

# 巴黎奥运进行时 场内竞技如火如荼 场外车企竞相露脸

晨报记者 罗佳明

北京时间7月27日,第33届夏季奥林匹克运动会开幕式在法国巴黎举行。身穿经典红色队服的中国代表团闪耀塞纳河畔。

作为一场全球性的国际盛会,巴黎的各大体育馆内,各国健儿挥洒汗水角逐金牌,而赛场之外的巴黎各个角落,则成为了商业品牌的竞技场,国际品牌多维出击,绝不放过一丝露脸机会。这其中,车企当仁不让扮演了重要角色,今天让我们一起来看看,从运输保障到赛事体验,奥运会中的汽车元素。



## ■ 国产汽车亮相巴黎街头

随着国内汽车市场进入存量时代,国内汽车市场“卷”到极致,出海已经成为车企的新方向。而奥运会,就是让全世界观众了解认识新品牌的绝佳机会。不少车企选择与国家队强强联合,4月8日,奇瑞汽车和中国国家女子排球队在国家体育总局训练局中体运动员之家正式签约,奇瑞风云、奇瑞瑞虎成为中国国家女子排球队官方用车,双方启动战略合作。7月20日,中国女排从漳州出发启程前往法国,开启巴黎奥运会的征程。而奇瑞则成为了中国女排此次出征巴黎的“专车”,为后者提供奥运期间全方位的车辆支持和服务保障,无论日常训练还是比赛出征,都将陪伴左右,携手共赴巴黎。

同为传统车企的一汽奔腾则牵手中国国家田径队,成为其官方合作伙伴,中国三级跳远项目最佳成绩创造者朱亚明和“跨栏女神”吴艳妮分别成为了一汽奔腾T90和一汽奔腾小马的代言人。在向冠军运动员赠送新车的同时,一汽奔腾还助力中国国家田径队出征巴黎,冲击新的荣誉。另外,比亚迪集团旗下新锐品牌方程豹汽车官宣与中国国家举重队达成合作,业内人士指出,双方的合作将不仅仅局限于品牌层面的互动与宣传,更将深入到技术创新、产品研发等多个领域。双方将共同探索如何将体育精神融入汽车设计之中,打造更加符合用户需求的汽车产品。

如果你亲自去巴黎观赛,那么在巴黎的大街小巷,或许最容易看到的便是包括宇通客车、中车电动、苏州金龙海格、安凯汽车等多家中国客车企业的大巴车。穿梭于巴黎街头,为来自世界各地的游客和观众提供绿色、环保、舒适的高品质观光出行服务,同时以时尚、前沿的设计装点着巴黎这座浪漫之城。有报道指出,一批特别定制的比亚迪K9电动大巴将在本次奥运会期间,承担起奥运村与运动训练中心的穿梭任务。该车拥有超过400公里的续航里程,采用先进的纯电动驱动技术,不仅环保节能,还能有效降低公共交通运营成本,提升运营效率。其车身设计独具匠心,与巴黎独特的建筑风格相得益彰,车身上醒目的亮色线条与红色的

BYD字样,彰显了比亚迪品牌的独特魅力。

值得一提的是,这些电动大巴均通过了法国国土交通省的严格认证,从踏板、扶手到座椅等细节都充分考虑了人性化需求。而比亚迪自主研发的电动汽车技术更是具有高效节能的特点,独特的能量回收系统能够有效回收制动过程中产生的能量,实现能量的最大化利用。

## ■ 赛事营销新玩法频出

除了传统的品牌营销方式,更多品牌也在追求通过新颖的方式吸引观众的眼球。7月17日,一汽红旗在“旗妙之夜”2024红旗粉丝盛典上宣布,巴黎奥运会每升起一面五星红旗,即送一台红旗EH7荣耀版,金银铜奖牌会获赠不同配置的红旗EH7。并面向粉丝发布奥运用车权益,鼎力支持中国奥运健儿冲刺巴黎奥运会。此外,一汽红旗还为所有粉丝准备了“升红旗,赠红旗”权益的PLUS版本,即巴黎奥运赛场上每升起一面五星红旗,红旗都将为一名幸运粉丝提供一辆红旗EH7的用车权益。在此前的东京奥运会和北京冬奥会期间,红旗品牌也均有为奥运健儿赠送红旗H9。

也有不少品牌选择直接在巴黎开店,早在6月7日,全球新能源销冠比亚迪就在位于巴黎香榭丽舍大街开设了首家新能源车旗舰店。开业典礼上,中国驻法国大使卢沙野、巴黎8区区长Jeanne d'Hauteserre、比亚迪执行副总裁李柯、比亚迪欧洲总经理舒西星等为新店剪彩,店内展出包括比亚迪海豹、海豚以及ATTO3等在内的比亚迪欧洲在售的明星车型,并在现场举行了首批客户的交车仪式。需要注意的是,在刚刚落幕的2024欧洲杯上,比亚迪也取代大众汽车,成为自欧洲杯创立以来,首家由中国汽车品牌担任的最高级别汽车类赞助商。接着,近期颇受关注的小米汽车,距离2024年巴黎奥运会开幕还有两天时间,小米在巴黎博物馆街区开设了「小米巴黎人车架全生态特展」,将小米SU7以及米家生态展现在全世界人面前。两者都吸引了各国游客前往拍照打卡。



小米董事长兼CEO雷军在其微博表示:“大批国际友人学会了‘小爱同学’的发音。还有不少体验小米新的小折叠和随身拍套装。”参观者均对此报以高度认可并体验到了小爱同学的各种神奇功能。同时,雷军也在直播中表示将争取2030年之前在欧洲销售小米汽车。不难看出,国内车企汽车频频现身国际顶级的体育赛事,背后则是强烈的全球化意愿。而随着各大车企的出海热潮席卷欧洲大陆,也标志着中国企业出海步入新的发展周期。

## ■ 丰田或将退出TOP计划

然而,并非所有品牌都对奥运会这个舞台充满期待。有报道指出,此前的奥运会全球合作伙伴丰田已经宣布,计划在8月巴黎奥运会结束后就终止其奥运会赞助。作为奥运会的TOP赞助商之一,丰田在2015年砸下8.35亿美元的赞助费用,一口气签下了三届奥运会(至2024年)的赞助合同。丰田公司正在提供奥运会官方用车,其中包括氢动力的500辆Mirai汽车和10辆客车,此外还有1150辆运送运动员的电动汽车。

据业内人士分析,导致丰田对后续赞助态度发生改变的原因或许有两方面,一是上一届东京奥运会爆发的一系列贪腐丑闻让该届奥运会在公众眼中形象急剧恶化。原本期待利用该届奥运会提高品牌知名度的丰田,也不得不在日本撤下了所有与奥运会相关的电视广告,而时任丰田首席执行官丰田章男也缺席了该届奥运会开幕式。二是在本届奥运会即将开幕时,包括剑桥大学、牛津大学和科罗拉多大学的科学家和工程师在内的120位学者联名用公开信的形式呼吁巴黎奥运会组织者用电动汽车代替丰田的Mirai汽车作为奥运会官方用车。遭到抵制的原因是氢动力汽车的尾气为零碳排放,但全球96%的氢仍然来自甲烷等化石燃料。这使得大多数氢动力汽车的污染程度远远超过电动汽车,只比传统的内燃机汽车稍微清洁一些。因此,丰田的氢动力汽车有悖于奥运会“净零排放”的理念。

## ■ 中国车企掀出海潮走向世界

截至北京时间8月4日晚,中国国家队以16金12银9铜的总成绩名列奖牌榜首位。回望我国的奥运历程,从1984年中国在重返国际奥委会后许海峰为中国射落首金,到2024年18岁的中国小将邓雅文首次出战奥运就代表中国队获得首枚小轮车自由式项目历史首金。中国体育人通过一个个冠军、一次次突破自我、超越自我,在赛场内外谱写出一曲曲荡气回肠的体育精神赞歌。这又何尝不是中国汽车工业前进的缩影呢?十年前,自主品牌尚处于起步阶段,连国内市场都被进口、合资品牌占据。而十年后的今天,中国已开始从“车企出海”向“全产业链出海”转变。不难预料,虽然目前还没有中国汽车品牌成为奥运会的官方出行合作品牌,但伴随着中国汽车的出海之路,这一天已经不再遥远。相信将会有越来越多的“中国制造”涌现,共同向世界展示中国力量的强大与魅力,传递中国态度和中国精神,让世界看到一个更加自信、更加开放、更加强大的中国。

