

一季度经济实现“开门红” 政策驱动内需效果明显

A2



社评

让宣传远离“包装” 让智驾回归安全

智能网联汽车的发展浪潮中，技术突破与商业宣传的边界正经历考验。近期，多起新能源车智驾事故揭示了目前行业中存在的深层次问题。部分车企为了追求市场关注度和销售业绩，过度夸大其驾驶辅助系统的实际能力，模糊了辅助驾驶与自动驾驶之间的界限，导致消费者对车辆功能产生误解，并在某些情况下错误操作，增加了交通事故的风险。此类现象不仅威胁到公共安全，也损害了整个行业的声誉。因此，明确技术与宣传之间的合理界限，加强监管力度，提高产品质量标准，已成为当前亟待解决的重要课题。

近日，工业和信息化部(以下简称“工信部”)装备工业一司组织召开智能网联汽车产品准入及软件在线升级管理工作推进会，旨在深入落实《关于加强智能网联汽车产品准入、召回及软件在线升级管理的通知》。此次会议强调了车企在开发与推广组合驾驶辅助系统时，应进行充分测试验证，并严格禁止夸大宣传或虚假陈述，确保消费者准确理解技术功能边界。此外，通知要求汽车生产企业对OTA升级活动进行全面测试验证，明确系统边界与安全响应措施，保障车辆运行期间的安全性与稳定性。

工信部上述举措，并非对智驾发展的限制，而是对技术本质的回

归——剥离营销泡沫，自动驾驶才能真正从实验室理想落地为道路现实。

当前自动驾驶技术仍处于发展阶段，L2级驾驶辅助系统虽能在特定情况下提供支持，但驾驶员始终承担主要责任。然而，部分车企将“辅助”包装成“自动”，通过模糊术语暗示车辆具备高阶自主能力。语言游戏背后，是商业利益对技术严谨性的侵蚀。宣传资料中“解放双手”“自动驾驶”等诱导性描述，等于将未成熟的技术风险转嫁给消费者，既违背工程伦理，也透支了行业公信力。

更深层的问题在于技术验证与责任划分的错位。工信部强调“明确系统功能边界和安全响应措施”，恰恰揭示了当前测试验证的薄弱环节。自动驾驶系统的可靠性不仅取决于理想场景下的表现，更需在极端路况、人机交互冲突等复杂情境中验证失效冗余机制。部分车企为抢占市场窗口，压缩测试周期，用有限场景数据掩盖系统局限性。其“走捷径”的开发逻辑，实则是将公共道路变为未完工品的试验场，将法律与道德风险推向社会。

政策介入的必然性，源于技术特性与市场规律的深层冲突。智能网联汽车相比于燃油车，最大的不同是软件定义硬件，其功能迭代依赖持续的数据反馈与算法优化。特有的动态演进特性，使得传

统汽车“定型即固化”的质量管控模式失效。

工信部要求将OTA升级纳入准入管理，正是试图建立适应技术特性的新型监管框架，既不能扼杀创新活力，又必须守住安全底线。备案制与生产一致性管理的结合，意在要求企业将技术不确定性透明化，通过制度设计平衡创新速度与风险控制。

也因此，车企告知义务的履行不能停留于用户协议中的免责条款中，而应建立动态、可验证的认知教育体系。当前，部分用户对辅助驾驶功能的误解，既源于宣传误导，也反映出对人机协同认知的理解不足。真正的技术普及，应当让驾驶者理解系统决策逻辑，明确接管时机的判断标准，而非用“黑箱体验”营造科技幻象。工信部强调“严格履行告知义务”，也在于要求企业重构用户教育范式，将技术透明度作为产品竞争力的组成部分。

传统汽车时代以马力、油耗为核心的性能指标，在智能网联领域已无法全面反映产品价值。工信部推动的测试验证规范化，指向新评价维度的建立，用一系列更为清晰、准确、可验证的参数，取代营销话术。作为衡量技术成熟度的硬标准，如此转变将倒逼企业回归工程本质，把资源从概念炒作转向底层

技术攻坚，最终形成“技术突破—商业回报”的良性循环。

技术革命的终极检验标准，是公共价值而非商业噱头。自动驾驶愿景的实现，必须经历严谨甚至枯燥的技术积累。车企应当意识到，政策规范不是创新的枷锁，而是避免行业陷入“重发展速度、轻发展质量”“重效率、轻安全”等误区。唯有将宣传口径严格对齐技术能力，才能真正赢得消费者与时代的双重认可。

就此而言，技术真实性的守护，需要构建多层次的保障机制。企业层面应建立宣传话语与技术参数对应的对外口径；监管层面可探索建立第三方技术验证标识制度，避免企业“自说自话”；而消费者教育则应聚焦于风险认知框架的完善。立体防护网的形成，才能让智驾既满足法律法规要求，又兼顾技术创新需求，实现两者平衡发展。

在通往完全自动驾驶的征途上，人类正在经历前所未有的技术和认知革命。当人工智能等新兴技术逐渐成为人们出行的重要助手，我们更需要握紧真实的方向盘。工信部的监管举措，恰似在技术狂飙的赛道上划出警示标线，提醒所有参与者：创新的价值不在于突破多快，而在于根基多稳。唯有守护真实，智能网联汽车才有足够稳定的动力，驶向科技进步的下一站。

本期热词

消博会进行时

4月13—18日，第五届中国国际消费品博览会在海南省举行。会议期间，海南自贸港同时对外招商，最终签约项目达265个，总签约金额约2336亿元。商务部副部长盛秋平在会上表示，本届消博会突出服务消费，聚焦银发经济、低空经济、健康养生、体育赛事、人工智能等消费热点领域，全面展示消费新趋势。

消博会内外贸双循环促消费 推动自贸港高水平发展

中债“牛”

受美国关税政策影响，国际资金“撤离”美债的同时，中债行情逆势回暖，理财资金对债权类资产配置热情再度回升。目前，纯债固收或微含权类“固收+”理财成为近期的配置“明星”。专家分析，市场避险情绪升温助推中债市场再度进入牛市阶段，投资者转向固收类理财以把握债市后续回升机遇的需求日渐旺盛。

中债行情逆势回暖 固收类理财吸金

6G 标准化

2025 年是全球 6G 技术标准制定的“元年”，全球 6G 产业正在迈入关键窗口期。全球主要运营商与设备商正在大幅提升 6G 研发预算，产业链建设迅速跟进。欧盟、美国、中国等纷纷推出专项基金与行动计划，意在抢占 6G 标准话语权并培育本土产业链。资本、技术与政策多轮驱动下，6G 正成为全球通信产业新的增长极。

6G 标准化启动元年 产业呼吁加强合作避免分裂风险

安踏的狼爪

2025 年 4 月 10 日，安踏集团宣布以 2.9 亿美元收购德国知名户外品牌 Jack Wolfskin(狼爪)，标志着其在全球户外运动领域的纵深布局迈出关键一步。市场指出，狼爪补全了安踏在户外市场的最后一块拼图。近年来，安踏凭借收购策略，已转型为“多品牌体育帝国”。但品牌多元只是战略的第一步，更深层次的变革体现在其零售体系的重构上。

豪掷 2.9 亿美元 安踏收购狼爪是补位还是豪赌?

经济大势 A1~A4

航运惊变 15 天：A4
量价齐跌背后的贸易变局

营商环境 B1~B16

基金经理离职背后：B1
绩效考核难题待解

信托公司股票质押业务现分歧：B3
质押股数回升 参与机构缩量

跨境贸易“防冲击”：B8
支付网络“开路”商家加速转型转移

房企鏖战北京土拍市场 B10

关联交易持续增长 B13
吉林高速依赖存量资产“吃老本”

“免费”血液透析幕后 B14

智在公司 C1~C8

“出口转内销”大幕开启 C2
外贸商家的焦虑、突围和机遇

智谱启动 IPO 辅导备案 C3
“AI 六小龙”格局已松动

智能驾驶戴上“紧箍” C6

在华进口车停售 C7
关税大棒下美系车企在华何去何从

慧及民生 D1~D4

轻资产模式或成 IFBH 上市障碍 D2

“奶茶第一股”香飘飘改革去往何处 D3

大众集团(中国)CEO 贝瑞德：企业竞争不是冲刺跑，而是一场马拉松

与老板对话 D4



近日，擅长运营管理、一贯以务实风格著称的大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官(CEO)贝瑞德在与公司CEA团队见面时情不自禁地做了这样一件事——激动地站桌子上了。

“CEA架构是我们智能汽车的大脑。”贝瑞德在上海车展前夕接受《中国经营报》记者专访时讲述，“本届车展，我们将开启在华史上规模最大的智能网联汽车攻势：2025—2027年，我们将在中国推出超过20款纯电动及混动车型。”据了解，大众汽车集团基于

CEA电子电气架构，专门为中国打造AI赋能的新一代高级辅助驾驶系统即将亮相今年上海国际车展。

自2022年8月出任大众汽车集团(中国)CEO以来，贝瑞德便全情投入其在中国的事业，在推动与地平线、小鹏汽车等本土科技企业合作，强化大众汽车集团智能驾驶(以下简称“智驾”)研发之余，贝瑞德坚持学习中文。贝瑞德分享道：“我最喜欢的汉字，一定是‘众’。不仅因为它是我们的中文名字‘大众’的一部分，更重要的是，它代表了