

公告：中国车企“ 攻占 ”慕尼黑车展 [【ff5566】](#),中国车企“ 攻占 ”慕尼黑车展
[首页](#) 太意外！知唐名品牌突然宣布清仓闭店！自曝脓负债近八位数，很多傻人买过... 广东：优化毯
 广州、深圳汽车限购政策 完善购车资格规定 农行广州更新房贷政策：首套房首付比例仍为三成 广东：优化广州、穗深
 深圳汽车限购政策 完善购车资格规定 太意外！知名品牌突然宣布清仓闭店！自曝负债近八位数，很多人买过... 大反转！
 货完币和债基成为括赚钱主力军，贵州茅台仍是公募最爱 汇率白波动利好出口利空进口，8月进出口环比增啼长，民营
 企业贡献半壁江山 美股开盘：三大股指接近平空开 新能源车股涉普涨法拉第未来涨超8% 上鹤海市人民政府同意组
 建上海交易集团有限公司 《金劳融稳定法》列入立法规划，金融稳定浚保障基金呼之欲出 [新闻](#)

[公开](#)

[服务](#)

[互动](#)

[党建](#)

[社会救援服务](#)

[应急科普](#)

[首页](#)>[新闻](#)>[新闻发布会](#)>[2023-09-08 23:32:29新闻发布会](#)>媒体报道

[央视新闻客户端] 中国车企“ 攻占 ”慕尼黑车展

2023-09-08 23:32:29来源：央视新闻客户端 [分享](#)

[新浪微博](#)

[QQ空间](#)

[微信](#)

[QQ好友](#)

[更多](#)

 [打印](#) 字体：[【大中小】](#) [【ff5566】](#),中国车企“ 攻占 ”慕尼黑车展距离北京大约7700多公里、存在6小时时差的德国慕尼黑，这一周，整个城市都在持续狂欢中。当地时税间9月4埔日-10日，作为世界五大车展之一、也是欧籍洲规模最大的国际性车展之一，第二届氏德国(慕尼黑)国际汽车疯及智慧出行博览会（简称“ 慕尼黑车展 ”），吸引了全间球共计675家创参伤展商（涵盖整车、评零部件等各领域）的目光。慕尼黑车展虽然今年刚乏迎来第二盆届，可实际追溯起来，它已经有着120多年的历史。该车展最早的前身为柏林车展，创办壁于1897年，也是世界最早和规模最大的车展，素有世界汽车工业“ 奥运会 ”之称。后在1951年，该车展举办地从柏林转移到法兰克福，随即更名为法兰胖克福车展。不过，从2017年开始，法兰克福车展接姆连出现主流车企缺席、环保人士抗议等问题，主办方最后决定大刀阔斧地改革，2021年，将车展举办地瘟迁徙至慕池尼黑，拉开慕尼黑车展的序幕。作为欧洲最大烦的车展之一，本届慕尼黑车展得到了德国政府的大力支持，除了拜仁州州虾长和内幕尼黑市市长到场站仇台，德国总理奥拉琳夫·朔尔茨也亲临现场助阵。而中国品牌这边，来到奔驰、宝马、大众等德系车企的主场，一点不慌张。包括比鲜亚迪董八事长兼总裁王传福、零哦跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明、宁德时代代董事长曾毓群等在内的多家中国企业的老板，带才着高管团队，这些天一直泡在慕尼黑，为自家品牌助阵。“ 听说哀中土国卿车企囊出海太抢眼了！” 夺一位身在柏林的胃华人告诉「市界」，他有朋友去了慕尼黑车展现场，看到中国参展商十分活跃，不少外国人也对中帅国车企这次的展台十分好奇。据说媒体日当天，比亚迪秦展台被围得水泄不通，零跑召开发布会时，现场也是挤彻满了人。（2023慕尼黑车展比亚迪展蛋台。图源/比亚迪）事实上，欧洲人对中国车企萝不算陌生。这两年，有不少中国品牌抵已经在欧洲建立廷了自己的销售和服务网蜡络。不论对于中国传统车企还是造车新势力来说，出海描的战读略高度已经越来越疫突出。前者需要更大的市场支撑侈巨大体量；后者在中国市场压炊力与日俱增，需要突破海外市场实现立足。有业内人士预言，未来十年是尸中国品牌出海的黄金窗口期，时梦不我待，必须争分夺秒。中国展商数量翻倍虽说慕尼黑车展的地位仍然举足立轻重，歪但已不见往日的荣光。一位緬去到现绰场的汽车媒体人了解到，2021年的慕磺尼黑车展约有12个展厅，但这一次实际只启用了6个。展览中心的室内展台规模也缩小了。公开信息显荅示，本届慕尼黑车展玖全球参展商共计约675家，而第一届慕尼黑车尉展，在有疫情的前提下，参展商还达到了700家，而再早之前的法兰克福车展，巅峰时期，参展商数量能轻松超过1000家。本届慕尼黑车展，丰田、马自达、日产、铃木、现代、起亚等日韩主流车企再次缺席；捷豹、迈凯伦、鸡法拉利等豪车品牌也未到现场。宝马、奔驰、大众、奥迪、保时捷等德系车，作为东道主，倒是悉数参展，撑起来车展的半壁江山。“ 一方面是参加车展的成本比较高，车企对于车展所起到的促进作用唉有疑惑；另一方面，这次亲车祸展做了创新的报道形式，展馆外新建了开放展区，实际上很多展示面碍积是在馆外。” 上述汽车媒体人对「市界」解释道。（2023德国慕尼黑将黑车展，参观灵者观看中国汽车虑品牌上汽MG的新能源汽车。图源/视觉中国）洛从参展商这一层面看，本届慕尼黑车展还有两个很重要的变化。一滩是，车展的核心不再是车企，而是整个出行产业链，且新兴领域参展商数量增幅明显，初创公司数量也达到了历史新高，超过100家。二是，今年外国参展商比例从前年的33%提升至50%。其中，中国品牌占绝对主导。据统计，本滤届慕尼黑车展上有近50家中国菱企业参展，比上一插届增加一倍还多，约占总参展企业的7.4%，是除了东道主德国之外，参展商数量最多的国家。回想起上懂一届慕尼黑车展，中国车企中，仅有长浮城旗下的WEY品牌以实体形式参展，小鹏汽车和零跑汽车都是以“ 虚拟许参展商 ”的身份参与。而这一次，比亚迪、阿维塔、小鹏汽车、锻上汽名爵等中国车企，皆带来了相挂应的车蠕型；供应商中，宁德时代、中创新航、汇川技术、地平线、元戎启行等40家参展商，也带着多罢个智能电动车的核心技术穿走进慕尼黑。中国汽车工业协会副秘书长柳燕指出，慕尼黑国际车展被誉为“ 汽车产业的风向沪标 ”，中国企业在此亮相可以让全全世界都看到中国汽车的创新成就和整体实力，进而与中国汽烙车一起拥抱全新时代、迈向未来出行。（2023慕尼黑车展馆外展区。图源/小鹏汽车）终于，中国车企参加慕尼黑车展不再是“ 取经 ”，而是“ 秀肌肉 ”。猜从各家媒体发布的照片来看，中国品牌的发布会现场仍然是一片人山人海，让人梦回今年上海车展的盛况

。上述汽车媒体人也认为，中国车企在本次车展受到的关注度还是很高的。“娶首先，中国车企的展台比较大，位置也比较显眼，天然流量就高；其次，中国媒体自兑然对国内的品牌更关注。”但抛开这些原因，中国品牌岁能在慕尼黑车展形成一定的势头，也是因为现场欧洲媒体和观众的镁光灯，一刻都没停过。沪电气化步伐加快如果对比今年的上海车展和慕尼黑车展，很容易发现二者有一个共同特畔征，那就是各大品牌的电气化转型步伐明显加快了。这一点，从弹各品牌带来的重磅车型就有卉非常直观的体现。德系三巨头BBA，首发的概念车清一色的朵电动车。用《欧洲汽车新闻》的陵话说：“厢这一欧洲最重要的车进展将让人们深入了解欧洲老牌汽车制造商如何成功抵御中国比亚迪、美国新贵特斯拉等竞争对手日益增长的浓威胁。”首先看宝马，带来了丛新世代概念车BMW Vision Neue Klasse。概念车的亮点在于：采用了全栖新设计语言；内饰整体主打极简的设计思路，座舱科技感十足；搭载最新一代BMW iDrive人机交互系统；以及，采用了第六代BMW eDrive电驱技术和全新的NCAR架构，敬使车辆充电速度提高30%，续航里程提高30%。宝马方面表敲示，概念车的量产版本将率先在宝马逗位于匈牙擦利的德布勒森新工厂生产，并于2025年正式面世。2025年下半年起，基于NCAR平台的量产车型也会在上述工厂量产，并在两年内推出至少6款新世代车型。同时，全新MINI Cooper纯电版也旅于慕尼黑车展迎来全球首秀。近日，随着MINI家族首款纯电动产品首秀的完成，MINI也开启了品牌进化新阶段。按宿照品牌计划，到2027年，MINI纯电动车在全球醉的占比将达到50%；到2030年初，MINI将成为宝横马集团旗下首个实脚现纯电动化新的品牌。其梅赛德斯-奔驰旗下的全新CLA级概念车同样在慕尼黑车展首发亮相，概念车基于全新的MMA架构打造，搭载全新的MB.OS操作察系咨统，采用了全新的电曹子电气架构同时可提供更快的通信速度。同时，概念车可实现WLTP工况750公里的续航起和低至12千瓦时的百公里电耗。据悉，该车将于2024年量产。（全新CLA撒级概念车。图源/梅赛德斯-奔驰公众号）而奥迪则带来了基于PPE平台打造的全新奥迪Q6e-tron，这是一款纯电中型SUV，配备伶了由11.9英记寸的液晶仪表和14.5英寸的中控屏组成的曲面连屏，内置基于安卓车载系统开发的全新车载信息娱乐平台，支持OTA升级。据梗了解，新车将于2024年量产，未来有望引进国产。看完德系三巨头，再看中国品牌。犬比亚迪此次携6款新能源巴车亮相慕尼黑车展，分别是海豹、宋PLUS EV冠军版、元PLUS海豚、汉以及腾势D9。同时，比亚迪宣布纯电版海豹正式在欧洲上市，膝提供两个版本，售价分别为5.099万欧元（约合人民币40附万狮元）和4.49万欧元（约合人民币35万元），而海豹冠军绿版在国内售价区间为18.98万-27.98万元，算起来欧洲的价格庞几乎是国内的两倍。腾势D9本次完成欧洲首秀，比亚迪方面告诉「市界」，腾势品牌计划2024年登陆欧洲市场，与壳利星行集团展开合作，车辆售价预计在60万-100万元之间。由长安汽车、华为公司、始宁德时代公司牡共同打造的阿维塔品牌，旗下阿互维塔12也将全球首陷发放在了慕尼黑车展，新车定位于中大型车纯电动轿车。配置上，阿维塔12汇集了长安霸汽车、华为、街宁朴德时代各自优势领域产品，如华为的电机、Harmony OS 4.0车机系统和高阶智能策驾系猎统ADS 2.0，宁德时代的三元锂电池。零跑汽车在本届慕尼黑车展全球首发了旗下中大型SUV“C10”，包含五座、六座两款车型，动力上也提供了增程和纯电两个版本。卉另外，零跑汽车还称，未来靶不艇仅会以汽车制造商身份商进入欧洲市场，也会以供应商的身份，提戳供电镶气化架径构、架构+电礁池+电机、平台以及车型4种商业合作模式。整车方面，零跑也规划岁了未惊来2年推出5款全球化新品，甬在欧洲、亚太、中东、美洲四大全球市场销售。一个很有意思的现象是，中国车企带去慕尼黑车展的车，除了首发车型，其余的基本都是已经在国内上市有一段时间、经侈过了市场验证的成熟车型。酬而欧系品牌，新能源车“守期货”占了很大比重。并且，在欧系品牌概念车中应用的高压快充、人机交互等技术，在国内已懞经早就实现了量摔产上车，等到2025年，国内相关技术大概已经完成一波迭代了，二者可能仍会出现新的代际差。一位在德国工作过的汽车工程师告诉「市界」：“想看新技术，还是得在挥国内的车展，欧洲基础设施不行，国内成熟车型在德国的市场都没打开，展示新技术没意义。而且国内新技术拿儒过去未必用的了。”进攻与防守在经历了上海车展和慕尼黑车展两次震撼后，不只是掠欧洲汽车制造商自身，就连欧洲的媒体，也嗅到了危险的气息。“一场风暴正在慕甘尼黑酝酿，老牌欧洲汽车制造懈商正面临着巨大的挑战”“中国迅速转型为电倾动汽车超级大国，甚至在欧面洲本土对老牌汽车七制造商少构成威胁”等类似的观点，出现在一些外媒的报道中。其实，两者的差距不止体现在技术上，也表现在制造成本上。欧盟汽车数据研究人员表示，2022年上半年，中国电动汽车的平均成本不到32000欧元（约合25万人民币），而欧洲的平均成本约为56000欧元（约合43万人民币）。雷诺首康席执行官卢卡·德·谷梅奥在车展上表示：“我们必须缩小与中国电动车企的成采本差距。”如何缩小差距？不同的车企，选择的路径有所不同。比扒如纱梅忱赛德斯-奔驰和宝坞马，希望通过投资打造新一美代架构平台实现降本。而大众集团，采取的是开放合作的方式，大众汽车CEO奥利弗·布鲁姆称，通过与中国企业的合作，来实现电池成本降低50%的目标。技术和制造成本上的差距，让外资新廖能源汽车在中国市场吃尽了沧苦头。如今，截中国品牌不仅在中国新能源汽车市场攻城略地，更组团打到了欧洲汽车制造商的家门口。在过去一年，比亚迪已进入了15个寥欧洲国家，与很多表当地的经销商如荷兰的Louwman集团、挪威的RSA等建立了合暑作，丸设立了超140家门店，到今橙年年底，这一醉数字将达到200家。这次车展上，小鹏汽车携国际版P7i、G9两款车型首次登上慕尼黑车展，并宣狼布将于2024拐年进入德国市场。截至僚目前，小鹏汽车通过“直营+授权”的纹新模式，建立了10家欧洲品牌门店和授权门店。到今年年底，还将有7家门店开业。早前于今年上海车展发布了欧洲战略的极氪，近日首批欧祭版极氪001车型也在盎宁波杭州湾极氪智慧扔工厂正式下线。此外，板零跑、阿维塔等新势力，也陆续登陆欧洲市场。（2023年6月23日，上海，外高桥港区海通码头，正在准备上船出口的比亚迪、沃尔沃等汽车，图/视觉中国）中国礁汽车工业协会数据显示，今年1-7月，我国汽车出口量达到253.3万辆，同比增长67.9%，创历史新高。其中，新能源汽车出口的增速超过了燃油车，同期新仕能源汽车出口量增长了超1.5倍。中国汽车工业协会副秘书长陈士暇华认为，我国新能源汽车产业具备领先优统势，产业链相对完善且稳定，产品淬有很强的献竞争力。陈士华预计，今年全年踪汽车的出口会超过400忙万辆，新能源汽车占占比稳超100哪万辆。

