

从产品比拼到生态较量 北京车展映照中国汽车产业进阶之路

本报记者 刘钊

潮涌京华,智启新程。4月24日,以“领时代·智未来”为主题的2026(第十九届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)正式启幕。本届北京车展总展出面积38万平方米,成为目前世界上规模最大的汽车展会。

当前,中国新能源汽车快速普及,自主品牌加快向上,智能化技术加速落地,推动中国汽车产业在全球竞争中的位置不断前移。但与此同时,行业也面临价格战延续、盈利能力分化、全球化运营复杂度上升等现实挑战。本届北京车展之所以受到高度关注,正是因为它集中呈现了产业变革中的新产品、新技术和新格局。

自主品牌集中亮相 技术驱动产品向上

在本届北京车展上,比亚迪、吉利、奇瑞、东风、长安、上汽、广汽、长城等集团阵容集中亮相,蔚来、小鹏、理想、小米、零跑等新势力也以旗舰车型和智能技术争奇斗艳。自主品牌不再只讲“性价比”,而是把高端化、智能化、全球化放在了更靠前的位置。

传统车企方面,比亚迪海洋网全新大型旗舰SUV海狮08全球首发,第二代刀片电池、后轮转向、云辇-A以及快充技术共同构成核心卖点。吉利以银河之光第2代概念车、原生新能源越野架构、i-HEV智擎混动等技术和产品集中展示一个“吉利”的体系协同。奇瑞旗下多个国内外品牌同馆联动,57款车型,31项前沿科技展品亮相,展现其全球化和技术平台能力。东风发布“东风风起2030”计划,并带来多款全球首发车型与一系列全栈自主研发科技成果。

新势力车企方面,小鹏携小鹏GX、全新一代人形机器人IRON和“陆地航母”分体式飞行汽车亮相北京车展。蔚来推出全新ES8玄金特别版,继续围绕高端用户、换电生态和全场景体验做文章。零跑通过Lafa5 Ultra及ABCD全系列产品展示“好而不贵”的普惠路线。岚图汽车宣布加速发力纯电赛道,开启纯电战略新阶段,公布“深耕欧洲、布局

中东、进军右舵市场”三大行动。

不同企业打法各异,但反映出智能电动汽车的竞争已经不再停留在续航、价格和配置上,而是看谁能把技术转化为稳定、可感知、可持续的用户价值。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受《证券日报》记者采访时表示,本届北京车展整体呈现出“格局重塑、技术突围、路径分化、配置内卷”的特征。在他看来,传统车企更多依靠合作补短板,新势力则更强调自主自强,二者的路径差异正在变得更加清晰。

合资品牌加速转身 中国市场成为技术“考场”

如果说自主品牌体现的是向上突破,那么合资和外资品牌的动作则说明,在中国市场跨国车企已经很难再依靠品牌惯性和燃油车优势维持原有位置,必须用更快的本土化研发、更适配的智能配置和更完整的新能源产品矩阵重新赢得用户。

大众汽车集团在北京车展前夕发布“全域智能体AI”路线图,明确自2026年起基于CEA架构的新车型将搭载智能体AI,2027年起新一代CEA 2.0架构将进一步打造“驾舱一体”体验。2026年,大众汽车集团将在中国推出超过20款电动化智能车型,到2030年扩展至约50款。另外,上汽大众增程车型ID.ERA 9X于北京车展正式上市,显示出合资品牌正用中国用户熟悉的新能源技术路线重回主流市场。

豪华品牌也在调整节奏。梅赛德斯-奔驰携近40款车型与前瞻科技亮相北京车展,全新奔驰纯电GLC SUV全球首秀,新一代S级轿车中国首秀,宝马带来16款全球首发车型,新一代iX3长轴距版、新世代i3长轴距版首次面向公众展示。奥迪则通过四环与AUDI双品牌协同推进在华产品布局,奥迪E7X全球首发,全新奥迪A6L与A6L e-tron同台亮相,其搭载了面向中国市场的智能化配置。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,这些变化说明,外资品牌的“在中国,为中国”战略正



2026(第十九届)北京国际汽车展览会现场 刘钊摄

在加速落地。中国市场不再只是销量市场,而是技术成熟度、用户体验和商业模式的试验场。

供应链走到台前 产业进入生态竞争阶段

值得注意的是,科技企业和供应链企业正从幕后走向台前,重要性显著提升。

华为乾崮、宁德时代、地平线、Momenta、黑芝麻智能、轻舟智航、文远知行、卓驭、商汤绝影、科大讯飞等品牌集中亮相,芯片、算法、操作系统、电池、补能、座舱交互成为展馆里的高频词。

地平线创始人兼CEO余凯对《证券日报》记者表示,本届北京车展呈现出智能化全域自研的新趋势。在车载芯片与整车智能技术方面,行业正在聚焦以技术创新实现智能座舱与智能驾驶一体化,在降低成本的同时提升性能,更好地满足用户需求。

蔚来董事长李斌在接受《证券日报》记者采访时表示,行业正在从整车竞争升级为全产业链生态竞争。智能化、电动化重塑了供应链价值体系,电池、芯片等领域出现了一批过去难以想象的大公司,这会提升中国智能电动汽车全产业链竞争力。现在,整车企业不仅要比拼产品

定义、供应链成本和渠道能力,还要比拼AI模型迭代、芯片算力布局、数据闭环能力、补能体系等。岚图汽车董事长卢放对《证券日报》记者表示,岚图汽车持续向上的底气来自研、产、供、销、服全产业链自主掌控能力。这体现出车企对产业链安全、体验一致性和长期经营确定性的重视。

取势而行,向新而进。对中国汽车产业而言,下一阶段的关键在于提升盈利能力、品牌溢价、全球化运营和技术落地能力,只有把技术、产品、供应链和治理能力真正沉淀为体系优势,才能在全球汽车产业重构中保持主动。

记者手记

2.5万步丈量全球最大车展

刘钊

本届北京车展到底有多大,数字已经足够直观——本届展会总展出面积达38万平方米,规模跃居全球车展首位,共展出1451台展车,其中首发车181台,概念车71台。

真正走进展馆后,这种“大”更直接地落在脚下。两天媒体日,从开馆走到闭馆,笔者单日步数接近2.5万步,即便如此,仍很难把所有重点展台完整走完。发布会、高管专访、媒体沟通会等接踵而至,很多时候刚从一个展台挤出来,手机里又弹出一场采访提醒。

车企负责人的忙碌,是这届车展最真实的注脚。蔚来董事长李斌在现场“吐槽”,今年特别忙,一直在接待合作方,连去友商展台学习的时间都没有。奇瑞汽车董事长尹同跃说,车展期间签约一场接一场。笔者与吉利汽车CEO淦家阅的采访,则被安排在午餐时间进行。访谈结束后,淦家阅还要抓紧和客户沟通。

车企负责人尚且如此,一线工作人员更是连轴转。笔者在多个展台看到,讲解员刚送走一批观众,马上又迎来另一批观众;市场人员一边维持车展周边秩序,一边回答权益、交付周期、续航、智驾等具体问题;技术人员则反复演示座舱交互、辅助驾驶、电池补能等功能。午饭时间,不少工作人员只能匆匆吃几口盒饭,便继续工作。车展的热闹,是新车与新技术撑起来的,也是这些工作人员一整天不停沟通和奔走撑起来的。

热闹之外,笔者也感受到了企业的焦虑——大屏、冰箱、彩电、沙发、贯穿式灯带成为新车“标配”,座舱布局也越来越趋同。很多产品都在努力抓住用户最容易感知的配置,却没有差异化亮点,很难让消费者留下深刻印象。事实上,汽车行业竞争进入深水区的后,企业既要控制成本,又要提高配置,还要保持发布声量和市场热度,这种压力最终会传导到研发、设计、生产、营销、供应链的每一个环节。

车企正努力破解同质化困局。在本届北京车展上,比亚迪展示了新的闪光技术,吉利强调多能源技术路线,奇瑞把全球化和全域AI放到更突出位置,小鹏带来了人形机器人和飞行汽车……汽车展台旁边,也有越来越多的观众开始关心芯片、算法、电池和操作系统的。这说明汽车产业的竞争,已经从“谁的新车更多”转向“谁的体系更强”。

在展馆走廊里,笔者还看到不少孩子画下自己心中的未来汽车。对孩子来说,“汽车”可以是机器人、飞行器、智能终端,也可以是一种想象力的载体。北京车展的意义,或许也在这里,其展示的不只是当下的竞争,更是下一代人对汽车的理解。

喧嚣过后,车企或许会更加冷静,可靠的产品、清晰的品牌、扎实的技术和可持续的体系能力,仍然是穿越周期的关键。谁能沉下心来把车造好,把用户服务好,才可能在下一轮竞争中走得更远。

吉利汽车CEO淦家阅:

汽车行业竞争是一场马拉松 不能只盯眼前繁华

本报记者 刘钊

在2026(第十九届)北京国际汽车展览会上,吉利汽车集团(以下简称“吉利汽车”)旗下银河M9、银河V900等多款车型同台亮相,展台人流不断。吉利汽车CEO淦家阅在接受《证券日报》记者采访时表示,汽车行业的竞争最终仍要回到产品、技术、质量和全球化能力的比拼上。面对竞争加剧,吉利汽车追求的不是短期销量,而是高质量增长。今年一季度,国内车市承压。淦

家阅认为,产品同质化、新能源车购置税政策退坡、新车生命周期缩短,是影响市场表现的重要因素。

在行业竞争压力不减的背景下,吉利汽车一季度仍交出较为稳健的销量答卷。数据显示,吉利汽车一季度总体销量70.9万辆,创同期新高。但在淦家阅看来,销量增长并不意味着企业可以只追求规模扩张,更重要的是增长的质量和可持续性。“汽车行业竞争是一场马拉松,不能只盯着眼前的繁华。汽车的本质仍是耐久性、可靠性和安全

性,企业必须保持敬畏。”淦家阅说。

在品牌层面,“一个吉利”战略继续深化。淦家阅表示,极氪要“向上、向上、再向上”,聚焦豪华领域;领克要“向宽”,突出运动、高端、个性和时尚属性;吉利银河则承担主流新能源精品车打开市场的任务。定位清晰后,大吉利体系可以形成多样化发展,同时在底层技术、后台研发和全球资源方面实现协同。

在智能化方面,淦家阅表示,吉利从2021年开始践行“智能吉利2025”

战略,在算力、算法、数据和AI团队建设方面提前布局,并建立星睿智算中心,发布大模型和全域AI技术体系。

在智能驾驶路线方面,淦家阅认为,L3仍然需要存在。L3和L4本质一致,但使用场景不同。L4商业化需要特定场景和运营体系支撑。吉利此前布局曹操出行,正是为了建立L4所需的关键场景和运营能力。

对于供应链关系,淦家阅表示,汽车产业链很长,企业不能封闭,也不能丧失主动性。比如在智能驾驶领域,

吉利汽车打造“千里浩瀚”高阶智能驾驶系统,软件和算法必须牢牢抓住;在电池领域,公司自研技术,与头部企业合资以及外部供应共同构成开放而有主动性的体系。

全球化也是吉利汽车下一阶段的重要变量。淦家阅表示,中国汽车品牌“走出去”,实际更要“走进来”,走进当地市场。吉利汽车不会简单输出产品,而是根据不同地区实际情况,通过合资建厂、技术导入、资源协同等方式,与当地产业和经济实现共生共赢。

蔚来董事长李斌:

智能电动车竞争已进入体系能力决赛阶段

本报记者 刘钊

在2026(第十九届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)现场,蔚来旗下最新车型吸引了众多观众拍照试乘。蔚来董事长李斌在接受《证券日报》记者采访时表示,2026年北京车展是中国汽车产业阶段性跃迁的生动注脚。智能电动车竞争正从单一产品比拼,进入体系能力竞争的新阶段。过去一段时间,各大品牌密集推出

全新车型,围绕智能化配置升级、大尺寸产品矩阵扩容展开全方位角逐。李斌认为,近期新车集中上市,并不是企业临时跟风,而是两三年前研发立项集中兑现的结果。汽车产品开发周期较长,一款车从立项到上市往往需要至少二十几个月的时间,当前车型密集发布本质上反映出各家车企此前已经对中国智能电动车竞争加速作出判断。

在谈及智能电动车核心能力时,李斌再次提到蔚来的“新三大件”。他

表示,智能芯片、全域操作系统和智能底盘,正在成为判断智能电动车技术水平的新标准。他将全域操作系统比作整车的“指挥家”,需要把车上大量芯片、域控和执行机构统一调度,支撑跨域、低延迟、高带宽调用。

在智能底盘方面,李斌认为,在传统机械底盘时代,欧洲车企有深厚积累,但进入智能化新阶段后,底盘性能不再只由机械结构决定,刹车、转向、全主动悬架、后轮转向等系统能否通

过芯片和软件协同工作至关重要。

李斌判断,纯电是长期方向,“能换电的纯电”则是蔚来坚持的技术路线。过去,纯电车型在长途出行、补能效率和空间利用上存在短板;如今,随着高压平台、电池包集成和充换电网络逐步完善,纯电车型在空间、能耗和使用体验上的优势正在被更多用户感知。

李斌说,新车快速迭代会让部分老用户产生阶段性失落感,企业需要正视这种声音。他表示,技术进步和产品更

新难以避免,但公司能够长期健康经营,才是对用户最大的责任。蔚来会继续倾听用户社区中的不同意见,在能力边界内尽可能照顾老用户利益。

“智能电动车竞争已进入体系能力决赛阶段。”李斌认为,随着产品同质化加剧,竞争不再只是某一款车、某一项配置或某一项技术的较量,而是技术、研发、供应链管理、质量控制、成本效率、销售服务以及组织能力的全面竞争。

Momenta CEO曹旭东:

中国技术正加快走向世界

本报记者 刘钊

在2026(第十九届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)期间,智能驾驶是车企与供应链企业交流的核心热点之一。北京初速度科技有限公司(Momenta)CEO曹旭东在接受《证券日报》记者采访时表示,自动驾驶进入物理AI关键阶段,企业之间的差距不只体现在某一个点算法,而是体现在数据闭环、商业闭环以及背后的体系和组织能力上。

随着城市NOA(城市导航辅助驾驶)、无图方案、大模型等加速上车,行

业开始意识到,仅靠单点算法创新很难形成长期竞争优势。曹旭东直言,更重要的是架构能力;架构之上还有数据迭代体系、训练体系、验证体系,再往上则是组织和文化。

曹旭东将原始数据比作“含矿量很低的铁矿石”。他认为,海量数据只是价值源头,关键在于从中筛选长尾场景,并通过训练、仿真和验证转化为系统能力。Momenta发布的R7强化学习世界模型,先以真实驾驶数据预训练,让模型形成物理常识;再通过闭环仿真推演行为影响;最终在世界模型中强化学习、自主优化。曹旭东表示,

具备物理常识并不等于会开好车,还需通过后训练,将系统行为对齐到更优驾驶行为。

在北京车展期间,“反向合资”成为一个新话题。越来越多的海外车企开始重视中国智能化技术能力,中国供应链企业也不再只是零部件提供方,而是以软件、算法、系统能力参与全球汽车产业重构。曹旭东认为,中国技术正在加快走向世界,但进入欧洲等市场时,可能对当地企业、就业和税收形成冲击。“反向合资”的价值在于,中国技术赋能当地企业,形成更可持续的共赢模式。

Momenta的全球化合作正全面展

开。曹旭东表示,多家头部车企成为量产合作客户。Momenta方案已在英国、挪威、新加坡等逾10个国家和地区落地。

在L4自动驾驶业务上,Momenta也在拓展多元场景。曹旭东透露,公司并不是只做Robotaxi(自动驾驶出租车),也会做Robovan(无人物流车),明年还将推进Robotruck(自动驾驶卡车)。在他看来,一个自动驾驶大模型应当能够支撑多个垂直应用,并通过不同场景的数据和经验相互反哺,降低每个垂直领域的研发成本。这种平台化思路,或将成为自动驾驶企业下一阶段竞争的重要分水岭。

对于物理AI的发展,曹旭东给出了更长期的判断。他认为,物理AI最核心的是数据闭环和商业闭环,两者之间会形成正反馈。相比通用机器人,自动驾驶更早具备规模化数据闭环和商业闭环,因此有望成为物理AI的序章。但这也意味着,物理AI不是“轻资产游戏”。

曹旭东判断,实现规模化L4自动驾驶累计投入至少需要百亿美元,通用机器人所需投入更高。长期来看,仅靠融资难以支撑通用物理AI研发,必须依靠能够产生现金流的业务持续反哺研发。