

强监管风暴席卷2025上海车展 车企智驾宣传“急刹车”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“少了车企大佬们为博流量而进行的高调‘串门’，今年上海车展回归到专业车展应有的模样。”4月23日，第二十一届上海国际汽车工业展览会(以下简称“2025上海车展”)拉开帷幕，在结束一天的实地探馆后，一位汽车媒体同行向《中国经营报》记者如是感慨道。

2025上海车展共邀请到来自26个国家和地区的近1000家中外知名企业参展。与往昔车展上追逐

智驾宣传大转向

这场“监管急刹车”，既是对近期事故频发的直接回应，更是对整个行业提出的集体拷问。

4月16日，工业和信息化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。

会议围绕工业和信息化部、市场监管总局《关于进一步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》(以下简称《通知》)有关产品准入和软件在线升级备案要求，听取汽车生产企业落实情况与建议。会议强调，汽车生产企业要深刻领会《通知》要求，充分开展组合驾驶辅助测试验证，明确系统功能边界和 safety 响应措施，不得进行夸大和虚假宣传，严格履行告知义务，切实担负起生产一致性和质量安全主体责任，切实提升智能网联汽车产品安全水平。

对此，J.D. Power 方面也表示，当前，政策层已明确释放出一种态度——技术可以进步，但安全必须优先，同时在进行技术营销宣传时，不能包装为超出实际能力的“全自动”幻想。这场“监管急刹车”，既是对近期事故频发的直接

流量的喧闹场景不同，车企2025上海车展的智能宣传则显得更为低调和谨慎。

2025年开年以来，国内已经有超过20家主流车企相继公布新一代智能驾驶战略规划和技术路线。而各大车企密集布局的态势，也让2025年被全球汽车行业公认为“智驾元年”。

不久前，一场发生在安徽铜陵的车祸，造成三位女孩不幸离世。4月16日，工业和信息化部装备工业一司召开智能网联汽车产品准入及

回应，更是对整个行业提出的集体拷问。

谈及工业和信息化部对智驾宣传的强监管举措，普华永道中国汽车行业主管合伙人金军告诉记者，智驾宣传监管是一个涵盖面广且复杂的议题。目前来看，智驾领域正处于高速发展与规范完善的关键阶段。“工业和信息化部此次介入，是对智驾行业发展的必要引导，这绝非权宜之策。智驾涉及多方权责，一旦出现问题，责任界定往往较为模糊，监管机构此时入场，能够明确行业标准，为市场提供清晰的数据指引与规范方向，这对于推动智驾技术的健康发展至关重要。”

而后在4月17日，中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋发文提出了对智能网联汽车产业健康发展的几点思考。他指出，要规范营销宣传，严防误导性宣传。“宣传表达是连接产品与用户认知的关键一环，必须以真实、清晰、负责任为基本原则。企业应严格参照国家标准《汽车驾驶自动化分级》(GB/T 40429—2021)等相关规定，规范组合驾驶辅助系统的功

软件在线升级管理工作推进会，释放监管收紧信号。

对于智驾平权与安全红线，罗兰贝格全球高级合伙人、亚洲区汽车业务负责人郑赓表示，智驾平权自今年开始被业内广泛热议，也是国内车企技术创新能力的体现。但是，如何在技术创新与安全风险间建立好平衡关系也是近期的一大热点。“工业和信息化部在4月16日出台的关于智能网联产品安全水平、测试验证和宣传要求等指示，也将进一步规范智驾的可持续健康发展。”

能命名、表述方式与宣传内容。在宣传材料、车载显示、销售讲解等场景中，准确标注系统的驾驶自动化等级、适用场景、能力边界和驾驶责任，避免因模糊宣传或夸张承诺引发用户误解和安全隐患。”

4月21日，中国汽车工业协会发布《关于规范驾驶辅助宣传与应用的倡议书》提出，规范营销宣传行为。企业应严格依据《汽车驾驶自动化分级》，杜绝虚假宣传与过度营销，避免使用模糊或误导性表述，确保功能命名科学严谨，防止驾驶员误用、滥用风险。对已发布的失实信息应及时澄清并整改，主动承担企业主体责任和社会责任。

乘联会副秘书长崔东树表示，目前消费者对自动驾驶的热情很高，尤其是城区NOA的热情很高，在网上宣传和自身多次测试后，胆量越来越大，侥幸心理越来越强，事故风险也越来越大。在现有的量产车型中，要抑制自动驾驶带来的消费认知差异。“未来的厂家宣传和媒体宣传都会更加谨慎，对初生牛犊不怕虎的年轻人的冒险精神更需要安全智驾的提示。”

监管风暴或重塑行业格局

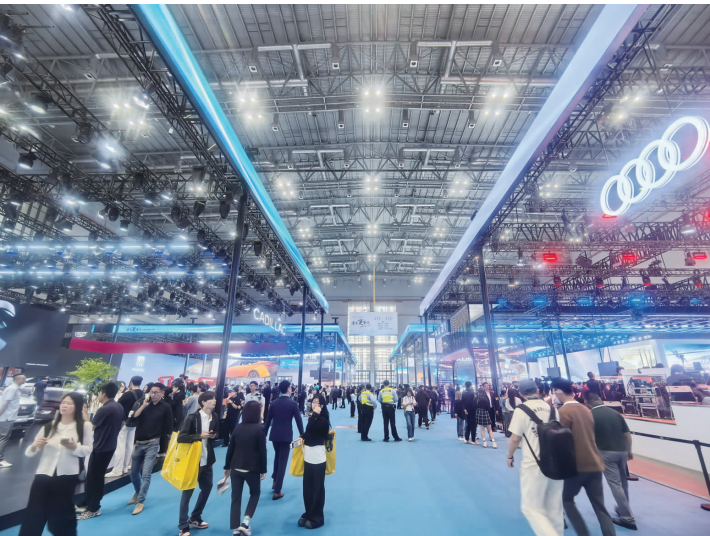
强监管来袭，车企也重新审视智驾宣传策略。

在2025上海车展上汽通用汽车媒体沟通会上，上汽通用汽车总经理卢晓表示：“今年我们推出全新的‘道遥’架构。‘道遥’架构会在后续所有车型上全面实施L2城区辅助驾驶。在本土自主开发的同时，我们会跟核心的链路企业和头部供应商合作，共同研发，共同验证。但我们仍然坚守一点，就是行业最高的安全标准。对于未来的L2辅助驾驶，安全还是非常重要的。我们用户可以更加放心地开、安全地开，这才是真正的辅助驾驶。”

卢晓进一步表示：“在硬件上，未来会通过高算力芯片、激光雷达、高清摄像头、毫米波雷达，为车辆构建强大的感知能力。在软件方面，我们跟Momenta 全面深入合作，做整车实车的验证，保证最高的行业安全准入机制。我们对整个车辆开发完成之后，如何才能上市，有非常严格的要求，我们的节奏要确保产品功能性、安全性是真正到位的。”

金军则表示，从企业角度出发，企业要做到技术透明化，向消费者清晰地展示智驾技术的工作原理和安全措施，不能只强调智驾技术的先进性，更要坦诚地向消费者展示技术的边界与局限性，要让消费者对智驾技术有全面的认识。

除了企业层面的相关举措外，金军进一步表示，监管机构和行业媒体也要发挥积极作用。“监管机构需要加强对智驾技术的监管，制定严格的技术



2025上海车展共邀请到来自26个国家和地区的近1000家中外知名企业参展。夏治斌/摄影

标准和安全规范，确保智驾技术的健康发展。媒体也应该客观、公正地报道智驾技术的发展，引导消费者理性看待智驾技术。”

智能化是大趋势。中国智能网联汽车产业创新联盟统计数据显示：2024年国内搭载L2级及以上功能的新车上险量为1309.4万辆，同比增长31.5%；渗透率为57.3%，同比增加10.0%。

记者注意到，尽管强监管风暴重塑了行业宣传格局，但车企在2025上海车展推出的重磅产品中，智驾功能的宣传依然是车企最核心的角力场。比如，在智能化成为购车决策核心要素的当下，全新上汽奥迪A5L Sportback 作为首款搭载华为乾崮智驾技术的燃油车，实现了媲美电车道的高阶辅助驾驶体验，破解了用户对传统机械性能与前沿智能科技的取舍难题。

东风本田也在根据市场变化不断创新。为了回应用户对于安全出行的需求，东风本田全新英仕派搭载了组合驾驶辅助

系统Honda SENSING 360+，具备高速领航辅助功能，可实现辅助跟车、辅助超车、弯道/匝道辅助减速等操作，一定程度上缓解驾驶疲劳，提升出行安全。

博世集团董事会成员、博世智能出行集团主席马库斯·海恩博士也对外表示：“智能辅助驾驶正逐步融入我们的日常出行。特别是在中国，这一发展变革尤为迅速，全球领先。”

记者了解到，2025年年初，博世已推出基于端到端模型的城区辅助驾驶方案，并计划于年底将端到端模型拓展至高快路及城市记忆行车辅助驾驶方案。据悉，端到端模型的方案帮助汽车以更像人类思考和驾驶的方式，在拥挤狭窄路段顺畅行驶，并智能化地规避障碍物。

博世智能出行集团中国区董事会总裁王伟良表示：“凭借全栈技术能力、深厚的创新工业化经验以及遍及全球的资源与服务网络，博世将持续为客户创造价值，共同推动智能出行迈向新高度。”

奔驰标准：139岁奔驰的“无尽藏”

近日，睽违两年的第二十一届上海国际汽车工业展览会(以下简称“上海车展”)拉开帷幕，梅赛德斯-奔驰携全品牌28款星徽座驾亮相，其中VAN.EA纯电架构平台的前瞻之作Vision V概念车、MMA平台首款国产车型全新纯电长轴距CLA进行了全球首秀。

聚光灯下还有仅履新2个多月的奔驰中国市场“掌门人”——梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员，负责大中华区业务的佟欧福(Oliver Thöne)。这位奔驰史上最年轻的80后董事会成员，在车展前日的“奔驰品牌日”大秀中文，一句“希望我的中文进步得向奔驰标准看齐”给他的中国“首秀”增色不少。而其将如何带领“汽车发明者”在全球最大的汽车市场保持底色，应对挑战，赢得佳绩更成为了备受关注的话题。

“万国建筑群在夕阳下熠熠生辉，外滩彼岸的东方明珠折射出浮光跃金下的浦东变迁，上海滩之美在于流动。”这是车展奔驰展台会议室摆放的一张照片所描绘的场景。期间，“奔驰标准”被佟欧福多次提及，与其说这是其给出的应考路径，不如看作“无尽藏”之奔驰版本——无尽宝藏不是深藏于展台深处，而体现于代际传承中不断厚生的内核生命力。奔驰标准就是这个起伏时代奔驰何以奔驰的秘籍。

原来，奔驰才是真正拥有坚实内核的“宝藏”。

“坚守标准，拥抱竞争”

黄浦江畔，百舸争流。

“中国的创新速度非常快，迭代进化不止。从某种程度上这体现了竞争、提升自己的精神，这也是中国市场非常重要的特点之一。”在当下竞争激烈的背景下，佟欧福在交流伊始就开门见山地分享了对中国汽车市场创新速度的看法。

2025年第一季度，奔驰在华蝉联豪华品牌销量冠军，并再度蝉联中国市场百万级及以上豪华汽车市场的销量冠军，E级车、GLC SUV等主力车型实现稳健攀升。2025年，梅赛德斯-奔驰在华生产与研发迎来第20个整年，梅赛德斯-奔驰继续加大对中国市场的投入，与中国市场同频共振。

在佟欧福眼中，奔驰在中国的业务已拥有非常坚实的基础。这是其前任唐仕凯以及奔驰中国同事、合作伙伴北汽集团、经销商等共同努力的结果。

全新纯电长轴距CLA是一个开端

奔驰研发20载，“专属中国”烙印也在发生着改变。

在奔驰品牌日，一位穿着白衬衫的可爱女生自信满满地为大家讲述了奔驰研发工程师的故事。她是奔驰上海研发中心的小姚，“我要把我们同事的故事讲给大家听，我们一直相信奔驰的标准，哪怕有时候它没有那么‘风驰电掣’，我们也坚信这是造车应该有的样

生生不息的秘密

当前，中国汽车产业的整个价值链发生了巨大的转型和变化。佟欧福观察到今年上海车展有不少供应商参展展示自己的创新。在他看来，“一方面说明市场的竞争非常激烈，另外一方面说明中国有非常多的创新人才。接下来我们要

“来到中国后，人们的热情无时无刻不在感染我。尽管我只会说一点中文，但大家都对我非常包容友好，我真的非常喜欢这里，也非常荣幸能担任这一职位。来到中国，融入中国，让奔驰更中国也更奔驰。”这位年轻的奔驰全球董事诚恳地表示。

在竞争激烈的汽车市场，佟欧福已经深谙“挑战”和“速度”的要义。他表示，与奔驰中国的同事们并肩奋进是一份殊荣，非常荣幸有机会领导奔驰在全球最大汽车市场的业务，中国市场蕴含巨大机遇，他要以积极的心态投入到这场“无论过去还是将来势必一直存在”的竞争中。

在愈发复杂的市场环境下，这位曾主导过S级项目的产品“大拿”，始终对奔驰的发展充满信心。“相比于压力和挑战，我更愿意关注机遇。”佟欧福表示。

子。”小姚在发布会后如是说。奔驰在中国拥有超过2000名工程师，在北京和上海有两个创新引擎在协作推进。

佟欧福表示：“今年是奔驰中国生产研发20周年，奔驰中国的研发团队正在开展更多‘在中国、为中国、为全球’的工作。MMA平台的首款国产车型——全新纯电长轴距CLA是‘史上最智能的梅赛德

借助中国已经有的强大创新基础来充分发掘发展潜力。”

最后，温和爱笑的佟欧福也谈到了奔驰的坚守，“我们始终坚守‘奔驰标准’，在任何情况下都不会妥协。在这样的前提下，当我们遇到一些新技术时，会稍微冷静一



舟大者任重，马骏者远驰。佟欧福认为压力和责任的背后源自中国客户对奔驰的期待，满足客户对最好产品的期待，而这正是奔驰一以贯之的核心使命。

据佟欧福介绍，2025年，奔驰将与更多中国科技企业携手，并充

斯-奔驰’，拥有标杆级的能效表现，秉承奔驰电动车型的安全标准。上市前经历15000次仿真模拟测试和180余次实车碰撞测试。标配11个安全气囊，包括同级独有的前排中央气囊和同级罕有的前排膝部气囊等，未来我们都将会把这些技术应用到更多车型。”

而这款車，也被奔驰研发中心的工程师们戏称是一款以“中国速

下，思考这样的创新是否符合客户真正的需求，是否做到了以客户为中心。任何时候，奔驰标准都是我们品牌坚守的根基。”

“于奔驰而言，在全球汽车市场中，中国客户的需求是最独特的。在中国有680多万名客户，高

分利用本土强大的供应链，进一步推进本土化进程。

而在时代变迁中，是品牌对标准的坚持成就了商业文明的璀璨和绵延。

“我认为，坚守‘奔驰标准’是我们赢得客户信赖与认可的关键

度”和“奔驰标准”打造的最奔驰的奔驰车。

佟欧福表示，到2027年，奔驰将迎来史上最强大的产品攻势，而全新纯电长轴距CLA只是一个开端。

谈及中国汽车市场，机器人、大模型、人工智能是绕不开的话题。据佟欧福介绍，奔驰在产品中也不断融入AI应用，比如在全新纯电长轴距CLA中，可以看到整套AI功能

端豪华车型客户的平均年龄41岁。中国也有全球最大的迈巴赫客户群体。这是非常完美的组合，中国这些愿意接受先进技术、对产品要求非常高的客户群正是我们灵感的来源，不断推动我们自身的创新与发展。”佟欧福总结道。

所在。中国的创新环境充满活力，未来将会有更多的创新成果诞生，这也正是奔驰在中国建立强大的本土布局、携手强劲的合作伙伴不断拓展更多合作关系的原因。我们正在不断突破创新边界。”佟欧福总结道。

的部署，特别是在信息娱乐系统方面。在自研的基础上，与技术生态系统的中国伙伴进行充分地合作，比如搭载豆包的AI大模型“上车”。

数据方面，奔驰始终坚守奔驰标准，确保100%的数据安全和隐私保护。与此同时，奔驰已经能够通过这些数据为客户提供真正意义上由AI赋能的数字伴侣或者是虚拟助手。

换言之，未来的新技术，奔驰或许并不是第一时间“尝鲜”的时髦仔，但永远是那个以安全为先，坚持奔驰品质标准的行业宝藏。也许，这才是奔驰之所以成为奔驰的原因。

奔驰标准，亦是汽车行业传承百年的无尽之藏。广告