



# 上海车展见证自主品牌高光时刻 一汽红旗亮出新实力

中青报·中青网记者 许亚杰

作为开年来国内首个也是全球瞩目的A级车展,2023上海国际车展热闹程度远胜以往。

一方面,奔驰、宝马、奥迪、保时捷等国外豪华品牌纷纷展出最新款车型,加速向电动化、智能化转型;另一方面,主场作战的中国车企底气十足,系统地展现了各自的体系能力和创新产品。

对于诞生65周年的红旗品牌而言,这当然是不容错过的舞台。在新闻发布会上,红旗品牌明确了红旗金葵花、红旗新能源、红旗节能车三大子品牌,并发布了各自的代表性新车。

中国一汽党委副书记、董事、总经理邱现东在发布会上表示,在产业高质量发展、自主技术持续创新迭代、消费需求焕新升级的背景下,红旗品牌携三大子品牌展示全新面貌,不断推出卓越产品。在本届上海车展上,红旗品牌吹响了迈向第二阶段跃迁成长的冲锋号。

## “金葵花”在文化的浸泡中长大

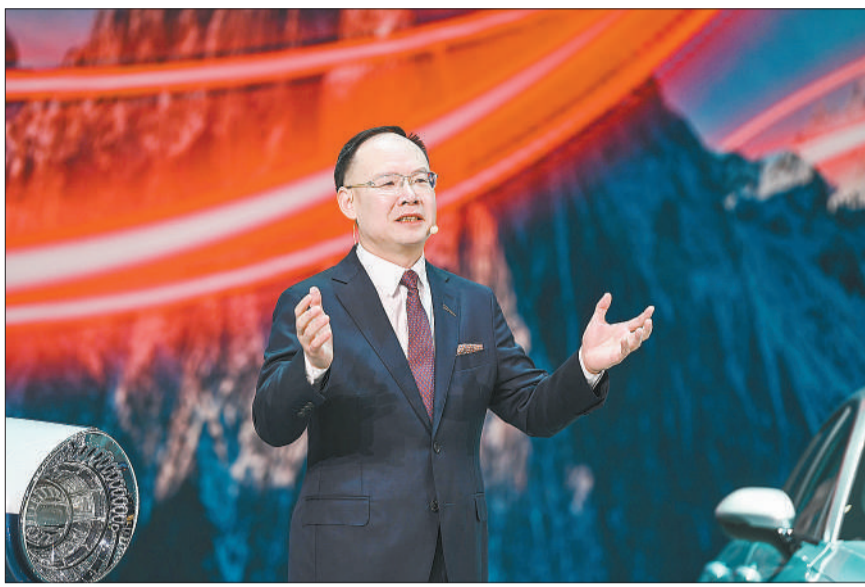
作为新中国汽车工业的标志性存在,红旗品牌的一举一动都有着极强的示范效应。此次推出“金葵花”子品牌也不例外。

“红旗金葵花将用文化经典延续时代传奇,以匠心产品承载家国梦想。它代表着红旗顶级技术工匠与华夏千年文明的完美融合。”邱现东介绍说,红旗金葵花的标识是“金色葵花”,寓意“和合与共、欣欣向荣”。

作为红旗品牌架构当中居于最顶级位置的子品牌,“金葵花”无疑代表着红旗最顶级的技术,也意味着其将带来具有极致工艺的产品。

在本届车展上亮相的全新红旗L5吸睛无数。据介绍,全新红旗L5坚持致敬国车经典,集顶级设计、顶级技术、顶级工艺于一身,是红旗金葵花全新力作。

外观方面,中国一汽研发总院高级主任设计师宋阔介绍说,车身前部的车灯创意源于天坛藻井,进气格栅的灵感源自玉管竹节,充分体现东方韵味。在车身侧面,气宇轩昂的姿态与刚柔相济的线条相融合,营造出昂首挺胸、旌旗飘扬的车身姿态。在车尾尾部,尾灯设计则源于宫灯造型,过去在多款红旗经典车型出现过的矩阵饰条得以保留,寓意四平八稳。



中国一汽党委副书记、董事、总经理邱现东在上海车展上表示,红旗品牌将开启新一轮跃迁式成长。

该车的内饰也充满了中国经典设计元素。据了解,车内的横向轮廓源于中式建筑重檐翘角,同时还有自行车头立标贯穿至车内的中轴式设计。此外,车辆座椅源自中式圈椅,内饰细节上则采用了大漆、刺绣等传统非遗工艺。

邱现东表示,全新红旗L5以国内首创镜面涂装、多色喷涂、匠心手工等独特工艺,不仅要打造出顶级品质,还要在高端车市场树立东方美学的典范。

他强调说,在技术创新上,全新红旗L5同样取得了突破。该车搭载了唯一一款由自主品牌研发的V8T发动机,独创高精度平衡燃烧等49项专利技术,让该车得以拥有顶级动力。此外,在愈发受到各方关注的车辆信息安全上,全新红旗L5首发搭载了全自主国密算法,可时刻守护用户的全域数据,确保信息安全。

有人说,汽车品牌是一个国家硬实力和软实力的组成部分。因此,那些经典的汽车产品,往往还凝结着一个民族的文化、历史传承。

独立汽车评论员白德分析说,从全新红旗L5上,人们不难发现,红旗金葵花的品牌定位很明确,那就是“成为中国民族汽车品牌一面高扬的旗帜,代表中国汽车的最高水平”。

## “All in 新能源”正在开花结果

今年1月,中国一汽和红旗品牌宣布

“All in 新能源”,并发布了新能源品牌构架、设计语言、技术平台、产品规划等信息。不久前,红旗品牌再次举办新能源技术发布会,晒出现阶段最新、最前沿的新能源科技成果和一系列关键领先技术。

作为红旗品牌的全新子品牌,红旗新能源品牌的标识是“旗妙双翼”,寓意“雏鹰展翅、生命激发”,代表着红旗新能源关切自然、珍爱生命,聚焦新能源、聚力绿色智慧出行。在此次发布会上,红旗新能源子品牌的两款全新车型——红旗E001、红旗E202同步亮相。其中,红旗E001长续航版正式开启盲订,纯电SUV红旗E202专为新中高端家庭用户打造,将于2024年2月上市。

据介绍,红旗E001是面向新中高端先锋用户的豪华智能纯电轿车,是红旗新能源全新设计理念和“旗帜”超级架构FMEs下的首款全新产品。

邱现东表示,秉持红旗品牌“国车安全、国车健康”理念,红旗E001要从新造型、卓越性能、智能科技3个方面切入,为用户带来全方位极致驾乘体验。据透露,红旗E001将于今年11月上市。

值得一提的是,得益于红旗定制电芯、多源智能加热以及车桩联动保温等技术,红旗E001成功实现了“电池低温少衰减”和“高温更安全”。在智能化方面,该车首发搭载了“旗帜”超级架构FMEs下的智能平台HIS。

一方面,在智能驾驶上,该车可实现全



在上海车展一汽红旗展台,观众正参观体验新一代红旗全智能自动驾驶舱。

视觉中国供图

球领先的厘米级定位,全天候覆盖高速、城市主干道路的“点对点”自动驾驶场景;另一方面,其智慧座舱不仅拥有红旗声场美学的殿堂级专属音响,还搭载了用户意图识别率高达99%的多模态主动交互技术,在OTA升级的赋能下,该车可提供极速互联、常用常新的智能用车体验。

白德认为,从明确红旗新能源子品牌的定位,到重磅产品亮相本届上海车展,红旗品牌显示出“坚决走好迈向汽车强国的必由之路”的决心与信心,其电动化转型的路径已跃然纸上。

按计划,到2025年,红旗品牌要实现总销量达到100万辆级,其中新能源汽车销量超过50万辆;到2030年,销量突破150万辆,其中新能源汽车成为销售主体。事实上,在过去5年,红旗品牌已成功实现了销量增长65倍,产销规模不断攀升。

有分析人士认为,从这样一个以新能源汽车为主体的销量目标来看,红旗品牌必将将以“全面、全方位、全体系向新能源汽车奋进转型”的全新姿态,开启自己的新征程。

## 用科技创新激发消费活力

统计数据显示,我国汽车产销量已经连续14年居全球第一,而新能源汽车产销量连续8年居全球第一。今年以来,受多重因素影响,燃油车市场遭遇了价格战、销量下滑等挑战。但在红旗品牌看来,其中也

蕴藏着发展机遇。

在此次车展上,红旗节能车子品牌一口气推出了4款全新产品:红旗H6、新红旗HS5、红旗HS3和全新红旗HS7。其中,红旗H6定位为B+级豪华风尚轿车,官方指导价格区间为19.28万-23.98万元。

邱现东表示,正如红旗节能车标识“旗开得胜”所寓意的那样,在节能车领域,红旗品牌也要以技术创新创造风尚出行和精致生活。

以红旗H6搭载的2.0T发动机为例,它由一汽红旗创新自研,拥有350bar超高压喷射等77项专利技术。在8AT变速箱的配合下,它能实现最大功率185kW、峰值扭矩380N·m和零百加速6.8秒的澎湃动力。

在众多车企争先布局电动化领域之时,踌躇满志的红旗则秀出了强大的技术创新实力。作为“旗帜”超级架构FMEs

## (上接T1版)

“从零部件订购情况来看,进入2023年以来,商用车整车企业订购的零部件节奏在加快。”陈士华表示,这也表明国内商用车企业对后续的商用车市场发展充满信心。

综合来看,新能源汽车在同期高基数基础上继续保持较快增长,市场占有率达到26.1%;汽车出口依然保持较高水平,第一季度汽车整车出口同比增长70.6%;中

下的两大技术平台,电动平台HME和智能平台HIS在本届车展上赚足了眼球。

记者了解到,电动平台HME集成了高能安全电池、高效电驱、高功智慧补能和智驾安全底盘四大系统,可覆盖未来红旗新能源品牌A、B、C、D级轿车、SUV及MPV的全部细分车型。

智能平台HIS则包括先进电子电气、自动驾驶、舒享座舱三大系统。在车展现场,智能平台HIS首次以概念舱的形式展出,沉浸式的智能出行吸引了一批又一批观众前来打卡。

有分析人士指出,这两大平台的一系列创新技术都瞄准了未来汽车竞争的赛道,为红旗品牌销量增长、品牌增值保驾护航。同时,通过展示更卓越的性能、更极致的体验,类似的展台活动能让用户感受到科技创新带来的美好生活,从而进一步释放消费活力。

事实上,凭借首屈一指的市场规模和强大的创新活力,中国正成为全球汽车产业重要的引领者。“今日中国之动向,将引领明天世界之动向。”本届车展期间,多位外资车企的高管都曾表达类似的观点。而这侧面验证了中国车企的全面崛起,同时也为自主品牌的下一步技术创新提出了更高的挑战。

一位业内人士告诉记者,本届上海车展吸引了海内外1000余家主流汽车品牌,各种新车型集中发布,而自主品牌展台频频成为焦点。“通过展示行业新技术和新产品,本届上海车展将对提振市场信心、促进汽车消费起到重要作用。”

中信建投的研究报告认为,在自主品牌全面崛起的过程中,高端化趋势日益显著。这也证明了,随着技术、品质和品牌实力的提升,中国自主品牌车企已经可以与外资豪华车品牌进行正面较量。

“新时代、新征程,新红旗、新篇章。红旗品牌将秉承‘中国式新高尚精致主义’理念,继续通过创新奉献新技术、好产品和极致服务,不断满足广大消费者对‘美妙出行、美丽体验、美好生活’的追求,奋力开启第二阶段跃迁成长的崭新

篇章。”邱现东总结说,站在智能化、电动化蓬勃发展的新风口,站在用户群体超过百万量级的新起点,红旗品牌将继续当好民族品牌建设的参与者,当好高质量发展的推动者。

国品牌占有率稳步提升,2022年车市亮点在今年第一季度得以延续。但在陈士华看来,汽车终端市场依然相对疲软,国内有效需求尚未完全释放,企业经营压力较大,行业稳增长任务十分艰巨。

“在当前市场预期较弱的情况下,中汽协呼吁,政策出台一些行之有效的促进汽车消费的政策,进一步激发市场活力,释放消费潜能,助力汽车行业全年实现稳定增长。”陈士华说。

## “电动化、数字化、循环永续”

# 车展看宝马:变革中保持战略定力

4月18日,第二十届上海国际汽车工业展览会正式拉开帷幕。本届车展上,新能源汽车成为绝对主角,参展数量约占展车总数的三分之二,让科技、绿色成为本届车展的底色之一。

在“电动化、数字化、循环永续”战略方向下,宝马集团正引领豪华品牌迈入全新时代。本次车展,宝马集团以全电动化车型阵容展示出全力以赴电动化的新貌。旗下四大品牌、三款纯电动概念车、五款新能源首发车型的强大阵容,展示电动与数字科技深度融合的今天和未来。

宝马集团董事长齐普策表示:“中国之动向将引领世界的方向。中国是宝马最大的单一市场,宝马参与并支持中国汽车行业的发展,致力于成为中国迈向现代化征程的同路人。”

## 全力以赴,进击电动化、数字化

在加速到来的智能电动化时代,未来汽车正完成对传统汽车的颠覆。新能源汽车逐步形成“替代优势”,电动化给汽车带来性能飞跃,也为智能化提供了更多自由的发挥空间。

在本届车展上,宝马“回到主场”,带来五款新能源首发车、三款纯电动概念车,并以强大的电动化车型阵容闪耀登场,充分展示了全力以赴电动化、坚定步伐数字化的决心与行动。

宝马旗下四大品牌BMW、MINI、BMW Motorrad和劳斯莱斯均以电动化阵容亮相。其中,三款BMW电动化车型迎来全球首发:创新纯电动BMW i7 M70L是宝马首次将纯电动M性能车与BMW旗舰车型相结合,树立了BMW品牌旗舰和BMW M品牌电动化进程的全新里程碑。另外两款分别是创新BMW XM Label Red限量版,以及携全新设计与豪华价值升级的国产创新纯电动BMW iX1。

另两款顶级豪华电动车中国首发,包括插电式混合动力全新BMW M760Le和纯电动劳斯莱斯(Spectre)閃灵。这些新车将宝马集团积淀深厚的电力驱动技术、智能互联科技以及令人向往的豪华内涵完美结合,为中国客户带



来更多豪华电动选择。

除了量产车型,宝马还有三款概念车齐聚上海,清晰阐释了宝马对于行业转型方向的明确理解:汽车的未来一定以“电动化、数字化和循环永续”为特征。

其中,BMW Dee数字概念车及其全彩E Ink版本迎来亚洲首发,以“技术魔法”创想电动化和数字科技深度融合的豪华新境;还有MINI Concept Aceman纯电动都市跨界概念车,预示着下一代MINI纯电动车在数字化加持之下“迷你至简”的全新设计语言。

在宝马看来,数字领导力最重要的是用户的感受和体验。BMW Dee数字概念车是用户的数码伙伴,可以在人与汽车之间建立更加强大的联系,激发客户的情感共鸣。

BMW先进平视显示系统(Advanced Head-up Display)和混合现实

交互界面(Mixed Reality Slider)共同组成了BMW Dee数字概念车的中央控制系统,用户可以在五个层级中自行选择相应的数字化体验与内容,让车辆成为进入元宇宙的入口。通过BMW Dee数字概念车,宝马集团展示了硬件与软件相结合的全新可能性,实现汽车向智能伙伴的转型。

自今年年初CES上全球首发之后,BMW Dee数字概念车持续进化。在宝马“创想未来之夜”上,BMW Dee数字概念车与全彩E Ink版BMW Dee数字概念车在上海联袂登场,实现亚洲首秀。

全彩E Ink版BMW Dee数字概念车则是为中国带来了定制化的专属惊喜——BMW“出彩”限定色,该图案颜色从唐三彩中汲取灵感。通过全彩E Ink技术,数字概念车车身可呈现多达32种颜色,在舞台上呈现了美轮美奂的

中国印象,将个性化与情感化提升到全新高度。

BMW Dee数字概念车还展望了将于2025年开始推出的“新世代”车型。“新世代”车型不仅将为宝马纯电动车型的销量注入新的活力,还将延续Dee所代表的交互理念,采用新一代平视显示技术,将数字化体验提升至全新高度,带来BMW一以贯之的驾驶乐趣和情感化体验。

宝马集团将从2025年下半年开始投产新世代车型。在随后的24个月内将有至少6款新世代车型实现量产,包括一款运动型多功能车(SAV)和一款BMW 3系所在细分市场的纯电动轿车。

如今,凭借可持续的创新力、对软件与硬件快速整合和量产能力,宝马集团正在数字化和电动化领域强势出击,而中国将是宝马创想和开辟未来的先锋市场。

2023年,宝马集团将在全品牌、全车系掀起新的电动攻势,为中国客户呈现11款纯电动产品。预计到2025年,纯电动车型年销量将占到集团全球销量的四分之一;到2026年,这一比例将达到三分之一。到2030年之前,纯电动车型将占据全球年度交付量的50%以上,宝马集团有望在全球市场实现累计交付超过1000万辆纯电动车。

因为开发周期长、验证周期长、投资回报周期长,汽车企业转型注定不能一蹴而就,而是一个漫长的过程。车企只有从产能、产品、用户体验以及新兴业务等多个维度发起体系变革,才能踩准市场变化的步点。

因此,汽车行业的这场变革并不是一场百米短跑,而是一场漫长的马拉松,竞争才刚刚开始。与短期利益相比,保持可持续的创新力,并实现增长的持续性和确定性,才是赢得这场竞争的关键所在。

从2008年推出旗下第一款电动车MINI E,到2013年推出i3车型,宝马一直站在时代前沿,不断探索着电动化技术。在丰富造车经验的不断传承和对前沿技术的不懈创新中,宝马找到了更具韧性的平衡点:保持战略定力,保持强大的韧性,让创新更可持续,这也让宝马拥有了穿越周期的底气。

齐普策表示:“我们也为汽车行业的新趋势做好了准备。现在大家看到我们产品的最终呈现,是经过多年筹备和积淀的结果。我们开启的不是一个单一篇章,而是一本鸿篇巨制。”

## 与中国创新力量同频共进

当下,世界汽车产业呈现出前所未有的变革速度,而中国市场正是这场变革的“关键战场”。

在日新月异的中国汽车市场,对中国消费者用户体验的精确认知、理解与追求至关重要。这需要车企快速决策,灵活应变,并从产品研发阶段就考虑中国市场的需要。

宝马显然深谙此道。目前,宝马正全面提升其在华研发力量,以更好的中国研发满足中国需求,提升宝马在全球的核心

竞争力。宝马已在中国建设了除德国以外最大的研发和创新网络,四大创新基地分布在北京、上海、沈阳和南京。过去3年,宝马在中国的研发团队人数增至3倍。如今,宝马在中国拥有3200多名设计师、工程师、新能源车和软件专家,他们与中国科技伙伴紧密合作,共同打造前沿新技术。

不仅如此,宝马还“将指挥部放在离炮火最近的地方”。宝马集团宣布,对中国研发体系进行战略升级,任命雷凯为宝马中国区研发高级副总裁,全面负责在华研发活动,以便更好地在数字化和电动化方面与中国创新力量同频共进,并持续强化在全球的技术领先地位。

升级后,中国将在宝马的全球研发网络中发挥更为关键的作用,驱动宝马全球技术创新不断前行。中国用户的需求和中国研发团队的声音也将更快、更准确地融入未来战略,并及时回应市场变化和消费者需求。

面对汽车业的电动化智能化浪潮,曾在燃油车时代一直占据优势的宝马集团,也在“快马加鞭”奔赴新的时代。未来,宝马将在电动化、数字化、循环永续三大方向继续努力,把这个时代的先锋豪华理念传递给客户,把握今天,开辟未来。



创新纯电动BMW iX1



创新纯电动BMW i7 M70L

(信息来源:宝马集团) 广告