

澳洲五开奖记录表

EMCm7DuGMf9lBRLV

澳洲五开奖记录表从上海车展看消费新风向：今年你想买什么车？

来源：环球时报

【环球时报赴上海特派记者 杨沙沙 王冬 环球时报特约记者 陶震】编者的话：作为全球最具影响力的车展之一，第二十一届上海国际汽车工业博览会（上海车展）不仅汇聚了全球顶尖车企的科技成果，更是观察中国汽车消费趋势与产业变革的窗口。近年来，中国汽车市场在自主品牌崛起、电动化加速渗透以及智能化技术快速迭代的推动下，呈现出多元化发展趋势。为深入洞察消费者偏好变化，《环球时报》于4月20日发起名为“今年，您最想买辆什么车”的调查。调查围绕“购车影响因素”“车型与品牌偏好”等核心维度展开，展示了当前消费者的真实需求。

23日，参观者在上海车展现场体验AI智能驾驶室。（视觉中国）

七成受访者首选自主品牌

《环球时报》“今年，您最想买辆什么车”调查数据显示，在影响买车的因素中，“价格”与“使用成本”成消费者的核心考量因素。其中，43.63%的受访者将“价格波动”列为影响购车的首要因素，“养车费用”以42.81%的占比紧随其后，两者合计占比超八成。

自2023年下半年起，中国汽车市场经历了一轮价格战。今年3月，工业和信息化部副部长辛国斌强调，汽车产业应从“规模增长”向“规模与效益并重”转型，以提升可持续发展能力。进入2025年，中国车市迎来“开门红”。中国汽车工业协会数据显示，今年一季度，中国汽车产销量分别达到756.1万辆和747万辆，同比增长14.5%和11.2%。中汽协相关负责人表示，随着国家“两新”政策的持续推进，叠加上海车展的新品密集发布和各地促销活动，二季度汽车消费潜力有望进一步释放。大众汽车乘用车品牌CEO孟侠表示，虽然市场存在挑战，但中国汽车市场规模仍在逐步扩大。这主要得益于政府对消费和汽车产业的支持。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会最新报告显示，2025年3月的汽车零售增速创下近10年新高，价格战趋于温和，行业竞争格局有所优化。管理咨询公司罗兰贝格全球高级合伙人、亚洲区汽车业务负责人郑贇在接受《环球时报》记者采访时分析称，预计未来10-12个月内市场将逐步趋稳，竞争焦点将从“价格”转向“技术”，车企需在价格压力与技术投入之间找到平衡点。

值得注意的是，《环球时报》调查数据显示，20至30岁的年轻人在有意购车者中的比例已逼近其他几大年龄段。在视频互动平台哔哩哔哩位于上海车展的展区，改装透明车、高性能巨无霸四驱车、首个试飞的工程车，吸引大量观众驻足围观。哔哩哔哩联合央视市场研究发布的最新汽车行业白皮书调研显示，中国消费者首台车平均购入年龄为30.5岁。

《环球时报》的调查显示，中国消费者对自主品牌的认可度显著提升。74.58%的受访者表示购车首选自主品牌，远超德系（14.24%）和日系（6.25%）。消费者选择国产车的核心动因也从“低价”转向“高价值”，33.15%的受访者将“配置丰富、科技感强”列为首要购车因素。

在本届上海车展上，自主品牌展现出强大的技术自信和进取心。一方面，本土头部车企纷纷将展台打造成“硬科技”秀场，加码“豪华体验”。问界M8、极氪9X、仰望U7、蔚来ET9、理想i8等高端车型搭载自研智能驾驶系统、高端底盘技术和先进能源解决方案，向全球市场展示中国品牌的创新实力。另一方面，

通过供应链垂直整合，自主品牌在10万-20万元主流市场推出兼具科技感与性价比的产品。《环球时报》记者观察到，在价格策略上，自主品牌并非仅将低价作为主打牌，而是通过技术普惠实现市场下沉，推升新车的性价比。

《环球时报》的调查显示，“安全配置”已成为消费者购车时的重要考量因素，45%的受访者将其列为重要选项之一。记者在车展现场观察到，“安全”取代“智能炫技”成为行业关键词，车企的宣传语中，“渐进式路线”“安全底线”等表述高频出现。小鹏汽车董事长何小鹏表示，汽车智能化趋势不可逆，但安全是必须坚守的底线。供应链企业也展现出严谨的技术态度。四维图新CEO程鹏表示，行业对辅助驾驶的讨论正回归理性，未来技术发展将更注重实际应用场景的安全保障。

4月23日，赛力斯智能安全体系于上海车展发布，首创以场景定义安全，构建了包括“生命保护”“车身防护”“健康呵护”“隐私守护”四大安全领域的智能安全体系。据悉，本届车展共有超过50家智能驾驶相关企业参展。企业均强调智能辅助驾驶的安全性：入门级车型通过强化芯片方案实现基础安全功能覆盖，而豪华车型则加码高科技设备，为智能辅助驾驶加上多重“保险”。数据显示，截至4月20日，问界用户智能增程电动行驶总里程超过124亿公里，纯电行驶里程占比超过70%，智能辅助驾驶总里程已超过20亿公里。

人形机器人当起“钢铁车模”

上海车展首日，人形机器人成为焦点。《环球时报》记者在亿纬锂能展区看到，4只机器狗身披红黄两色服装，伴随音乐表演“舞狮秀”。机器狗可以做出跳跃、摇头、转圈、行走等动作。这些机器狗使用的是亿纬锂能电池，此次亿纬锂能携OMNI全能电池、机器人电池等产品参展。

小鹏汽车董事长何小鹏携自主研发的“超模”机器人IRON（如图）亮相车展现场。IRON身高178厘米、体重70公斤，双手拟人，能够“主动推理思考，类人连续对话”，并且“可做到自主、自然行走，步伐稳健、姿态流畅”。

小鹏汽车自主研发的“超模”机器人IRON（杨沙沙摄）

23日，在发布会现场，机器人IRON表演了前进、后退等动作。对于IRON的表现，网友持不同观点，有人认为，动作过于简单。但也有人表示，规划路线、躲避等背后是技术进步的表现。据介绍，IRON现在已经在小鹏汽车工厂实训，并计划于2026年实现规模化工业量产。

本届车展，人形机器人几乎成为自主品牌车企展台的“标配”。除小鹏外，上汽荣威、北汽等展台引入智元机器人公司的远征A2担任“汽车顾问”和“驻场嘉宾”，宇树科技的人形机器人则作为深蓝汽车的AI员工与观众互动。广汽集团发布的第三代人形机器人GoMate在工厂生产线投入应用。比亚迪、蔚来、小米等车企也纷纷宣布布局该领域。

尽管前景广阔，人形机器人距离真正批量用于流水线仍面临成本与技术挑战。何小鹏表示，行业整体处于L2阶段，只有当机器人达到L4级（仅需轻微监督），才能真正走进千家万户。郑赟告诉《环球时报》记者，“中国庞大的制造业规模为人形机器人提供了理想的试验场，但技术突破和成本控制仍是决定其产业化进程的关键因素。”

德系日系车正在“豹子转身”？

上海车展前夕，《环球时报》发起的调查“今年，您最想买辆什么车？”结果显示，在中国消费者心里，德系车和日系车的地位有所下滑，中国消费者现在更青睐中国自主品牌的汽车。在此次上海车展上，《环球时报》记者采访多名德系和日系车行业高管，听他们讲述如何转型。

“如果让我选择一个动物来描述奥迪转型，我可能会选择一个更加敏捷的动物，比如豹子。”奥迪股份公司管理董事会主席高德诺23日在上海车展接受采访时，针对媒体提问“奥迪转型像‘大象转身’”时表示，奥迪正在经历非常大规模的全面转型，在这一过程中，中国市场始终是核心驱动力。

德国媒体报道称，2025年第一季度，一些德国高端汽车品牌在中国市场销量下滑。分析称，在这个至关重要的亚洲汽车市场，电动汽车和混合动力汽车受欢迎程度要远高于西方。而自动驾驶辅助系统以及信息娱乐系统等电子服务，已成为中国消费者购车时的关键考量。但是在上述领域，德国汽车制造商难以与本土竞争者匹敌。

在高德诺看来，应对科技转型挑战，必须依靠强大的合作伙伴关系。上汽与奥迪深化合作的AUDI品牌首款量产车型——奥迪E5 Sportback于上海车展期间震撼亮相，并计划于今年夏末正式上市。奥迪与上汽集团组建横跨德国与中国的全球化工程师团队，通过两地同步开发模式，将研发周期缩短30%。

“我们认为最重要的是持续为市场带来创新产品。”针对《环球时报》上述调查结果，奥迪中国总裁罗英瀚在回答《环球时报》记者提问时表示，目前所有奥迪车型都在中国市场经过长期验证，相信中国消费者特别是那些对科技充满热情的群体，能够真切感受到奥迪的独特优势：一方面，奥迪新产品搭载了众多创新科技；另一方面，奥迪作为在中国市场深耕30余年的豪华品牌，始终保持着可靠的品质和长期发展的承诺。

日系车企三强丰田、本田、日产，日前分别公布2024年在华销量数据，均出现同比下滑。公开信息显示，2024年日系车企在华市场份额降至11.2%，较上年下降3.2个百分点，创下历史新低。

4月23日，丰田在上海车展上展出的无人驾驶出租车。（视觉中国）

日产新任中国管理委员会主席、东风汽车有限公司总裁马智欣今年带队日产赴上海车展参展，在接受媒体采访时，开门见山地说了自己上任的目的，“尽我所能，让日产的中国业务能够重回正轨。”对于马智欣来说，日产在中国的当务之急是推出更多的新能源车型。

车展期间，马智欣带领日产汽车公司执行高管关口勋、日产汽车公司执行高管及日产全球设计与品牌负责人阿方索·阿尔拜萨等数名高管接受媒体采访，显示对中国市场的重视。马智欣透露，到2027年夏季，日产计划上市10款新能源车型，未来3年，日产汽车在华合资企业东风日产计划投入100亿元用于新能源研发，并扩建技术中心以容纳4000名员工。

“过去，我们在推出新车型方面的反应速度相对较慢，但现在中国汽车产业发展迅速，我们已快速做出改变，做好了充分准备，去适应中国速度。”马智欣在采访中多次强调“中国速度”，必须要跟上中国节奏。他坦诚，“我们跟以前的合资公司不同了，现在我们高度认可本地研发团队的能力，也充分授权本地研发团队主导车型的开发，在坚持日产安全标准质量的前提下，将研发周期缩短至24个月。”

车展前，韩媒《News1》报道称，现代汽车和起亚汽车将不会参加本届上海车展。有消息称，这是现代和起亚自2002年进入中国以来首次缺席A类大型车展。除此之外，记者在车展上发现，特斯拉继续缺席，法国车也成为2025上海车展的缺席者。有分析称，缺席车展或许是离开牌桌的开始，而留在牌桌上的，则要想办法抓住中国消费者的心。

据奥迪方面透露，中国市场豪华车消费者平均年龄仅35岁，比全球市场年轻了20岁。奥迪·上汽合作项目CEO宋斐明接受记者采访时表示，中国豪华车消费者对科技和个性化有着更高期待，因此，奥迪在产品设计中始终以用户需求为核心，将中国年轻消费者的数字化生活方式融入开发全过程。

“我和阿方索几乎每个礼拜都要沟通，讨论中国消费者喜欢什么，世界的潮流趋势又是如何。”马智欣告诉记者，阿方索几乎每个月都来中国，做市场调研、了解新的消费趋势和中国用户的需求，这些都将进

一步提升日产汽车在中国市场的快速转型。

澳洲10开官网开奖记录下载

168澳洲幸运10开奖历史查询

澳洲10稳定计划

澳洲10开奖记录岸

168澳洲幸运10开奖号码

澳洲10开奖记录威

168幸运澳洲10开奖结果历史

澳洲十计划软件手机

幸运168飞艇最新开奖查询

168飞艇计划全天预测永久免费

快3倍投稳赚技巧

澳洲幸运10p

名爵app澳洲幸运10

500元倍投16期方案

加导师做计划赚钱

极速快三彩票一秒一开

最佳球会官方版下载

众赢国际版(免费版)

澳10开奖网站