

文/羊城晚报记者 严锦程
图/受访者提供

10月12日,广州飞行汽车企业汇天在迪拜举办“陆地航母”首场国际品鉴会,最新一代产品分体式飞行汽车“陆地航母”完成全球首次有人驾驶公开飞行演示。

在发布会上,小鹏汇天公布了一系列信息:首先是汇天在迪拜获得600台采购订单,这也是中东地区该领域迄今最大规模的订单;其次,汇天发布了其国际新品牌 ARIDGE,寓意“天空之桥”,并同时发布了以汉字“飞”为设计灵感的全新品牌Logo;此外,其位于中国广州的飞行汽车智造基地于9月底全面竣工,为明年量产交付做好生产准备。

“期待小鹏汇天与阿联酋政府和商界一道,进一步拓展合作广度与深度,在标准共研、场景共创与市场共建等方面取得更多务实成果,为迪拜这座城市的创新生态注入更多活力。”中国驻迪拜总领事欧勃芊表示,小鹏汇天此次首飞,不仅仅是商业上的成功,更标志着中国低空电动载人飞行技术在国际化进程中迈出了关键一步,这不仅是小鹏汇天的骄傲,也是“中国智造”走向世界舞台的生动注脚。



现场签署战略合作协议及采购订单



“陆地航母”飞行器在迪拜棕榈岛上空飞行

从科幻走进现实

根据波士顿咨询(以下称:BCG)在今年9月中旬发布的《中国载人eVTOL行业白皮书》中,未来载人eVTOL市场会逐渐演化为两个主要细分方向:一个是聚焦在观光体验、飞行培训等短途、轻量化场景的个人飞行eVTOL;另一个则更像“空中的士”,适合城市间、长距离点对点飞行的出行eVTOL。

仅需5分钟,“陆地航母”凭借全球首创的车载分合机构,就能自动完成飞行体从“陆地母舰”后备舱内的释放或装载。女试飞员从停机坪起飞,驾驶飞行器,朝着波斯湾海域飞去,在海面上绕行一圈后平稳降落。通过手/自动驾驶模式的切换,可以随时解放双手,拍照“打卡”棕榈岛地标。

汇天还在现场展示了研发中的高

速长航程飞行汽车A868,设计续航大于500公里,设计航速超360公里/小时。根据汇天“三步走”战略,该产品将瞄准长途出行需求,与“陆地航母”共同构建多元化的低空出行场景,双机型契合白皮书中预测的两个应用场景。

发布会上,汇天正式发布了国际新品牌“ARIDGE”及全新品牌Logo。“Aridge”结合了“Air”(天空)与“Bridge”(桥梁),寓意“连接天地飞行的桥梁”,代表着汇天致力于做“全球领先的低空产品创造者”的愿景。全新品牌Logo的核心灵感则来自汉字“飞”,通过对“飞”字的几何解构,带出“Z”向空间,诠释飞行汽车在立体空间的技术突破与场景想象力,象征着汇天“让飞行更自由”的使命。

飞向中东蓝天

中国低空产业正以多领域、规模化

“陆地航母”抢滩中东,完成公开飞行演示

“广州智造”如何向全球展示竞争力

面世的领先产品不仅能有效满足国内个人飞行场景的初期需求,也为未来面向全球的产品输出与生态复制提供了可行路径。中阿在低空领域的“双向奔赴”或成必然。

事实上,汇天是最早一批开拓中东市场的国内低空企业之一。记者梳理发现,汇天与中东地区的合作可追溯至2022年,“旅航者X2”飞行器在迪拜完成了全球首次公开飞行;此后,汇天持续深化在阿的低空战略合作,2024年,与阿联酋电信建立合作;2025年9月,在阿联酋哈伊马酋长国获颁有人驾驶航空器特许飞行证,成为首家在海外获得该证的中国飞行汽车企业;同期,与哈伊马当地交通局签署战略合作协议,共同推进飞行汽车技术研发、试飞认证、场景应用等。

目前汇天与中东合作已进入生态共建模式。此次与阿联酋Ali & Sons集团、卡塔尔Almana集团、科威特AlSayer集团和阿联酋中华工商总会等中东顶级机构签署的“陆地航母”采购订单,既是该地区迄今最大飞行汽车订单,更包含“共建中东首个飞行汽车用户生态中心”内容——双方将共推应用场景建设、用户服务体系搭建及本地化技术研发。这种“不止卖产品,更建生态”的模式,避免了中国企业出海常见的“水土不服”,也为后续进军其他市场积累了经验。

随着产品技术与商业化的逐步成熟,汇天加快了在低空赛道的全球化步伐,在未来,中东将成为越来越多中国低空企业出海战略的第一站,中国低空企业将逐步进入更多国家和地区,携手全球合作伙伴共建低空出行生态系统。

昂首迈向全球

在这场首飞背后,广州在全球低空经济领域的竞赛中已具有先发之机。在今年9月底刚刚竣工的汇天飞行汽车智

大五座插混市场迎新挑战者 比亚迪打出家庭牌能否成功

羊城晚报记者 戚耀琪

车界观察

近日,比亚迪方程豹钦7开始在广州区域上市,直接指向大五座20万元插混市场。看得出,无论是豹5、豹8还是钦3,从产品定义到用户体验,方程豹始终在用“方程”去破解生活中的“二元对立”,重点是要攻取家庭用户,究竟这一招能否成功。

市场习惯于为产品贴标签。钦7同时切入“硬派越野”与“家庭SUV”两个红海市场,需要面对两类截然不同的成熟对手。对于追求硬派的用户,它可能被认为“不够纯粹”;对于传统家庭用户,其方正造型又可能被视为“不够温馨、能标偏高”。如何让消费者理解并接受一个“新品类”,需要投入市场教育成本。

“灵鸢智能车载无人机系统”是其“悦己”精神的一个体现。然而,这类极度前沿的“乐子”功能,对于大众消费者而言,其价值感知和付费意愿

仍是一个问号。它究竟是核心卖点,还是锦上添花的噱头?这要求方程豹必须通过卓越的体验营销,让消费者直观感受到这种独特乐趣带来的价值。

作为方程豹品牌从“专业个性”向“大众个性”转型的战略重要车型,比亚迪负责人形容,方程豹钦7既有路虎的面子,又有理想的里子,更有方程豹独有的乐子,打破了硬派和家用的二元对立。

它需要讲述的不仅是底盘和配置,更是周末带着家人驶向旷野的诗和远方,是工作日接送孩子时彰显的独特品味。营销叙事必须从参数对比,升级为生活场景与情感共鸣的构建。

具体优势来看,方程豹钦7不仅搭载了天神之眼B-辅助驾驶激光版(DiPilot 300),配备了20英寸轮毂和高性能四活塞定钳(前),还可以选装灵鸢比亚迪智能车载无人机系统。其4个配置版本,售价17.98万-21.98万元,目标是填补18万-22万元价格区间的市场空白,也直接拦截了传统合

资企业的紧凑SUV。

考虑到智能驾驶与被动安全正从“亮点”变为“基准”。消费者会认为这是理所应当的。方程豹需要确保其智驾体验天神之眼在真实路况中足够流畅、安全、可靠,任何一点瑕疵都可能被放大,并动摇消费者对品牌技术实力的信任。

在竞争白热化的市场中,消费者愈发精明。钦7的“超值”并非源于低价,而是通过高价值配置和权益来实现。它需要让用户清晰地算明白这笔账:3.6万元的权益、省去的选装烦恼,以及“一步到位”所带来的长期满足感,其总价值远超支付的价格。这要求营销沟通必须极致透明化,将“超值”的概念具象化到每一个生活细节中。

因此,单纯大五座并不能引发形成爆款,关键在于能否通过精准的体验营销和社群运营,跨越“品类认知”的鸿沟,将“里外兼顾乐趣无穷”从一个动人的产品口号,变为成千上万用户心甘情愿认同并拥抱的生活现实。

比亚迪和上汽前三季已各卖300万辆

羊城晚报记者 戚耀琪

随着2025年车市“金九银十”销售旺季的全面推进,国内汽车市场正式迈入全年销量目标冲刺的关键阶段。据汽车行业协会综合数据显示,今年前三季度中国汽车行业整体延续稳中向好态势,新能源汽车渗透率持续保持高位运行,而头部车企在累计销量与全年目标完成率上的分化格局逐步显现,比亚迪、上汽集团等企业凭借强劲表现成为行业领跑者。

从销量前十车企的竞争格局来看,比亚迪与上汽集团共同占据第一梯队位置,1-9月累计销量均突破300万辆。其中,比亚迪以326万

辆的累计销量稳居行业榜首,已顺利完成其全年460万辆最新销量目标的71%,凭借在新能源领域的技术优势与产品矩阵,持续巩固行业领先地位。

上汽集团同期累计销量达319万辆,全年目标完成率同样为71%,在燃油车市场稳步推进、新能源车型加速布局的“双线并行”策略下,保持了稳健的增长节奏。

在200万辆量级的第二梯队中,吉利汽车的表现突出。前三季度,吉利汽车累计销量达217万辆,全年目标完成率达72%,在销量前十车企中

位列完成率第一,成为第二梯队中的“增长标杆”。一汽集团与长安汽车紧随其后,分别以238万辆、207万辆的累计销量完成全年目标的69%,依托多品牌协同发展模式及新能源技术的持续落地,有效保障了规模增长势头。此外,奇瑞集团前三季度累计销量201万辆,目标完成率62%,国内市场份额稳步提升的同时,海外市场也延续了高增长态势;广汽集团则以149万辆的销量成绩实现65%的目标完成率,其中新能源车型贡献了显著销量占比,成为拉动增长的重要动力。

广州海关深入实施“智关强国”行动

“春风”惠企助力中小微企业发展

文/图 汪海晏 关悦



广州海关所属广州白云机场海关关员对出口跨境电商商品进行巡检监管

“智关强国”行动是海关深入贯彻落实党的二十大精神,服务强国建设、民族复兴的实际行动。广州海关深入实施“智关强国”行动,结合当前国际经贸形势和关区实际,推进“春风行动”,强化监管机制改革创新,为中小微企业拓展海外市场提供有力支撑。据海关统计,今年前8个月,广州市外贸进出口突破8200亿元,同比增长13.4%。

近日,广州白云机场综合保税区南区跨境电商中心内一片繁忙景象:一辆辆叉车在货架群中灵巧地穿梭、倒车、转向,稳稳将整板货物送到智能分拣线前,工人们将包裹卸下,包裹在智能分拣线上飞速流转,随即被分拨到集包装袋中,将装车运往停机坪等候登机“出海”。

近年来,跨境电商已成为中小微企业便捷出海的新方式。据不完全统计,跨境电商已经带动超20万家企业在全经济下行的背景下,逆势拓市、抢得订单。今年以来,跨境电商企业迫切

希望优化通关物流流程加快出口运营效率,广州海关落实“智关强国”行动部署要求,着力为企业纾困解难,联合多部门创新“通关+物流”服务模式,在广州白云机场建成全国首个“民航安检前置+海关查验前置”的“双前置”货站,进一步提升了航空口岸站的操作效率。

“双前置”货站是具备特定功能的货物集散中心。传统模式下,出口货物需要在机场货站进行多次转运以满足民航安检和海关查验工作需要,不仅拉长了时间,也增加了企业成本。“双前置”模式落地后,企业可“一站式”完成清关、收运、安检、组板等操作,出口货物直送机场装机离境,等待时间缩减超50%,出口通关整体效能提升70%,企业综合运营成本显著下降。据统计,自今年3月6日“双前置”货站启用以来,广州海关助力超90万票跨境电商货物高效出口,有效支持了中小微企业承接海外订单。

在出口产品的市场销售端——广

州东旺国际食品批发市场内,一箱箱预包装食品货物交错堆叠,花生、薯片、调味料等几十种预包装食品装入集装箱,即将通过市场采购贸易方式出口至泰国。该食品批发市场是广州众多专业批发市场之一,也是市场采购贸易方式试点市场。

为便利中小微企业出海,广州海关将“支持市场采购贸易发展”作为推动“智关强国”行动的抓手项目之一,创新推动预包装食品、化妆品通过市场采购出海,关地联合出台试点工作方案,成功推动上述两类商品通过市场采购贸易方式便利化出口,为新形势下企业“出海”提供了新渠道,也为广东外贸发展提供了新平台,激发了新动能。

据悉,广州市场经济氛围活跃,市场主体多元,拥有众多专业批发市场,集聚了活力十足的“一门一式”中小微企业。它们如同“市场经济的毛细血管”,品类丰富、货源充足,海外市场需求旺盛。市场采购贸易方式专为“多品种、小批量、多批次”的现货交易设计,为中小微企业开展小单化、多批次、宽种类的外贸业务提供了高效便捷通道。为切实助企降本增效,广州海关创新实施采购地检验检疫监管模式,针对以往出口预包装食品、化妆品需多头申请、多次送检等难题,允许企业在采购地海关“一次报检、一次出电子底账”,大幅简化流程。据企业测算,每出口一柜货物可节约成本6000-10000元,大大减轻企业负担。今年前8个月,广州市以市场采购贸易方式出口货物68.2亿元,同比增长57.5%。

下一步,广州海关将持续推进“智关强国”行动在关区走深走实,积极推动“双前置”模式推广应用至关区更多货站枢纽,支持市场采购贸易方式拓展应用至更多商品类型,让更多中小微企业享受到海关监管改革创新的红利成效。