

上海车展创新大潮奔涌

车企技术竞争扩展至多领域多场景

4月23日,以“拥抱创新 共赢未来”为主题的第二十一届上海国际汽车工业展览会在上海国家会展中心拉开大幕。一方面,本届车展再度展现出汽车产业的新能源与智能化趋势,技术竞争从智舱、智驾等维度延伸至多个领域。另一方面,跨国企业与本土厂商深度协同,深耕中国市场、加大在华投资初心不改。在新一轮电动智能的产业大潮下,2025上海车展正揭示着中国汽车产业的“新变局”。

● 本报记者 王辉 李梦扬



2025上海车展上所展示的汽车



本报记者 李梦扬 摄

作为全球汽车行业两年一度的盛会,本届展会以36万平方米的展区规模,汇聚了来自超过20个国家和地区的近千家企业参展,约有100款全球首发的车型同步亮相,大量主流厂商在本次展会上集中呈现了汽车产业最前沿的科技创新成果。其中,新能源车型占据主导地位。

值得注意的是,电动、智能的产业大势,成为了主机厂、各类供应商激烈竞速的最大战场。其中,智驾、智舱、电池、智能底盘、各类数字底座和汽车智能软件等最新创新成果层出不穷。

在本次车展上,大量在华经营的主流外资车企与全球知名供应商,不仅继续以高规格参会,密集发布了大量新车型、新研发技术成果和解决方案,而且还普遍表示,将继续长期看好中国市场广阔机遇,坚定扎根中国、深耕中国。有国际知名供应商企业更表示,将“以中国供应链构建起完整的中国方案”。

作为豪华品牌外资车企的代表企业之一,宝马集团董事长齐普策在本次车展上表示:“宝马始终坚持‘在中国、为中国、以中国速度创新’,我们正在携手本土先锋企业,快速将突破性技术落地。”齐普策同时强调:“中国市场在宝马全球创新版图中的战略地位日益彰显,并在全球汽车产业新世

例如,在智驾、智舱方面,相关领域吸引了多方密切关注,Momenta、地平线、佑驾创新等众多企业纷纷在本届车展上高规格亮相。具体来看,地平线推出了L2城区辅助驾驶系统——地平线HSD,并宣布与奇瑞达成HSD首个量产合作。佑驾创新也推出了全新座舱大模型解决方案——智能管家BamBam。BamBam以多模态技术实现全维度舱内感知,能在提高汽车安全性的同时,为用户提供个性化、全场景的智能服务。小马智行则在车展上首发了第七代车规级自动驾驶软硬件系统方案,其自动驾驶套件总成本较

前代下降70%。

为汽车主机厂提供实时3D开发工具和服务的国际知名厂商Unity中国与奔腾汽车达成战略合作,双方将基于Unity领先的实时3D技术和AIGC创新能力,聚焦智能座舱开发领域展开深度协同。

而在智能底盘方面,记者在本次车展上获悉,上汽集团旗下高端智电品牌智己汽车发布了具有革新性的“线控数字底盘技术”。该技术以全线路架构革新底层逻辑,实现全域数字化控制与“大小脑”智能中枢深度融合,补齐智能汽车迈向“具身智能”的

最后一块拼图,致力于为用户带来全场景都好开、全场景更安全的革新性体验。

智己汽车相关负责人介绍,通过这一创新“汽车底盘小脑技术”,其一辆整车可以“在近5米长的车身情况下,实现4.69米的极致转弯半径”。这一技术能够突破传统机械底盘的束缚,依托更佳的转向比变化,在低速状态时,方向盘小幅转角就能实现大转向。此外,智己汽车方面还称,2026年下一代技术搭载的干式线控制动系统,将能够结合AI大模型,实现“预判式运动控制”和汽车的“具身智能”。

中国速度、中国成本、中国供应链,构建起全面、彻底、完整的中国方案,持续推动智能电动汽车技术在中国的无界融合、进化与普及,并将用深度国产化的产品助力中国汽车征战海外市场。

杨晓明称,未来安波福在华的经营战略方向不变,“在中国,为中国”“赋能中国汽车出海”的方针也不会改变。公司会继续加大在中国的投资,包括建设智能化工厂、技术中心等。而在此之中,安波福两座聚焦新能源汽车的在华全新工厂都将于今年下半年投产,公司的主动安全产品线智能黑灯工厂也将在年内落地。此外,安波福中国数据中心、测试中心等也已进入规划和筹备流程。

科技企业、零部件企业也在持续加大与车企的深度合作,在对车企进行技术赋能的同时,逐步从幕后转向台前。

由天宇分析表示,面对广阔的中国汽车市场需求,以及激烈的市场竞争,创新驱动、降本增效正在成为汽车产业发展的关键特征。在激烈的市场竞争环境下,技术创新与产业协同能够更好地解决满足客户需求的问题,也能够带来更高的经营效率。在汽车产业电动智能的新竞速中,能在技术创新与产业协同上获得优势的主机厂与供应商,能够在市场终端的竞争中赢得一席之地。

多方发力 智能驾驶辅助技术升级

● 本报记者 李媛媛

随着驾驶辅助技术的不断升级,行业也在快速成长。地平线创始人、CEO余凯接受中国证券报记者采访时表示:“驾驶辅助行业正在从一个培育中的行业逐渐走向商业化,虽然目前市场规模不是很大,但是正加速发展。”岚图汽车CEO卢放对中国证券报记者表示,目前,行业里宣传的“智能驾驶能力”,是指算力能力、识别能力、算法能力等,仅仅有这些能力还不够,必须要有智能架构。

智能化全面提速

随着智能化技术的发展,汽车组合驾驶辅助功能逐渐成为影响消费者购车的重要因素,并助推驾驶辅助技术不断升级。在本届上海车展上,车企及供应链企业齐发力,加速驾驶辅助技术升级。

理想汽车在车展上发布了理想L6智能焕新版,全系车型标配激光雷达,提升主动安全能力。其中,理想L6 Pro智能焕新版在雨夜湿滑路面场景下,实现120公里/小时速度刹停;同时,新增自动紧急转向功能。此外,小鹏汽车、极氪汽车等纷纷推出驾驶辅助功能升级的新车型。

同时,本届车展上,产业链企业也纷纷从幕后走向台前,展示最新智能化产品和技术。

其中,地平线携全新城区驾驶辅助系统Horizon SuperDrive(简称“HSD”)和车载智能计算方案征程6系列亮相上海车展,集中展示了地平线软硬结合全栈技术开发的最新应用成果。轻舟智航发布了最新的端到端城市NOA(领航驾驶辅助)解决方案。“搭载该方案,当遭遇车辆加塞或通行于极窄拥堵路段时,可在保障安全避让的同时,做到灵活快速地通行。”轻舟智航联合创始人、CEO于莺说。

同时,汽车产业链企业合作愈发密集。车展首日,理想汽车宣布新一代理想AD Pro智能驾驶系统全面升级搭载地平线征程6M计算方

案,加速了其驾驶辅助功能升级

随着驾驶辅助技术的不断升级,行业也在快速成长。地平线创始人、CEO余凯接受中国证券报记者采访时表示:“驾驶辅助行业正在从一个培育中的行业逐渐走向商业化,虽然目前市场规模不是很大,但是正加速发展。”岚图汽车CEO卢放对中国证券报记者表示,目前,行业里宣传的“智能驾驶能力”,是指算力能力、识别能力、算法能力等,仅仅有这些能力还不够,必须要有智能架构。

驾驶辅助安全受关注

在车展首日,中国证券报记者注意到,“智能驾驶辅助安全”成为上海车展热议话题。多家企业在新产品发布会上均提及了“安全”的重要性。

小鹏汽车董事长何小鹏在车展上表示:“汽车未来的趋势肯定是智能化,但安全是必须坚守的底线。”小马智行联合创始人、CEO彭军表示:“安全对于任何类型驾驶而言,永远都是第一位的。”赛力斯董事长张兴海表示:“安全一定是智能驾驶辅助的先决条件。只有把智能驾驶辅助做好,才能支撑智驾下的主动安全和被动安全。”

日前,工信部召开会议强调,车企要充分开展组合驾驶辅助测试验证,明确系统功能边界和安全响应措施,不得进行夸大和虚假宣传,严格履行告知义务,切实担负起生产一致性和质量安全主体责任,切实提升智能网联汽车产品安全水平。

对此,彭军在接受中国证券报记者采访时表示:“相关部门在驾驶辅助宣传上有一定的规范是非常好的一件事,因为夸大或过度宣传,容易导致消费者对驾驶辅助功能边界产生误判,从而引发潜在安全隐患。”

何小鹏表示:“小鹏汽车即将开启AI驾驶辅助安全训练营,通过新手考试、产品经理陪驾、线下训练营等,全面提升AI智能驾驶辅助的安全意识。”

上汽集团发布最新海外战略

● 本报记者 王辉

在4月23日开幕的2025上海车展上,上汽集团正式发布海外战略3.0——“Glocal战略”,即“全球+本土”的组合战略。上汽集团方面称,未来三年,上汽将打造包括SUV、轿车、MPV、皮卡在内的17款全新海外车型,搭载全新HEV混合动力系统的车型将覆盖全球主流细分市场,固态电池等革命性技术也将实现落地应用。

打造本地化体系生态

在本次上海车展上,作为“出海销量最多”的中国汽车企业,上汽集团的大量海外经销商代表和生态合作伙伴莅临现场,参加了上汽相关发布活动。

上汽集团方面在本次车展上介绍,未来上汽将打造本地化体系生态,实现从“规模扩张”转向“价值创造”,从“产品输出”转向“标准输出”,积极助力中国智造构建全球版图。上汽将全球市场划分为多个区域,利用智能化、电动化技术先发优势,形成各区域个性化、智慧化产品方案,做到“全球化思维、本地化行动”。

具体来看,上汽集团总裁贾健旭表示,将推动海外智舱和软硬件升级,同步升级应用生态,实现生态娱乐“一国一策略”。在海外智驾方面,基于上汽丰富的智能化技术储备,结合各区域法律法规,加快推进L2级城市智能辅助驾驶及L2级高速智能辅助驾驶功能的落地。目前上汽的海外产品已实现横跨ICE、HEV、PHEV和BEV多品类车型选择。

上汽集团方面同时介绍,欧洲市场是上汽全球化战略基盘,上汽在欧洲已建有设计中心,正在筹建

欧洲工程中心,并将探索欧洲本土化方案。在东南亚市场,上汽将深化东盟本地化合作,筹建KD工厂;在拉美、中东、澳新市场,围绕全面本地化的战略导向,不断深耕本土;在非洲市场,以埃及、摩洛哥、南非等为战略支点,以点带面,实现区域联动。

发力“品牌焕新”

上汽集团方面在本次上海车展上强调,未来三年将继续从“品牌焕新”等方面,全力将MG打造成为更具影响力的全球汽车品牌。

上汽方面称,公司于2007年收购MG品牌,构建了MG品牌的全新技术体系和市场定位,让这一百年英伦品牌重获新生。2022年,MG成功打造“中国汽车工业首款全球车”MG4 EV。截至目前,MG已推出轿车、SUV等十多款产品,全球累计销量超500万辆,在海外20多个国家位列销量前十名。

上汽方面也在积极重塑MG在海外的品牌定位,实现品牌焕新。一方面,MG品牌定位为“年轻无界”和为年轻人打造的“dream car”;另一方面,MG在全球市场紧贴消费者需求,提出适合海外当地市场的品牌主张,例如在英国市场的“Get More”,在泰国市场的“Passion Drives”,在中东市场的“Beyond Expectation”。

此外,上汽方面还聘任全球著名汽车设计师、布加迪威龙超级跑车缔造者约瑟夫·卡班为上汽集团创新研究开发总院设计中心全球设计副总裁,领衔打造全新全球MG设计语言。在本次车展上,MG也首发了Cyberster Black、MG Cyberster 2026款等多款电动跑车和SUV车型。