

聚焦2025上海车展:

海外客商组团“打卡” AI生态重构未来出行

■本报记者 刘 钊

春日的上海,黄浦江畔的“四叶草”国家会展中心(上海)人潮涌动。

近日,以“拥抱创新 共赢未来”为主题的第二十一届中国国际汽车展览会(以下简称“2025上海车展”)开幕。作为全球规模最大、影响力最广的A级车展之一,2025上海车展吸引了来自26个国家和地区的近千家企业参展,规模创下历届之最。本届车展展出面积超36万平方米、全球首发车型数量达百余款、举办193场发布会,展会期间预计总客流量达130万人次。

当前汽车正逐渐向智能移动终端转变,组合辅助驾驶、智能座舱等领域的最新成果,为消费者带来更加智能化、个性化的出行体验。2025上海车展外商观团规模空前,前沿技术密集爆发,AI智能生态全面落地,不仅展现了中国汽车工业四十年的跨越式发展,更以AI技术、安全革新与产业链融合为笔,勾勒出全球汽车产业变革的新图景。

AI改写产业生态

2025上海车展不仅是新车的秀场,更是行业生态发展的瞭望塔。

从参展企业来看,大众汽车集团、梅赛德斯-奔驰集团股份公司(以下简称“梅赛德斯-奔驰”)、宝马集团、丰田汽车公司等传统国际知名品牌悉数参展,比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)、吉利汽车集团有限公司(以下简称“吉利汽车”)、上海汽车集团股份有限公司等自主品牌全力参与。上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来汽车”)、广州小鹏汽车科技有限公司(以下简称“小鹏汽车”)等造车新势力也纷纷亮相。

在首发的百余款新车中,新能源车型占比近八成,这一数据背后是车企对市场趋势的精准预判。吉利汽车的“银河战舰”、极氪科技集团的极氪9X、广汽传祺汽车的向往S9、小鹏汽车的X9等新车受到广泛关注。上汽通用汽车有限公司别克品牌推出的高端新能源子品牌“至境”,首款车型GL8陆尚MPV已吸引多家欧洲车企洽谈合作。东风汽车有限公司东风日产乘用车公司的纯电轿车N7、广汽本田汽车有限公司的烨品牌第二弹车型“GT”也首次亮相。

此外,奥迪推出专为中国市场打造的首款“去四环标”车型E5 Sportback;大众汽车集团发布ID.ERA、ID.EVO和ID.AURA三款概念车,量产版预计2026年上市,梅赛德斯-奔驰则发布纯电长轴距CLA。

除车展常规的新车发布外,AI技术带来的行业变革同样让人期待。当前,汽车行业电动化、智能化已经进入深水区,人工智能与汽车产业正深度融合。中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示:“2025上海车展,体

现了在智能网联新能源汽车时代,科技与汽车的深度融合在进一步加速,特别是人工智能、大数据等前沿技术在智能汽车上的应用更加深入,已成为行业创新的新热点。”

上海智元新创技术有限公司的智元远征A2交互服务机器人作为销售顾问亮相上汽荣威品牌、北京汽车股份有限公司、重庆长安汽车股份有限公司等多家车企的展台;宇树科技研发的Unitree B2机器人则化身深蓝汽车科技有限公司、北京蓝谷极狐汽车科技有限公司等公司

的“AI员工”;小鹏汽车展台的人形机器人IRON挥动手臂与观众互动,其搭载的大模型可精准识别上海方言指令,在展台巡逻时自动避让行人。

这些场景背后是AI技术向汽车产业全链条的深度渗透。人形机器人极具未来感的外观和创新的交互服务体验引发现场观众频频驻足,成为本届车展一道靓丽的科技风景线。在国泰量化投资部基金经理麻绎文看来,像小鹏汽车这类车企选择发力人形机器人领域,反映出其技术外溢效应,利用自动驾驶等技术积累开拓第二增长曲线。

在本届车展的各大车企展台,一场关于未来出行的“空中盛宴”正火热上演。在飞行汽车展区,慕名而来的观众大排长龙。奇瑞汽车、长安汽车、小鹏汽车、广州汽车集团股份有限公司(以下简称“广汽集团”)等整车企业,以及宁德时代、欣旺达动力等能源巨头,携多款突破性产品同台竞技,以硬核科技勾勒出低空出行的未来图景。

小鹏汽车董事长何小鹏表示,小鹏汽车正在研发的“小鹏世界基座模型”能够像人类一样进行复杂的常识推理,AI智能辅助驾驶系统有望从“模仿人类”向“超越人类”进化。而“小鹏世界基座模型”也将全面赋能小鹏AI体系全图谱,可同时用于小鹏汽车的AI汽车、AI机器人、飞行汽车。

加码布局中国市场

展会首日,国家会展中心(上海)门前排起长队。数据显示,本届车展外商观人数较上届有大幅增长。其中,奇瑞汽车、长安汽车、蔚来汽车等车企的展台首日接待海外客商超2000人次。

“中国市场的创新速度令人震撼!”来自法国的汽车经销商皮埃尔在2025上海车展现场接受《证券日报》记者采访时表示。据介绍,中国品牌汽车的身影已出现在法国的大街小巷,其搭载的最新智能化技术更是受到当地消费者的追捧。

规范驾驶辅助宣传与应用的倡议书》,要求企业“严格依据《汽车驾驶自动化分级》命名功能,杜绝模糊或误导性表述”。

公安部道路交通安全研究中心官方账号发文建议车企建立相关机制,帮助新用户快速熟悉并掌握智能网联汽车及其辅助驾驶功能的使用方法以及禁止事项,以减少相关交通事故对品牌形象的不利影响。此外,企业在组合驾驶辅助系统或功能命名及营销宣传中,不得暗示消费者该系统可以作为自动驾驶系统使用,防止驾驶人滥用风险。公安部道路交通安全研究中心指出,部分车企的“误导性宣传”已触碰法律红线。

随着监管层的密集发声,车企纷纷在车展前紧急调整宣传策



图①现场观众体验零跑汽车全新B系列车型B10 图②观众在长城汽车坦克4.0T V8发动机展位拍照打卡
图③网络主播在奇瑞汽车展台进行产品拍摄 图④海外客商在小米汽车展台参观 刘钊/摄

上海车展解码“中国智造”新范式

■ 刘 钊

参展面积从1.5万平方米到36万平方米,参展商从73家到近1000家,历经40年的发展,上海车展目前已成为全球规模最大的汽车行业展会。日前开幕的第二十一届中国国际汽车展览会(以下简称“2025上海车展”)汇聚了来自26个国家和地区的近千家企业。中国汽车产业正以技术创新为引擎、以生态重构为路径,向世界展示着从“市场跟随者”到“标准定义者”的跨越式蜕变。

当前智能电动化进入“下半场”,比亚迪的“兆瓦闪充”技术以5分钟补能400公里改写补能效率标准;小鹏汽车的“陆地航母”分体式飞行汽车则打破陆空出行边界;广汽埃安与滴滴联合推出L4级自动驾驶车型,宣告高阶智驾从实验室走向街头。

这场技术革命已超越单一性能的比拼,转向全场景体验的整

合。长安汽车的“天衡底盘”与奔驰的“驾控超级大脑”将机械性能与数字算法深度融合,实现毫秒级动力响应与复杂路况预判。值得关注的是,中国品牌以“全栈自研”重塑产业话语权:华为乾崮智驾ADS 4系统与鸿蒙座舱HarmonySpace 5的落地,标志着“人—车—家”生态闭环的成熟;而商场绝影的R—UniAD技术方案则通过世界模型与强化学习,推动智驾系统从“被动应对”向“主动思考”进化。

汽车产业的边界正在消融。华为、地平线等科技企业与车企的深度耦合,使汽车演变为移动智能终端。用户价值体系的重构更具深意。蔚来以“油电同质同价”策略打破能源形式藩篱;沃尔沃XC90的透明车身展示硼钢闭环结构,将安全从技术参数强化为品牌基因。

上海车展的国际化底色愈发鲜明。中东客商对比亚迪的赞叹、挪威经销商对小鹏飞行汽车的关

管的“口头禅”。

梅赛德斯-奔驰董事会主席康林松表示,中国市场对奔驰集团具有战略意义。上海是世界观察中国的重要窗口,参加上海车展,面向的是全球,投资的是未来,将携手合作伙伴持续优化研发生产布局,面向全球市场推出更多创新产品。

大众汽车集团负责中国区业务的董事、大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德则表示,如今的大众,正在中国完成从制造到研发,从输入到输出的角色转换。

这种吸引力正是源自中国新能源汽车产销量连续10年位居全球第一、中国汽车产销量更是连续16年稳居全球第一的成绩。瑞银中国汽车行业研究主管巩昱对《证券日报》记者表

示,在2025上海车展上,“自动驾驶”一词几乎消失,取而代之的是“辅助驾驶”的审慎表述。在车展现场,多位观众向《证券日报》记者表示,购车时已从“关注功能炫酷”向“验证实际可靠性”转变。

消费者对车企宣传的审视更加严格。现场某车企的销售人员称:“用户会直接追问功能的法律

责任归属,甚至要求企业出具书面承诺。”这种变化将倒逼车企在营销中更加透明,例如明确标注系统适用场景、限制条件及应急措施。

在华为鸿蒙智行发布会上,“安全是最大的豪华”被反复提及,其中,问界M8的暴雨AEB刹

停演示、极氪9X的夜间盲区避让测试等均聚焦极端场景下的安全性能。

整体来看,车企不再单纯比拼硬件堆料,而是通过冗余设计和场景验证构建信任。例如,博世集团推出基于端到端模型的城区辅助驾驶方案,强调“以人类驾驶方式规避障碍”;长城汽车股份有限公司通过公开碰撞测试直播,展示其在电池安全、车身结构等领域的硬实力。广州小鹏汽车科技有限公司面向新手推出智能辅助驾驶新手考试,旨在提升用户对技术边界的认知。重庆长安汽车股份有限公司的全国唯一“智能汽车安全技术全国重点实验室”,帮助公司在该领域树立更高的标准。

智能网联汽车产业长远发展,不能背离安全这一初衷,安全才是真智驾。华为智能汽车解决方案BU联合广州汽车集团股份

有限公司、上海汽车集团股份有

限公司、江汽集团股份公司等11家车企共同发起智能辅助驾驶安全倡议,守护行业健康发展。

“智能驾驶技术不可逆转,但安全将成为其普及的‘速度控制器’。”中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》记者表示:“真正的创新不是内卷,而是打开新的可能性。当汽车与AI、机器人、低空经济深度融合,一个‘万物互融’的出行时代正在到来。2025上海车展不仅是中国从‘汽车大国’迈向‘汽车强国’的里程碑,更为全球产业变革提供‘中国方案’。”

为要实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

注,折射出中国车企“技术+文化”双输出的全球目标。比亚迪e平台3.0 Evo通过欧盟ECE R135标准,为进军欧洲高端市场铺路;小鹏、蔚来宣布加速布局60个海外市场,标志着中外技术合作从“市场换技术”转向“共创共生”。

在人工智能与新能源的双重革命中,2025上海车展犹如一面棱镜,折射出中国汽车工业从“制造大国”向“智造强国”的跃迁。当飞行汽车掠过展馆穹顶,当人形机器人与观众自如对话,这些场景不仅勾勒出未来出行的具象图景,更宣告着一个新时代的来临——在这里,中国不仅是全球最大的汽车市场,更是定义汽车文明新高度的创新策源地。

世界汽车工业的“中国时代”,正从黄浦江畔扬帆启航。

记者观察

示,在2025上海车展,能够看到更多的全球车企或国外车企在拥抱中国的科技、拥抱中国的研发资源,增加在中国的研发投入和产品开发。

从“逆向工程”到“原生创造”,中国主导的127项智能电动汽车标准成为全球基准。中国车企从“产品出海”迈向“技术标准+商业生态”的双重输出。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》记者表示:“真正的创新不是内卷,而是打开新的可能性。当汽车与AI、机器人、低空经济深度融合,一个‘万物互融’的出行时代正在到来。2025上海车展不仅是中国从‘汽车大国’迈向‘汽车强国’的里程碑,更为全球产业变革提供‘中国方案’。”

为要实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

蔚来汽车创始人、董事长、CEO李斌:智驾芯片、全域操作系统、智能底盘决定智能汽车体验和安全上限

■本报记者 刘 钊

4月23日,第二十一届中国国际汽车工业展览会(以下简称“2025上海车展”)正式拉开帷幕。在车展间隙,上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来汽车”)创始人、董事长、CEO李斌接受《证券日报》记者采访,就蔚来汽车的技术创新、“出海”战略及市场布局等话题进行深入交流。

本次车展,蔚来汽车携NIO蔚来、ONVO乐道、firefly萤火虫三大品牌共11款车型、12项全栈技术亮相。李斌称,这是蔚来汽车三大品牌首次集体参加车展,2025年是蔚来汽车的产品大年和技术收获大年,今年三个汽车品牌一共有9款新车上市,每个季度都有重磅新品推出。

李斌称,智驾芯片、全域操作系统和智能底盘是智能汽车核心技术的“新三大件”,这三大核心技术决定智能汽车的体验上限和安全上限。他提到,蔚来汽车在技术研发方面的持续投入,使得公司正在跑步进入全新的产品周期。不管是NIO的高端车型,还是萤火虫这样的高端小车,其背后的底层能力都是蔚来汽车过去十年在底层技术创新方面的投入所带来的。

谈到“出海”战略时,李斌表示,在全球贸易争端频发的背景下,中国汽车产业要做“出海”,必须考虑贸易争端和关税政策等因素。他认为,虽然面临各种挑战,但中国汽车产业在全球市场的份额有望持续提升,最终达到40%左右。蔚来汽车作为中国新能源汽车企业的代表之一,对此充满信心。

李斌表示,蔚来汽车今年将在25个国家销售产品和服务,并已经完成从直营模式向国家合作伙伴模式的战略调整。例如,蔚来汽车在新加坡等国家已经与合作伙伴展开合作。

在技术方面,蔚来汽车已经成功研发出全球首颗车规的5nm智驾芯片,并将在量产车型上应用。这一技术创新将为用户带来更好的体验,同时提高产品的竞争力和毛利率。在产品方面,蔚来汽车今年将有9款全新车型上市,包括萤火虫、ET9、ET5T、ES6、EC6以及乐道品牌的L90、L80等。这些新车的推出将进一步提升其市场份额。在基建方面,蔚来汽车将加速换电站的建设,计划在今年年底实现广东每个县都有换电站的目标,并逐步向全国27个省级行政区推广。

针对智能驾驶技术的推广问题,李斌表示,汽车事关人的生命安全,因此所有车企都会把安全放在非常高的位置上。蔚来汽车作为新势力第一批做L3试点的企业,深知智能驾驶技术对于提高安全能力上限的重要性。他透露,蔚来汽车在智能驾驶技术的研发上一直把安全作为第一优先级,并已取得显著的成果。同时,他也呼吁行业能够更加理性地推动智能驾驶技术的发展。

此外,李斌还介绍了萤火虫的市场定位和发展前景。他表示,萤火虫是蔚来汽车所有产品里面第一个做右舵的车型,将更早地推向国际市场。他认为,萤火虫作为一款高端小车,将覆盖广泛的用户群体,并有望在全球小车市场占据一席之地。

岚图汽车CEO卢放:以用户为中心 迈向全球智能化高端品牌新征程

■本报记者 刘 钊

4月24日,在2025上海车展期间,《证券日报》记者采访了岚图汽车CEO卢放,他深入阐述了岚图汽车的品牌战略、市场定位以及对行业趋势的独到见解,并表达了岚图汽车定位全球智能化高端品牌的决心和实力。

自成立之初,岚图汽车便已明确自己的品牌定位——用户型科技企业。卢放表示,岚图汽车始终致力于通过好的产品或服务,与用户产生更多的连接,以满足用户日益增长的出行需求。为实现这一目标,岚图汽车将服务品牌具象化,提炼出“一心一意服务用户”的核心理念,从产品研发、生产制造到售后服务,每一个环节都围绕用户需求展开。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。

在品牌战略上,岚图汽车致力于迈向全球智能化高端品牌的新征程。卢放表示,岚图品牌继承东风集团50余年的造车底蕴,同时依托东风集团的全球战略资源,坚持长期主义,走高质量发展之路。岚图汽车的目标是成为全球新能源豪华品牌的第一梯队,以卓越的产品品质 and 用户体验,赢得全球消费者的信赖和喜爱。

为实现这一目标,岚图汽车在2025上海车展上发布了最新的服务品牌“岚图服务VOYAH SERVICE”,旨在为用户提供更好的全旅程服务。卢放强调,岚图汽车要一心一意地对待用户,不受市场竞争中其他因素干扰,始终将用户需求放在首位。