

巴黎车展见证 中国汽车品牌崛起

闻言培

2024年巴黎车展于10月14日至20日在法国巴黎凡尔赛门展览中心隆重举行。作为世界上历史最悠久的车展之一，巴黎车展不仅是各大汽车制造商展示最新车型和技术的重要平台，更是全球汽车行业趋势的风向标。今年的车展上，中国汽车品牌以前所未有的规模和气势亮相，成为车展上的一道亮丽风景线。

中国车企“组团”亮相

巴黎车展起源于1898年的国际汽车沙龙会，自1976年起改为双年秋季举办。本届车展上，中国车企不仅在数量上创下参展新纪录，更在创新和技术上展示了中国新能源汽车行业的巨大进步。比亚迪、红旗、广汽、小鹏、零跑、创维、AITO问界、东风汽车等几十家自主品牌集体亮相，展示了多款当家新能源汽车和未来概念车型。

作为中国新能源汽车行业的领军企业，比亚迪在本届车展上备受瞩目。比亚迪执行副总裁兼美洲地区总裁李柯在发布会上介绍了比亚迪目前的发展状况和未来的战略布局。她表示，比亚迪在全球新能源汽车市场的份额已达到23%，并计划通过不断推出新车型和技术创新来巩固和扩大这一优势。在车展上，比亚迪还推出了面向欧洲市场的“海狮07”型电动车。这款新车采用了海洋系列的美学语言，外观时尚动感，内饰宽敞舒适。更配备了先进的智能驾驶系统和动力性能，契合欧洲消费者对运动型家用轿车实用和环保的双重追求。首次亮相法国的仰望U8，以其豪华SUV的定位和卓越的性能，成为了车展上的又一亮点。这款车型展示了比亚迪在新能源汽车领域的深厚底蕴和向高端市场进军的决心。此外，比亚迪还展出了海豚、BYD ATTO 3(元PLUS)、以及首款上市欧洲的混动车型SEAL U DM-i(宋PLUS DM-i)等车型同样受到了不少外国消费者的关注。

红旗汽车作为中国汽车工业的代表性品牌之一，在本届车展上也展示了其高端电动化的新成果。红旗在其展位上重点推介了EH7和EHS7两款车型，并在发布会上公布了海外预售价。这两款车不仅在设计上体现了红旗品牌的独特韵味和高端品质，还在智能化、电动化等方面实现了全面升级。红旗汽车通过此次车展进一步巩固了其在欧洲市场的影响力，并展示了其在新能源汽车领域的深厚底蕴和创新能力。

广汽集团也带来了其首款全球战略车型第二代“AION V”，并在车展上面向欧洲市场正式发布。广汽方面透露，“AION V”将在明年正式与欧洲消费者见面。这款车型不仅在设计上充满科技感，还在性能上实现了突破，展现了广汽在

新能源汽车领域的创新能力和技术实力。

零跑汽车在巴黎车展上发布了全新B系列及首款全球化车型B10。作为进入欧洲市场的先锋产品，B10采用了智能座舱、智能驾驶、激光雷达、360度环视等技术，智能化水平进一步提升。零跑汽车董事长朱江明表示，零跑全新B系列是零跑汽车全球化战略的重要一环，新车型旨在全面满足全球年轻群体对智能、时尚、乐趣及品质的需求。

小鹏汽车则开启了小鹏P7+的正式预售，新车预售价20.98万元起，小鹏汽车CEO何小鹏表示“小鹏汽车正式进军巴黎车展，并计划稳定且持续地参与包括慕尼黑在内的全球顶级车展，标志着小鹏汽车的国际化征程已从初步探索迈向稳健运营的新阶段。”作为全球首款AI汽车，小鹏P7+的AI鹰眼视觉方案是行业首个单个像素LoFic架构纯视觉方案，具有更准、更清、更远的信息采集能力，为用户带来不限路况、不限路线的AI智驾体验。小鹏汽车希望在下个十年，成为面向全球的AI汽车公司，并在产品和技术层面实现全面升级。

车展现场，一辆挂着渝A绿牌的M9当属问界展台最靓的“仔”。参展的绿牌问界M9是由问界M9、问界M7、问界M5组成的“问界山河·智驾欧洲行”车队中的一员，途经12国，历时38天，横跨亚欧大陆约1.5万公里，最终抵达巴黎参加巴黎车展。问界品牌以一种独具一格的方式，向世界展现了其产品强大的可靠性。

创新合作，加速出海步伐

除了展示最新的科技成果和产品，中国车企还在巴黎车展上积极寻求与欧洲车企的合作，加速出海步伐。零跑汽车与斯特兰蒂斯集团的合作成为本届车展的一大亮点。双方共同组建了合资公司“零跑国际”，并在车展上举行了首款全球化车型B10的首秀仪式。

斯特兰蒂斯集团首席执行官卡洛斯·塔瓦雷斯在发布会上表达了对与零跑合作的重视。他表示，零跑汽车是中国增长最快、最令人印象深刻的新能源车企之一，具备全方位的优秀素质，包括全球领先的新能源汽车技术、独特的全域自研模式以及完备的生产能力。未来，斯特兰蒂斯集团将持续支持零跑汽车的全球化拓展，为更多用户提供智能、清洁、安全、好而不贵的新能源汽车。

零跑国际首席执行官忻天舒则表示，零跑已经在13个欧洲国家拥有超过200家经销商，目标是2025年底前在欧洲设

立500个销售点，并计划从2024年第四季度起将业务扩展到亚太、中东、非洲和南美洲。通过与斯特兰蒂斯的合作，零跑能够借助其全球销售和服务网络，迅速扩展并融入全球市场，减少风险与成本，提升产品竞争力。

除了零跑汽车，其他中国车企也在积极寻求与欧洲车企的合作。比亚迪与欧洲多家经销商和合作伙伴建立了长期合作关系，进一步完善销售体系，计划将更多新能源汽车引入欧洲市场。同时，比亚迪还积极与国际车企开展合作，共同研发和推广新能源汽车技术，推动全球汽车产业的可持续发展。

广汽集团也在积极寻求与国际车企的合作机会，希望在未来几年内将更多新能源汽车推向国际市场。广汽集团通过与国际车企的合作与交流，不断提升产品的品质和性能，并加强品牌建设和市场推广，为中国汽车品牌在国际市场上的崛起提供了有力支撑。



国际车企聚焦电动化转型

作为“东道主”，来自法国的雷诺集团携旗下四大品牌(雷诺、达契亚、Alpine、Mobilize)，7款全球首发车型和2款概念车亮相本届巴黎车展。其中，雷诺品牌全球首发了雷诺Emblème概念车、雷诺4E-Tech纯电动车；达契亚(DACIA)品牌全球首发了C级SUV全新一代达契亚Bigster；Alpine品牌全球首发了配备六缸氢内燃机的Alpine的新版原型车——Alpenglow Hy6；Mobilize品牌则全球首发了电动四轮车Duo，以及适用于城市和郊区环境的微型多功能车——Bento。雷诺集团CEO卢卡·德·梅奥在车展上表示，电动化是未来汽车行业的重要趋势，雷诺集团正在积极应对这一变革。他强调，要发展电动车，离不开中国，中欧企业之间是既竞争又合作的关系。

来自德国的宝马集团也不甘示弱，在2024年巴黎车展上展示最新、最强的全系纯电动车型产品阵容。其中，BMW新世代概念车和BMW新世代X概念车均为首次亮相。此次巴黎车展可谓宝马集团迈入电动化新阶段的重要成果展示，超过15款纯电产品覆盖BMW和MINI两个品牌绝大部分细分产品线。数据显示，今年前9个月，宝马集团纯电动车型销量显著增长19.1%，BMW品牌纯电动车型销量增长22.6%，中国市场的新能源车将在本月累计达到40万辆。宝马集团电动化进程保持良好势头，其销量的增长更是得益于清晰的电动化战略。

美系品牌在巴黎车展上的表现，再次证明了其在全球汽车行业中的重要地位。特斯拉时隔6年重返巴黎车展，带来了Model 3、Model Y、Model X、Model S以及电动皮卡Cybertruck全车型。这些车型凭借其出色的性能和先进的自动驾驶技术，吸引了大量观众驻足观看。特斯拉的亮相，不仅展示了其在电动汽车领域的领先地位，也为全球汽车行业树立了榜样。

凯迪拉克则通过展示其最新力作Lyriq车型，宣布了其作为电动汽车品牌在欧洲的复出。Lyriq以其豪华的设计、先进的科技配置和出色的性能，赢得了现场观众的一致好评。凯迪拉克的电动化战略，不仅体现了其对未来出行趋势的深刻洞察，也展示了其作为豪华汽车品牌的创新实力和领导地位。

福特汽车则重点展示了其纯电动跨界车Capri，这款车型以其时尚的设计、宽敞的空间和出色的续航能力，吸引了众多消费者的关注。福特的电动化战略，不仅为消费者提供了更加环保、高效的出行选择，也推动了全球汽车行业向电动化、智能化方向转型。

不过值得关注的是，包括丰田、本田、日产等在内的日系品牌集体缺席了本届巴黎车展，一些主流的传统豪华品牌如奔驰、沃尔沃等也未在本届巴黎车展中亮相。

晨车评：2024年巴黎车展上，中国车企的集体亮相和出色表现，不仅展示了中国新能源汽车产业的自信与实力，也为中国汽车品牌在国际市场上的崛起提供了有力支撑。随着中国车企在新能源汽车领域的不断发展和创新，中国汽车品牌在国际市场上的竞争力将进一步提升。