

华为乾崑技术再升级 生态更融合

智能汽车迈入“安全美好”新阶段

11月20日,2025华为乾崑生态大会在广州落幕,这场由华为乾崑联合央视新闻举办、以“乾崑生态共赴热爱”为主题的大会,恰逢智能汽车产业从单车智能转向场景生态的关键节点。

华为智能汽车解决方案BU CEO 靳玉志表示,华为乾崑的愿景就是把智能带入每一辆车,让出行更安全,生活更美好。大会发布的技术升级亮点和生态服务成果,不仅勾勒出华为乾崑的战略蓝图,更为全行业提供了生态融合的实践样本。

● 龚梦泽 熊永红



2025华为乾崑生态大会现场

龚梦泽 摄

技术筑基+产品扩容
筑牢核心竞争力

在智能汽车竞争中,技术实力是根基。华为乾崑以持续迭代的技术生态为内核,搭配覆盖全场景的产品布局。

中国证券报记者注意到,乾崑智驾ADS系列的升级,是本次大会的技术焦点。靳玉志现场公布的ADS 4 Pro增强版,搭载了华为首创的舱内激光视觉Limera传感器,通过“一镜双模”架构实现激光与摄像头数据的物理级深度融合。哪怕是黑夜120公里时速下,小纸箱也能被提前识别绕行。

据了解,ADS 4 Max超阶版新增的eAES 2.0功能,能在侧向来车挤压时主动躲闪,甚至在高速爆胎后还能安全靠边停车。该版本将于2026年一季度开启OTA,推送城区全场景领航辅助(NCA)功能,覆盖20多款车型。靳玉志在会上宣布,华为乾崑正在北上广深、合肥、武汉、重庆等城市进行高速L3的路测工作,为高速L3的正式商用做最后的冲刺准备。

技术领先的背后,是真金白银

的投入。“乾崑智驾累计研发投入已超500亿元,2024年车BU投入就超100亿元。”靳玉志透露,华为在AI三要素上的压强式投入已见成效:云端算力达45EFLOPS,高质量训练里程破10亿公里,模型迭代提速至4天/次。

市场数据印证了技术价值:2025年10月,搭载乾崑智驾的车型销量已突破10万辆,今年前9个月,城区领航辅助市占率达27.8%,35万元以上豪华车型市占率更是过半。可以说,每卖2辆豪华智驾车,就有1辆采用乾崑技术。

智能座舱的升级同样贴近用户需求。鸿蒙座舱HarmonySpace5迈入座舱智能化的L3时代,基于MoLA架构实现像人一样交流和做事。靳玉志通过视频演示全域免唤醒交互,交互从两步变一步。

技术落地离不开产品载体。华为乾崑与广汽合作的启境、与东风汽车合作的奕境在大会亮相,据悉,启境是华为与广汽合作的全新高端智能品牌,首款车将于2026年中上市,新车全系搭载乾崑最新技术。此外,作为华为与东风汽车深度共创的新能源品牌,奕境以“华系年轻品智旗舰”为定位,剑指追求科

技与颜值的年轻消费群体。通过上述两个品牌,华为乾崑正构建起全价位、全动力车型的谱系。

场景落地+产业协同
构建全链条价值生态

现阶段,智能汽车正在从出行工具向智能终端转换。靳玉志在发布“10分钟乾崑智驾生活圈”时,描绘了这样的场景:开车出门,10分钟内找到车位、完成充电、预约洗车,不用下车就能搞定。而这一场景的实现,离不开全产业链的开放协作。

借由科拓股份、星星充电、途虎养车等合作伙伴的合作赋能,让生活圈从概念走向落地。具体来看,公司与科拓股份合作,实现20万个停车场无感缴费——离场时车机扫码,出口直接抬杆,不用再排队;与星星充电联合打造的“车桩云”方案,能让车辆自动泊入、插枪充电,实现车辆自服务;而途虎养车的“无感养车”网络,通过车端、云端、门店端数据互通,使得保养更加便捷快速。据悉,该生态服务圈未来还会接入140万根充电桩、1000多家洗车店,真正让便利触手可及。

在开放生态服务圈之外,华为乾崑还同步推出了乾崑智驾生态开放平台。“我们把停车、充电、保险的服务套件开放给伙伴,一起做一站式用车体验。”靳玉志称,新发布的乾崑App,不仅能查ADS安全分、享受泊车保障,还能通过心愿单收集用户需求。

中国证券报记者观察到,凭借生态协同模式,华为乾崑正在加速破解行业痛点。在靳玉志看来,华为乾崑向上游输出技术标准,带动芯片、地图产业升级,向下游帮车企补智能化短板,能够各尽其能,让车企聚焦造车长板,让华为加码智能短板。比如,从ADS 2到ADS 4,十多次升级让老用户也能享受新功能,显著提升用车体验,降低用车成本。

从技术突破到产品落地,从场景构建到产业协同,华为乾崑以安全和美好为锚点,搭建起“技术-产品-服务”的生态闭环。随着未来政策法规允许、辅助驾驶商用条件成熟,“10分钟生活圈”完善,华为乾崑不仅会加速智能技术普及,更将推动中国智能汽车产业在全球竞争中抢占先机。

触手可及。

在开放生态服务圈之外,华为乾崑还同步推出了乾崑智驾生态开放平台。

“我们把停车、充电、保险的服务套件开

放给伙伴,一起做一站式用车体验。”靳

玉志称,新发布的乾崑App,不仅能查

ADS安全分、享受泊车保障,还能通过

心愿单收集用户需求。

中国证券报记者观察到,凭借生态

协同模式,华为乾崑正在加速破解行

业痛点。在靳玉志看来,华为乾崑向上

游输出技术标准,带动芯片、地图产

业升级,向下游帮车企补智能

化短板,能够各尽其能,让车企聚

焦造车长板,让华为加码智能

短板。比如,从ADS 2到ADS 4,十

多次升级让老用户也能享受新功

能,显著提升用车体验,降低用

车成本。

从技术突破到产品落地,从场景

构建到产业协同,华为乾崑以安

全和美好为锚点,搭建起“技术-产

品-服务”的生态闭环。随着未来政

策法规允许、辅助驾驶商用条件成

熟,“10分钟生活圈”完善,华为乾

崑不仅会加速智能技术普及,更将

推动中国智能汽车产业在全球竞

争中抢占先机。

进入10月,安全争议再度升级。

10月13日凌晨,四川成都天府大道

发生一起严重交通事故,涉事汽车型

为小米SU7 Ultra。

从智能驾驶到销售服务,再到整车

质量,一系列舆情事件让小米汽车

的品牌信任度遭受层层冲击。

近日,小米集团董事长雷军连发

数条微博回应汽车安全问题。雷军在

微博中反问:“一辆汽车,好看是第

一位的”,这和“安全是基础、安全是前

提”矛盾吗?”

此外,小米集团整体的销售费用仍

在增长。今年前三季度,小米集团的销

售费用为232.87亿元,同比增长31.86%。

其中,小米汽车的销售网络也在扩

展,截至9月30日,小米汽车已在内地119个城市

开设了402家汽车销售门店;在内地已

有209家服务网点,覆盖125个城市。

专家表示,小米汽车三季度交付量

攀升释放了规模效应,但未来的盈利情

况仍受到考验,其需要有效化解汽车安

全争议、推进产能爬坡、重塑市场信任,

进而保持稳定交付。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发

销售模式不规范的争议。另一方面,“挖

孔机盖”纠纷同步发酵,有车主质疑小

米SU7 Ultra的碳纤维前舱盖宣传与实

际不符,售后提出的钻孔改装解决方案更

让消费者对车辆设计合理性产生疑虑。

紧接着在5月,消费端争议集中爆

发。一方面,多位小米SU7 Ultra准车

主反映退定金时遭遇“60天冷静期”,已支

付的意向金与定金退还规则模糊,引发