

直击进博会汽车馆

从进博会看
未来出行

本报记者 邹勇 吴琼

进博会，已成为车企全方位展现最新技术、最新理念的新平台。未来“车轮上的生活”将变成怎样？全球车企如何看待中国市场？记者带您走进进博会汽车馆。

1 大众
全价值链碳中和

本届进博会上，大众汽车集团（中国）携大众、奥迪和保时捷三大品牌旗下8款纯电动车型亮相，展现集团低碳未来的愿景。

对大众汽车集团而言，碳中和愿景的实现不仅仅局限于电动车型阵容的快速扩充，还涉及从原材料供应到产品生产直至产品生命周期结束的整体脱碳。大众汽车集团（中国）CEO 冯思翰博士说：“共塑低碳未来是我们全球战略的核心。我们承诺，将与合作伙伴一起，在2050年之前实现碳中和。”

大众汽车品牌在进博会上展示了ID.家族在中国市场的首批车型——一汽-大众的ID.4 CROZZ和上汽大众的ID.4 X，它们将于2021年年初登陆市场。这两款纯电动SUV采用全新的电子架构，通过智能在线服务和先进的驾驶辅助系统，提供全面的数字化体验。

“大众汽车乘用车品牌推出基于MEB平台打造的

纯电动ID.家族，在集团的电动出行战略中发挥重要作用的同时，朝着碳中和的未来迈进。大众汽车品牌ID.家族车型数量将在2023年扩充至8款。”冯思翰说。

据冯思翰介绍，大众汽车集团将于2020年至2024年期间投资150亿欧元，以加速其在中国的电动化布局。他认为，电动化攻势已成为大众汽车实现碳中和目标的核心战略。更长的续航里程以及完善的充电设施，将推动电动化出行的大规模普及。

据了解，大众汽车集团与星星充电、一汽集团以及江淮汽车联合成立的开迈斯新能源科技有限公司，将为中国消费者提供私人充电墙盒，并布署公共直流充电网络。

目前，开迈斯已在北京、成都和深圳布局了40座超级充电站。开迈斯还计划于年底前在全国16座城市建立共计255座充电站，其中包括1800个双枪直流充电桩。



EV在内的全新一代纯电动车型。

柏历说：“凯迪拉克LYRIQ将作为通用汽车首款下一代电动车型引入中国市场。别克品牌和雪佛兰品牌也将加速电气化布局，未来将会有多款电动车型问世。通用汽车第三代全球电动车平台将为通用汽车中国的新能源战略提供强有力的支撑。在中国，我们未来五年推出的新产品中，40%以上是新能源车型，这说明了我们的投资电动车领域的决心和力度。”

透过进博会展台，我

们看到一个多元化、电动化的通用汽车。

“我们坚信，随着中国中产阶层的扩容和收入水平的提高，不论是生活方式还是消费趋势都将变得更加多元化。此外，基于我们在中国市场多年的观察和经验，中国消费者对于大型车辆存在一定的偏好。”柏历说，“我们相信通用汽车将引领中国和美国新能源市场的发展，不断提升新能源汽车的使用度和接受度，并拓展新能源技术应用的深度和广度，满足消费者多元化的需求。”

3 丰田&现代
大秀氢燃料电池

本届进博会上，各家跨国车企展台的“主角”集体向“电”“智”看齐。氢燃料电池的相关技术，成为丰田、现代这两家日韩车企的亮点。

在氢燃料电池技术展示区域，丰田汽车展示了高压储氢罐、最新第二代燃料电池堆。透过从氢气的制取、运输、储存到使用的完整氢产业链各个环节，观众可以清楚地看到氢燃料动力的环保性。

据介绍，丰田汽车已经和中国主要商用车制造

商一汽、东风、广汽、北汽及氢燃料电池系统集成商亿华通联合成立了商用车燃料电池系统研发公司，加快中国氢能社会的发展。

同时，针对日益突出的老龄化问题，丰田展示了侧方电动座椅福祉车。丰田汽车中国称，丰田希望成为为顾客“量产幸福”的企业。丰田将继续在复健机器人、自动驾驶等领域深耕，积极探索，为社会提供更多的综合养老解决方案。

此外，一款搭载小马智行开发的L4级自动驾驶软硬件系统的汽车现身丰田展台。丰田汽车称，正在积极与中国本土企业展开合作，共同开发出符合中国市场需求及适应消费者使用场景的自动驾驶技术以及移动出行服务/产品。

进博会上，现代汽车“亮剑”，除了展示纯电动化品牌、高性能品牌车型之外，全球首款量产氢燃料电池重卡XCIENT Fuel Cell和氢燃料电池车

NEXO两款重量级产品引人关注。

现代汽车集团（中国）首席商务官李宏鹏为自家吆喝，“目前在中国，氢燃料电池技术还处于起步阶段，尽管很多车企或者研究机构正在研究氢燃料电池技术，但放眼全球，和一些已经做得很成熟的企业相比，还有一定差距。我们保持开放合作的心态，愿意与中国的相关企业联手，共同推动燃料电池汽车的发展。”

4 米其林
不止于轮胎

以轮胎闻名世界的米其林，在进博会上展出了全球首发的智能自修复轮胎。这项技术采用实时监控和智能算法，帮助驾驶员监控轮胎状态，还能与驾驶员展开“对话”，提供定制解决方案，应用于轮胎穿孔导致的不同级别的空气泄漏。

今年是米其林首次参加进博会，而未来三年，米其林将连续参加进博会。米其林中国区总裁、首席执行官伟书杰认为，中国市场已经从从新冠肺炎疫情中逐渐恢复，米其林在华业务实现了增长式的发展，他对中国市场的前景非常有信心，“尽管有疫情的冲击，但我们在中国的业务从今年4月就开始正增长。”

“中国市场充满了新机会，尤其在中国的‘十四五’计划中进一步提到中国未来的发展，要从关注数量发展变成更注重质量的发展，这也进一步改变了米其林在中国的投资和运营方式。米其林将带来

更多创新、高质量的产品和服务。”

本届进博会上，米其林通过打造一场沉浸式的旅途，充分展示了“更安全、更智慧、更绿色、更愉悦”的出行，传递与所有人共享可持续未来的愿景。

米其林在进博会展现了“不止于轮胎”的企业形象：米其林不仅是一家轮胎制造商，更是可持续出行领域的开拓者和创新者。通过进博会平台，米其林全方位展示了包括米其林多元创新领先科技，以及高科技材料、服务和解决方案、移动体验等全新业务。

“除了轮胎这一主营业务外，我们还致力于推广全新的产品和服务，包括高科技产品、智能服务和解决方案、生活方式用品，以及移动体验业务等。此外，我们将继续秉承‘一切皆可持续’的企业发展愿景，体现米其林在可持续出行领域的开拓力和创新力。”伟书杰说。

2 通用
多元化、电动化

进博会开幕的第一天，记者就亲眼看到通用汽车被粉丝们“逼问”的情景。一位中年男士指着全尺寸SUV车型——雪佛兰Tahoe Z71，追问通用汽车工作人员“我等了10年了，什么时候能进口？只要进口，我就买了。”在美国全尺寸SUV市场上，雪佛兰Tahoe连续19年拿下销量冠军。

今年进博会上，通用汽车带来了四款尚未引进

中国市场的全尺寸SUV。通用汽车中国总裁柏历表示，“这些车型，未来都有可能引进中国市场。进博会提供了一个很好的平台，让我们展出尚未正式引进中国市场的产品，并获得消费者的反馈，可以帮助我们更好地规划未来的产品策略。”

通用汽车秀的不仅是SUV，还通过数字化体验呈现了包括凯迪拉克LYRIQ和GMC Hummer