

对话大众中国CEO贝瑞德：

以“中国速度”重构智能电动汽车版图

4月7日，大众汽车集团（中国）董事长兼CEO贝瑞德在北京接受中国证券报记者采访时，直接亮出公司目标：2026年，大众将在中国推出超20款新能源车型，平均每两周一款新车上市，以本土车企级别的节奏，开启集团入华40余年以来规模最大的智能电动产品攻势。

贝瑞德对记者表示，大众汽车不会为追求上市速度而降低德系安全与品质标准，更不会不计成本地追求市场份额。“我们要上市的（新能源）车型都是要带来利润的，公司目标是到2030年实现中国市场新能源车销量占比80%，与中国汽车市场发展节奏同频共进。”

●本报记者 龚梦泽

两周一款新车 把中国节奏刻进体系

今年的北京车展将成为大众在华转型成果的集中检阅场。据悉，4月21日，大众集团将正式亮相四大品牌共10款重磅车型，其中4款为全球首发，覆盖纯电、插混、增程式全技术路径，一举拉开大众入华以来规模最大的年度产品攻势。

按照规划，2026年大众将在华推出超20款新能源车型，节奏直接对标本土头部车企。此外，产品布局全线卡位：捷达首款纯电展车登场，正式切入入门级智能电动汽车市场；ID.与众系列持续扩容，主打前卫个性消费群体；一汽-大众基于CEA电子电气架构打造ID.AURA全新纯电车型，稳固主流新能源汽车市场；奥迪E7X重磅亮相，拓展高端新能源汽车客群，形成从入门到豪华的完整覆盖。

“我们的产品，从未像今天这样贴近中国客户。如果做一个简单的数字计算，今年平均每两周我们就会有一款新车推向市场，这一产品投放节奏在行业内也是非常具有竞争力的。”贝瑞德认为，今年4月对大众而言是“决定性时刻”，也标志着大众全面迈入智能电动出行时代。

过去近36个月，大众在中国完成了从组织架构到技术能力的系统性重塑。合肥VCTC本土研发中心全面运营，CEA架构实现量产，CMP纯电平台即将上车，酷睿程智驾中心快速迭代，成本结构与开发效率全面适配中国市场竞争力水平。

贝瑞德对记者表示，在行业普遍追求高速上新的背景下，大众坚守不为速度牺牲品质的底线。“我们选择了一条更难的路。”贝瑞德强调，大众不会为抢占上市窗口简化测试、降低标准，德系基因里的安全可靠和耐



2026年大众汽车品牌之夜现场

本报记者 龚梦泽 摄

用，在价格混战的市场中，正是用户最稀缺的“安心感”，也是大众区别于单纯堆配置、拼低价品牌的核心竞争力。

渠道协同同步破局。记者从公司方面了解到，ID.与众08目前已正式进入一汽-大众经销商体系，以“店中店”模式试点落地。这并非简单的渠道共享，而是大众盘活存量网络、快速补齐新能源触点的关键布局。贝瑞德的逻辑直白务实：在无独立网点的城市快速承接需求，在用户犹豫燃油与电动车型时提供同一品牌最优解，不内耗、不竞争，只做互补，最大化集团体系合力，精准应对消费者购车需求的快速切换。

否认智驾内部赛马 自研芯片锁定核心优势

智能驾驶是新能源汽车下半场的决胜关键。大众在智驾领域“外部合作+自主研发”双线并行的模式，一度被外界解读为“多路径并行、资源分散”。对此，贝瑞德明确回应：并非内部赛马，而是先学习、再进化。

贝瑞德向记者解释道，智能驾驶不是短期冲刺，而是从L2级向L3、L4级持续演进的长期竞赛，没有任何企业能一步到位，因此绝不能“把鸡蛋放在同一个篮子里”。大众的布局清晰务实，短期与小鹏、华为、Momenta等多方协同，快速补齐高阶智驾能力，积累真实路况数据；中长期聚焦自研攻坚，依托酷睿程打造完全可控的ADAS技术栈，逐步建立自身的能力，将核心竞争力牢牢握在自己手中。

“正因如此，我们同时与多家伙伴展开合作，保持开放、持续学习、不断优化，找到

最适合未来的发展路径。”贝瑞德表示，大众的目标非常明确：无论是通过合作开发，还是基于自身能力打造，其ADAS系统都必须具备市场领先的竞争力，始终处于行业最佳水平之列。

目前，酷睿程已形成完整AI智驾体系，覆盖高速与城市路况的增强版NOA功能正逐步交付量产车型。更具战略分量的是，在软件算法之外，大众已正式启动系统级芯片（SoC）自研，摆脱外部技术依赖。在贝瑞德看来，自研SoC不仅能大幅提升研发效率，中长期还将直接改善盈利水平，这将是大众汽车为掌控未来竞争主动权掷下的关键一子，为迈向L3、L4级高阶自动驾驶筑牢底层根基。

作为智能网联车型的核心底座，CEA电子电气架构已实现量产，并规划每两年迭代硬件、每年升级功能，通过高频OTA持续进化，构建“软件定义汽车”的全周期迭代能力。大众的路径十分明确：合作用以跟上节奏，自研旨在长期领跑，全程保持开放合作，但始终掌握技术主导权，且在安全、质量与可靠性三大底线上，决不妥协。

燃油“输血”电动 绝不以亏损换市场份额

转型期的盈利与节奏把控，是所有跨国车企面临的大考验，最现实的问题永远是：钱从哪里来？贝瑞德坦言，2026年是大众智能电动转型大规模投入的特殊一年，盈利目标务实，但底线清晰：所有新能源车型均以盈利为导向，绝不以亏损换市场份额。

大众的底气，来自独有的“新旧动能平衡术”。贝瑞德直言，正是依然盈利的燃油车

业务，为电动化与智能化转型提供了稳定现金流，成为大众加速投入的核心支撑。与此同时，增程式、插电混动车型充分复用燃油机技术积累，进一步优化效率、控制成本，实现新旧动能平稳衔接。

刚刚续约至2028年的贝瑞德，将下一阶段核心任务锁定为战略落地，把技术转化为产品、把产品转化为销量、把销量转化为可持续盈利。

对于行业格局，贝瑞德给出明确判断：当前车市总量不再快速扩大，分食市场的参与者持续增多，短期内价格难回高位，大量品牌不会退出；而到2030年，中国新能源车渗透率将突破80%，跟不上节奏的企业将被逐步挤出市场。为此，大众设定同步目标：2030年在华新能源车销量占比达到80%，目前集团新增投资已全面转向电动化，燃油车仅做优化升级，不再作为战略重心。

更具行业标志意义的是，大众中国已从执行单元升级为全球研发样板。合肥VCTC的流程体系、快速迭代模式被德国总部借鉴，用于重塑全球研发体系，推动大众从“在中国，为中国”正式升级为“在中国，为全球”。

从战略定调到成果落地，大众用三年时间完成从跟跑到并行的关键转变，它依然是那个坚守品质的德系大众，但更敏捷、更务实、更懂中国。在价格战与技术战交织的2026年中国车市，大众适配中国速度，以产品、技术、渠道三维协同，走出一条稳健且锋利的差异化路径。这场关乎未来的转型决战，不仅决定大众在华智能电动化成败，更将重新定义跨国车企与中国市场的共生范式。2026年北京车展，正是这份转型答卷的第一次公开大考。而大众，已在全力冲刺。

汽车产业链成本端承压 多家跨国车企调整排产

●本报记者 龚梦泽

近期，霍尔木兹海峡航运紧张局势仍在持续，区域通航效率下降、海运成本攀升与国际油价走高，已从能源领域传导至全球汽车产业链，并带来连锁反应。聚焦汽车行业，原油价格维持高位运行，多条海运航线绕行导致物流周期拉长，保险费用上涨，加剧车企零部件短缺风险，致使车企足量生产和准时交付的能力受到影响。

截至4月9日，包括丰田汽车、日产汽车、塔塔汽车、玛鲁蒂铃木、现代印度等多家跨国车企相继推迟向中东及北非等区域发运整车、零部件，部分工厂调整生产节奏以应对供应链波动，以规避飙升的风险与高额附加费。

出行产业经济研究中心主任柴小冬表示，在燃油成本与物流成本双重挤压下，全球汽车消费结构出现阶段性倾斜，新能源汽车的使用成本优势进一步凸显。他认为，对于深度融入全球市场、正稳步推进海外布局的中国汽车产业而言，此次区域性航运梗阻既带来短期物流、成本与回款压力，也在市场结构重构中形成新的竞争参照，全球汽车供应链韧性多元化布局，正迎来一次现实考验。

航运梗阻+油价高企 汽车成本与消费端普遍承压

霍尔木兹海峡作为全球重要能源运输通道，其通航受限直接推升国际原油价格，能源成本上涨快速传导至汽车制造全链条。一方面，原油作为石化产业基础原料，带动塑料、

橡胶、合成纤维等汽车用材价格上行，车企原材料采购成本被动增加；另一方面，海峡航运效率下降导致大量海运船舶绕行，航线里程与运输时间显著延长，海运企业普遍上调燃油附加费与风险保费，集装箱航运成本明显上涨。

物流成本上升不仅影响整车发运，更干扰零部件跨国调配。汽车产业全球化分工程度高，芯片、铝材、精密铸件等关键物料依赖跨区域运输，航运延误易引发生产线物料节奏错配。与此同时，区域局势不稳也推高了跨境贸易结算与履约风险，部分经销商放缓接单节奏，终端订单向车企传导出现滞后，进一步加剧生产端的不确定性。成本与节奏双重压力下，全球汽车产业整体进入阶段性承压状态。

对于普通消费者而言，油价上涨直接转化为燃油车的日常使用成本压力。在欧洲，油价上涨叠加高燃油税，部分国家95号汽油价格突破2欧元/升。以德国为例，即便德国政府紧急释放1951万桶战略石油储备，并规定加油站每日只能调整一次油价，但当地燃油价格仍维持高位运行，部分民众甚至选择跨境加油以降低开支。在日本，油价同样持续飙升，给家庭和企业带来较大压力，日本政府近期释放了石油储备。

部分跨国车企调整排产 中东市场交付周期被迫拉长

在航运与成本压力下，多家跨国车企公开或内部调整生产与交付计划，中东及周边市场受影响尤为直接。丰田、本田等日系车企因在中东市场布局较早、销量占比较高，率先对相关出口车型排产进行优化，部分批次车

辆交付周期较此前延长。

值得一提的是，中东地区不仅是全球重要的汽车出口市场，更是超豪华品牌及高端燃油车的核心高利润市场。当地消费者购买力强，对豪华车、大排量SUV的需求旺盛，是法拉利、玛莎拉蒂、宾利、劳斯莱斯等超豪华品牌的重要营收来源，也是雷克萨斯、梅赛德斯-奔驰、宝马等日系豪华品牌的关键利润贡献区域。然而，随着如今中东冲突的持续升级，当地汽车消费需求萎缩，导致众多车企被迫延迟交付，这一高利润市场几近停摆。

具体来看，丰田汽车在今年3月、4月分别针对日本本土生产的中东出口车型减产了2万辆和1.8万辆，减产规模接近其中东月度出口量的七成，涵盖兰德酷路泽等主力车型，以规避海运延误风险、优化全球产能分配；日产汽车在日本九州工厂减产约1200辆，优先保障中东市场高利润车型供应，同时积极寻找替代航运路线以保障交付；本田、马自达等日系品牌虽未公布大规模减产计划，但中东市场交付周期普遍延长，生产排产同步承压。

此外，法拉利、玛莎拉蒂、宾利相继暂停中东地区常规海运交付，仅少量车型通过高成本空运保障供给，劳斯莱斯及改装品牌迈莎锐则因空运成本大幅上涨、海运通道受限，逐步调整运输方案；保时捷、奥迪、奔驰等高端品牌亦出现订单交付延迟，终端需求走弱直接影响企业在这类高利润区域的盈利预期，市场短期陷入观望与停滞状态。

与生产端调整相对应的是终端市场观望情绪上升，燃油价格持续处于高位使得传统大排量燃油车吸引力下降，豪华及高性能燃

油车型需求短期走弱，车企在高利润市场的营收与盈利预期面临微调。此次影响并非单一工厂停产，而是全球汽车流通网络与市场需求端的同步调整，体现出汽车产业对国际通道与能源价格的高度敏感性。

消费结构分化 中国车企稳步推进高质量出海

需要指出的是，高油价环境下，全球汽车消费结构呈现明显分化。燃油车使用成本持续走高，使得纯电动、混合动力车型的经济性优势进一步放大，客观上加快了能源转型在汽车消费端的落地速度。“对于已形成完整新能源汽车产业链的中国车企而言，这一趋势有利于巩固产品竞争力，在全球市场替换进程中保持相对优势。”柴小冬表示。

从出海现实情况看，中国汽车对中东及相关区域出口短期面临物流周期加长、运费上涨、经销商接单谨慎等压力，部分车型到港时间推迟，跨境回款速度有所放缓。但得益于国内供应链配套完善、车型矩阵覆盖广泛，以及近年来多元化市场布局，整体影响相对可控。长期来看，此次霍尔木兹海峡航运梗阻也将进一步推动中国车企优化海外物流方案，加快KD（散件组装）、区域备件中心等本地化布局，降低单一航线依赖。

业内认为，整体而言，此次区域性航运与能源波动，并未改变全球汽车产业电动化、智能化的长期方向，让供应链韧性、市场布局多元化成为行业核心议题。中国汽车产业在应对短期压力的同时，也将在全球市场重构中持续检验并提升自身竞争力，稳步推进高质量出海。

无人驾驶明星公司九识智能 “牵手”星辉环材

●本报记者 张妍昕

近期，无人驾驶公司纷纷寻求资本运作，其中，无人驾驶明星公司九识（苏州）智能科技有限公司（以下简称“九识智能”）“牵手”创业板上市公司星辉环材。

拥有星辉环材部分表决权

3月30日晚，星辉环材公告显示，公司实际控制人陈冬琼于3月28日与Zelos（Hongkong）Holding Limited（九识智能最终控制，以下简称“Zelos HK”）签署了股份转让协议，陈冬琼将其所持公司股东星辉香港51%的股权转让予Zelos HK，同时，公司实际控制人陈雁升、陈创煌以及陈粤平将其合计所持公司控股股东星辉控股45%的股权转让予江苏九识智行智能科技有限公司（九识智能最终控制）。

Zelos HK通过控股星辉香港，拥有星辉环材19.25%的表决权。星辉环材的实际控制人仍为陈雁升、陈冬琼、陈创煌一家，陈雁升和陈冬琼系夫妻关系，陈创煌系陈雁升和陈冬琼之子，陈粤平系陈冬琼的兄长，为实际控制人的一致行动人。陈氏家族持有星辉环材45.19%的股权。

此次股权转让的整体价格为11.82亿元，如能顺利进行，陈氏家族将直接套现11.82亿元。

公开资料显示，星辉环材于2022年1月于深交所创业板上市，公司的主营业务为高分子合成材料聚苯乙烯（PS）研发、生产与销售，是华南地区聚苯乙烯行业生产规模最大的公司。聚苯乙烯作为基础化工材料，是塑料工业的基础材料之一，主要应用于电子电器、玩具、日用塑料制品、塑料包装、建材、医疗器械等多个领域。2025年前三季度，公司的营业收入为10亿元，同比下滑21.05%；归母净利润为0.40亿元，同比下滑44.29%。

股权转让的利好消息刺激股价大涨，3月30日，星辉环材的收盘价为25.17元/股，此后连续三个交易日股价涨停，截至4月9日收盘，星辉环材报收39.59元/股，公司的总市值为77亿元。

无人驾驶明星公司获资本市场关注

成立于2021年8月的九识智能是国内知名的无人驾驶公司，其L4级自动驾驶主要应用于RoboVan（无人驾驶厢式货车），专注于城市配送物流场景。其快速应用场景区已经与中通、韵达、中国邮政等合作落地。同时，九识智能也在园区场景、商超快销配送、生态场景及生鲜冷链场景落地RoboVan。

九识智能的创始人孔旗深耕无人驾驶领域，曾有百度的工作经历。机构数据显示，九识智能已经完成了6轮融资，融资的总金额超过了8亿美元，股东中包括招商局创投、美团创投、百度风投、蓝湖资本等。

蚂蚁集团也于2025年10月参与投资，同时在业务端与九识智能进行合作。九识智能官网显示，今年1月29日，九识智能与菜鸟无人车联合宣布，双方已就无人车业务达成深度战略整合。菜鸟以自身无人车业务注入、现金投资等方式，成为九识智能的股东。此后，菜鸟自身不再直接生产和销售无人车，将发挥物流场景和生态优势，加大无人车在物流领域的应用。九识智能将获得“菜鸟无人车”品牌授权，开启双品牌运营。

九识智能表示，在未来12个月内，公司及其一致行动人可能增持上市公司少量股份，但不会导致上市公司控制权发生变化。九识智能还承诺，本次股权转让完成后36个月内，不会以任何方式谋求上市公司控股权或实控权，也不存在向上市公司注入资产的计划。

2024年起，无人驾驶行业迎来密集上市潮。这与无人驾驶公司重研发投入的属性分不开。上市融资是无人驾驶公司寻求外部输血的重要方式。同时，无人驾驶行业的商业化节点临近，部分物流类的无人驾驶公司已经率先实现了盈利。

2024年，无人驾驶公司文远知行、小马智行登陆纳斯达克；2025年11月6日，两家公司又同一天登陆港股，实现两地上市。2026年，上市热潮仍在延续。专家表示，能够平衡技术理想与商业现实、具备规模化交付能力与稳定现金流的自动驾驶企业，才能在这场资本浪潮中最终胜出。



视觉中国图片