

两年一届的上海车展,4月19日如约而至。本届车展展出面积超过35万平方米,规模创历史新高。同时,在参展阵容上,本届上海车展共吸引来自18个国家和地区的1000多家国内外知名企业踊跃参展,展出整车1400辆,其中全球首发车113辆、新能源车159辆、概念车56辆、外国公司亚洲首发车44辆。在中国成为世界重要汽车市场的局面下,本届上海车展在集中展示汽车行业最新技术的同时,也根据市场需求,诠释汽车产业SUV化、电动化以及自主品牌高端化的发展趋势,并成为引领造车趋势的风向标。



## 上海车展成制造业风向标

### SUV车型持续火热

作为国内汽车重要的细分市场车型,SUV的热销无疑是近年来的最大亮点。根据公布的数据,去年国内乘用车销量为2437.69万辆,同比增长14.93%。其中,SUV销售达904.7万辆,同比增长44.59%,对去年乘用车销量增长的贡献度高达88.1%。

SUV市场的持续火热,使得本届上海车展成为各车企竞相展现SUV阵容的舞台。其中,依靠SUV车型在近年异军突起的自主品牌,继续加码该细分市场,推出众多SUV车型。以GS4、GS8等车型实现销量突破的广汽传祺,去年销量超38万辆,同比增长96%。为了进一步丰富自身SUV产品线,广汽传祺在本届上海车展推出GS7,而广汽传祺方面将该车型的月销量目标也定为5000辆。

与此同时,长安CS55也在本届上海车展全球首发,作为一款紧凑型SUV,该车型瞄准逐渐成为购车主力军的年轻消费群体,通过色彩多变的设计,以及智能科技,抢占SUV细分市场。此前长安已经推出CS95、CS75、CS35、CS15,在长安CS55上市后,长安已经基本完成SUV市场不同层级的产品布局。

事实上,SUV的热销并非中国独有的现象,该车型在全球范围内的销量增长势头依然强劲。以欧洲市场为例,数据显示,去年欧洲乘用车销量为1500万辆,其中SUV和跨界车型销量占总体销量的25%。因此,在本届上海车展上推出SUV新品,也成为国外车企的主题之一。去年在华出现销量下滑的东风标致和东风雪铁龙,纷纷将SUV作为

重头戏。其中,东风标致旗舰SUV——5008正式启动预售,同时东风标致总经理李海港表示,东风标致已将今年定为“东风标致SUV年”,力争在SUV市场赢得竞争新优势。

### 电动化趋势凸显

在国家大力发展新能源车的背景下,本届上海车展,车企电动化趋势越发明显。数据显示,去年国内新能源车销量为50.7万辆,同比增长53%。依靠新能源车销量的高速增长,超八成国内新能源车企净利润实现同比增长。为了持续在该领域发力,比亚迪在本届上海车展推出宋DM、宋EV300两款新能源SUV车型,分别主打插电式混合动力和纯电动车型市场。其中宋DM在混动模式下,1.5TI涡轮增压引擎配合前后电机,最大功率为333千瓦、最大扭矩为740牛·米,百公里加速4.9秒,超越百万级豪车。

近年来在新能源车领域不断加码的奇瑞,在本届上海车展推出艾瑞泽5e,该车型不仅使用奇瑞全新研发的M1X平台,综合工况续航里程更能达到351公里,每小时60公里等速工况可行驶400公里以上,而且最高车速达152公里/小时。

值得一提的是,与自主品牌相比,国外车企更加看重中国新能源车市场的“大蛋糕”。大众在本届上海车展的三款首秀车型均为新能源车。大众汽车集团CEO马蒂亚斯·穆伦表示:“大众集团将在今年投入300亿元研发新能源汽车,并在2025年前提供150万辆纯电动汽车,电动车续航里程都将达500公里。”此外,上汽通用别克推出旗下首款增程式插电混合动力车型——VELITE 5,该车型在

纯电状态下行驶里程为116公里,单次加油的综合续航里程高达768公里。

### 自主品牌冲高端

在本届上海车展113辆全球首发车中,自主品牌占据83辆。近年来,随着自主品牌创新能力的增强,以及拥有核心技术数量的增多,自主品牌已经成为国内市场的生力军。但是,面对国内汽车市场需求逐年放缓,以及自主品牌销量的增长,合资品牌和豪华品牌纷纷采用价格下探的方式抢占市场份额,自主品牌开始选择推出高端品牌,在提升品牌形象的同时,向上抢占份额。

本届上海车展上,WEY(长城高端品牌)、LYNK&CO(吉利高端品牌)等自主品牌均携旗下新车型参展。其中,WEY品牌VV7C、VV7S正式上市,VV5车型也首次亮相。而LYNK&CO则带来首款车型——01准量产车。

据了解,LYNK&CO品牌基于中级车基础模块架构“CMA”建立。未来,LYNK&CO旗下车型将进军欧洲市场。此外,红旗H5在本届上海车展首发亮相。据透露,作为自主品牌,未来三年,红旗还将陆续推出多款新车型,覆盖从B级到E级轿车、SUV以及高端商务车等各个细分市场。

汽车行业专家张志勇表示,经过多年造车经验的积累,自主品牌已经实现从逆向开发到正向开发的转型,为自主品牌打造高端品牌贮备了实力,也提供了基础。

北京商报记者 刘洋

## 上海车展品牌关注度调查结果揭晓:大众关注度高

4月19日,上海车展正式拉开序幕,本届上海车展共吸引来自18个国家和地区1000多家国内外知名企业踊跃参展,展出整车1400辆,其中全球首发车113辆(外国公司30辆、中国公司83辆),新能源车159辆(国内厂商96辆、国外厂商63辆),概念车56辆,外国公司亚洲首发车44辆。汽车盛宴,名副其实。

面对让人眼花缭乱的展台,北京商报在上海车展期间,正式启动“上海车展品牌关注度调查”。本届上海车展以“致力·美好生活”为主题,关注全球汽车行业的最新变革与发展,聚焦新技术、新趋势、新产品给人类生活带来的无限可能。

随着新能源汽车产业链发展,目前中国在新能源汽车规模上已超越美国

成为世界最大的市场;此外,智能汽车、移动互联、无人驾驶等新兴技术也将成为未来汽车发展的重要议题。未来,汽车将不仅是单纯的交通工具,而成为维系智能住宅、智能电网和智能社区,建立低碳社会,与生活息息相关的有效移动手段。

本届上海车展期间,北京商报的调查

任务包括最受关注的品牌、最受关注的车型、最受关注的新技术、最受关注的新能源车品牌等项目。其中,大众、丰田、一汽红旗、东风风神、奇瑞等展台被消费者视为关注度较高的品牌。本次参与调查的车型涉及在本届上海车展上参展的企业和车型,调查方式将通过现场采集调查问卷的形式。(相关报道详见T3版)