

# “科技春晚”AI唱主角 “聪明的车”离我们还有多远

中青报·中青网记者 张真齐

“未来所有的交通工具都会具备自动驾驶能力,或者至少能够实现自动化操作。”当英伟达创始人兼CEO黄仁勋身着黑色皮衣,手持芯片圆盾走上舞台时,被称为“科技春晚”的2025国际消费类电子产品展览会(CES)再次吸引了各界目光。

除了被称为“目前市场上最快的消费级显卡”的RTX 5090,黄仁勋还花了不少工夫介绍英伟达在智能驾驶领域取得的成果。他在活动现场宣布,英伟达正式推出下一代汽车智驾芯片“Thor”——与当前自动驾驶车辆的行业标准Orin相比,Thor的处理能力是上一代Orin的20倍。

事实上,正如黄仁勋所说,在2025 CES上,与人工智能(AI)相关的技术应用当之无愧地站上了“C位”。包括英伟达、宝马在内的新老玩家,也都在本届展会上推出了各自关于智能汽车的重磅产品。这似乎预示着,随着越来越多先进技术,在2025年逐一落地,“聪明的车”已经离消费者的日常生活越来越近了。

## 自动驾驶或将成为车企决胜主战场

“相较2024年,今年CES的一大显著亮点是AI融入得更广泛且深入。智能座舱、操作系统、AI、机器人、智慧城市等成为企业展示的重点。”谈及2025 CES时,出行行业独立分析师徐宏对记者说。

正如她所言,2025 CES的主题为“DIVE IN”,可以理解为人深入探索和体验AI如何深度应用在家居、汽车、机器人技术、健康等领域。参展企业数突破4000家,中国企业超1400家,占全部展



在2025年美国国际消费电子展(CES)上,宝马全球首发新世代超感智能座舱——BMW首创全景iDrive和BMW新世代操作系统X。值得一提的是,宝马携手中国科技伙伴,将生成式AI大语言模型融入BMW智能个人助理,大幅提升智能座舱的信息检索和系统响应能力。

商的近三分之一。

在汽车领域,无论是宝马、丰田、本田、长城、小鹏、极氪等整车企业,还是Mobileye、高通、英伟达、禾赛科技、黑芝麻智能、京东方等自动驾驶及零部件领域企业,纷纷秀出自己的最新技术和产品。

其中,宝马全球首发新世代超感智能座舱——BMW首创全景iDrive和BMW新世代操作系统X。据了解,BMW首创全景iDrive涵盖众多交互“黑科技”,车内四大全新交互界面重新定义汽车人机交互:行业首创的视平线全景显示、全新3D抬头显示、超感智控方向盘以及BMW首创向心中控。通过四大交互界面虚实联动,它能让信息聚焦驾驶员中央视野,优化信息布局。作为BMW首创全景iDrive的软件平台,宝马发布自研的BMW新世代操作系统X,可最大程度发挥出新世代超感智能座舱的交互能力。

“BMW首创全景iDrive的控制与操作理念汇聚了宝马集团25年来在人机交互

领域的开创性成果与技术领导力。就像宝马几十年前发明了平视显示技术一样,视平线全景显示是业界首创,将会为用户带来颠覆性交互体验。”宝马集团负责研发的董事韦博凡表示,“BMW新世代操作系统X是新世代超感智能座舱的智能神经中枢,再次树立多模态人机交互的行业标杆。”

“BMW首创全景iDrive将于2025年年底,率先在宝马新世代车型上应用,随后也将搭载于更多未来宝马车型。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔告诉记者,宝马与中国头部合作伙伴共同开发的AI大语言模型,将率先搭载于宝马新世代车型,带来更强大的交互功能。

零部件厂商也带来了各自的科技创新产品。大陆集团首次展示其车窗投影显示解决方案,并带来了隐形生物识别传感显示器、情感化座舱、汽车跨域控制器平台等产品;现代摩比斯展示了全挡风玻璃全息显示屏,提供全景沉浸式体验及

实时驾驶信息;法雷奥展示了ScalaTM激光雷达、软件中间件vOS等技术;Mobileye则携端到端的自动驾驶系统Mobileye Drive亮相……

## 智能化浪潮有望孵化更多参赛者

“如今,中国的新兴电动汽车公司,如比亚迪、小鹏、蔚来和小米等,它们的技术非常先进,自动驾驶能力也非常出色,并且已经开始在全球范围内推广。”黄仁勋在2025 CES所言非虚,当前国内车企以及零部件供应商在持续推进电动化进程的同时,正紧跟智能化发展的浪潮。

在本届CES上,极氪带来了战略、技术及产品“四项最新发布”,包括与高通携手合作布局智能座舱;全球首家OEM量产自研英伟达NVIDIA DRIVE AGX Thor智驾域控制器平台;极氪能源首发海外800V超快充补能规划;首款量产原生自动驾驶汽车极氪RT将于2025年开启大规模交付;从技术、生态到产品等多个维度,全面引领了中国科技企业的国际化征程。

在CES 2025长城汽车科技分享会上,长城汽车CTO吴会肖围绕“AI科技”这一话题进行了分享。吴会肖表示:“AI带来了革命性的效率提升,正重构所有行业,长城汽车全面拥抱‘AI文明’时代,正在成为一家全球化的AI科技公司。为实现这一目标,长城汽车每年投入超百亿研发经费,预计到2025年累积投入超1000亿元。”

有预测称,2025年城市智能驾驶领航辅助系统(NOA)发展将迎来关键里程碑,届时该技术将首次切入10万-15万元的主流细分市场。

徐宏分析说,面对激烈的市场竞争和不断变化的市场需求,第三方头部智驾厂商正积极推出“端到端”大模型,以争夺城市NOA的最优解,国内相关行业呈现出“百舸争流”的积极发展态势。

作为国内首个实现“基于一式端到端大模型”规模化量产的智能驾驶供应商,Momenta取得定点客户涵盖了全球销量前十的主机厂中的近七成。从销量数据来看,截至目前,配备Momenta城市NOA技术的量产车型累计销量已超11万辆,位居市场首位。

同样发力的还有轻舟智航。基于L4技术基因,轻舟智航将通过以AI大模型和数据驱动为核心的研发范式,加速数据闭环迭代,将大规模量产场景优势转化为端到端等研发与应用的技术优势。据悉,独具轻舟特色的端到端方案将于2025年年初正式推向市场并量产交付。

易航也抓住正在开启的中阶智驾市场窗口期,近期将在行业率先完成产品的迭代升级,增加城市记忆领航等无图城市智驾功能,形成拳头产品,稳固当前在行业中的竞争优势,并在城区NOA上加速产品布局,积累感知、规控的数据及经验,持续抢占千万级的中阶市场。

蘑菇车联则聚焦于车路云网络,凭借全息实时数字孪生网络,在上海嘉定、桐乡、大理等全国多地已落地合作,为自动驾驶汽车、公共服务车辆以及多品牌智能网联汽车提供实时数据上车服务,2025年,蘑菇车联将继续推动车路云网络规模化落地和路侧实时数据在量产车型的大规模应用。

“如今,汽车行业已经进入了电动化、智能化的‘两化’新阶段。”中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟认为,AI技术重新定义了汽车智能驾驶技术路线,为汽车智能化带来了极大助力,也带来了全面而彻底的变革。

“汽车智能化技术会不断演进、不断迭代,动态更新的频率高。这对政策、法规、标准、监管提出了巨大的挑战。灵活的政策、及时调整的法规和一个新的标准机制,能让生产关系更好适应先进生产力的发展,才能让中国‘聪明的车’越开越快,越开越稳。”张永伟提醒说。

## 从比流量到拼耐力 长安汽车向“一号工程”发起冲刺

汽车第一个实现盈利的品牌。

长安汽车深知,在智能电动汽车的新时代,用户对于汽车的需求不断升级。因此,长安汽车不断创新技术,在满足用户对于“冰箱彩电大沙发”等外在需求的同时,更注重车辆最本质的“安全和品控”。

如今,长安汽车已构建起六国十地的全球化研发布局,拥有来自全球30个国家、共计1.8万余人的技术研发团队,还拥有智能汽车安全技术全国重点实验室,建设了多个国家级试验室,掌握了自然交互、高阶智驾、三电研测等2251项重要技术。

毫无疑问,在竞争日益激烈的汽车市场,用户已经成为企业最宝贵的财富。在不同产品的性能、质量、销售服务的差异日益缩小时,口碑相传的用车体验成为了消费者选择产品的重要依据。

此外,用户不仅是产品的使用者,更是品牌发展的推动者、参与者和见证者。用户的每一次反馈都是企业未来努力改进的方向,用户的每一次出行,都在对外传递企业的品牌形象。

“2025年,长安汽车将继续坚持‘第三次创业——创新创业计划’,实现总销量300万辆、收入3000亿元、新能源100万辆、海外100万辆的‘3311’目标。到2030年,长安汽车总体销量500万辆,其中新能源汽车销量350万辆,海外销量占比30%,成为世界一流汽车品牌。”朱华荣如是说。

“我们要坚持以用户为中心、行业痛点为导向,通过创新、合作降低成本、加速科技成果应用转化、解决共性难题,为客户创造更大价值。”朱华荣直言,无论比流量还是销量冲刺,汽车产业的参与者要有长期主义心态,不能只图“做短线、挣快钱”,“负责到底”不是喊喊而已的口号,企业经营者的要时刻为社会、为股东、为用户负责。

中青报·中青网记者 王志远

“2024年年初时,雷军发布小米SU7的数量关注度是我们的40倍、40倍的概念就是我要讲40次,才能达到那个声量和关注度,所以我们必须要转型。”近日,在2025长安汽车全球伙伴大会上,长安汽车董事长朱华荣回顾说,2024年堪称汽车圈的“流量元年”,小米、华为等新玩家,用实打实的数据给汽车圈上了生动的一课。

朱华荣之言,不只是在陈述当下,更蕴含着对未来发展走向的深邃洞见。尽管传统车企往往在制造工艺、品牌底蕴等方面有着独特优势,但在新势力们让人眼花缭乱的营销打法面前,在喧嚣的舆论场中,面对传播逻辑的转变以及消费者焦点的转移,传统车企不得不启动转型。

2024年,长安汽车取得了全年销售新车268.3万辆和同比增长5.1%的好成绩。但面对风云诡谲的市场变化,长安汽车骨子里的危机意识让其更加谨慎。如何盘活庞大的客户基本盘,如何用好自身优势获取更多流量,朱华荣率领长安汽车开启了一场变革。

## 线上线下联动为用户创造价值

在2024年4月底的北京国际车展上,朱华荣手持自拍杆开始了第一场直播,亲自下场为包括阿维塔在内的长安

品牌代言,并要求长安汽车高管参与到直播中,积极拥抱流量时代。

此后,朱华荣的直播依然在继续。不同的是,为了迎合年轻的用户群体,他用“老朱侃车”的网名参与直播,视频内容也更加多元。从和网友一起逛车展,到分享自己实用智能驾驶功能的日常体验;从打卡安全测试,到回答网友提问,朱华荣的直播几乎涵盖了人们对一家车企掌门人各种的好奇点。

“社交平台是逐步面向终端消费者的尝试,也是直达直联、洞察用户需求的平台。”朱华荣表示,推进新媒体运营的目的,是要听到客户的声音,带动公司整体转型,来改善长安汽车的产品和服务,为用户创造更大的价值。

“2024年,长安汽车高层领导及2000多名技术专家都入驻了微博、抖音、视频号,他也打造了《老朱杂谈》栏目,杂志有两个功能:一方面是分享长安汽车的喜悦和一些重要事件信息,另一方面是接受大家的批评、意见、吐槽、调侃。”朱华荣说。

不过,造车是一场“马拉松”,需要长时间的积淀,而真正的流量密码是为用户创造价值。互联网时代下,呈几何级数增长的用户是品牌保持活力的源泉,维系用户与品牌二者之间关系的,即是其对品牌理念的认同感。对于长安汽车来说,用户的价值早已上升到企业战略层面。

在长安汽车第九届全球粉丝盛典上,朱华荣将《老朱杂谈》栏目开到了现场,开放解答现场用户们提出的问题。



朱华荣在回答“很多品牌面临着倒闭困境,长安汽车还能生存发展多久”时,重申长安汽车的生存发展靠的是用户,并强调“‘一号工程’就是客户服务工程,是全社会最重要的事,没有之一”。

“‘一号工程’是为了推动客户服务战略落地,从产品制胜到‘产品+服务’并重发展,为大家提供更有温度的愉悦服务体验。”朱华荣介绍说,在线上,长安汽车率先探索以职务账号为名做IP运营,所有高管齐上阵,与用户直通直联,用实际行动彰显“快捷、直达、精准、互动”的八字方针。在线下,长安汽车持续开展高管接电话活动,倾听用户最真实声音,为用户答疑,与用户互动。

“2024年,我还客串了几次阿维塔和长安启源的店员,为客户交车,倾听用户需求。现场交付仪式感满满,看到甜蜜的情侣、幸福的家庭提车时溢出屏幕的笑容,更

加坚定了长安汽车做好‘一号工程’的决心。”朱华荣如是说。

## “为用户负责到底”不是喊喊而已

事实上,正是对用户的意见和建议作总结和跟进,以及明确了阿维塔、深蓝汽车、长安启源三大品牌的品牌定位和产品定位,2024年长安汽车保持了可持续高质量发展态势。官方数据显示,2024年长安汽车新能源汽车销量73.3万辆,同比增长52.4%,超出行业16.5个百分点。

而根据最新用户调研数据,深蓝汽车与长安启源的用户群体呈现明显差异化,例如:年龄上,深蓝汽车与长安启源用户平均年龄差4.7岁,深蓝汽车的用户更年轻化。深蓝汽车成立29个月时便迎来了第40万辆整车下线的里程碑,成为国企新能源

# 亮剑新能源赛道 天工08如何帮红旗圆梦50万辆小目标

中青报·中青网记者 王志远

如果说创立于1958年的红旗品牌是中华民族的汽车的一面旗帜,那么在新能源赛道“亮剑”后,红旗品牌挑起了新的重任。

“红旗品牌从它诞生的那一天起,便承载着家国使命。对于我们来说,用户对美好汽车的向往,就是红旗人的奋斗目标。我觉得红旗品牌应该承担起这样的使命和责任。”在“腊八节”当天举办的天工08上市发布会上,中国一汽总经理助理兼红旗品牌运营委员会副总裁柳长庆表示,2025年,红旗品牌不仅要让销量上一个台阶,新能源渗透率也要进一步提升。

自红旗品牌在2023年1月8日发布新能源汽车全球战略以来,“到2025年,新能源汽车销量超过50万辆”就成了这位中国自主品牌汽车“长子”的新目标。

统计数据显示,2024年,红旗品牌新能源汽车销量达11.5万辆,尽管取得了同比增长43.7%的好成绩,但与50万辆的年销售目标仍有差距。

## 用户体验为核心,天工08拉近与消费者的距离

“客观地讲,红旗品牌在新能源赛道还是一个追赶者的角色,还存在很多不



足。”柳长庆表示,“相信通过我们的韧性和坚持会快速赶上,力争在最短时间内跑到行业前列。”

柳长庆的自信一方面源于166多万名用户的信任,另一方面则源于天工08的产品力。作为红旗家族首款基于“天工纯电平台”和“九章智能平台”打造的中大型SUV,天工08肩负着为品牌开拓高端纯电市场的重任。

“我们深知,在当今这个竞争激烈的市场环境中,只有真正深入了解用户,才能为他们带来满意的产品。”柳长庆表示,天工08的诞生是红旗品牌不断探索与创新的结果,凝聚着其对用户需求的深入洞察和对高品质产品追求的精神。

在天工08的研发过程中,红旗品牌深

入调研了不同场景下的用户需求,以真实案例验证产品实力。活动现场,几位来自不同领域的车主,从不同视角分享了天工08的用车感受。

户外运动爱好者郭弋搏成为首批车主之前,曾驾驶天工08前往北京近郊灵山露营,对其性能进行了深度体验。他表示,天工08配备的全栈自研空悬系统、CDC连续阻尼可调减振器、全时智能四驱、极速补能等配置和功能,助他享受山间驾趣之趣。

郭弋搏表示:“在野外露营时,我放倒了第二排座椅与后备箱组装成‘移动大床房’,实现户外也能像在家一般舒适。另外,天工08搭载大功率放电功能,可以解锁更多用车体验。”

热爱自驾的摄影师李政霖与天工08

面,天工08用到了红旗当前最先进的、最高效率可以达到96%的电驱系统。

在电池方面,红旗品牌也做了特殊的低温电池和电芯的相关开发,包括电池BMS内部的温度和安全管理工作。这不仅解决了纯电动车在长途驾驶中的续航焦虑,也确保了用户在零下10℃的寒冷环境下,仍能享有高达93%的电池能量保持率。

“在操控性能上,天工08配备了全栈自研空气悬挂系统和后轮转向技术,无论是复杂的城市路况还是山区的蜿蜒道路,均能表现出精准的操控感和舒适的乘坐体验。”肖肖表示,天工08还支持全景智能驾驶功能,用户可以通过OTA升级不断体验到车辆最新的智能技术。

而“九章智能平台”则主打智能化,该平台以全栈自研的飞刃架构为中枢,构建整车智能化底座,提供灵犀座舱和司南智驾。其中,FAW.OS整车级操作系统采取红旗独有的“三维一体化”技术——软硬件一体化、交互一体化和算力一体化,使得智能汽车、路侧设施乃至个人终端之间形成完整的生态链。

值得一提的是,天工08的上市活动安排,在长春的红旗“大本营”举行,是对红旗品牌新能源之夜提到“红旗新能源永远可以相信”的接续。“红旗品牌希望更多用户通过了解新产品的整个诞生过程,放心地选择红旗。”肖肖说。

“我们希望通过天工08的上市,让大家了解到它到底经过了哪些环节,如何从无到有变成一个个真正能够交付到用户手中的产品。”柳长庆坦言,“对于红旗品牌来说,用户对美好汽车的向往,就是红旗人的奋斗目标。我觉得红旗品牌应该承担起这样的使命和责任。”

## 从研发到生产,“护航”新能源车每一步

“虽然红旗品牌的立身之本不在用户身上,但红旗品牌的根本优势却是回归到汽车的本质,把安全可靠、驾控性能作为第一要素。”一汽红旗汽车销售有限公司常务副总经理靳肖肖表示,天工08的诞生是红旗品牌不断探索与创新的结果,它运用了“天工纯电平台”“九章智能平台”两大高质量创新成果。



近日,在大军山·智能汽车科技大会上,中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示,智能汽车已步入“靠核心竞争力取胜”的新阶段。

## 张永伟: 抢占智能化发展高地 国产芯片操作系统要加快上车

“现如今,消费者购买新能源汽车时不仅关注汽车功能的多样性,同时更看重该功能的实用性和趣味程度。因此智能化已成为驱动消费者购车的关键重要因素。”近日,在大军山·智能汽车科技大会上,中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示,这样的变化标志着,智能汽车已步入“靠核心竞争力取胜”的新阶段。

张永伟看来,随着汽车向智能化方向大步迈进,芯片变得日趋重要,甚至可能取代电池,成为汽车产业尤其是新能源汽车的核心零部件。

统计数据显示,通常一辆传统燃油车会搭载500数量至600颗芯片,而新能源汽车搭载的芯片数量上涨至1000颗左右,高智能化新能源汽车所搭载的芯片数量则往往超过2000颗。要想在未来实现L5级自动驾驶,智能汽车可能要搭载3000颗甚至5000颗芯片。

记者了解到,虽然从芯片的品类上看,国产芯片已基本完成了“从0到1”的突破,实现了品类的全面覆盖,但在芯片的性能、成本、大规模出货质量表现等方面,国产芯片与国外同类产品之间还有一定差距。有数据显示,目前汽车芯片的国产化率约为10%。

为了加快国产芯片产业的发展,工业和信息化部在2024年1月发布的《国家汽车芯片标准体系建设指南》提出,到2025年将制定30项以上汽车芯片重点标准;到2030年,制定70项以上汽车芯片相关标准,基本完成对中国汽车芯片典型应用场景及其试验方法的全覆盖。

“行业标准的制定对中国汽车芯片产业发展具有支撑和引领作用。”工信部赛迪研究院集成电路研究所所长周峰表示,构建和完善汽车芯片行业标准体系,将有效指引中国汽车芯片产业技术的发展,推动中国汽车芯片产业更好地满足汽车的技术和产业发展需求。

“芯片是决定车企核心竞争力的关键部件,没有芯片就造不出智能车,加快国产芯片产业发展已是箭在弦上。”张永伟补充说,为了加快国产芯片的发展速度,可参考“一降两提升”的解题思路。

他表示,“一降”即降低先进制程占比,通过新架构和设计创新,运用成熟制程解决先进性问题;“两提升”即支持全球芯片企业在国内提升本土化水平,并在此基础上助力国内企业提升替代能力,增加国产芯片在汽车芯片中的占比。

“目前,国内已经有多家整车厂通过自研、合作研发等方式进入汽车芯片赛道,大幅加快了汽车芯片研发和上车应用的进度。”张永伟强调说,除芯片外,在汽车智能化进程中,操作系统上车难的问题也至关重要。

有数据显示,目前汽车自主操作系统装车率尚不足10%。“经过调研,本土企业的车载、车控、智驾的操作系统水平与跨国企业在同一量级,但现在的堵点是在上车难,有关部门及企业应加快推动本土操作系统在增量汽车上的应用。”张永伟补充道。

在星纪魅族集团副总裁彭翥看来,汽车的智能化不仅指的是单车的智能,更是互联生态下的整体智能,汽车的智能化体验也不应限于座舱,而是应该通过和智能手机、宽频设备等无缝连接,最终拓展出更广阔的发展空间。

据了解,得益于长达16年的操作系统自研经验,星纪魅族打造的FlymeAuto智能座舱操作系统,一经上市就得到了行业 and 用户的高度认可。截至目前,星纪魅族已开发了1000多项功能,覆盖超过32万用户,其无界智行开放平台已接入吉利、极星、领克、银河等多个品牌的近20款车型。

“智能网联汽车作为新一轮科技革命和产业变革的重要载体,正在向‘新汽车’演进。”在本届科技大会上,东风汽车集团有限公司研发总院长杨彦鼎认为,车企在汽车智能化的核心竞争力体现在三大方面——汽车产品的定义能力、应用软件开发能力、生态资源的整合能力。

“在新的时代背景下,企业单打独斗不可能取得成功,必须通过自主自研与生态合作的深度绑定,才能更好推动智能网联汽车的发展。”杨彦鼎建议说,在智能网联、人工智能发展的前期阶段,要用更加开源的技术生态进行探索。同时,相关方可加强数据的利用和治理,并重视人工智能可能存在的工程伦理方面的问题。

“抢占汽车智能化高地,加快国产芯片和操作系上车,是解决汽车产业‘缺芯少魂’的关键步骤,但想要快速发展智能汽车,不可能靠单一企业‘包打天下’。”正如张永伟所说,开放、合作、专注是汽车企业走好智能化的必由之路,谁能打造开放的生态,同时拥有实现引领创新的魄力,谁就可以更快地进行技术迭代,在汽车智能化赛道上实现“1+1>2”的聚合效应。