

余承东：“朋友请进店！”
享界S9首次亮相门店 尊享空间感你共享

华为技术加持北汽制造

享界S9能否引领国产豪华车市场

文/图 羊城晚报记者 潘亮

7月8日，华为鸿蒙智行与北汽联合打造首款车享界S9在深圳亮相。华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东亲临现场，担任“一日店长”，详细介绍了享界S9的产品亮点。余承东表示：“该车将重塑豪华轿车市场，集美学、空间与华为黑科技于一身，提供超值豪华体验。8月正式发布即上市交付，有望成为鸿蒙智行新爆款。”

按计划，享界S9今年目标销量为6万辆，明年目标销量翻倍至12万辆，5年内销量目标48万辆。其预售价格为45万元至55万元，挑战海外豪华车品牌主导的高端市场。此销量目标彰显了国产品牌在高端车领域的强劲势头与积极扩张。

值得注意的是，华为与北汽的合作历史悠久，2022年7月，双方合作的高端品牌极狐推出阿尔法S全新HI版，但市场反应一般。去年4月智选车合作被视为关键转折点，双方共研的享界S9预计今年量产，5年内销量目标48万辆。此外，规划中的车型包括C+级旅行车WAGAN及B+级SUV。

据华安证券研报揭示了中国汽车市场中高端品牌的竞争格局。在30万元至50万元区间，自主品牌虽初具规模，但在轿车市场，尤其是40万元至50万元价格段，市占率极低，仅为2.4%。享界S9若想在五年内达成48万辆的销量目标，需成为国产轿车在这一高价位区的开拓者。

“该赛道竞争激烈，由传统豪华品牌主导，尤其是奥迪在40万元至50万元轿车市场占据超六成份额。”汽车行业相关负责人表示，面对奔驰E级、宝马5系及奥迪A6等强劲对手，享界S9作为新能源汽车，面临挑战也拥有机遇。当前高端轿车市场新能源渗透率较低，为享界S9提供了差异化竞争的空间，但同时也需承担推动该细分市场新能源

化的责任。因此，享界S9的成功与否，不仅关乎自身市场表现，更将影响国产轿车在高端新能源领域的未来发展。

目前，鸿蒙智行旗下品牌纷纷发力高端市场，华为与赛力斯、奇瑞、江淮等车企合作布局不同细分市场。问界M9稳居50万以上SUV市场，智界定位中高档覆盖多元车型，享界则瞄准行政高端，融合商用家用需求。江淮合作车型更是直指百万级豪车市场，挑战顶级品牌。尽管汽车价格战持续，中高端乘用车销量占比逐年攀升，乘联会数据显示，20万元以上车型零售比例从14.2%增至30.7%，销量翻倍，展现市场对高端车型的强劲需求。

此前，乘联会秘书长崔东树表示，传统豪华品牌如奔驰、宝马、奥迪虽品牌深厚，但对国内自主品牌的高端化挑战，市场共识尚不明朗。他强调，智能新能源汽车目前普遍很困难，但技术进步和市场成熟为高端市场带来光明前景。那些能在竞争中自我造血的车企，将引领新能源汽车产业迈向更辉煌的未来。

国产豪华轿车市场再添猛将

今年3月12日，在工信部新车申报目录中，享界S9车身尺寸5160x1987x1486mm，轴距3050mm，采用了来自宁德时代的三元锂电池，电机来自华为。余承东曾公开表示，享界S9采用800V碳化硅平台，续航超800公里，售价预计45万元至55万元。

据介绍，享界S9为纯电动轿车，定位对标奔驰S级、宝马7系750Li和奥迪A8L，作为豪华行政级轿车，瞄准高端汽车市场。在外观设计上，享界S9首次采用了隐藏式水切设计，配合纯电侧窗和无框车门，实现了车身的平整和低风阻系数。在内饰方面，享界S9首创轿车后排零重力座椅，首发星河画卷饰板等创新。智驾配置包括华为乾崮ADS 3.0、最新华为途灵平台、HarmonyOS 4智能座舱系统等最新华为黑科技。

7月8日，余承东在华为旗舰店开启线上直播，化身“带货主播”介绍了享界S9的产品亮点。余承东表示，享界S9即日起正式开启预订。购车权益方面，现在预订即可享受5000元



华为鸿蒙智行广州白云店

人工智能大会聚焦智能驾驶领域

无人驾驶再次成为热门赛道

羊城晚报记者 戚耀琪

7月4日，2024世界人工智能大会在上海开幕。大会围绕“以共商促共享 以善治促善智”这一主题，汇聚了世界顶级科学家、企业家、投资人共商人工智能领域前沿技术、产业动向、向善治理。深耕自动驾驶商业化落地的众多企业携自动驾驶数据解决方案亮相，展示了基于无人驾驶运营打造的高质量数据闭环能力。尤其是高质量的数据闭环能力已成为核心竞争力。因此，在无人驾驶运营和自动驾驶数据解决方案两个领域均有成熟布局且实现了业务闭环的如祺出行，在大会现场的展台受到了众多来自主机厂、行业机构和投资机构的嘉宾关注。

据介绍，作为推动自动驾驶技术商业化的先行者，来自广汽集团的如祺出行已经在广州和深圳等一线城市落地商业化运营，积累了最具成本优势且合规的数据源。如祺出行系统打造了一站式自动驾驶数据解决方案，能够源源不断地向智驾研发机构提供经过处理的高质量数据，并降低其在数据处理、训练等环节的成本，以高质量数据闭环深度服务智驾研发。

如祺出行自动驾驶数据解决方案，包括人工智能数据及模型解决方案、高精地图及智能交通解决方案。自有的AI感知算法基础模型，在自动驾驶集中的AI预标注召回率和准确率均达95%以上。目前，方案已经为国内多家自动驾驶技术公司、头部汽车主机厂和智能汽车解决方案供应商提供服务，正在加速推动自动驾驶商业化落地。

WAIC 2024设置了“会议论坛、展览展示、评奖赛事、智能体验”四大板块。其中，大会展览重点围绕核心技术、智能终端、应用赋能三大板块，聚焦大模型、算力、机器人、自动驾驶等重点领域，集中展示了一批“人工智能+”创新应用最新成果，首发一批备受瞩目的创新产品，吸引了包括特斯拉、微软、施耐德在内的500余家中外企业。

宁德时代推出商用动力电池品牌

实现4C超充能力和500km的实况续航

羊城晚报记者 戚耀琪

7月4日，宁德时代正式推出商用动力电池品牌——“宁德时代天行”，同时发布“宁德时代天行轻型商用车(L)-超充版”和“宁德时代天行轻型商用车(L)-长续航版”两款产品，可实现4C超充能力和500km的实况续航。

补能慢、综合成本高、续航里程短等问题，是目前新能源汽车行业发展的主要痛点。宁德时代宣称，该电池品牌将超越安全、超快充、超长寿命、超长续航四大优势技术全面应用到新能源商用车领域。此次发布的产品，应用了行业领先的无热扩散技术，并采用了航空级隔热材料，做到了从源头保障电池的高等级安全应用。

快速补能方面，超充技术已经普及多个产品体系。通过在负极材料上采用新型低锂耗石墨、应用仿生自修复SEI钝化膜技术，“宁德时代天行”在实现4C超充的基础上同时实现循环寿命提升100%，大幅提高

了电池全生命周期内的可靠性。由于采用了CTP3.0无模组极限成组技术，通过拓扑结构优化，大幅提升成组效率，同时还实现了双层大面液冷，以超高能量密度和高效热管理效率，显著提升了续航表现，同时减小了电池自重。

据介绍，宁德时代天行L-超充版有140度大电量，实际工况下续航里程可达350km。仅需12分钟即可补能60% SOC的超快充速度，适应更加灵活的货运需求，无论是城郊运输，还是城区送货，大幅缩短车辆充电时间，能提高车辆货运频次和运营效率。长续航版则兼具500km的续航，有200度的超大电量。

据悉，宁德时代天行L系列产品目前已搭载福田、吉利、东风、江淮、潍柴、解放、长安跨越、菱势汽车、庆铃、瑞驰、陕商汽车、鑫源、上汽跃进13家车企的21款车型，做到发布即量产。

日前，国家市场监督管理总局官网发布最新召回信息，保时捷(中国)汽车销售有限公司、克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司、神龙汽车有限公司、斯泰兰蒂斯(上海)汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》的要求，向市场监管总局备案了召回计划。

保时捷方面表示，自今年8月31日起，召回2020年1月7日至2024年4月24日期间生产的部分进口Taycan系列电动汽车，共计17278辆。本次召回范围内的车辆由于设计原因，前制动软管可能出现裂纹导致制动液泄漏，造成制动效能降低、制动距离变长，增加车辆发生碰撞的风险，存在安全隐患。保时捷将委托授权经销商，为召回范围内车辆免费更换优化后的前轴制动软管。

克莱斯勒决定自即日起，召回2021年6月1日至2021年10月6日期间生产的部分进口牧马人4xe插电式混合动力汽车，共计1060辆。本次召回范围内部分车辆由于制造原因，燃油加注口盖尺寸超差，导致燃油加注口盖密封不严，可能造成过度的燃油蒸汽排放，存在不合理排放风险。本次召回活动是在国家市场监督管理总局调查评估开展的。受调查影响，克莱斯勒将为召回范围内的车辆免费

今年乘用车全年有望突破2200万辆

新能源车零售渗透率达48.4%

1 自主品牌国内零售份额达58.5%

6月乘用车主力厂商总体批发表现分化，比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车、长安汽车、大众汽车厂商总体较强。6月万辆以上销量的乘用车厂商共35家(5月32家，去年同期30家)，占整体市场份额96.4%，其中同比增速超50%的有3家，同比增速超10%的有10家，同比负增长的有22家。万辆以上批发量的乘用车厂商环比正增长的有26家，其中环比增长30%以上的有7家，部分自主和新势力的环比表现较强。

6月自主品牌零售103万辆，同比增长10%，环比增长5%。当月自主品牌国内零售份额为58.5%，同比增长9.3个百分点；今年自主品牌累计份额57%，相对于去年同期增长7个百分点。6月自主品牌批发市

场份额64.8%，较去年同期增长11.2个百分点；自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量。头部传统车企转型升级表现优异，比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车、长安汽车等传统车企品牌份额提升明显。

6月主流合资品牌零售48万辆，同比下降27%，环比下降1%。6月德系品牌零售份额18.6%，同比下降2.6个百分点，日系品牌零售份额14.3%，同比下降3.5个百分点。美系品牌市场零售份额达到6.3%，同比下降2.9个百分点。

6月豪华车零售25万辆，同比下降17%，环比增长4%。6月的豪华品牌零售份额14.2%，同比增长0.2个百分点，传统豪华车市场零售份额相对稳定。



比亚迪第800万辆新能源汽车亮相 新华社发

羊城晚报记者 戚耀琪

乘联会近日对全国乘用车市场分析显示，今年6月全国乘用车市场零售176.7万辆，同比下降6.7%；今年以来累计零售984.1万辆，同比增长3.3%，参照去年上半年完成全年总销量43%的进度，今年全年有望突破2200万辆。其中6月常规燃油车零售91万辆，同比下降27%，环比持平；今年1-6月常规燃油车零售573万辆，同比下降13%。

相关链接

7月新能源车仍将保持高渗透

乘联会认为，随着车市增长的结构分化，部分企业传统燃油车产能充裕，燃油车市场萎缩压力下的去库存特征明显，休长假的时间较长，7月车市进入休整期。

近几年夏季车市淡季不淡的特征日益明显，2014年-2019年的7月车市零售占全年总量平均在6.9%，而2020年-2023年的7月车市零售占全年总量平均在8.4%，其中2023年达到8.8%的较高占比。

随着私普及智能电动车的快速增长，车主低成本出行游玩热情较高，私车报废更新补贴政策推动的购车需求持续加速释放，购车、换车出游也是部分家庭的最佳选择，有利于居民消费潜力释放。

6月底至7月，国内南北方极端天气或对线下集客产生较大影响，但新能源车型在全矩阵营销上的持续投入，在充电效率、充电保护上的迭代优化，应对极端天气的使用场景延伸，都有效地提升新能源车使用的便利性，有利于在夏季用电高峰期新能源车继续保持高渗透率的稳健运行。各地促消费热情较高，展会夜市活动较多，车企或将倾向于以户外车展和商圈集客等手段来聚拢人气。

乘联会认为，上半年持续增强的大幅促销扰乱了车市正常的价格走势，终端价格修复需要一段时间适应，加上二季度超强的促销力度对下半年购车客户的消费透支效应，7月以价换量的效果有可能减弱。车企结合上半年战果，也将对市场预期、产品结构及上市节奏进行优化调整，或将进入蓄力期。(戚耀琪)

2 新能源半年零售411.1万辆

今年6月新能源乘用车生产达到93.3万辆，同比增长26.6%，环比增长5.8%。今年1-6月生产458.1万辆，同比增长28.9%。零售85.6万辆，同比增长28.6%，环比增长6.4%。1-6月零售411.1万辆，同比增长33.1%。出口8.0万辆，同比增长12.3%，环比下降15.2%。1-6月出口58.6万辆，同比增长21.2%。

今年6月新能源车厂商批发渗透率45.3%，较去年6月33.8%的渗透率提升11.5个百分点。6月，自主品牌新能源车渗透率60.7%；豪华车中的新能源车渗透率34.4%；而主流合资品牌新能源车渗透率仅有7.4%。

2023年全年新能源批发结构中：纯电动69%、狭义插混23%、增程式8%。6月B级电动车销量21.8万辆，同比增长37%，环比增长10%，占纯电动份额39%。纯电动市场的A00+A0级经济型电动车市场回落，其中A00级批发销量9.4万辆，同比增长14%，环比增长15%，

占纯电动的17%份额，同比增长1个百分点；A0级批发销量11.8万辆，占纯电动的21%份额，同比下降10个百分点；A级电动车10.8万辆，占纯电动份额19%，同比下降1个百分点；各级别电动车销量分化，消费升级的态势明显。

今年6月新能源车国内零售渗透率48.4%，较去年同期34.9%的渗透率提升13.5个百分点。6月国内零售中，自主品牌的新能源车渗透率72.5%；豪华车中的新能源车渗透率29.8%；而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有7.4%。从月度国内零售份额看，6月主流自主品牌新能源车零售份额68%，同比下降1个百分点；合资品牌新能源车份额4.1%，同比下降0.6个百分点；新势力份额19.1%，小米汽车等品牌拉动新势力份额同比增长6.3个百分点；特斯拉份额6.9%，同比下降4.3个百分点。

伴随着中国新能源车的规模优势显现和市场扩张需求，中国的新能源产品品牌越来越多地走向海外，在海外的认可度持续提升，虽然近期受到外部国家的一些干扰，但长期看

新能源出口市场仍然向好。6月厂商出口方面，比亚迪：26,995辆、特斯拉中国：11,746辆、上汽乘用车：6,718辆、长城汽车：3,299辆、华晨宝马：3,271辆。作为与纯电动零碳车型对应的燃油车大类，在海外市场的“油电平权”的大趋势下，插电车型依托低油耗长续航的优势，海外市场替代燃油车的表现日益突出。

6月新能源乘用车企业总体走势较强，比亚迪纯电动与插电混动双驱动夯实自主品牌新能源车领先地位；以赛力斯汽车、理想汽车、长安汽车、零跑汽车等为代表的增程式电动车表现尤其突出。在产品投放方面，随着自主车企在新能源路线上的“多线并举”策略的实施，市场底盘持续扩大，厂商新能源月度批发销量突破万辆的厂商达到19家(同比增加6家，环比增加3家)，占新能源车总量90.4%(上月88.8%，去年同期82.7%)。其中，比亚迪340211辆、特斯拉中国71007辆、吉利汽车65959辆、长安汽车53827辆、理想汽车47774辆、赛力斯43850辆、上汽通用五菱42244辆。

赛力斯汽车超级工厂智能化生产作业现场 新华社发