

迭代快 重研发 集群化

——新能源汽车产业发展趋势观察

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示,7月份、8月份我国新能源乘用车零售销量均超过燃油车。

在汽车市场产销普遍承压背景下,新能源汽车渗透率一路走高,产业发展呈现哪些新趋势?在2024世界制造业大会上,记者走访业内人士,寻找答案。



2024世界制造业大会上展出的一款新能源商务车。

趋势一:产品迭代提速 用户体验“上新”

鹰眼大灯、夸张的尾翼配合流线型车身,一款比亚迪的电动超跑正在展台上摇摆“蹦迪”。

“牛!”参观展会的合肥市民田蕾瞪大眼睛竖起大拇指感叹道,“我第一次看到车四只轮胎不动,车身竟然能如此上下左右摇摆。”

在2024世界制造业大会上,多款新能源智能网联汽车亮相,让参展观众沉浸式体验前沿“黑科技”。

这边的车“蹦迪”欢,那边的车写文忙。“写一篇关于开学第一课的发言稿”,一辆搭载了讯飞星火大模型的奇瑞星途星纪元ES,接收到参展观众的指令后,瞬间开始在大屏幕上逐句呈现。

文心一言、讯飞星火、通义千问等AI大模型纷纷“上车”,电动化加速,智能化进阶,新能源汽车与人工智能等新技术融合持续深化。

新能源汽车产品迭代提速。展馆中,蔚来新品牌乐道带来其首款家用车型乐道L60,吸引了不少参观观众驻足。蔚来汽车董事长李斌介绍,9月19日刚刚发布的乐道L60,距蔚来上一款新产品发布还不到5个月。

极氪7X、阿维塔07、智界R7……今年以来,不同车企纷纷推出新款车型,引发市场关注。业内人士介绍,目前零跑、极氪、比亚迪等车企已将产品迭代速度缩短至半年左右。

产品迭代快,源于新技术不断突破。走在2万平方米的展区,新能源汽车相关新技术令人目不暇接:全固态电池研发实现新突破,充电实现“液冷超级快充”,线控底盘成高阶智驾标配……

中汽协副秘书长陈士华说,新能源汽车供给端的持续“上新”,丰富了产品体系,提升了行业整体品质,更多的消费选择激发了需求端消费活力,进一步拓展了市场空间。

中汽协数据显示,截至6月底,中国新能源汽车累计产销量已突破3000万辆大关。今年前8月,我国新能源汽车产销量分别达700.8万辆和703.7万辆,同比分别增长29%和30.9%。

趋势二:重视研发投入 筑牢竞争优势

行业“上新”快,源于车企舍得为创新“买单”。

多家车企近期已陆续公布2024年上半年财报。其中,比亚迪上半年营业收入超3000亿元,同比增长15.76%,而研发支出同比增长41.64%至201.8亿元,远超同期的净利润136.3亿元。

据比亚迪相关负责人介绍,截至目前,比亚迪累计研发投入已达近1500亿元,建立了11个技术研究院,拥有超10

万名研发人员……

上半年研发投入超出净利润的远不止比亚迪一家。上汽集团研发投入达89.6亿元,净利润为66.3亿元;吉利汽车研发投入达45.5亿元,净利润为33.7亿元;长安、东风、广汽的研发投入均高于净利润……

车企相继加大创新投入的背后,既有企业主动作为、抢占市场先机的前瞻性布局,也是企业在市场竞争中生存发

展的必然选择。

“在充分竞争格局下,汽车市场进入淘汰赛。”李斌说,持续的研发投入有助于车企建立技术优势,保持行业领先地位。

中汽协常务副会长兼秘书长付炳锋说,我国新能源汽车产业发展起步早,市场开放度高,充分而激烈的市场竞争,在一定程度上倒逼新能源车企不得不高度重视研发投入,持续加大创新力度,“惟创新者能致远”。

趋势三:打造产业集群 健全产业生态

“新能源乘用车零售销量超过燃油车,是汽车行业绿色转型的重要里程碑。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树说。

迈入新的发展阶段,我国新能源汽车产业集群化发展趋势愈加鲜明。

安徽省将汽车产业确定为“首位产业”,构建“合肥-芜湖”双核联动、其他各市多点支撑的一体化发展格局;深圳智能网联汽车产业链上下游企业分布密集,智能网联汽车测试道路不断“扩容”;重庆

力争2024年智能网联新能源汽车产量突破100万辆,计划到2027年建成万亿级智能网联新能源汽车产业集群……

“未来5到10年是全球新能源智能网联汽车格局形成的关键期,创新生态和应用生态是重要引擎。”中国汽车工程学会理事长张进华建议,抢抓窗口期,完善法律法规标准,加快形成规模化、商业化、常态化的应用生态系统,持续巩固智能网联汽车领先优势。

人才是产业长远发展的根基。合肥

工业大学校长郑磊认为,应加快新能源汽车学科建设,快速提升学科专业和产业人才需求匹配度;增加学科的创新实践环节,培养学生创新思维和解决工程问题的能力。

付炳锋表示,要依托超大规模市场和全产业链比较优势,着重加强创新政策供给,推动产业链上下游协同联动,巩固提升全产业链竞争力,在此基础上,优化产业空间布局,进一步促进新能源汽车产业集群建设。

新华社

新技术、新产业、新国潮……

上海国庆假期消费“新新”向荣

国庆假期,足不出“沪”,会有哪些新奇的消费体验?

或穿梭于弄堂中,或行走在一江一河沿岸,感受现代科技和古老建筑碰撞下的光影“交响”;光顾上海首座邮轮主题滨水文旅综合体“上海·海上世界”,在上海国际邮轮旅游度假区来一次家门口的“微度假”;浏览丰富多样的数字IP主题展览,买“谷子”、集章卡,体验一把新国潮消费热度。

新技术、新产业、新国潮……国庆期间,上海“新新”向荣的消费市场,让市民游客享受城市里的美好假期。

新技术:光影照亮“夜经济”

这个假期,“夜上海”着实让人大饱眼福:石库门里,老建筑被灯光点亮,换上“新皮肤”;黄浦江边,无人机创意光影秀在夜空中上演;苏州河畔,AIGC投影秀让印象派大师画作栩栩如生……

当下,首届上海国际光影节正在举办。国庆假期,上海各区聚焦“一区一主题、一区一特色”,在重要商圈、公共文化设施、主要旅游景区等推出了各具特色的光影秀。在AIGC等新技术的赋能下,光影有了新的呈现方式,散发出别样的魅力,也为市民游客带来了全新体验。

“我是第一次在上海过国庆节,感觉这里的节日氛围很浓,特别是夜晚的灯光,很有创意。”陈先生今年刚刚来到上海工作,于国庆当天和朋友在南京西路的张园聚会。

数据显示,首届上海国际光影节自9月19日开幕以来至10月3日,共举办129场精彩纷呈的主题活动,设置了119处特色打卡点,联动900余处“商旅文体展”场所,共同点亮上海1100余栋重要建筑。

作为今年“上海之夏”国际消费季的标杆活动之一,首届上海国际光影节还联动重点商圈,推出“票根经济”联动活动,消费者不仅可以“逛商圈、赏光影”,还可以“凭票根、享优惠”,进一步放大光影节“票根经济”效应。

新产业:家门口的“微度假”

“印象中的宝山滨江是灰扑扑的老

码头,现在蜕变成繁华现代的邮轮母港,我从没在滨江见过这么多的人。”小许是土生土长的上海宝山人,国庆当天,她和家人一同来到宝山滨江观看“无人机+烟花”表演后感叹道。

作为首个“中国邮轮旅游发展示范区”,宝山区近年来加快邮轮旅游产业落地,整合全域文旅资源,激发消费活力。

国庆前夕,上海首座邮轮主题滨水文旅综合体“上海·海上世界”投入运营。这座集文化旅游、“微度假”与日常消费为一体的超级体验中心,紧邻上海吴淞口国际邮轮港。国庆期间,这里还举办了海上戏剧节、滨江潮趣市集等丰富多彩的“海上欢乐场”主题活动。

除此之外,在以邮轮港为中心的滨江岸线上,长滩观光塔、音乐厅等新地标接连焕新亮相;2024年世界F1H2O摩托艇锦标赛中国上海大奖赛在这里举办,这是该赛事时隔20年再次回归上海……

邮轮经济带火的新兴旅游产业,既让来往邮轮的“流量”变为“留量”,也为本地市民提供了家门口“微度假”的好去处。“边欣赏着滨江岸线的风景,看着邮轮进港出港,边享受美食,是一种不可多得的奇妙体验。”小许说。

新国潮:数字IP“谷子”热

同样引燃上海国庆假期消费的,还有“二次元”文化。

在静安大悦城南座3楼中庭,“光与夜之恋×线条小狗”联名快闪店前排起长队,“二次元”爱好者们乐此不疲地互相分享着刚购入的“谷子”;在五角场万达影城,《原神》游戏与万达电影合作推出的“银幕绮旅 拾光之约”系列活动正在举行,前来打卡的爱好者们集卡片、买周边。

“谷子”,即Goods,指的是小说、动漫、游戏及影视作品的数字IP衍生的周边产品,如徽章、钥匙扣、挂件和玩偶等。当下,国产数字IP火热,很多小说和游戏深受年轻人喜爱。

“我是《魔道祖师》的忠实粉丝,前阵子在社交媒体上看到10月份上海静安大悦城有限快闪店,正好碰上国庆假期,就打算来‘吃点谷’,顺便旅游。”来自广东的林女士告诉记者。

国产数字IP从线上到线下的转化,既打破了“次元壁”,也燃动了新国潮,更激发了“二次元”经济活力。 新华社



“上海·海上世界”开业,“海上欢乐场”夜晚活动现场热闹非凡。

“讲文明 树新风”公益广告

注重节约环保

争做光盘一族

