

在电动化、智能化、网联化变革带来汽车行业变革的全新浪潮与趋势下，各大跨国车企在本届上海车展上“争奇斗艳”，多款重磅新车首度亮相，加速布局，蓄势待发。

据不完全统计，梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松、大众汽车集团管理董事会主席奥博穆、宝马集团董事长齐普策、奥迪 CEO 杜斯曼……这些跨国车企的老板们，也亲自出席本届上海车展，为自家品牌站台。

这次上海之行，会让他们了解，在经历了中国智能电动车发展最快的三年后，这个全球最大汽车市场的产品力已经达到了怎样的水平，自家的产品又在面临怎样的竞争格局，这对于这些老牌车企调节在华转型战略显得尤为重要。

值得注意的是，本届上海车展零部件企业的阵容进一步扩张，汽车科技与供应链展区展出净面积超过了3万平方米，凸显出以科技引领汽车行业变革新时代的含义。

国际一线零部件供应商如博世、电装、采埃孚、爱信、摩比斯、佛瑞亚、大陆、法雷奥、博格华纳等世界百强供应商超过半数参展，国内知名企业如华为数字能源、德赛西威、宝钢、法士特、五菱工业等也拿出了自己最新产品和技术。

而百度、华为、地平线、黑芝麻、中科创达、亿咖通科技、星纪魅族等近百家芯片、雷达、ADAS、自动驾驶解决方案、车联网、高精地图领军企业，向观众展示了面向未来出行领域的最新思考与探索。

中国品牌凸显领军地位

十年前的第十五届上海车展共展出整车1300辆，其中新能源车只有91辆；而到了2019年第十八届上海车展，新能源新车的数量已经接近了传统燃油新车的数量。由此可见，新能源车的参展比重，也在随着中国新能源汽车市场的变化大增。

今年的上海车展，新能源车展车的具体数量还不得而知，但是“肉眼可见”，比重绝对已经是“半壁江山”甚至更多，一定是本届上海车展上的主流声音。

过去的三年，中国汽车市场的变化有目共睹，众多中国品牌异军突起。中国本土的自主品牌，市场份额如今已经突破了50%。带着互联网基因的“新势力”与传统车企打造的“新实力”，几乎主导了整个中国车市向新能源迅速转进的过程，新能源汽车的市场份额已经超过了四分之一。

如果说，前几年的大型车展，车企展出的新能源车还属于点缀和配菜，那么如今你没有一大把新能源车拿出来参展，都不好意思和人打招呼。

国内六大汽车集团一汽集团、东风汽车、上汽集团、长安汽车、北汽集团、广汽集团均以集团阵容携旗下品牌出展，而吉利汽车、领克、哈弗、长城炮、坦克、魏牌、比亚迪汽车、奇瑞汽车、星途、捷途汽车、iCAR、JAC 江淮集团等品牌也阵容强大。

在这些自主品牌传统车企的参展阵容中，新能源品牌和新能源车成了重中之重。而蔚来、小鹏、理想汽车、哪吒汽车等一众新势力车企，新能源车更是它们的立身之本。

比如流量大户比亚迪，几乎每款新能源产品都不缺热度，此次展出的海豚、仰望U8就吸引了不同消费层次的观众驻足。吉利银河L7以5.23L/100km的亏电油耗和1370km的CLTC工况综合续航里程，让钟情混动的观众流连。广汽埃安旗下高端品牌昊铂发布的全新纯电中大型轿跑Hyper GT，令喜爱跑车的观众钟情。还有奇瑞新打造的iCAR新能源品牌，全球首秀了两款新品iCAR GT与iCAR 03。

此外，比如吉利旗下的smart推出紧凑级SUV smart精灵#3；极氪汽车推出同样是紧凑级SUV的极氪X；腾势品牌焕新后的首款SUV车型腾势N7也登场亮相，首搭比亚迪最新自研技术云辇-A智能空气车身控制系统；深蓝汽车的第二款车S7

带着互联网基因的“新势力”与传统车企打造的“新实力”，几乎主导了整个中国车市向新能源迅速转进的过程，新能源汽车的市场份额已经超过了四分之一。