

车企鏖战广州车展 新科技重新定义未来出行新范式

中经记者 陈燕南 广州报道

作为“十四五”规划收官之年的压轴A级车展，第二十三届广州国际车展(以下简称“2025广州车展”)于11月21日在中国进出口商品交易

会展馆盛大开幕。本次盛会以“新科技·新生活”为核心主题,此次车展不仅聚焦汽车产业前沿技术,集中呈现各品牌转型创新的重磅成果,更为行业趋势研判与未来发展方向提供了前瞻性思考,成为观察中国汽

车产业高质量发展的重要窗口。《中国经营报》记者了解到,2025广州车展展会规模达22万平方米,现场汇聚1085辆展车,其中首发新车93辆、新能源车629辆。兼具电动化与智能化特质的首发

车型及新能源汽车以近58%的占比成为绝对主角,直观反映了中国汽车市场的深刻变革。记者在现场注意到,本届车展集中展示了汽车产业的前沿技术成果,800V高压平台、高阶智能驾驶

辅助系统等先进技术已从概念走向量产。各车企在能效提升、智能交互、安全性能等方面的创新突破,正在重新定义未来出行的新范式。在业内人士看来,跨界融合成果,800V高压平台、高阶智能驾驶

技公司在AI、数字生态、智能硬件等领域的深度合作,加速了汽车从交通工具向智能移动终端的转变。同时,车展现场呈现的多元改装生态、智慧出行解决方案等,也展现了汽车产业与相关领域融合发展的广阔前景。

自主品牌“包馆”

中国汽车品牌在产品力、技术力和品牌力上全面提升。

2025年是“十四五”规划收官之年,本届广州车展作为年度压轴汽车盛会,集中展现了过去5年中国汽车产业在转型升级、科技创新等方面取得的丰硕成果。从展会呈现的内容来看,中国汽车产业已实现从规模扩张向质量效益提升的转变,在电动化、智能化领域形成了全球竞争优势。

自主品牌“包馆”成为本届车展一大亮点,体现了中国汽车品牌在产品力、技术力和品牌力上的全面提升。

例如作为鸿蒙智行的年底压轴新品,新款享界S9肩负着进一步提升品牌在智驾领域影响力和市场竞争力的使命,在多个关键维度进行了全面且深度的升级。尺寸上,新车的车身宽度增加18mm,高度增加6mm,豪车气场更为充足;辅助驾驶层面,车辆配备36个高精度传感器的全维融合感知系统,可实现全天候、全场景环境感知。搭载华为乾崮智驾ADS 4辅助驾驶系统,支持车位到车位的自动泊车等;动力系统提供纯电和增程两种版本,其中纯电车型CLTC续航里程可达816km,增程车型综合续航里程最高可达1378km。新车还将全系标配空气悬架和连续可变阻尼减振器,为车内乘客提供更为舒适的驾乘体验。

记者还注意到,中国皮卡长城炮在本次车展上整装待发,携2026款越野炮、2026款乘用炮、2026款商用炮轻型无人机巡检车、V6火炮、山海炮Hi4-T性能版、山海炮Hi4-T轻旅版等车型集结亮相。

此外,2026款长城炮(越野炮、乘用炮、商用炮)在车展现场上市,3款车型产品实力再进阶,实现动力性能、智能座舱、越野实力与驾乘舒适性的全面升级。

长城炮品牌自诞生以来,持续推动中国皮卡品类价值向上跃升。2025年前11个月,长城炮系列车型累计销量突破20万辆,其中乘用化皮卡占比超过60%,展现出中国皮卡市场从工具车向乘用化、高端化转型的显著趋势。

数据显示,近年来,长城汽车品牌向上卓有成效。数据显示,10月销售新车143078辆,同比增长22.50%,环比增长7.06%,这也是长城汽车销量最高的一个10月。其中,新能源车型销量再创新高,销售45961辆,同比增长44.06%;海外销售同样创新高,10月销量50269辆,同比增长28.68%。

与长城汽车类似,北汽在刚刚过去的10月,新能源汽车表现同样出色。10月,北汽集团整车销量达160133辆,同比增长11%。其中,北汽新能源10月销量30542辆,同比增长112%,环比增长48.7%。在享界与极狐的双重加持下,北汽新能源气势大涨,1—10月累计销售142043辆,同比增长73%。

在业内人士看来,自主品牌崛起离不开中国新能源汽车市场的快速发展。数据显示,2025年前10个月,我国新能源汽车累计销量达1294.3万辆,同比增长32%。其中新能源乘用车国内累计销量1028万辆,同比增长24%,市场渗透率突破52.9%。

全速推动“油电同智”战略

合资品牌正在加速推进本土化创新。

记者了解到,合资品牌也在加速推进本土化创新,纷纷带来专为中国市场打造的新能源车型和智能科技,中外品牌同台竞技、良性互动,共同推动中国汽车市场向高质量发展迈进。

今年广州车展,宝马、奔驰、奥迪(BBA)三大豪华品牌集体发力,展示其电动化转型的重要成果。新世代BMW iX3、全新梅赛德斯-奔驰纯电CLA和一汽奥迪Q6Le-tron三款新车的参展,标志着BBA已全面转向原生纯电平台驱动的发展新阶段,展现出传统豪华品牌对豪华纯电市场的精准发力。

宝马带来的新世代BMW iX3集成了宝马集团在设计、技术、智能与驾控领域的顶尖科技。动力上,采用全面升级的第六代电驱系统,配备大圆柱电池和800V高压平台,还有全新自研的“能量智控系统”、升级的后桥励磁同步电机等,大大提升电动驾驶体验。智能化层面,基于全新电子电气架构,配备4个“超级大脑”分管不同核心功能,并与中国科技企业在AI和数字生态领域深度合作,在智能驾驶辅助和座舱交互上表现出色。

从市场表现来看,宝马集团在华新能源汽车销量持续增长,2025年前10个月累计销量同比增长超过40%,新世代车型的推出有望进一步巩固其在豪华新能源市场的竞争优势。

奔驰则展出了刚刚上市不久的全新梅赛德斯-奔驰纯电CLA,新车基于MMA纯电平台与自研MB.OS架构打造,亮点众多。能效



广州车展开展首日人流如织。图为广州车展现场。

陈燕南/摄影

动力上,800V高压架构搭配碳化硅逆变器,电能转换效率达93%,89kWh电池组配合电动两挡变速箱、低风阻设计,CLTC续航可达866km,百公里电耗仅10.9kWh,充电10分钟就能补充370km续航。智能交互上,作为首款搭载MB.OS系统的车型,与Momenta联合开发的辅助驾驶系统覆盖多场景,全新MBUX超级屏搭配AI语音助手,响应高效且支持多场景交互,还支持整车OTA升级。

记者注意到,在车展前一日,2025梅赛德斯-奔驰XX科技创新日亮相广州,梅赛德斯-奔驰全新XX科技项目——梅赛德斯-AMG GT XX概念车迎来中国首秀。据了解,面向未来,梅赛德斯-奔驰启动的“XX科技项目”中,XX分别代表了“X-Factor”和“X-Di-visional”,前者象征突破常规、敢于颠覆的创新思维,后者代表跨领域、跨团队的协作模式。两者相辅相成,让创新从单点突破走向系统

协同。

同样在广州车展前夜,一汽丰田举办重磅发布会,3款新车在车展上悉数亮相。包括全新智混卡罗拉、新bZ3智享家和全新荣放,同时发布了全面进化的ITS TIME 3.0技术品牌,为将来新车转型升级智能化科技、动力科技、软硬件科技提供全面进阶基础。

而一汽奥迪正以前所未有的产品攻势,全速推动“油电同智”战略。在本次车展上,一汽奥迪携A5L乾崮智驾®版、A6Le-tron、Q6Le-tron家族、全新Q5L等多款车型重磅亮相。其中,Q6Le-tron是PPE豪华纯电平台的首款产品,实力不容小觑。其搭载全域800V高压架构与碳化硅电驱系统,配备107kWh宁德时代三元锂电池,CLTC工况续航至高可达750km+,通过bank-charging技术适配各类充电桩,10分钟可补充294km续航,20分钟能从10%充至80%。

雷克萨斯则展现出了东方美

学,全新一代ES外观源自LF-ZC概念车,经典的纺锤形车身搭配贯穿式尾灯,线条流畅动人。得益于TNGA-K平台的优势,新车的车身更长,轴距占比更高,空间更充裕。座舱引入“时光即奢华”理念,拥有竹层透光饰板,搭配“青竹”配色与香氛系统,东方氛围拉满。

在业内人士看来,2025广州车展作为“十四五”规划收官之年的重要汽车盛会,不仅全面展示了中国汽车产业在电动化、智能化领域的最新成果,更为行业未来发展指明了方向。从展会呈现的趋势来看,电动化已进入高质量发展阶段,智能化成为差异化竞争的核心,跨界融合加速重塑产业生态。

随着“十四五”规划即将圆满收官,中国汽车产业即将开启新的发展征程。在新的发展阶段,汽车企业将继续坚持科技创新,加快推进产业转型升级,不断提升核心竞争力,为全球汽车产业发展贡献中国智慧和方案。

广汽集团董事长冯兴亚：“狼性”企业入局加剧内卷

中经记者 赵毅 广州报道

近日,广汽集团新一届职业经理人选聘结果正式公布。经严格的市场化遴选与组织考察,广汽集团正式聘任闾先庆为总经理,王丹为总会计师,高锐、江秀云、郑衡、黄永强、陈家才为副总经理。

11月20日,在广汽集团广州车展媒体沟通会上,闾先庆首次以广汽集团总经理的身份与媒体交流,他直言面临的挑战和压力很大。甚至开玩笑道:“很久没见过这么大场面,感觉非常激动。”不过,闾先庆也非常谦虚地感谢在场各位朋友支持,给了他成长很大帮助。

有关资料显示,闾先庆出生于1973年12月,大学本科学历,现任广汽集团总经理、执行委员会委员,兼任广汽丰田汽车有限公司董事长、广汽传祺汽车有限公司董事长、广汽埃安新能源汽车股份有限公司董事长、华望汽车技术(广州)有限公司董事长、广汽丰田发动机有限公司副董事长、广汽国际汽车销售服务有限公司董事。

闾先庆曾任广汽集团副总经理,战略发展本部副部长,广汽商贸有限公司董事长、总经理,广汽本田汽车有限公司副总经理、销售本部副部长,五羊-本田摩托(广州)有限公司董事。

在与媒体交流时,对于广汽集团未来的发展,闾先庆思路清晰,他表示“新广汽”主要的“新”在于新产品,要打造真正满足客户需求的产品,提高对产品和市场的洞察力。

闾先庆直言,埃安过去曾是中国电动车前三强,这两年业绩下滑的主要原因在于过去深入to B的市场,打上了to B的烙印,现在要从to B往to C转型。埃安i60便是小试牛刀的车型。

谈及广汽与华为合作的品牌启境汽车,闾先庆透露,这是为聚焦年轻人打造的车型,主打高颜值、高科技、高性能,2026年将会有两款车型上市。而当被问及该车价格是否会定高时,闾先庆对《中国经营报》记者表示:“不是想定多少(高)就定多少(高),要让消费者觉得值得购买。”

“为解决补能的便利性,将充电与换电结合,未来可充可换。”闾先庆表示。

据介绍,广汽集团与宁德时代在换电领域展开深度合作,双方签署了为期10年的战略协议,重点推进换电生态的技术研发,并联合推出埃安UT super等换电车型。

此外,闾先庆表示,在服务网络方面,到2026年年中将会建立600家覆盖三、四、五线城市的广汽品牌集合店,可以买到广汽所有车型。该商业计划发布后,目前报名的投资人已经超过1000家。

最后,广汽集团董事长冯兴亚感慨道,汽车行业竞争格局正发生深刻调整。一批具备“狼性”文化的企业跨界入局,加剧了行业竞争,整个汽车行业内卷程度空前。在这一背景下,行业共识已然形成:变革成为企业生存发展的必选项,尽管转型过程中存在不确定性,但固守传统模式必然被市场淘汰。

智己汽车联席CEO刘涛：智能新能源车安全出行的价值要回归

中经记者 石英婧 上海报道

“我们没有选择造冰箱、彩电、大沙发,而是选择了一条可能相对难走的路。”近日,智己汽车联席CEO刘涛在智己LS9上市发布会

抢占大六座SUV市场

2025年被称为“大6座SUV元年”,各大车企纷纷推出9系大6座SUV,吉利M9、极氪9X、乐道L9等车型先后亮相。华创证券预测,今年作为6座SUV车型上市大年,30万元以上的高端车型将成“红海”市场,面临激烈竞争。

抢占大6座SUV市场,不少车型以“空间创新”作为卖点,比如一辆车等于“3间房+5张床”,也有将装备拉满的操作,比如将“彩电、冰箱、KTV”统统搬进去,整个车厢就是行走的“派对场”。

在如此“卷”的市场竞争下,智

安全出行是智能车的主宰

除了驾驶感的升级,智己LS9也在装备上做到了极致,除了首搭丹麦B&O音响外,甚至还装入了地暖。

此次智己更是引入了“大平层”的概念,强调86%超高“得房率”和“百变空间”,全车配备3把零重力座椅,还有贵妃椅和“超级大床房模式”,使得卖车像卖房一样“卷”。

此外,智己LS9行业首创智控地暖系统,实现全车均匀升温;引入了瞬净新风系统,远超医用建筑的新风标准;同时,还在全球首搭

后表示。

随着智己LS9正式上市,这款被定位为“上汽旗舰”的全新大6座SUV,在上市发布会后25分钟内大定订单突破5000辆。

在刘涛看来,智己LS9杀人“9

己LS9讲述的却是一个中年男人寻找驾驶体验感的故事。刘涛在接受《中国经营报》记者采访时表示:“实际上,我国40岁以上的男性还是挺喜欢有一辆大车的。但以前的大车不好开,买辆大车你能开,太太不能开就会反对。如果能解决不好开的问题,那一定会让高级别的旗舰级SUV、6座SUV得到更大的市场。”

作为智己汽车CMO,李微萌道出了智己LS9研发的初衷:“我们要研发一款既可以让家人坐着舒服,又可以让他开得非常舒服的一辆车。”

4D机械按摩座椅,按摩强度达气动按摩的7倍;外加24小时用水自由,如同入住“豪宅”一般。

在李微萌看来,新车正是站在了用户角度,“大平层”的空间设定,包括24小时热水自由都是为特定年龄段用户打造。

为了体验感的升级,在技术路线选择上,智己LS9还采用了“恒星超级增程”而非市场上常见的插电方案。对此,项娟解释,这一选择源于对用户“亏电体验”的洞察。“我们要保证即便在亏电状态下,动力响应、静谧性仍与电车无异。”

系”的长板不仅是装备升级,而是灵蜥数字底盘3.0。凭借于此,智己LS9不仅可以闯关“魔鬼”停车位,还可以实现仅4.95m的超小转弯半径。



刘涛

智己汽车联席CEO

针对人们常说的传统大6座SUV“笨重、不灵活、侧倾如开船”的痛点,智己LS9的突破点在于引入灵蜥数字底盘3.0。

据智己CTO项娟介绍,灵蜥数字底盘3.0实现了多项技术突破,比

在装备和体验感拉满之后,智己LS9的定价也促成了这次“上市即热销”。其32.28万—35.28万元的售价区间,比理想L9低7万余元,比问界M9低13万元左右,成为其杀出“红海”的价格优势。

如何破解高配与成本之间的矛盾,项娟表示:“上汽集团强大的供应链体系使得顶尖技术能以合理门槛带给用户。”

此外,智己正在全国搭建自己的网络体系。李微萌透露:“目前,智己正加速网络渠道建设,到年底将覆盖150个城市,网点总数超过

500家,为一、二线城市100%覆盖以及三线近85%、四线超50%的目标提供支撑。”

刘涛补充称:“我一直认为智能新能源车跟智能手机的发展逻辑不一样,安全出行是我们智能车的主宰,所以一定会有一个价值回归的过程。当灵蜥数字底盘3.0的智能控制防爆胎系统,高阶安全、高阶辅助驾驶等方面给用户带来完全不一样的体验后,在价值回归后,用户还是会用自己的真实需求来为真正的技术创新买单。”