

从算力比拼到感知升维

高线数激光雷达重塑高端车竞争格局



视觉中国图片(AI生成合成)

正当192线激光雷达在主流车型间加速普及之际，500线以上激光雷达已悄然成为顶级旗舰车型的新标准。近日，岚图汽车科技股份有限公司董事长兼总经理卢放透露，新车型泰山将搭载超500线激光雷达。主流国产豪华品牌已全面涌向高线赛道。

对此，中国自动驾驶产业创新联盟调研员高超表示，在L3级辅助驾驶落地前景明朗化的2025年，一场以感知精度和系统冗余为核心的新竞争正在智能电动车市场展开。“豪华车的定义不仅要从真皮座椅和精致面板转向安全与智能，接下来竞争维度还会进一步细化，从单纯的算力比拼转向感知精度、软件架构和安全冗余的综合较量。”

● 龚梦泽 熊永红

硬件配置与智能驾驶融合 感知精度成为新角力点

随着L3级辅助驾驶落地进程加快，以500线以上激光雷达为代表的高性能传感器已成为定义下一代智能安全的新基准，具备高冗余的感知系统正成为各品牌旗舰车型的刚需。

“500线激光雷达凭借更高线程，可捕捉更密集、精准的环境数据。”有汽车感知工程师告诉记者，相比普通的192线激光雷达，其探测距离从150米扩大到300米，能在300米外识别长度超过75厘米的物体，为高速场景争取翻倍的反应时间。

高端智能豪华车竞争加剧

随着新能源化、智能化的成熟，中国车企近年推出的高端化产品已降低了消费者体验豪华车的门槛。尤其30万元以上价格带被本土高端品牌以“技术+价格”双重优势攻破，传统豪华车溢价体系已被撼动。

数据显示，2025年前7个月，我国汽车自主品牌在30万元以上车型市场的占比较2022年大幅提升。这表明，自主品牌的技术快速落地与市场需求形成了共振，自主品牌车型正在向传统豪华车品牌的腹地发起实质性冲击。

汽车行业分析师吴坤表示，为争

夺市场份额，以“BBA”（奔驰宝马奥迪）为代表的多个品牌开始加大促销力度，但这一降价策略并未如预期那样吸引大量消费者。价格松动的背后，豪华车的品牌调性也开始有所动摇，以价换量短期看可能有效，但长期来看，会稀释品牌价值。

与此同时，消费者的心态也发生显著变化，对豪华车的定位从品牌溢价转向实际使用体验。吴坤表示，过去消费者购买豪华车，部分原因是品牌标识带来的社会认同感，而现在大家更注重“里子”，包括车机系统是否流畅、充电是否便利、智能配置是否先进等。

上述汽车感知工程师表示，在复杂路况与恶劣天气下，500线以上激光雷达的识别准确率和探测稳定性显著优于低线数产品。多激光器构成的系统冗余，确保单一模块发生故障时，系统仍能维持整体感知能力。

在这一进程中，激光雷达数字化成为实现高线数的技术关键。数字化架构通过“信号链重构+固态集成”，系统性解决传统架构的物理限制。速腾聚创CEO邱纯潮表示，在全面数字化之后，激光雷达已经收敛到一个成

熟稳定的架构中，正在汽车、机器人与无人机市场加速渗透和普及。据悉，目前智己LS6和极氪9X等高端车型已率先搭载520线激光雷达，多家车企也将推出搭载高线数字化激光雷达的车型。

事实上，高端智能电动汽车的竞争不仅是硬件参数的比拼，更是对硬件与智能驾驶系统深度融合的考验。

在高线数激光雷达之外，智驾系统和端侧大模型的部署成为各家企业的技术竞争的新焦点。

记者观察到，岚图泰山将搭载华为最新的乾崑智驾ADS4Ultra，这是当前行业内少数能满足高速L3级自动驾驶商用需求的解决方案。在智能座舱领域，蔚来ES8搭载ET9同款48英寸Skyline天际线屏幕和15.4英寸悬浮式横置中控屏，配备最新的NO-MI语音交互系统。在VLA大模型方面，零跑D19搭载的AI全场景智能体VLA辅助驾驶系统，采用了舱驾一体中央域控设计，配备端侧大模型智能座舱，支持全场景通行。

在高超看来，随着岚图泰山、极氪9X、零跑D19等车型的陆续交付，高端电动车市场的竞争将更加多元化。未来，决定市场地位的将不仅是硬件参数，更是系统整合能力与用户体验优化能力。曾经由传统品牌主导的豪华车市场规则已被改写，智能电动时代的豪华车竞争，才刚刚进入最精彩的章节。

在此背景下，凭借增程能源形式和领先的智能化技术，理想L9与问界M9一度长期霸榜国内大型SUV销量榜前两名。然而，随着岚图泰山、全新蔚来ES8和极氪9X等新选手的密集入局，这一市场竞争加剧。

记者观察到，岚图泰山明确将问界M9视作核心竞争对手。作为后来者，岚图泰山在配置上展现出迭代级超越，问界M9赖以成名的华为乾崑智驾与鸿蒙座舱，岚图泰山不仅悉数搭载，更升级至最新版本。然而，品牌认知度成为岚图面临的最大挑战，其需将技术优势转化为品牌认知优势。

反观零跑，新车D19采取差异化策略，以“三电机四驱+500km增程续航”的组合切入市场。增程版500公里的纯电续航，大幅超越理想L9的215公里和问界M9的200公里数据，试图解决用户里程焦虑。

在高超看来，随着岚图泰山、极

完成B4轮融资

九识智能预计年底启动海外千辆级布局

● 本报记者 王婧涵

近日，九识智能宣布完成了由蚂蚁集团领投、蓝湖资本、BV百度风投等新老股东跟投的1亿美元B4轮融资。

九识智能表示，此次融资将用于公司加大无人驾驶技术研发投入，加强产品迭代、供应链自主可控、全球市场拓展、客户服务体系建设等方面能力。

可落地商业模式实现破局

公开信息显示，本次融资后，九识智能B轮已完成融资共4亿美元。收获融资的同时，在中国邮政10月10日公布的7000台无人车租赁采购项目中，九识智能成为了8个包件中4个的主选供应商，将获得整个标包50%以上的无人车订单。

城市物流配送的智能化、无人化趋势日益清晰，市场对无人驾驶领域的青睐也由来已久。但对九识智能而言，如何让已是行业共识的未来场景成为能实际落地推广的商业模式，才是公司自成立之初就关注的核心问题。

作为在国内快递、邮政等物流领域市场占有率超70%的头部RoboVan（无人驾驶厢式车）企业，九识智能于2023年发布的行业第一款容积达5立方米的大中型无人驾驶货车量产车型Z5改写了行业逻辑，也为公司找到了一条真正意义上商业可行的路径。随后，公司围绕城市物流场景持续扩展冷藏车、高载重车等细分市场，推出了“Z”“E”“L”三个系列的多款量产车型。

“团队从一开始就没有选择To C的Robotaxi（无人驾驶出租车）市场，而瞄准了To B的方向。在推出Z5前，团队对2立方米、3立方米、4立方米的车型都进行过尝试，但无论是配送时效和产品的性价比都无法实现商业闭环。”九识智能联合创始人、副总裁潘余昌在接受记者采访时表示：“直到5立方米的厢式车型，其在经济账上终于拥有了可行性。除一次能装更多的货物提升客户运载效率，5立方米车型的很多零件可以直接从已有的汽车供应链上采购，极大降低了此前物流小车需要定制零件的成本。”

在Z5车型打开市场后，九识智能借助先发优势针对不同客户和场景推出更具性价比、面向冷链等具体场景和关注重载、高效需求的多款不同车型。

“在不同车型上，我们对载重、里程等配置都进行了调整，可以看到有些车型的售价较Z5有明显降低，这并非低价竞争，而是对具体使用场景进行调研后，为短程、轻体量客户提供更实际的选择。”潘余昌表示。

通过FSD订阅模式及高性价比车型布局，九识智能帮助客户显著降低运营成本，单台无人车月均使用成本下探至约3000元。在城市场景中，公司通过“交钥匙售车+运维”模式已实现全生命周期正毛利，证明了企业的商业能力。

自研技术持续迭代

找到了商业可行的发展路径，九识智能也以降低硬件成本和提升自研系统能力为方向持续迭代技术。

潘余昌表示：“公司全栈自研技术构建了品牌的护城河。以传

统物流场景为例，九识无人车可以帮助客户降低50%-70%的运营成本，并将配送效率提升40%。”

在软硬件能力上，九识智能无人车已实现了包括计算单元和传感器在内的全套车规级升级。车辆配备高冗余的车规级双Orin Drive计算平台，搭载算力超过500Tops；基于自研的ZOE 2.0架构，九识智能不仅优化了传感器的集成和扩展，还提升了数据传输的密度和处理效率；基于OCC融合检测技术、多场景预决策算法和动态分布式调度框架，车辆端推理延迟压缩至5毫秒内，功耗降低至150瓦，提升对复杂城市道路适应能力的同时降低了能耗。

9月底，九识智能发布了L4+级自动驾驶技术，该技术将全面应用于其全系产品。目前，九识智能在感知层实现了多模态传感器输入、时序+空间融合，并通过用多个不同视角的摄像头和雷达，实现对车辆周围360度全方位的感知覆盖，消除视角盲区。九识智能表示，除少数极端场景外，该系统能在所有公开道路、内部道路进行自动驾驶，显著降低了对高精度地图的依赖，提升了在复杂场景下的适应能力。这也标志着自动驾驶技术正式从区域限定的示范阶段，迈入全域可行的规模化商用阶段。

目前，九识智能的技术优势已转化为规模化成果，关键指标持续突破。截至2025年10月，九识智能产品已经落地覆盖全球超300个城市和地区，累计送单量超10亿件，自动驾驶累计运营里程超5000万公里。公司在城配自动驾驶整车销售市占率达76%，其中RoboVan（≥5m³）市场占有率达88%。

积极布局海外市场

本次B4轮融资中，蚂蚁集团的加入让市场对九识智能的生态合作有了更多的期待。

潘余昌向记者表示：“一直以来，九识智能都对生态合作保持积极态度。除标准物流配送车型外，公司通过开放接口的方式帮助合作方针对巡检、清扫、观光、安防等更多场景进行二次开发。”

他表示，2025年以来，九识智能客户中，快递行业的占比从原来的八九成降到了50%以下，意味着公司在更多场景和行业中实现了技术迁移。

同时，2025年是九识智能出海和全球化的重要一年。

目前，公司以“技术本地化+标准共建”为策略，在新加坡、马来西亚等多个国家和地区实现产品落地。

其中，九识智能在新加坡市场已进入快速发展期。10月7日，九识智能与新加坡最大连锁超市Fair-Price Group签署商业合作协议，获得无人货运的商业运营牌照，成为当地首个可在公路上行驶的无人驾驶车辆，并将在当地陆续部署近百台无人车；此前，公司和迪拜道路与交通管理局(RTA)签署合作协议，并与阿联酋7X集团成立了合资公司。

“预计公司将在今年年底和明年开始在海外进行千辆级别的产品布局。”潘余昌表示，“从一开始，九识智能的最终目标就是瞄准海外市场。我们希望通过国内复杂交通场景的历练，对产品实现快速迭代，将中国的技术和产品推向世界。”

零跑汽车前九个月交付近40万辆
创始人多次增持股份



视觉中国图片

月，零跑汽车累计交付39.6万辆，同比增幅达129%，年度目标完成率79.1%，稳居造车新势力榜首，高于小鹏汽车（31.3万辆）、理想汽车（29.7万辆）、小米汽车（26.4万辆）等品牌。

销量向好源于精准的市场定位与产品布局。目前零跑汽车产品线覆盖A至D四大系列，涵盖轿车、SUV、MPV等车型及纯电、增程两种动力形式，聚焦10万元至25万元主流家用市场。9月25日，零跑汽车第100万辆整车正式下线，这意味着其市场认可度已形成规模效应。10月，零跑汽车旗舰D平台与首款车型D19发布，标志着其技术体系与产品布局迈入新阶段，已构建完善的多元化产品矩阵。

在业内看来，D系列车型的推出，不仅拓宽了零跑汽车的产品版图，也有望提升其盈利水平。售价更高的D19，被认为可在一定程度上改善其毛利率。对于D系列车型的销量预期，零跑汽车高级副总裁曹力在接受中国证券报记者时表示，零跑A系列和D系列车型的销量或许达不到B系列和C系列车型的水平，但前两者加起来也有可能一个月卖3万辆。“当ABCD四个系列车型齐备后，零跑汽车将真正具备冲击‘年销百万’目标的体系能力。”曹力表示。

零跑汽车近日公告称，在本次增持行动后，朱江明、傅利泉及一致行动人合计持股占公司已发行总股数的23.59%。自2024年8月起至本公告日期

期间，朱江明及傅利泉合计增持金额约8.5亿港元。

受益于精准定位与布局

从经营数据看，零跑汽车9月交付量达6.67万辆，同比增长超97%，创下造车新势力单月交付纪录，且实现连续9个月环比增长；2025年前9

资料显示，朱江明1967年出生于浙江义乌，是零跑汽车创始人、董事长兼CEO。

早在2023年10月31日，朱江明及其配偶刘云珍、傅利泉及其配偶陈爱玲便承诺，未来10年内不以任何方式转让或减持其持有的公司股份。

2024年8月26日晚，零跑汽车发布公告称，朱江明及一致行动人傅利泉夫妇计划在未来六个月内增持公

司H股，增持金额不超过3亿元人民币。公告不久后，便完成该增持。今年4月28日，朱江明及一致行动人傅利泉夫妇继续增持681万股、金额超3亿港元。

受益于精准定位与布局

从经营数据看，零跑汽车9月交付量达6.67万辆，同比增长超97%，创下造车新势力单月交付纪录，且实现连续9个月环比增长；2025年前9

资料显示，朱江明1967年出生于浙江义乌，是零跑汽车创始人、董事长兼CEO。

早在2023年10月31日，朱江明及其配偶刘云珍、傅利泉及其配偶陈爱玲便承诺，未来10年内不以任何方式转让或减持其持有的公司股份。

2024年8月26日晚，零跑汽车发布公告称，朱江明及一致行动人傅利泉夫妇计划在未来六个月内增持公

司H股，增持金额不超过3亿元人民币。公告不久后，便完成该增持。今年4月28日，朱江明及一致行动人傅利泉夫妇继续增持681万股、金额超3亿港