



促經濟高質量發展 中央地方加碼消費優惠

大灣區車展逾千車款吸客

備受關注的2023粵港澳大灣區汽車展昨日正式開幕，此次車展面積規模達到15萬平方米，吸引中外上百家汽車品牌攜1,000餘款車型亮相，包括逾60款新車發布。比亞迪、上汽集團、廣汽集團、小鵬、蔚來、奔馳、寶馬和特斯拉等眾多品牌踴躍參展。汽車作為拉動中國經濟高質量增長的重要利器，上到中央下至深圳多個區，均出台許多刺激消費的政策，僅深圳南山、羅湖、寶安等汽車消費金額合計達上億元。



◆圖文：香港文匯報記者 李昌鴻

汽車作為高端先進製造行業，成為拉動中國經濟高質量發展的重要動力，新能源汽車更成為中國經濟發展重要力量和新名片。商務部辦公廳近日印發的《關於組織開展汽車促消費活動的通知》提出，今年6月至12月，商務部將統籌開展「百城聯動」汽車節和「千縣萬鎮」新能源汽車消費季活動。6月2日召開的國務院常務會議研究促進新能源汽車產業高質量發展的政策措施。為更大釋放新能源汽車消費潛力，會議提出要延續和優化新能源汽車車輛購置稅減免政策，此舉也意味着新能源車購置稅減免政策將再獲延續。

內地首5月新能源車產量增37%

國家統計局日前發布的數據顯示，5月規模以上工業增加值同比實際增長3.5%，而汽車製造業增長23.8%，其中新能源汽車總計67.5萬輛，增長43.6%；1月至5月新能源汽車產量總計284.6萬輛，同比增長37.0%。從增長數據來看，新能源汽車無疑成為助力經濟高質量發展重要動力。

記者在此次汽車展上，明顯感覺到傳統汽車展區人流較少，而比亞迪單獨設館的6號館則人頭攢動，形成明顯對比。而新能源汽車主打宣傳的長航程和智能駕駛，成功吸引大量觀眾關注諮詢和購買。

許多參展商均帶來智能化應用的新車型，並且所有整車品牌均帶來新能源技術的車型，勞斯萊斯閃靈將在本屆車展做全球首展、全國首發，問界M5智駕版則實現交付。

比亞迪「漢」續航700公里

比亞迪羅湖店客戶經理蘇俊源表示，作為比亞迪直營店，其「漢」、「秦」等純電動汽車銷售火爆，其單店一個月銷量就達到上百台。他稱，比亞迪「漢」有三個版本，續航里程包括500至700公里，售價從18.98萬至22.98萬元（人民幣，下同）不等，而「秦」更成為內地A類以上市場的銷量冠軍。此外，比亞迪「騰勢」，其推出的純電N7擬下個月推出，目前預訂數量達到2萬多。

他表示，比亞迪「漢」等也採用智能駕駛技術，為L2級別，用戶只需按一下開關進入待機狀態，能按照設定的速度行駛，隨前車速度變化而變化，能跟隨前車保持車道。高速上車流量不大的時候特別好用，基本右腳可以做到全程休息，用手就能開車。

與華為合作的賽力斯展台有關負責人黃小姐表示，該公司推出三款車，包括兩款M5和一款M7，均採用鴻蒙系統，續航里程達到550至620公里，價格在25.98萬至28.98萬元之間。公司汽車銷量好，截至上個月已下線10萬台，該車電機和電控都是華為的，通過鴻蒙生態圈可以連接上手機、家電和手錶等。

賽力斯：可實現京深自駕

她稱，M5智駕版可以實現智能駕駛，只要應用高精地圖，就可實現從深圳自動駕駛到北京，不過中途要充電。但按照目前的國家政策，駕駛位需要坐人。近一周來其已銷售100至200輛。

同樣，小鵬也強調長航程和智能駕駛，其展台負責人劉先生表示，G9航程達到702公里，P7i作為銷量冠軍，深受顧客青睞，同樣其多款車均實現自動駕駛，只要設置目的地，人坐駕駛位，腳不用踩剎車便可以自動行駛，但司機要防止意外加塞。

至於補貼方面，記者採訪多家車商獲悉，30萬以內補貼力度在8,000至1.5萬元不等。羅湖區最新發布的公告稱，6月16日至7月31日期間，羅湖區集中開展汽車促消費活動，釋放千萬元購車補貼資金。活動期間從羅湖區註冊納稅的限額以上汽車經銷商購買汽車的個人消費者每台車最高補貼1.5萬元。



◆粵港澳大灣區車展開幕，中外上百家汽車品牌攜1,000餘款車型亮相。



◆新能源汽車主打宣傳的長航程和智能駕駛，成功吸引大量觀眾關注諮詢和購買。

比亞迪新款豪華車料暑假上市



◆仰望旗下新能源硬派越野「仰望U8」吸引觀眾。

香港文匯報訊（記者 李昌鴻）在今次粵港澳大灣區車展中，比亞迪推出的豪華車「仰望」旗下新能源硬派越野「仰望U8」、純電性能超跑「仰望U9」吸引大量觀眾排隊前來觀看、諮詢和購買。

3.6秒加速至100公里

此前上海車展中，仰望品牌展台成為車展備受關注的展台，仰望U8亦以109.8萬元（人民幣，下同）價格正式開啟預售。據介紹，仰望U8作為一款百萬級新能源硬派越野車型，純電續航里程超180公里，綜合續航里程超1,000公里，最大動力輸出超1,100匹

馬力，能實現最快3.6秒的百公里加速時間。極具顛覆性的產品實力，以及可城市可越野的全場景適配能力，讓仰望U8持續收穫用戶關注。

在極致性能之外，仰望U8、U9極具視覺衝擊力的設計也吸引大量觀眾用戶紛紛駐足，前者內飾「星環座艙」巧妙地利用多重曲線點綴，處處顯現豪華裝飾。目前，仰望U8預售正在火熱進行中，其豪華版和越野玩家版均為用戶提供螢石白、月光銀等五種車身顏色。

據悉，仰望U8豪華版預計於8月正式上市，並預計於9月陸續開啟交付。

問界零跑等加入造車競爭

香港文匯報訊（記者 李昌鴻）作為造車新勢力，蔚來、小鵬和理想不但相互廝殺，並且在問界、零跑等加入後相互競爭更加激烈，市場也在不斷洗牌。

為爭奪市場，日前蔚來全系降價3萬元（人民幣，下同）後，引發競爭對手關注，通過對今年首季的交付量比較，理想汽車達到5.28萬輛，遠超蔚來的3.1萬輛和小鵬1.82萬輛，首季營收規模則分別是187.9億元、106.8億元及40.3億元。以前的造車新勢力從蔚來小理變成蔚小

不過，在研發上，首季蔚來研發投入高達30.78億元，理想為18.5億元，小鵬為13億元。從研發投入佔比看，小鵬達到32.3%，其次是蔚來28.8%，至於理想僅為9.8%。因此，從未來預期上看，蔚來和小鵬更具競爭優勢。

華為每年100億投入研發

除原有勢力外，問界、零跑及哪吒等眾多新能源汽車加入廝殺，尤其是問界借助華為的技術，具有很大的競爭優勢。在粵港澳大灣區車展期間，在深圳舉辦的未來汽車先行者大會

上，華為智能汽車解決方案BU CEO余承東稱，除華為和比亞迪這樣的巨頭外，一般公司不能活下來都是問題。他表示，華為每年有100億元投入汽車研發，及7,000人的研發團隊。其與賽力斯合作的AITO問界系列在15個月實現10萬輛下線，這是許多新造車公司需要數年才能達成的目標。

余承東對華為的高階智能駕駛充滿信心，認為「超過了特斯拉，以及所有對手」。不僅如此，他還透露，問界的智能駕駛軟件，未來可能每月都會進行迭代。



◆問界、零跑等加入後市場競爭更激烈。



◆小鵬汽車主打長續航和智能駕駛。

屈臣氏3年亞洲開逾1400新店



◆屈臣氏在馬來西亞第700家店舖位於巴生市(Klang)的黃金地段。

香港文匯報訊（記者 蔡競文）過去三年疫情，屈臣氏集團發展步伐未見停止。屈臣氏集團董事總經理黎啟明昨日表示，集團疫情期間在亞洲尋找適合開新店的地點，結果過去三年合共開設1,400多家新店，昨日為馬來西亞屈臣氏開設第700家店舖，該國正是集團亞洲

業務增長最迅速的市場之一。

馬來西亞店舖增長逾三成

黎啟明指出，雖然疫情帶來不少挑戰，但馬來西亞屈臣氏的店舖數目從2019年的535家增加至現時的700家，忠實會員數目更從2019年的570萬增長

至現時的720萬人，在短時間內大增150萬新會員。到目前為止，今年馬來西亞屈臣氏的營業額已取得雙位數的增長，繼續保持市場領先地位。

馬來西亞屈臣氏第700家店舖於KSL Esplanade購物中心正式開業，位於巴生市(Klang)黃金地段，亦是該區面積最大的屈臣氏店舖，佔地超過4,000方呎，致力服務當地超過100萬人口。

此外，為提升「O+O」（線下及線上）購物體驗，新店提供「Style Me」虛擬試妝服務、「W」獨家產品試用台，以及Naturals by Watsons可持續發展補充站，鼓勵顧客重用空瓶，減少80%塑膠用量。

必勝客中國開第3000家分店

香港文匯報訊 必勝客中國第3,000家門店昨日在河北秦皇島蔚藍海岸上正式亮相，這是必勝客在中國33年的重要里程碑。必勝客1990年進入中國，首店落戶北京，到目前已進駐600多個城鎮，成為中國消費者歡迎的「披薩專家」。

百勝中國首席執行官屈翠容表示：「今天的里程碑不開持續的創新，無論是菜單創新、科技創新，還是餐廳模式的創新。我們相信，在中國，必勝客還有巨大的增長潛力，我們將致力於開拓門店，促進品牌蓬勃發展。」今年首季，必勝客擁有超過1.35億名會員，數字訂單佔比約91%，會員銷售貢獻約67%。

隨著新消費群體的崛起，為抓住中國新一代年輕人和年輕家庭群體，必勝客打造



◆必勝客在華第3000家門店位於秦皇島蔚藍海岸。

一個集「餐飲+生活+社交」三位一體的餐飲空間，近三年相繼推出「花漾逃離」、「都會邂逅」、「星廚之約」及「街角拾光」等餐廳設計模型。此外，還打造非遺文化、悅讀食光、遊戲及寵物友好等主題餐廳，不斷帶來新鮮好玩的用餐體驗。