

比亚迪开年“掀桌子”:10万元以下车配备高阶智驾

本报记者 陈靖斌 广州报道

2025年2月10日晚,比亚迪董事长王传福在智能化战略发布会上宣布,公司将为全系车型配备高阶智驾系统“天神之眼”,涵盖21款售价从6.98万元到24.98万元的车型。此外,他首次提出了“智驾平权”理念,强调高阶智能驾驶将成为所有消费者的标配配置。他还预测“2025年将成为全民智驾元年”,并预言3年内,高阶智驾技术将像安全带一样,成为所有车型的标配。

这一宣布无疑为智能驾驶行

业注入了强大的信心。就在比亚迪宣布即将发布“天神之眼”高阶智驾系统的几天前(2月6日),比亚迪股价便迎来强劲反弹,当日股价涨停,并带动包括宇瞳光学、通达电气、联创电子等在内的多只相关股票也随之涨停。这一现象反映市场对比亚迪推进智能驾驶技术的高度关注与期待。

多数机构认为,比亚迪这一战略举措将显著加速智能驾驶技术的普及,迫使其他车企加速布局智驾技术的落地。这意味着“全民智驾”时代的到来将不可避免,并为激光雷达、域控制器等智能驾驶零

部件供应商带来可观的市场增量。

国际智能运载科技协会秘书长张翔向《中国经营报》记者表示,“天神之眼”发布后,将对其他汽车品牌产生巨大冲击。目前,中国市场中大部分品牌和车型还没有实现城市NOA(城市导航辅助驾驶)和高速NOA(高速导航辅助驾驶)功能,而比亚迪的“天神之眼”已经在这一领域领先。随着该系统在王朝和海洋系列车型上的搭载,未来消费者购买车辆时,城市NOA和高速NOA功能将成为新的标配,车企也将不得不在这方面加大投入。

“天神之眼”扰动A股

在王传福看来,普及智能驾驶的最大障碍仍然是高昂的价格。

随着比亚迪宣布全面开启“智驾元年”,智能驾驶产业链有望迎来全新的发展机遇。

2025年,智能驾驶的普及有望成为主流。2月10日,王传福在发布会上宣布,比亚迪全系车型将配备“天神之眼”高阶智能驾驶系统,涵盖了包括汉、唐、宋、海豹、海狮、海豚、海鸥等多个车型,从10万元以下到20万元以上的不同价位区间都有所覆盖。

“天神之眼”高阶智能驾驶系统推出了三个版本:A版为高阶智驾三激光版,主要搭载于仰望品牌;B版为高阶智驾激光版,主要搭载于腾势和比亚迪品牌;C版为高阶智驾三目版,专为比亚迪品牌车型设计。

王传福预测,2025年将成为“全民智驾的元年”,并强调:“未来2—3年,高阶智能驾驶将成为与安全带和安全气囊一样的基础配置。”他进一步表示,“到那时,没有高阶智能驾驶的汽车将变得越来

越少。”

在王传福看来,普及智能驾驶的最大障碍仍然是高昂的价格。过去,智能驾驶系统的车型通常售价在20万元以上,导致许多消费者无法享受这一技术。2024年,中国市场中仅有不到10%的车辆搭载高阶智能驾驶系统,而70%的消费者购买的车辆价格低于20万元,这使得大多数消费者无法接触到智能驾驶技术。为解决这一问题,比亚迪提出全民智驾战略,旨在加速智能驾驶的普及,实现高阶智能驾驶技术的全覆盖。

此次“天神之眼”高阶智能驾驶系统的发布,无疑为比亚迪在智能驾驶市场带来强大的竞争优势。王传福指出,比亚迪在智能驾驶领域的技术优势来源于其庞大的市场份额。他表示:“如果一辆车的数据是一滴水,那么比亚迪则拥有一片海洋。”这一优势源于比亚迪的市场规模为其AI系统的训

练提供了强大的支撑。

比亚迪此前宣布将在人工智能和汽车智能技术领域投资约1000亿元,且目前已超过5000名工程师致力于相关技术的研发。比亚迪还与中国初创公司Deep-Seek合作,开发先进的人工智能模型,为未来的智能驾驶技术提供更多支持。

比亚迪“天神之眼”的发布也带起了智能驾驶板块的热度。在2025年2月6日比亚迪宣布推出“天神之眼”高阶智能驾驶系统的消息后,相关的智驾概念股在A股市场掀起了强劲的涨停潮,成为近期市场的焦点。截至2月14日,比亚迪的股价收盘于356.05元/股,在7个交易日内涨幅达到25.9%。

与此同时,其他比亚迪智驾概念股如联创电子也出现连续4个涨停板,创下近一年来的新高,德赛西威、宇瞳光学等个股也表现出明显的异动。

汽车行业将加速“洗牌”

比亚迪能够实现这一成本优势,主要依赖于其规模经济效应。

随着比亚迪推出“天神之眼”高阶智驾系统,低端车型也开始搭载L2+级别的高级驾驶辅助系统(ADAS),这无疑对以智能驾驶为卖点的众多车型构成巨大挑战。特别是在智能驾驶日益成为消费者关注焦点的今天,比亚迪这一举措标志着高阶智驾技术进入更广泛的市场,甚至开始影响到10万元以下的经济型车型,打破了传统车型与智能驾驶之间的价格壁垒。

自2024年2月10日比亚迪正式发布“天神之眼”系统以来,竞争对手的股市表现随之承压。小鹏汽车在香港股市的股价在发布后的第二天下跌9%;蔚来也未能幸免,其在香港上市的股票下跌2.2%,特斯拉的股价更是连续5个交易日下滑。显然,比亚迪的这一战略决策给竞争对手带来了不小的压力。

瑞银(UBS)也对比亚迪的“天神之眼”系统表示高度关注。瑞银分析师Patrick Hummel在给客户的报告中指出,这一举措可能会成为游戏规则的改变者,尤其是在经济型汽车领域。通过不提高售价而将L2+级别的高阶驾驶辅助系统配置到主流车型中,比亚迪可能会在与传统车企的竞争中获得显著优势。这不仅会对传统车企的定价策略造成压力,还可能推动整个行业的技术与价格竞争升级。

比亚迪能够实现这一成本优势,主要依赖于其规模经济效应。张翔向记者分析指出,比亚迪的智驾系统成本并非通过大幅削减供应商利润来实

好技术 就应该人人可享

比亚迪的智驾 全民的智驾



图为比亚迪发布“天神之眼”高阶智驾系统现场。

本报资料室/图

现,而是通过巨大的销量来获得较低的采购成本。大规模采购能够优化生产体系和原材料成本,但比亚迪并不会强迫供应商大幅降价,尤其是在像芯片这类核心零部件上。

比亚迪的采购能力使其在汽车芯片的采购价格上占据优势,远低于蔚来和小鹏等竞争对手,这一优势使得比亚迪在控制智能驾驶成本方面占得先机,也因此树立了新的行业标杆。其他车企若不跟进降低价格,将面临新车销量下滑的风险。这种局面加剧了新能源汽车市场的价格竞争,也促使行业的快速‘洗牌’,从而引发智能驾驶层面的新一轮内卷和价格战。”张翔表示。

比亚迪的规模效应与其强劲的销量增长密切相关。2025年1月,比亚迪成功突破单月销量30万辆,继续稳居中国品牌汽车市场销量冠军。此外,比亚

迪在海外市场的表现同样出色,成为中国汽车品牌中出口增速最快的公司。2025年1月,其海外销售达到66336辆,同比增长83.4%,成为集团增速最快的业务板块之一。

随着比亚迪在全球市场的进一步扩张,预计其海外销量将继续保持高速增长。截至2025年2月5日,比亚迪凭借427万辆的全球销量跃升至全球车企销量排行榜的第5位,较2024年提升了4位,刷新了中国车企的全球销量纪录。

值得一提的是,高阶智驾系统在国内市场仍有广阔的增长空间,而比亚迪的技术优势将为其在这一领域的进一步扩展提供强有力的支持。根据兴业证券的统计数据,截至2024年9月,国内乘用车L2+级别的智能驾驶渗透率为13.8%。其中,高速NOA(不含城区)的渗透率为3.9%,而城区NOA的渗透率为9.9%。

冯兴亚接棒广汽集团董事长 带头改革能否破局?

本报记者 陈靖斌 广州报道

2025年春节后,广汽集团迎来重要的人事变动。

2月4日,广汽集团发布公告,宣布公司第六届董事会第80次会议于2月3日召开,会议通过关于选举新任董事长的议案。曾庆洪先生因年满退休年龄,已辞去公司第六届董事会董事长、董事及董事会战略委员会主任委员职务。会议选举冯兴亚先生为新一任董事长。

目前,广汽集团正面临前所未有的改革和转型压力,能否顺利度过这一关键时期,将直接影响公司未来的发展路径。作为新任董事长,冯兴亚在2024年11月的广州车展上发布了“番禹行动”计划,并明确提出,到2027年,广汽自主品牌将占总销量的60%以上,目标是挑战200万辆的年销量。

为了实现这一目标,冯兴亚提出了四大改革举措和五大保障措施,其中“提高产品成功率”被列为五大保障之一。在冯兴亚看来,产品开发是广汽集团能否成功转型的关键环节。他强调,广汽需要从“偶然成功”转变为“必然成功”,这意味着要通过科学化、系统化的流程来保障每一款新产品的成功。

业内专家也指出,广汽集团当前面临的挑战不容忽视。国际智能运载科技协会秘书长张翔在向《中国经营报》记者指出,广汽集团若不及时调整,将面临风险。调整虽有挑战,但如果执行得当,便能够化解困境并实现跃升。张翔强调,广汽集团必须深入分析汽车行业的发展趋势,充分利用自身优势,集中力量开发拳头产品。只有通过市场上的爆款产品,才能有效提升销量、扩大市场份额。

曾庆洪退休 冯兴亚接任

自2024年起,广汽集团的改革举措和管理层更替问题引起广泛关注。尤其是在2024年年底,冯兴亚宣布启动重大改革计划之际,关于曾庆洪即将退休的消息也开始在网络上传开,吸引了外界的高度关注。



图为广汽集团番禺新总部。

曾庆洪自2016年10月起担任广汽集团董事长,在他的领导下,广汽集团取得显著成就。然而,2024年10月,广汽集团宣布了董事会换届延期的决定。公司于9月30日发布公告称,第六届董事会和监事会的任期将于10月8

日到期,但由于新一届董事会和监事会的换届工作仍在筹备中,选举将适当推迟,以确保工作的连续性。

随着延期公告的发布,关于“曾庆洪因年龄到期将退休,冯兴亚接任董事长”的传闻迅速在网络上传播。尽管广汽集团公开否认这些谣言,称其并不属实,但直到2025年春节后的第一个工作日,高层换届的最终决定才正式公布,冯兴亚成功接任董事长一职。

根据广汽集团2025年2月4日发布的公告,2025年2月3日,公司召开了第六届董事会第80次会议,审议通过了《关于选举公司董事长的议案》。会议决定,曾庆洪因到龄退休,辞去了董事长、董事及董事会战略委员会主任委员职务。冯兴亚被选举为新一届董事会董事长,正式接过广汽集团的领导重担。

广汽集团相关负责人向记者透露,在离任前,曾庆洪带领公司

启动了多项重要改革,其中最为关键的是被称为“番禹行动”的重大改革计划。该计划旨在通过一系列系统性的举措,推动广汽集团自主品牌进行全面转型。

“‘番禹行动’自启动3个月以来,广汽集团已取得初步成效。集团对自主品牌的管理模式进行了根本调整,搬迁总部至番禹汽车城,以进一步推动资源向一线集中。同时,广汽集团加强了产品、采购、财务及营销等领域的整合,优化资源配置,提升了运营效率。”广汽集团相关负责人表示。

此外,广汽集团还在改革过程中大力推进IPD(集成产品开发)流程和数字化转型项目。2025年1月15日,广汽集团宣布将在集团管理干部中实行竞聘上岗,并全面推行任期制与契约化管理,进一步增强组织的灵活性和市场适应性。

目前,广汽集团的自主品牌管理模式已经从战略管控转变

为经营管控,并通过与广汽传祺、广汽埃安、广汽研究院及广汽国际等子公司的协作,推动研产销一体化改革。同时,集团还成立了产品本部、采购本部、财务本部等部门,进一步优化品牌营销体系。

其中,IPD流程和数字化转型项目被认为是“番禹行动”的核心内容。广汽集团相关负责人表示,在行业竞争格局和消费者行为快速变化的背景下,广汽集团深刻认识到,企业必须精准把握市场趋势,将“以客户为中心”的理念贯穿到产品定义、研发、生产以及市场服务的各个环节。

冯兴亚表示,IPD流程和数字化转型将是广汽集团未来持续发展的核心动力,对于公司的长期成功至关重要。通过这一系列改革,广汽集团计划在未来3年内实现自主品牌的全面升级,并在竞争激烈的市场环境中占据更加有利的位置。

电动化浪潮下如何求生

冯兴亚接任广汽集团董事长一职,标志着公司在推动IPD和数字化转型方面进入一个新的阶段,为集团的未来发展奠定了重要基础。

为了提高产品的成功率,确保产品开发从“偶然成功”向“必然成功”的转变,冯兴亚将产品开发流程纳入“番禹行动”五大保障之一,推动广汽集团全面导入IPD流程。这一流程旨在打通从产品定义、开发到上市的全流程,帮助广汽集团打造爆款产品。

广汽集团相关负责人向记者介绍,通过IPD流程的实施,广汽集团将构建一个新的需求管理体系,把资源聚焦于用户的核心关注点,从而实现从被动响应市场需求到主动引领市场趋势的跨越。通过打磨产品组合规划,广汽集团将深入挖掘市场需求痛点和用户潜

在诉求,精准定位目标用户群,进一步提升产品竞争力。同时,广汽集团还将重塑产品立项流程,避免资源分散与产品同质化问题,确保明星产品的精准开发。

此外,广汽集团还将激活团队作战潜能,通过优化资源配置,提升产品团队的协同作战效率。最重要的是,集团将筑牢系统变革管理根基,建立全面系统、科学严谨的变革管理体系,确保改革进程平稳有序,为公司的长远稳健发展提供坚实的制度保障。

这一系列改革举措,正是在新能源汽车行业面临智能电动化浪潮,且广汽集团业绩面临关键转折点的背景下进行的。

2023年,广汽集团的净利润仅为44.29亿元,同比下降45%,几乎腰斩。根据公司2024年1月发布的年

度业绩预告,广汽集团预计2024年净利润将在8亿—12亿元,同比减少32.29亿—36.29亿元,下降幅度达72.91%—81.94%。

广汽集团解释称,业绩下降的主要原因包括汽车行业价格竞争激烈、市场格局剧变等因素,导致销量减少。同时,为应对激烈的市场竞争,公司和投资企业加大了销售补贴等商务政策的投入,约为180亿元,这也对净利润产生了负面影响。

张翔指出,广汽集团当前的产品与其他车企产品同质化较为严重,缺乏独特的竞争力。现有产品主要依靠核心技术的差异化,但并未形成明显的市场优势,因此广汽集团将资源进行调整,尤其是将研发资源和资金倾斜到自主品牌上。自主品牌将成为广汽集团发

展新能源汽车的主力,而广汽丰田和广汽本田等合资品牌由于销量下滑,已导致利润减少。因此,广汽集团必须通过资源调整,保证财务状况的可持续发展。

此外,张翔还指出,随着政策的变化,汽车行业对三电技术(电机、电池、电控)的要求逐渐稳定。未来,新的竞争者进入的机会较少,因此广汽集团在研发上将更加注重与外部合作,尤其是在智能汽车软件开发方面。与其自行承担高昂的研发成本,广汽集团更倾向于与华为技术巨头合作,集中力量进行品牌建设和市场推广。

值得一提的是,广汽集团与华为的合作也迈出了重要一步。2024年1月10日,广汽集团宣布与华为共同成立GH公司,计划推出全新的汽车品牌。GH公司注册资本

为15亿元,双方将在产品开发、营销策略和生态服务等多个领域展开深度合作,致力于打造基于全新架构、技术领先的智能新能源汽车品牌。首款产品将定位为30万元级豪华智能新能源车,旨在抢占高端市场份额。

冯兴亚表示,2025年将是广汽集团全面落实“番禹行动”的关键之年,也是与华为深化合作的改革之年。无论是在硬件、软件领域,还是从产品到云端、从研发到制造,广汽集团与华为的合作将更加紧密。预计在2025年年底之前,广汽将发布全新品牌,并计划于2026年正式上市。新品牌将直接与高端新能源市场的头部品牌竞争,广汽目标是在2027年实现自主品牌占集团总销量的60%以上,力争销量达到200万辆。