

# 直击2024北京国际车展 车企大佬精彩串门

羊城晚报记者 戚耀琪

2024(第十八届)北京国际汽车展览会近日举行,向全世界传播中国汽车产业蓬勃发展的现状和科技创新的成果,体现我国汽车产业发展成就和开放姿态。

国内外主流汽车品牌悉数携全新

产品以高规格参展,密集的新技术、新产品,高度智能化、集成化的产业链在此集中展示,成为2024北京车展吸睛的亮点与全球汽车行业瞩目的焦点。在车展期间,各大车企无论是传统势力还是新势力的掌门人频繁

互动,成了今年最特别的一道风景线。

其中,在广汽集团“智行新生活”的主题下,广汽传祺携全系车型重磅出击,并带来了向新能源科技企业高质量转型的最新成果。从与华为的强强联

手成立传祺华为联合创新“新”计划,到震撼登场的传祺新能源E9四座高定版,再到全新M6 MAX的首发亮相,都彰显了广汽传祺勇立新能源潮头的雄心壮志,以及“中国MPV创领者”的非凡实力。

# 首发新车中新能源车型占逾80%

中国汽车不断“圈粉”,迎来“智驾”时代

作为2024年首个A级车展,第十八届北京国际汽车展览会4月25日至5月4日在中国国际展览中心举办,总展出面积22万平方米。其中,汽车整车展区展出面积16万平方米,零部件展区展出面积6万平方米。多家来自世界各地的参展商齐聚北京,集中展示全球首发车、亚洲首发车、概念车型、前沿科技以及核心汽车零部件。

本届北京车展以“新时代 新汽车”为主题,其规模、首发新车数量和展车数量都有明显提升。其中,全球首发车117辆(跨国公司全球首发车30辆),概念车41辆,新能源车型278个,来自13个国家和地区约500家零部件企业及科技公司展出创新成果。阔别4年,2024北京车展与以往大不相同。此次车展上,中国国产自主品牌成了中流砥柱,逐渐引领行业潮流;电动化、智能化深深扎根每家企业心中,新能源汽车站到了舞台中央。

## A 自主品牌频频“出圈”



北京车展吸引了众多消费者



“全球化”和“出海”,是本届车展的一大主题,也是2024年中国汽车业的重要主题。在现场可以发现,这次车展上的外国人明显变多了,外国汽车制造商的态度也发生了转变。跨国车企高管们不仅过来推介自家产品,还仔细研究中国新能源车的技术和设计。中国品牌的展台上不断吸引着来自全球各地的媒体、经销商驻足。

下至万元级的入门车型,上到百万元级的高端产品,从主流轿车、SUV,到MPV、小众硬派越野,自主品牌羽翼不断丰满。车展上,红旗品牌展出了多款新车,包括纯电动大型SUV红旗EH7、敞篷版EH7和HOS PHEV,更有金葵花概念车惊艳亮相。东风汽车也携猛士917名车自主新能源品牌风神L7等亮相,展现了其全面覆盖的产品矩阵。长安汽车也带来了基于SDA架构的启源E07,成为全球首款量产的“可变新汽车”,彰显了自主品牌的创新实力。

作为汽车产业新能源转型的主力军,自主品牌市占率在近两年节节提升。据乘联会的数据,今年一季度,自主品牌零售

份额达到55.1%,相比去年全年51.9%增长了3.2个百分点,其中,自主品牌新能源车零售渗透率早已超过60%。这样的变化也体现在本次北京车展上,比亚迪秦L DM-i、腾势Z9、豹8、理想L6、小鹏X9、极氪MIX、银河星舰,奇瑞风云A9、探索06、长安启源E07等等,都频频成了人气焦点。

另一方面,在国内取得重要突破的自主品牌们,也越来越积极布局全球化。车展现场,长城、大众、捷途不仅请来了大量海外媒体记者,甚至还进行了全英文演讲。当前,中国汽车品牌正不断增强自身实力寻求合作机会,推动汽车产业进一步发展。

纵观整个车展,燃油车落寞,新能源汽车成为本届车展当之无愧的主角。参展新能源车型达278个,相比上届北京车展增长70%,首发新车中新能源车型占比超过80%,近20个新能源品牌首次亮相北京车展。

车展现场,小米跨界进军汽车产业引发关注,小米SU7全系车型惊艳亮相,雷军宣布了订单和交付的喜人成绩。同时,华为与多家车企合作的鸿蒙智行也备受瞩目,携全系产品矩阵亮相,展现其在智能出行领域的强大实力。此外,合资品牌也积极推出新能源车型,保时捷纯电Macan、宝马多驱动形式产品、奔驰纯电G级越野等纷纷亮相,共同推动汽车行业的创新与发展。

伴随着各品牌的竞争不断加速,新能源汽车产业发展进入“下半场”。本届车展,主办方特意设立“智驾未来展区”,不断更新升级的智能化技术给用户带来更多新体验。车展当天,小鹏汽车董事长何小鹏表示,小鹏汽车致力于实现全球化、中国化的高效自动驾驶驾驶,并即将公测AI天机系统,应用于智能驾驶和智能座舱。同时,与行业领先的大模型伙伴合作,推出AI保镖、AI代驾等高级功能,提升驾驶安全与舒适性。

与此同时,华为两大展馆全面展示智能充电网络等智能化升级成果,并与鸿蒙智行展台联动展出智能电动车,展现其在汽车智能化领域的领先实力。商

汤科技首次亮相北京车展,展示自动驾驶解决方案UniAD的路测成果。大疆车载则带来驾驶舱一体、激光方案、车载无人机方案等新技术,并与合作伙伴联合发布产品。此外,宁德时代、科大讯飞等零部件及高科技公司也展示了新能源及智联产品,共同推动汽车行业的创新发展。

伴随着软件的升级、技术的研发、服务的多元,汽车正沿加速驶入智能终端的时代,将重新塑造行业生态格局。车规级芯片、固态电池技术、智能底盘、轻量化材料等,车展呈现的一系列创新方向,启示中国品牌要加快突破一项项硬核技术,以创新驱动高质量发展,推动更多“中国造”汽车走向市场、走向世界。

## 广汽集团:当好“新势力”不去“拼老板”

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

统汽车厂商还没有学会对方的营销方式,那不是被打败了吗?

再说抢单大战,销售本身就是抢单。现在的管理系统几十年没变,就是抢单管理。我主要看两个数字:一是订单量,二是终端销售量,这两个数字要好,批发、生产数都不是事。订单是我们保持整个产业链条正常运转的决定性因素,最终订单还要转化成终端销售。一些新情况需要我们传统企业学习的,就是互联网流量经济。各企业也开始打卡做明星,自主培养大流量明星。消费者需要什么我们就做什么,这是基本规律。

**羊城晚报:**广汽发布了智能化行动计划,如何实现?

**吴坚(广汽研究院院长):**广汽研究院作为整个广汽集团的研发枢纽,会做好百年汽车产业的大转型。集团也高度重视科技创新的发展工作,累计在研究院已经超过了450亿元的研发投入。

在自动驾驶方面,大家都在提谁的技术领先或者不领先等等,其实在自动驾驶这个发展过程中,我喜欢用一个小孩学走路来比喻。人会走路不是天生的,而是训练出来的,是多走路走出来的。自动驾驶是叫长尾效应。怎么才能够把所有的产品全部覆盖,它需要非常多的数据,非常长的时间,才能实现100%的不接管、没有故障,这个时间很长。

现在的做法是每个企业都在自己做,因此这个效率相对没那么高。中国的一些品牌相互合作,在一个平台上去实现数据的闭环,这样的效率才是最高的。因此,广汽与头部的科技企业一起合作,希望早日从会爬到走、会跑,到最终能够飞,这是有一个过程的。

**羊城晚报:**现在的市场竞争格局越来越激烈,已经从价格战演变成了抢单大战,广汽集团做哪些准备?

**冯兴亚:**价格战和抢单大战是汽车行业的规律。如今的汽车企业是一个完全竞争的行业,在这个行业内,各种竞争的方式、手段无所不在,每个企业都在以不同的方法来赢得这场竞争。

智能网联新能源时代使这种竞争更加白热化,埃安就是一个新势力。

舆论说传统企业转型不要把自己搞成新势力,但我觉得只有当好新势力,才能够学会互联网的销售方法,才能把“潜在用户”变成“粉丝”,最后变成用户。我们现在的优势就是造出高质量的精品好车,对方在智能化、网联化有优势,各有千秋。所以,传统企业要转型,首先要学习新势力的新做法,把我们的优势发挥到极致,把我们的短板尽快地弥补,这就是竞争之道。

未来的互联网造车把“高品质的精益生产方式”学会了,但传统的市场

接下来还要考虑不同的市场需求,总体来看每年都有一个计划。每年都在不断推进新技术上车,越来越多的车安装L2++、L3,这是广汽的目标。

## 从出口到出海,中国汽车品牌靠什么?

羊城晚报记者 张爱丽

岚图汽车发布Let's VOYAH“共图”出海战略,到2030年,在世界六大洲、全球六十国,构建500家销售服务网点;长城汽车在“生态出海战略”发布会上宣布,将研、产、供、销、服全面出海……在刚刚结束的2024北京车展上,不少车企亮出了自己新的海外大计。相比以往单纯的汽车出口,有业内人士表示,汽车出海意味着要在海外市场构建更完整的产业链。

### 加速出海步伐

以往的车展,车企打出的多是“绿色”“智能”这样的战略计划,而此次的北京车展,“出海”又成为大家新的发展战略。

根据Let's VOYAH“共图”出海战略规划,今年6月岚图将在西班牙发布品牌,下半年计划进入葡萄牙、比利时、德国、瑞典等欧洲国家,以及波兰、希腊、

### 深化本土化战略

车企出海,不仅需要勇气,更需要底气。据长城汽车总裁穆峰介绍,长城汽车将依托七国十地

的研发布局,构建全链路开发体系。以用户需求为原点,进行产品策划,实施工程开发,落地真正的本地验证,真正做到服务本地。

此外,长城汽车要重视本地社会责任贡献,布局东盟、拉美等地的工厂要在依托本地量产,提升成本竞争力的同时,为本地市场贡献更多的岗位、税收。

长城汽车副总裁史青科则表示,长城汽车要做的就是市场在哪里,工厂就在哪里,长城汽车会将专业的经营团队、供应链等生态服务一并建在当地,依托中国市场研产供销的体系和能力,结合国际市场的文化,落地扎根。

而岚图汽车则表示,首先是加强与本土经销商的合作,打造适应本土的品牌运营模式。与此同时,在建设欧洲运营中心,进一步提升岚图汽车在设计、研发、生产等领域的综合实力,为全球用户提供高效的服务、体验。



广汽集团总经理冯兴亚与小米集团董事长雷军会面

## 广汽本田要投放具有竞争力的BEV产品

羊城晚报记者 戚耀琪

在北京车展期间,广汽本田汽车有限公司总经理森山克英、执行副总经理李进、副总经理袁小华等接受了媒体的采访。

**羊城晚报:**广汽本田接下来要推出6款纯电车型,具体规划如何?

**森山克英:**本田有深入地思考面向世界第一、全球第一的中国市场以及全球第一的电动汽车市场,我们认为首先

是投放具有竞争力的BEV产品(纯电车)以及其他新能源车,并进一步加强智能化,以技术来实现广汽本田一直以来的优势:让用户放心、安心的一个高品质。

截至2027年,广汽本田将全新推出6款纯电车型。进一步增强现款燃油车型的竞争,GRH以中国现地的员工为重心,响应中国用户需求,以同时我们还会带动上游的一

级、二级、三级供应商一同强化体制,一同应对市场挑战。

我们实施了“全领域极限改革”,对内极限深挖效能,提质增效,随着市场格局变化提供越来越丰富的智能电动化产品,更匹配市场与用户需求;对外极限赋能特约店,努力成为更高效、更智能、更绿色的广汽本田。

具体举措有三个:一是推进生产线智能化升级和生产效率提升,进一步提升产能,通过全链路的提质增效,强化企业竞争实力;二是以安全为本扩大智能技术应用,将本土领先智能供应商矩阵与26年品质传承有机结合;三是以全新电动汽车工厂引领绿色制造新标准,持续开展红树林生态保护等系列环保公益活动,实现碳中和目标。

**羊城晚报:**广汽本田有没有跟中国的科技公司进行合作,比如和华为这类企业合作?

**袁小华:**智驾科技是安全为本。我认为技术坚守应该倡导以人为本,智驾科技应当是“为了所有人的安全”,智能化不仅仅是用于娱乐、用于宣传的噱头,更应该严守安全这条生命线,无论哪个时代,安全应是汽车制造企业的底线。

在这种技术坚守之下,我们正加速引进Honda全球领先的智能技术,以Honda SENSING 360和Honda CONNECT 4.0为核心,我们将持续推进注重道路交通参与者安全的智能安全与智能交互技术的进步与普及。以本次发售的e:N2极湃2为例,其率先使用了本田在中国首次搭载的手势控

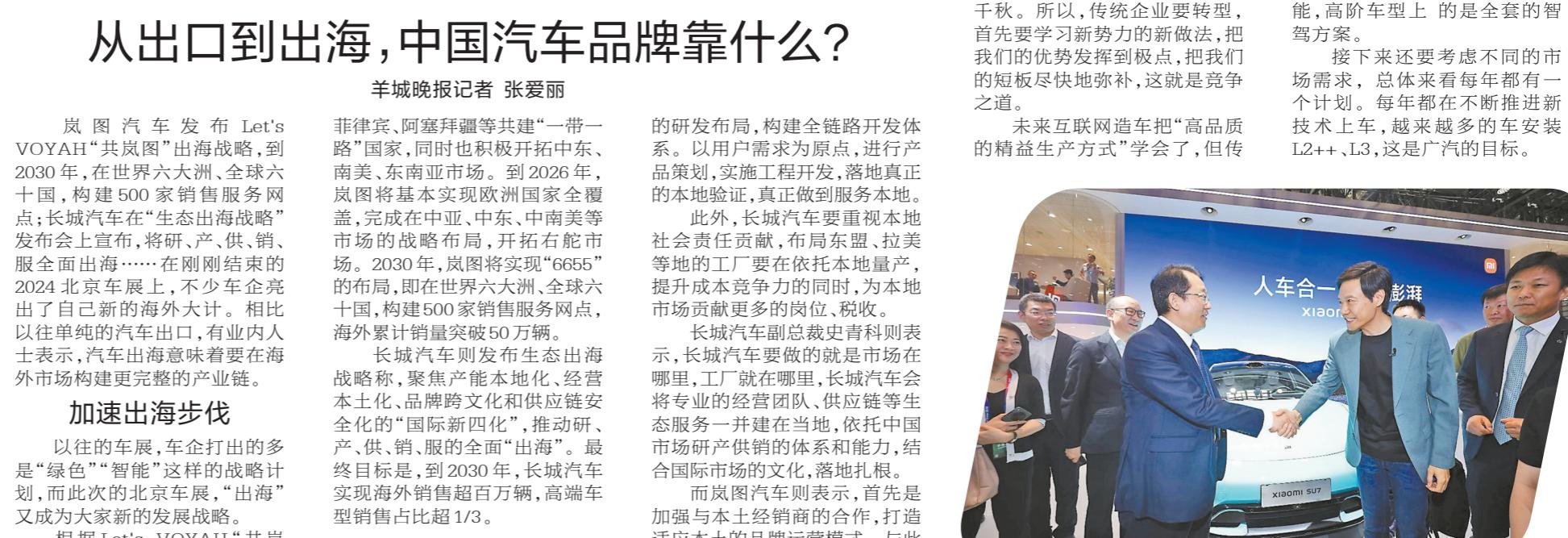
## 车企高层争相走访广汽展台

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

本次车展的突出特征就是各车企的老板们频频互动,除了发布会之外的一道风景。作为北京车展的“流量担当”,广汽展台一秒钟都没闲着。除了带来战略新车和发布“智行2027”行动计划,还迎来了众多车企大佬的集体打卡,共创新智能化未来,吸引了无数的镁光灯。

在车展上,广汽自主“双子星”纷纷首发重磅新车,小米集团董事长雷军前来参观,人气火爆。雷军还与广汽集团董事长曾庆洪一起坐进传祺E9里,体验了一把“中国MPV专家”的舒适性;还乘坐体验广汽埃安首款全球战略车型第二代AION V,为中国汽车点赞。

不仅如此,长安汽车董事长朱华荣同样莅临广汽集团展台,兴致勃勃体验传祺E9科技关爱版,并被实力圈粉;长城汽车董事长魏建军对广汽ERA纪元概念车情有独钟,亲自下场品鉴;此外,宁德时代董事长曾毓群等也相继前来交流,和广汽集团董事长曾庆洪交谈。



广汽集团总经理冯兴亚与小米集团董事长雷军会面