

# 广州汽车展新能源车渐唱主角

## 展出新能源车激增69.72%，占比达23.6%

□本版文、图 信息时报记者 罗晓彤

11月19日，第十九届广州国际汽车展览会(以下简称“广州汽车展”)在中国进出口商品交易会展馆正式开幕。根据车展组委会信息，本届展车总数达1020辆。记者现场走访看到，新能源汽车已成为本届广州汽车展的重头戏，同时自主品牌也展示出强大的韧性。此外，随着各大汽车品牌展台的互动性、体验感以及个性科技化元素增多，观众进展看车逐渐变成“玩车”，车展的属性不再停留在车企展示车型、消费者看车的层面，更多的是车企向消费者传达品牌理念、消费者享受个性化体验。

### 多家新能源车品牌首登广州汽车展

记者从车展组委会了解到，本届广州汽车展以“新科技 新生活”为主题，共使用广交会展馆A区全部13个展厅及B区3个展厅，以及A区南北广场室外展区，展会规模达22万平方米。现场共展出1020辆车，其中全球首发车54辆，跨国公司首发车7辆；概念车28辆，其中国际品牌展车9辆；国内外参展车企共展出新能源车241辆，占比为23.64%，其中国外品牌展车88辆。

对比上届广州汽车展，本届展会规模并未缩减。在参展车型方面，本届广州汽车展全球首发车新增16辆，其中跨

国公司首发车少了2辆；概念车增加了8辆，其中国际品牌展出情况不变；而国内外参展车企展出的新能源汽车数据变动最大，相比去年的142辆增长了69.72%，外国品牌新能源展车则增加了46.67%。

不难发现，新能源汽车正逐渐成为车展重头戏，国内外的各家车企都在紧抓新能源汽车的发展大势。记者了解到，蔚来、小鹏、理想、零跑、高合HiPhi、赛力斯、威马、飞凡汽车、欧拉、几何汽车、合创等新能源汽车品牌均携旗下最新的新能源汽车产品亮相现场，其中岚

图、智己汽车、ARCFOX 极狐、极氪、沙龙、合众等品牌是首登广州汽车展。除此以外，不少传统车企也把本届广州汽车展当作其最新新能源汽车产品亮相的主舞台，如东风日产e-POWER中国首款车型在车展上开启预订、广汽三菱全新纯电SUV阿图柯迎来首次实车亮相并开启预售、全尺寸豪华智能纯电MPV上汽大通MAXUS MIFA 9首发亮相、广汽本田旗下e:N系列首款纯电动车型e:NP1迎来首次向公众全方位开放、东风悦达起亚携基于起亚全新电动车专用平台开发的首款车型EV6亮相现场等。

### 自主品牌携高端品牌集体亮相

从车展组委会公布的参展车型数据来看，无论是全球首发新车、概念车，还是新能源汽车，自主品牌都在数量上占有绝对的领先优势，尤其是在发布的241辆新能源汽车中，自主品牌车型占了153辆。

值得一提的是，各大自主车企的高端品牌几乎全员出席了本届广州汽车展。记者了解到，长城汽车在车展上揭开了高端品牌沙龙的面纱，并推出首款车型机甲龙；东风汽车在新能源市场上的高端品牌岚图汽车全球首发了第二款车型梦想家；吉利汽车今年3月底发

布的全新高端品牌极氪携豪华猎装轿跑ZEEKR 001参展，并在现场发布了涵盖“智能、高效、尊享”三大服务亮点的用户服务品牌ZEEKR Care；承载着上汽集团高端化重要使命的智己汽车以及飞凡汽车，均携旗下最新产品和成果亮相现场，其中智己汽车首发亮相全新量产概念车AIRO并发布“3+1”战略构想，飞凡汽车则迎来独立运营之后的首次公开亮相，并携旗下首款旗舰车型飞凡R7、智能电动SUV飞凡MARVEL R等重磅车型参展；北汽集团的高端新能源汽车品牌极狐，则在车展现场

发布了与华为深度合作的极狐阿尔法S全新HI量产版。

而自主品牌发布的新车除了在数量上有优势外，受消费者欢迎的程度也是可圈可点。记者从品牌方了解到，长城汽车推出的高端轿车品牌沙龙汽车于开幕日当天开启101台全球限量版机甲龙的预订，售价高达48.8万元，仅3.5小时便被抢订一空；预售价格为33.5万~39.5万元的坦克500，在广州车展开启预售，一小时订单数量就突破了2万，且这个数字还在不停地上涨。

### 观众看车展 逐渐变成“玩车”

对于消费者来说，如今汽车不再是简简单单的代步工具，它正从以往单纯“以车为中心”的出行工具转变成“以人为中心”的“移动第三空间”，尤其是年轻消费者，他们更在意个性化、科技感的用车需求。而从近几年车企的品牌营销、车型设计来看，显然众多汽车品牌都意识到这一点，针对消费者在这方面的需求，他们还在车展的展台布置上下足功夫。

记者在车展现场走访后发现，相比往届，本届广州汽车展上各大参展车企的各家展台布置变得更加注重互动性与体验感，并融入了更多个性化、科技感元素，其中最为直观的便是展车的展出形式，展车不再是原厂原车的外观，而是加入了用车场景的改装车。比如，比亚迪汽车展台的一辆元PLUS，车上装帐篷、车后装洗手台，营造了户外露营的用车场景；东风日产展台上的一辆全新一代奇骏，通过模拟雪地、沙地等极地路况以及车辆经过地路况的行驶状态，全新一代奇骏深化了其“全域探享SUV”的定位；魏牌展台的一辆圆梦，通过牌坊、斑马线等元素，把一条复古街道搬进了车展现场。

同时，本届广州汽车展也成为车企展示自身技术实力的平台。记者注意到，包括广汽集团、东风日产、东风悦达起亚、小鹏汽车、上汽通用别克等多家车企都在车展现场展示了其王牌技术产品，如小鹏汽车的飞行汽车旅航者X2、上汽通用别克智能座舱等。广汽传祺还在展馆现场设立了混动技术专区、自动驾驶智能专区、多维共创空间，其中的自动驾驶智能专区，体验者坐在高空中的座舱里，就能像坐缆车一样在高空俯瞰整个展馆。而一汽-大众通过四个互动环节，如根据指令寻找汽车部位、回答相关车型技术问题等，消费者可以在获取积分兑换礼物之余还能加深对品牌的了解。

那与上一届相比，本届广州汽车展给消费者带来的体验感会有何不同呢？在专业观众日，记者随机采访部分前来看展的人士，不少人表示本届广州汽车展元素更多，互动性也更好了。连续参加三届广州汽车展的曾先生告诉记者：“以前的车展就是成品车做展示，加入汽车用品展和零件展就算是多元化了。这次车展，除了有改装车，还可以买衫、裤、鞋、袜、首饰，汽车文化氛围越来越浓烈，这些就是变和创新吧。”

### 广州汽车展知多D

**展出时间：**11月19日至28日。其中11月19日为媒体日，仅对国内外媒体及特邀嘉宾开放；11月20日至21日为专业观众日，门票为100元；11月22日至28日为公众日，门票为50元。

**展馆地址：**广州中国进出口商品交易会展馆(广交会展馆)

**交通信息：**地铁可以乘坐8号线到新港东站、琶洲站下，路面公交可以搭乘137、139以及20路等。

车展现场。