

上海汽车业精准发力显实效

今年前三季度,上海汽车业实现工业产值5225.35亿元,同比增长11.8%,占全市规模以上工业总产值的17.7%。其中,9月单月汽车工业产值703.95亿元,同比大幅增长20.2%,为全市规模以上工业总产值的19.1%。上海汽车产业链完整有效,前三季度汽车零部件及配件制造业产值2618.50亿元,增长10.0%。上海汽车市场亦有好转,9月汽车商品零售额179.81亿元,同比增长10%,是今年下半年以来连续增长的第3个月。

汽车整车出口是上海海关的一张亮丽名片。前9个月,上海海关办理汽车出口量高达220.5万辆,汽车出口值3113.69亿元。出口量占全国汽车出口量的38.8%,出口值占到全国汽车出口值的四成五。本市和关区9月份汽车整车出口量和出口值同比均达两位数,本市出口8.55万辆,增长27.7%,出口值113.75亿元,增长21.1%;关区出口18.55万辆,增长32.8%,出口值258.50亿元,增长30.6%。

上汽集团和特斯拉(上海)精准发力,双翼齐飞,是上海汽车内销及外贸的中流砥柱。1—9月,上汽集团整车销量319.33万辆,同比增长20.5%,实现“九连涨”;出口整车76.50万辆(不含海外基地),混动汽车出口值增至196.1亿元,同比增长2.1倍。特斯拉(上海)1—9月整车交付17.4万辆,其中9月单月1.9万辆,超越上年同期水平。

此外,丰田雷克萨斯新能源项目开工,规划年产能10万辆纯电动整车。保时捷中国研发中心项目签约落地,是本土化创新战略迈入全新阶段的标志;斯凯孚汽车亚太总部项目签约落地,将推动更多前沿业务板块和创新投放上海。

张伯顺

立足中国向全球,进博会见证日产重要举措

日产汽车携多款智能化、多元化“首款”车型亮相第八届进博会,生动展现了其对中国市场的长期承诺,并进一步深化“在中国,为中国,向全球”战略。作为持续投资中国的另一重要举措,11月6日,日产汽车在进博会现场隆重举办了日产进出口(广州)有限公司成立仪式。

日产进出口公司由日产中国投资公司与东风汽车集团共同投资10亿元人民币设立,持股比例分别为60%和40%。作为外资车企在华设立的首个合资整车进出口公司,它的诞生不仅是日产深耕中国市场、强化本土创新并赋能全球的重要里程碑,更是将中国区打造为全球新能源产品研发与出口基地的关键进展。

在进博会的舞台上,日产



展出的四款车型——N7、N6、锋坦Frontier Pro PHEV和天籁·鸿蒙座舱,成为其战略落地的生动注脚。

N7是东风日产新能源技术架构下的首款纯电轿车,集智能座舱与全面安全防护于一身;N6是日产全球首款插电式

混合动力轿车;天籁·鸿蒙座舱则是日产汽车全球首款搭载华为鸿蒙座舱的燃油车;锋坦Frontier Pro PHEV更是日产首款在中国设计、研发、生产并出口全球的皮卡车型,基于全球多元越野平台“星核”开发,融合全场景电混科技,为户外玩

家量身定制品质出行。

这些车型不仅展现了日产在技术领域的多元化布局,更体现了其以本土创新反哺全球市场的战略意图。其中,N7与锋坦Frontier Pro PHEV将作为首批出口车型,在未来几个月内驶向全球市场。

张云

旭化成以材料创新深化中国本土合作

第八届进博会举办得格外热闹。在这场汇聚全球创新成果的盛会上,旭化成株式会社如约而至,连续第四次亮相,不仅彰显了其深耕中国市场的恒心,更以“赋能多元材料,共创新质生产力”为主题,在技术装备展区搭建起一座连接技术与需求、创新与合作的桥梁。展台之上,产品与解决方案静待品

鉴;战略发布会中,高层管理者娓娓道来,分享集团战略、本土创新与技术合作的蓝图。这一切,无不围绕一个清晰的主线展开:以材料创新为引擎,不断深化与中国市场的融合,共同谱写可持续发展的新篇章。

旭化成此次参展,聚焦“汽车智造”“数字发展”“健康生活”“低碳绿能”四大领域,每一

款展品都蕴含着回应中国市场需求的潜力。在可持续时尚的探索中,铜氨纤维带子纱Bembreez完成了其在中国的首秀。而非接触式传感器“毫米波雷达”模组则展现出科技的温度。

随着新能源汽车车内环境优化及高端车型对音频质感的重视,市场需求持续提升。展台

上,旭化成微电子带来的高端音频品牌VELVET SOUND的体验车,让观众亲身领略了高解析度音质与环绕声场的魅力。

同时,在低碳出行成为全球共识的今天,旭化成树脂玻璃硬化涂层剂技术则为汽车轻量化提供了切实路径,助力绿色出行梦想照进现实。

张云

丰田汽车:八届进博会“全勤生”的意味深长

在进博会的舞台上,八度赴约,从未缺席。丰田汽车从首届的“未来移动社会”到如今的“立全球 更中国”,其参展主题悄然变迁,却始终围绕一条主线展开——那是一种属于丰田的、独特的“醇厚之味”。它不张扬,却经得起时间咀嚼;它不刺激,却能在岁月中沉淀出更为丰富的层次。

长期主义的“回甘之道”

任何佳肴,底味是其基础。丰田的“底味”,源于其在中国市场持之以恒的“长期主义”。早在上世纪90年代初,丰田在华事业尚未全面铺开之时,其公益篇章便已悄然书写。从“人才、环保、交通、福祉”四大板块入手,丰田默默履行着“Best in Town”(做当地最好的企业公民)的承诺。这种超越商业利润的投入,如同耐心的备料与焯水,去除了浮躁的浮沫,为所有后续的“滋味”奠定了正派、温暖的基调。

八届进博会的“全勤”身影,亦是这“回甘之道”的体现。今年,所有展品均为“已落地或即将落地”的实体产品。这种务实,恰是“醇厚之味”拒绝虚浮,味道历久弥新的关键。

多路径技术的“调和”

面对中国这个庞大而多元的市场,丰田的“Multi-Pathway”多路径新能源技术战略,恰如一位高明厨师,调和众味,以期达到和谐与平衡。



在电动化这盘“主菜”上,丰田展现出了灵活的“调味”功夫。通过构建ONE R&D和中国首席工程师体制,丰田学会了用“中国思维”来烹饪本地化产品。于是,我们看到了bZ智能化纯电动专属系列带来的“多元之味”:bZ5如同为都市年轻伴侣调制的“默契之味”,铂智3X则炖煮出家庭的“温馨之味”,而即将上市的铂智7,更是丰田“调和”艺术的集大成者,与中国本土的鸿蒙座舱这一“智慧之味”深度融合,呈现出一种开放包容的“融合之味”。

在氢燃料电池领域,丰田则执着于探索“纯净之味”。那台与中国重汽联合开发的49i氢燃料电池牵

引车,已穿梭于山东、湖北的干线物流。而那套面向实证全新开发的“可更换式储氢系统”已计划于2026年开展实证试验。此外,丰田携手中国五矿共同研发的Sweep能量柜i-eSCube也迎来全球首发,可容纳8块电池,总电量为370度电,可灵活应对不同能源需求的场景,预计将于2026年下半年发售。

雷克萨斯的“淬炼之韵”

在丰田品牌的“菜单”中,雷克萨斯可说是一道精心淬炼的精致料理,它追求的不仅不饱腹,而是触动心灵的“体验之味”。

进入中国二十年,雷克萨斯始终在探索如何将东方的内敛、优雅

与匠心,融入豪华的“味道”之中。中大型豪华行政级轿车ES,国内累计销量超百万辆,其“味道”在于经年累月沉淀下来的“信赖之韵”与“优雅之姿”,它不张扬,却自有气场。此次出展的全新一代GX OVERTRAIL版,则提供了“兼容之味”,无论是都市通勤的精致,还是户外探索的豪迈,它都能从容驾驭,如同一种能够适应多种场合的高级香氛,底蕴复杂而迷人。

今年,雷克萨斯(上海)新能源公司的成立及其首次以沙盘形式在进博会上对外展示,更是为这份“匠心之味”注入了全新的“本土之魂”。它意味着,雷克萨斯未来将更深入地依托中国产业链,研发纯电

车型,并率先导入丰田最先进的生产技术,打造丰田全球最领先的工厂。这预示着,雷克萨斯的未来“味道”,将更加贴合中国消费者的“味蕾”,是在全球视野下,经过中国智慧淬炼后的“新东方意境”。

面向未来的“创新之鲜”

“醇厚”不等于守旧。在保持底味的前提下,丰田不断为自身的“味道图谱”增添“创新之鲜”。与小马智行合作开发的量产版L4级无人驾驶铂智4X Robotaxi,首次亮相便带来一股“安心探索之味”。它不仅是前沿技术的展示,更是对未来出行场景的一种大胆“尝鲜”。计划于2026年投放千台规模,意味着这种“未来之味”即将走入寻常生活。

在GR品牌和福祉车领域,丰田则展现了“温度之味”。全新进化版GR YARIS由丰田章男会长亲自参与研发,其纯粹的驾驶乐趣,是献给追求激情人生的消费者的一杯“烈酒”,味道纯粹而强烈。而埃尔法福祉版、RAV4荣放(福祉试作版)以及Welwalk康复支持机器人,则如同温润的“滋补羹汤”,关注的是特定群体出行的尊严与便利,这份人文关怀,让丰田的“味道”充满了人性的温度。

丰田汽车在中国市场六十余年的深耕,恰似从不减火的文火慢炖,煨出那一口扎实、可靠、令人信赖的“丰田味道”。八届进博会的坚守,正是这锅汤持续加温、不断添料的过程,其“醇厚之味”,意味深长。

诸葛易行