配置打造国民轿车。新车搭载全球首创的720度智能环景影像系统,整车更有国潮运动风和科技感,也创造更智能便利的人车交流。 余音

新车明年上市 上汽奥迪来了



4月18日,上汽奥迪品牌正式亮相黄浦江畔,定位于C+级性能行政座驾的旗舰车型全新奥迪A7L、上汽奥迪首款豪华纯电SUV——Audi concept Shanghai一同亮相,新车将于明年上市,未来五年内上汽奥迪还将推出多款产品。上汽大众的高端化布局再上新台阶。

全新奥迪A7L车长5076mm,轴距达3026mm,车身整体线条优雅灵动。本次亮相的全新奥迪A7L先行版是限量车型,它搭载众多顶级配置,包括奥迪全球首发的5G/4V2X智慧城市互联技术、同级领先的离车智能泊车系统、首次融合腾讯车联生态的Audi connect等科技装备,以及五屏互

联的豪华数字座舱等。同时,全新奥迪A7L搭载了3.0TFSI V6发动机,百公里加速约5.5秒,配合48V轻混系统、智能quattro四驱、同级唯一主动式空气悬架和DAWS动态全轮转向系统组合,全面满足不同路况和驾驶风格需求。

Audi concept Shanghai则采

用了奥迪全新e-tron造型语言,配备个性化矩阵式LED大灯及AR HUD增强现实高清平视显示等功能,彰显电动智能科技;全尺寸SUV的内部空间和167座座椅的灵活布置,满足多种用车场景;采用83.4kWh电池模组,续航里程可达560+公里,带来性能与高效兼备的纯电出行体验,引领国内豪华电动出行潮流。

在商业模式上,上汽奥迪将推出独具特色的实体电商生态体验。依托该系统,上汽奥迪提供全国统一的产品及服务价格,实现在线订车、上门试驾、上门交付等定制化服务。同时,上汽奥迪初期计划在80个城市建设200家不同规模的体验中心,首家旗舰品牌中心坐落于上海城市中心腹地,并将通过“代理制”甄选代理合作伙伴。 姚琼