

一线直击

2024年，能否成为智能驾驶规模商用元年？

——来自北京车展的观察

本报记者 王硕 高志民

4月底的几天，从德国慕尼黑飞往中国北京的机票都纷纷涨价，一票难求。

这些机票的求购者的目标只有一个——时隔4年回归的北京国际车展。在一年前的上海国际车展上，中国新能源汽车被海外来客围观的一幕，正在北京车展期间的各大自主品牌展馆里频频重现。坐一坐驾驶舱，看一看漆面，摸一摸触屏，问一问参数……众多外国参展者在中国品牌的展车旁，忍不住用各种感官体验中国造车技术由内而外散发出的科技感。

“中国电动车和我们已经处于不同水平。”在车展现场发回报道的德国电视一台记者对于本届车展发出这样的评价，并表示与欧洲和美国不同，中国车市目前超过1/3的新车是新能源汽车。“毫无疑问，中国人已经走在了新能源车创新的前沿。”

就在欧洲汽车产业在是否全力发展新能源车左右彷徨、举棋不定之时，中国车企已经开始进入价格大战、跨界企业入局，车企高层变身“网红”下场带货直播……在2024年，中国车市正在经历许多前所未有的新态势。

参展新能源车型达278款

本次车展上，新能源汽车依旧是此次车展的最大看点。造车新势力——小米、蔚来、小鹏、理想、零跑、哪吒等品牌高调入场。而传统车企东风汽车、上汽集团、长安汽车、北汽集团、比亚迪汽车、奇瑞汽车的新能源品牌也纷纷集中展示新能源领域的最新创新成果、对未来出行的畅想及战略布局。

据统计，参展新能源车型达278款，相比上届北京车展增长70%，首发新车中新能源车型占比超过80%，近20个新能源品牌首次亮相北京车展。

这背后，是近年来我国新能源市场已经突飞猛进的发展态势。

根据中国流通协会乘用车市场信息联席分会最新数据，4月上半月，新能源车零售渗透率为50.39%，首次超过传统燃油乘用车，成为中国绿色交通和中国制造业转型升级新节点。

除了国产品牌在新能源汽车方面的强势布局，从车展上也能看出，众多合资车企也在加速新能源转型——如保时捷上市了全新纯电动Macan；宝马集团旗下的BMW和MINI两大品牌，展出了包括燃油、纯电、氢能、混动四种驱动形式的产品；奥迪展出了PPE平台的高端纯电SUV—Q6 e-tron，大众也在北京车展上亮相了多款新能源产品。

在新能源车领域，可以明显看到，随着中国消费者认知发生重大改变，那种盲目崇拜外资品牌的时代已经一去不复返了。

一份中金公司的研报曾评价说：合资车企在燃油车领域建立的技术壁垒逐步被削弱，在电动车领域的技术能力、产品力和品牌认知尚未形成，电动化转型的最佳窗口期日渐收窄。未来中国合资车企面临三条出路，一是坚定转型、本土化；二是像大众汽车一样与中国车企合作，补足短板；三则是退出中国市场。

智能化成为新亮点

“车市竞争的下半场是智能化赛道。”

上汽通用汽车总经理庄菁雄的话说出了整个行业的共识。车企产品智能化水平的高低，已经成为该产品能否在市场上受欢迎的关键因素之一。

在此次北京车展上，展馆中随处可见“智”字招牌，几乎所有新车都展示了自己在智能化方面的新突破。

华为无疑在其中备受瞩目。在车展上，华为“三界”齐发——与奇瑞合作的智界，与北汽合作的享界，以及与赛力斯合作的问界系列悉数亮相。

华为智能汽车解决方案BU CEO靳玉志认为，2024年是智能驾驶规模商用元年。

据介绍，华为智能汽车解决方案BU自2019年5月成立以来，累计研发投入超过300亿元，研发团队规模达到7000人。经过几年的压强式投入，已经构建出智能驾驶、智能座舱和智能车控等，目前已到了全面交付阶段。

靳玉志预计，到2024年底，搭载华为智驾系统的车辆将超过50万辆。

赛力斯是首个与华为开展全面合作的车企。全国政协委员、赛力斯汽车集团董事长张兴海表示，在汽车产业链已经高度自动化的今天，赛力斯的理念是“软件定义汽车”，这是赛力斯选择与华为合作的根源。“赛力斯始终坚定软件定义汽车下的智电融合之路，并以智慧重塑豪华。与华为的合作将不仅为中国汽车行业注入新活力，还将让更多的中国人能够驾驶本土生产的豪华汽车。”

本届北京车展“顶流”之一——小米汽车也是深耕智驾领域的代表。

“从造车的第一天起，我就认为，智驾就是整个新势力造车和传统造车的分水岭。”4月23日，雷军在其公众号上说

道。据了解，目前小米的智驾团队一年预算约15亿元，工程师超1000名。雷军表示，今年工程师团队将扩充到1500人，明年扩充到2000人，进一步加大在智驾领域的投入。

产业链百花齐放

除智能驾驶外，整个产业链也不断涌现出新技术。

车展首日，宁德时代发布了全球首款兼顾1000公里续航和4C超充特性的磷酸铁锂电池新品——神行PLUS。

据宁德时代首席科学家吴凯介绍，神行PLUS电池可为用户提供1000公里的超长续航里程，相当于从北京开到南京而无需中途充电。

吴凯表示，将和华为等多家公司，共同搭建国内最大超充网络。这将彻底改善新能源车用户的两大痛点——续航和补能，将为新能源车带来质的飞跃。

再比如，大疆车载在车展期间首次展示了驾舱一体方案、车载无人机方案等新技术，并与高通、东风汽车等合作伙伴进行了联合产品开发。

车展上还有无人驾驶迷你公交、可定制化自动驾驶小巴、全自动市政清洁车等众多产品，逐步改变着传统乘用车市场。

外国企业也在车展期间亮出与中国企业的合作成果。在车展上，德国汽车零部件供应巨头博世集团着重展示了面向可持续智能出行未来的解决方案。展台的工作人员表示，由于中国新能源汽车普及比较快，智能驾驶业务也领先国外发展起来，因此博世已经将很多产品生产本土化，以适应中国巨大的市场需求。

走公平发展之路，是中国式现代化的鲜明特点，蕴含着新的文明发展观。

读懂中国式现代化的世界意义

新华社记者 林霓 傅琰 程征

“中国式现代化不仅具有基于自己国情的鲜明特色，更有广泛深刻的世界意义。”《中国式现代化发展之路》智库报告5月4日在法国巴黎举办的中法人文合作发展论坛上发布后，引发中法两国专家学者和企业界人士热议。

报告由中央党史和文献研究院国家高端智库和新华社国家高端智库共同发布，用3.6万多字、4个章节的篇幅，总结了中国式现代化的发展历程，揭示论述了其实践路径和鲜明特色，还创新性提出中国式现代化创造的6个方面人类文明新形态，阐释了中国式现代化的世界意义。

在论坛发言和接受采访过程中，许多嘉宾对中国取得的跨越式发展成就表示赞叹，认为中国的实践为发展中国家走向现代化进行了有益探索。

法国国民议会法中友好小组主席阿洛泽在论坛发言中向中国的快速发展表示敬意，认为今后的法中合作会更精彩。法国阳狮集团代表洛里斯·诺尔德说：“公司进入中国市场已35年，中国拥有令人难以置信的活力，在进一步的交往中，我们更清晰地看到中国走向未来的雄心壮志。”

法国丝路商学院已为16个非洲国家提供促进发展的教育培训服务，旅法25年的创始人武世伟曾多次带领非洲国家学员访问中国。他说：“了解到中国从一穷二白到取得今天的发展成就，许多学员深受启发，认为中国式现代化道路可感可学可行。”一些专家学者表示，走公平发展之路，是中国式现代化的鲜明特点，蕴含着新的文明发展观。

在4日下午举行的“机遇中国·对话法兰西”沙龙研讨中，法国《自由思想》杂志主编让-皮埃尔·帕吉说：“世界重要的原则是互相尊重，在国际关系中，什么是世界人民想要的共同价值？是平等、是促进和平与发展。我们应选择另一种思考方式，不以西方作为定义进步的唯一模式和优越性标准，而是努力让人们分享一种更广阔的愿景、一种通过智慧的寻求和共同发展的方式来看待事物的方法。”

他说：“发展是一种基于独立自主权利的政策，民主是一种共同财富。一些国家试图将民主标准强加给其他国家，这种基于意识形态对抗的行为，实际上是对民主精神的背离。当下欧洲尤其要做的是：摆脱偏见，解放自己。”

武世伟在接受记者采访时说，从全球治理格局上看，保持稳定性是迫切需要和共同目标。中国在现代化进程中保持的强大稳定性，本身就是对全球发展的重要贡献。全球发展面临不平衡的巨大矛盾，中国从内部消除发展不平衡的实践探索，为完善全球治理提供了借鉴。

中法学者和企业界人士认为，中国式现代化是一条共同发展之路，将带来巨大的共同发展机遇。

曾经多次到访中国的法国新布雷顿森林体系委员会执行董事马克·乌赞说：“当前全球发展面临着气候变化的重大挑战，中国式现代化突出人与自然和谐共生这一理念，已取得明显效果。中国在新能源技术上发展很快，应该推动更多的技术输出与应用合作。”

法国艺术家之家协会主席雷米·阿龙说：“中国取得了巨大进步，这个经济奇迹是和传统文化保留绑在一起的。法中艺术界更多地交流，有利于保持文明的延续性。法国是各种文明的交叉路口，在这里，各方艺术家联手，可以推动文化复兴。”

中法智库专家认为，世界文明具有多样性，各国都有不同的国情，现代化的道路不止一条，中国式现代化开辟了一条崭新的道路。东西方应以更加包容的心态、着眼未来，相互尊重、加强沟通协调，携手建设好人类现代文明。

记者札记

中法友谊，别样“美味”！

本报记者 汪俞佳

即便是没有去过法国，中国人一提起当地美食，脑海里立马就能想到“法棍”“奶酪”“鹅肝”……而对法国人而言，一提起中国美食，恐怕早已从最初听说的“饺子”“烤鸭”，进阶到如今流行的“火锅”“奶茶”“小龙虾”……

中法两国都是著名的美食大国。中国饮食文化博大精深，源远流长，不但深受国人喜爱，也越来越受到法国友人的青睐。糖醋里脊、东坡肘子、灌汤包……“一地一风味”，背后蕴含的悠久历史和民俗特色，通过一道道精美菜肴传递出来，让人享受丰富味蕾的同时，也加深了对中餐文化的了解，进而增进对中华优秀传统文化的理解和认知。

法国人追求浪漫，美食同样充满着浪漫情怀。注重仪式感的法餐，鲜花装点，餐桌摆盘，连上菜的顺序、吃菜的方式都格外讲究，从开胃酒、开胃菜、餐前汤，到主菜、甜点，每一道菜都像一件艺术品，仿佛诉说着法国独有的文化与魅力。

民以食为天。中法两国人民对美食的热爱不谋而合，彼此间的吸引力也越来越大。近些年来，随着中法两国交流的加深，法国人对中餐的兴趣持续上升，甚至有的家庭会专门挑选节假日到中餐馆庆祝。中国人也习惯在下午茶时光，品上一块法式甜品，马卡龙、蓝莓慕斯，一个个耳熟能详的名字让人觉得即便相隔山海，法国离中国也并不遥远。

今年是中法建交60周年，习近平主席在1月25日中法建交60周年招待会上发表视频致辞时强调，要以中法文化旅游年、巴黎奥运会为契机，扩大人文交流、促进民心相通。

相知无远近。美食是共通的语言，也是文化交流的载体。今年随着中法文化旅游年的到来，中国对法国实施15天免签入境政策。我们欣喜地看到，越来越多的法国友人来到中国，领略秀美的自然风光，品尝多样的中华美食，同时见证和体会着当今中国的飞速发展及两国间的深厚情谊。同样，越来越多的法国电影、话剧、展览、美食等出现在中国，向公众展示着丰富多元的法国文化。连曾在法国留学的记者，都忍不住想再品尝一次法式大餐。

一甲子的“山海友邻”，正通过更多的交往、交流，拉近距离，加深了解，增进友谊。“舌尖”上的中法友谊，别样“美味”！



4月25日-5月4日，以“新时代·新汽车”为主题的2024（第十八届）北京国际汽车展览会，在北京中国国际展览中心顺义馆和朝阳馆举行。图为4月25日人们在车展现场参观。

新华社记者 才扬 摄

看数字

“五一”假期邮政快递揽投40.32亿件的背后

本报记者 王菡娟

国家邮政局监测数据显示，2024年“五一”假期（5月1日-5月5日），全国邮政快递业揽投快递包裹40.32亿件。其中，揽收快递包裹19.99亿件，日均揽收量同比增长32.7%；投递快递包裹20.33亿件，日均投递量同比增长28.6%。

今年“五一”假期期间，全国各地群众出游需求旺盛，邮政快递业抓住发展机遇，发挥寄递业务优势，主动融入旅游业发展，积极探索“快递+旅游”的行业融合发展新路径。全国400万快递小哥坚守岗位，为景区游客提供旅游纪念品、当地特产、行李寄递等多项服务。

在重庆，快递企业主动与动物园、下浩老街等知名景区携手，共同打造“旅游+快

递”一站式服务，通过设置流动服务车、增设智能服务柜等方式，让游客在品尝特色美食、选购文创产品的同时轻松享受便捷的寄递服务；在深圳，快递企业创新多场景服务模式，将揽收点直接开进了机场、高铁站、口岸、酒店和景区，方便游客轻松赴约、出行无忧；在湖南长沙，一件件伴手礼、纪念品从黄兴路步行街24小时寄递点发出，载着满满的情谊被送往全国各地；在江西景德镇，快递企业提前准备好缝隙填充物、气囊袋、加固箱等包材，帮助游客把中意的瓷器平稳送到家。

除了服务假日经济，快递企业也在升级完善寄递解决方案，加快服务地方特色

产业。在山东菏泽，芍药等鲜花迎来寄递旺季，快递企业从资源、包装、科技、渠道等多角度出发，制定鲜花专属运输方案，快递小哥化身“护花使者”，为这份“美丽”的传递保驾护航。同样的场景也在全国各地发生，大连的樱桃、海南的荔枝、舟山的海鲜、义乌的防晒产品……快递不仅拓宽了多地优质农产品销售渠道，也推动了一大批具有地域特色的产业持续壮大。

小包裹里藏着大民生，随着快递行业与文旅业及地方特色产业紧密融合，邮政快递业服务生产、促进消费、畅通循环的现代化先导性作用进一步发挥，凸显出其推动经济增长的重要作用。