



第三届中国国际进口博览会 特别报道

全球汽车产业新技术、新概念扎堆亮相——

新车打卡进博会

经济日报·中国经济网记者 刘春沐阳 孙昌岳

11月5日,第三届中国国际进口博览会正式开馆迎客,展览面积约3万平方米的汽车展区成为当天最具有人气展馆之一。

在汽车展区,不仅世界前7大整车集团悉数到场,世界500强和龙头企业参展面积更是超过总面积的90%。其中,新能源作为全球汽车产业发展的大趋势,自然成为进博会汽车展区的展示重点。从普通乘用车到重型卡车乃至高性能赛车,都不乏新能源的身影。

新能源成为“重头戏”

在本届进博会上,各大车企尽显神通,纷纷带来各自的明星车型,酷炫的外形和先进的技术吸引了众多参观观众和客商。其中,新能源作为全球汽车产业发展的大趋势,自然成为进博会汽车展区的展示重点。从普通乘用车到重型卡车乃至高性能赛车,都不乏新能源的身影。

现代汽车集团已连续参加3届进博会,其阵容和规模持续扩大。本届进博会,现代汽车集团旗下现代汽车、起亚汽车、捷尼赛思三大品牌共同参展,展位总面积达到1600平方米,不仅是汽车展商中最大的,而且为参观者展示了氢燃料电池、电动化,以及高性能车等重磅新车、新技术。

其中,现代汽车展示了全球首款量产氢燃料电池重卡和氢燃料电池车NEXO。据介绍,现代汽车首款量产氢燃料电池重卡搭载了由2个氢燃料电池组成的190kW级氢燃料电池系统,全车内置7个大型储氢罐,最多可容纳32kg的氢燃料,加氢时间只需8分钟至20分钟,加氢一次的续航里程可达400km左右。

宝马在本届进博会上展示了来自BMW、BMW i、BMW M和MINI四大品牌的7款进口车型。其中,结合了新能源、新材料和新技术的BMW i8敞

篷跑车,吸引了众多参观者驻足观看。

大众汽车集团旗下大众、奥迪和保时捷三大品牌联袂参展,展示了其庞大的电动车阵容。“到2020年底,我们将推出超过20款覆盖集团旗下多个品牌的新能源车型,其中包括8款纯电动车型。”大众汽车乘用车品牌中国CEO冯思翰说。

智慧出行亮点纷呈

近年来,以电动化、智能化、网联化、共享化为代表的“汽车新四化”浪潮席卷全球,智慧出行方面的新概念、新技术不断涌现,使汽车产业发生前所未有的变革。

本届进博会顺应趋势,在汽车展区首次设立“智慧出行专区”,聚焦自动驾驶、智能网联、智慧座舱、车路协同、控制系统、核心传感器等智慧出行细分板块,展示了企业最前沿产品和最新发展构想。

德国工业巨头博世带来了一系列高科技智慧出行硬件产品,包括可有效支持自动驾驶车辆实现车身周围环境感知的最新一代传感器、用于重型商用车的多功能摄像头等。同时,在软件定义汽车的背景下,博世首次在展会期间向公众展示最新款车载计算平台解决方案,该平台具备丰富的通信和储存资源,可作为车内的数据中心,适用于多种电子电气架构,尤其是面向服务的电子电气架构,这为智能网联汽车软件和大数据服务提供了强大基础。

以轮胎闻名的米其林,今年首次参加进博会。米其林“首秀”就带来了全球首发的智能自修复方案,其应用的相关技术可以帮助驾驶员监控轮胎状态,让轮胎自己“说话”,还可提供定制解决方案,应对由于轮胎穿孔导致的不同级别的空气泄漏。

在绿色出行方面,米其林展示了燃料电池电堆系统电堆包M,通过预先验证及组装,实现更可靠的整车集成,可广泛应用于轻型商用车、公交车、重型卡

车、船只、赛车等。

来自美国的迪根特公司则带来了全球首辆金属3D打印的跑车(局部)。据介绍,这款3D打印零件的重量只有传统零件的三分之一,但耐久度、强度分别是传统零件的10倍和3倍。值得一提的是,采用3D打印技术,只需48小时就能完成开发和制作。

继续深耕中国市场

今年以来,全球车市面临下行压力,叠加新冠肺炎疫情等因素,不少车企的日子并不好过。随着中国疫情防控和复工复产取得显著成果,国内汽车市场持续复苏。中国汽车工业协会数据显示,今年1月份至9月份,国内汽车产销分别完成1695.7万辆和1711.6万辆,降幅较1月份至8月份分别继续收窄2.9个百分点和2.8个百分点。在进口车终端销售方面,8月份同比增长0.7%,实现年内首次增长。不少跨国车企负责人表示,对中国市场长期向好充满信心。

“在全球抗疫的背景下,进博会的召开意义非凡。中国是第一个有效控制住疫情的主要经济体,正因为如此,我们在中国的业务才能迅速恢复。截至第三季度,我们的销售额同比增长了6.4%,这是一个非常难得的成绩。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示,中国进一步扩大开放及不断优化市场环境的政策令人振奋,宝马集团将在中国寻求进一步投资与合作。

“中国引领着全球汽车市场的发展,不仅是在数据方面,还体现在汽车电动化和数字化发展方面。”冯思翰说。

“第三届进博会在这样一个特殊的时期顺利召开,增添了我们对中国经济复苏的信心。”博世(中国)投资有限公司总裁陈玉东表示,中国市场正从疫情中快速恢复,为博世在华业务的发展提供了蓬勃动力。博世始终看好中国的发展前景,将持续在关键技术领域进行本土研发和创新,并提供更有竞争力和价值的产品和服务。

□ 孙昌岳



①

好物连连

丰田、沃尔沃和小马智行都带来了自动驾驶技术的最新成果;知名轮胎厂商米其林将世界上最大的轮胎搬进了“四叶草”;美国迪根特公司带来了全球首辆金属3D打印的跑车(局部)……进博会汽车展区恰似小车展,演绎未来大方向。

在汽车展区穿行参观,30件新产品新技术“全球首发、中国首展”,新朋友、老朋友齐聚一堂,每一家展商都有备而来,每一个展台都精心布置。参观者在饱览眼福的同时,体验了最新的汽车应用技术,还进一步了解了汽车产业的最新发展理念。不少参观者表示,“通过进博会,我们能够明显感受到时代的进步”。

图① 现代汽车推出的全球首款量产氢燃料电池重卡XCIENT Fuel Cell,它搭载了由2个氢燃料电池组成的190kW级氢燃料电池系统以及最高输出功率达350kW的驱动马达,加氢一次的续航里程可达到400km左右。
本报记者 高兴撰



②

图② 全球首款全碳纤维超级跑车——Apollo IE,该车具有独特设计的碳纤维底盘、单体座舱等,以达到兼顾安全性和轻量化要求。
本报记者 孙昌岳撰

图③ 在本届进博会上,本田带来了中国首款本田品牌纯电动概念车Honda SUV e: concept。
本报记者 刘春沐阳撰

图④ 美国迪根特公司今年首次参展进博会,并带来了全球首辆金属3D打印的跑车(局部)。这款3D打印零件的重量只有传统零件的三分之一,但耐久度是传统零件的10倍,强度也是后者的3倍。
本报记者 孙昌岳撰

虹桥观察

共享发展机遇 共建中国市场

汽车氢燃料电池组、3D打印铝合金无人驾驶汽车底盘、米其林集团免充气防刺扎轮胎……在面积约3万平方米的中国国际进口博览会汽车展区,各大展商围绕安全、智能、环保、新能源等主题,纷纷秀出“关键技术”,展出“看

家产品”,十分吸睛。

虽然本届进博会是在特殊时期举办的,但仍然吸引了各国企业前来“打卡”。世界前7大整车集团,以及世界500强和龙头汽车零部件企业云集于此,其中梅赛德斯-奔驰、宝马集团等多家企业更是连续3年参展。

外企看中的,无疑是中国市场的定力与潜力。中国有14亿人口,中等收入群体超过4亿,是全球最具潜力的大市场。特别是在新冠肺炎疫情发生以来,中国汽车产业在做好疫情防控的同时,安全有序复工复产,这让中国车市成为全球最早进入恢复性增长的汽车市场。

一方面,在政策和需求的共同驱动下,中国汽车行业复苏明显。特别是在新能源车领域,9月份我国新能源汽车产销量分别达13.6万辆和13.8万辆,同比增

长48%和67.7%。市场表现超预期,这给各大车企注入了更强的信心。正如福特汽车中国总裁兼首席执行官陈安宁所说,中国经济的迅速回暖为世界经济起到领头作用。

另一方面,中国秉持开放、合作、团结、共赢的信念,坚定不移全面扩大开放,有效实现了内外市场联通、要素资源共享,中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场。首次参展的米其林就与中国国际进口博览局签订了3年长期参展合作备忘录,展现了跨国企业对未来中国经济和自身发展的坚定信心。

值得一提的是,本届进博会首次设立了智慧出行专区。智慧出行正在成为新的趋势,目前,电动化只是汽车变革的第一步,充分释放未来汽车造福社会的潜能还有赖于网联化、智能化和出行服务的创新,使电动汽车与新能源革命、智能交通、智慧城市实现融合与对接,重塑未来出行。

可以预见的是,随着中国以更开放、更积极的心态和行动,大步踏进后疫情时代的全球化之路,作为新一轮高水平对外开放的先锋,中国汽车产业也将加速前行。



③

纯电动概念车
Honda SUV e:
concept

对话

艾默生副总裁兼中国区总经理李洁:

为中国经济发展创造更大价值

本报记者 徐惠喜

“第三届进博会如期举行,这是中国政府和社会各界在克服诸多困难情况下得以实现的,展现了中国对外开放的决心和诚意。”艾默生副总裁兼中国区总经理李洁在接受记者采访时表示,得益于正确高效的新冠肺炎疫情防控举措,精准有力的政策扶持,不断加快的开放步伐,中国的生产生活秩序快速恢复。这为全球产业链供应链复苏提供了巨大保障,为全球抗击疫情及经济复苏注入了信心。

据介绍,在今年举办的进博会上,艾默生展示了自动化解决方案和商住解决方案两大核心业务领域的先进技术,并期待在节约能源、提升效率、保护环境、食品安全、提升大众生活质量等方面为中国产业发展创造更大价值。

“进博会为世界经济发展提供了更多的中国机会。对于各大展商企业来说,进博会不仅是一个高层次、全方位的国家级平台,更是国际厂商与中国市场之间的一座有益桥梁。”李洁表示,在此次进博会上,艾默生既展示了先进的技术,也增强了与政府、客户、供应商及各界伙伴之间的合作关系,未来还将更好地参与中国经济的发展建设。“作为展商联盟理事单位,艾默生已与中国国际进口博览局签订了为期3年的合作备忘录,承诺未来3年将继续参与进博会,以国际领先的解决方案和技术推动贸易创新发展。”

经过41年深耕,中国市场已成为艾默生全球第二大市场。目前,艾默生已与几千家本地合作伙伴、供应商密切合作,逐渐搭建起了一个包括研发设计、采购、制造、销售和服务在内的全产业链本地化体系。同时,艾默生公司高层对中国市场的韧性,以及中国经济保持长期向好趋势充满信心。李洁表示,艾默生将继续执行“在中国、为中国”这一成功的本地化发展战略,持续创新、加强合作,进一步完善和拓展本地化能力,更好地满足客户不断变化的需求。

“中国市场已经从最初的成本优势,逐渐发展成为产业链优势、市场优势并存且最具吸引力的投资地之一。”李洁表示,艾默生在中国销售的产品和技术,超过85%都是在中国制造研发的。今后,艾默生将在中国持续投资,全方位提升生产、研发、整体解决方案和客户服务能力,快速响应客户需求,更好地服务于中国本土客户,助力中国制造业产业转型升级,推动经济高质量发展。同时,艾默生期待能够以中国市场反哺全球市场,并将在中国市场创造的价值带向全球。