

透视2026北京车展：汽车产业进入“AI时代”

中经记者 陈燕南 北京报道

4月24日，以“领时代 智未来”为主题的2026（第十九届）北京国际汽车展览会（以下简称“北京车展”）正式启幕。《中国经营报》记者获悉，作为全球最高级别的A级车展之一，本届车展首次启用顺义馆与首都国际会展中心双馆联动模式，总展出面积达38万平方米，创全球车展规模之最。来自21个国家和地区的超2000家企业参展，展车总数1451辆，其中全球首发车型181款、概念车71款，首发数量与技术含量均创历史新高。

此次车展不再只是“看车”，更是“看科技”。展会期间集中展示智能驾驶算法、车机系统、全栈智能解决方案等核心智能产品与技术成果，中央计算平台、物理AI、具身智能、多模态大模型以及车规级算力与安全体系也集中亮相，智能座舱、车载AI、高速连接等前沿技术同步呈现，更有机器人等跨领域智能体同台展示，形成“整车+智能科技”双向赋能格局，全方位呈现汽车行业电动化、智能化、网联化的发展新趋势。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，本届北京车展作为L3级自动驾驶规模化商用与AI大模型上车的核心展示窗口，恰逢全球汽车行业电动化定型、智能化落地的关键转折期，整体呈现出“格局重塑、技术突围、路径分化、配置内卷”的鲜明特征，集中彰显中国汽车产业的创新实力与全球话语权。同时清晰展现传统车企与新势力车企截然不同的发展路径——传统车企靠合作补短板，新势力靠自主谋自强。

新车潮涌：自主冲高与合资反攻的正面交锋

跨国车企以高规格阵容开启电动化反攻，核心聚焦本土化研发与产品适配。

本届车展成为全球车企的“新品秀场”，自主品牌集体向上突破，跨国车企则加速本土化电动化布局，细分市场呈现多点开花态势。

自主品牌以“包揽”姿态亮相全品牌阵容，在高端市场与细分赛道同时发力。理想汽车全球首发全新L9 Livis，售价55.98万元，搭载4颗激光雷达和双马赫100芯片，CLTC纯电续航420公里，智能化配置升级。红旗品牌也带来多款重磅车型，未来运动轿跑全球首秀，全新一代H9、H7、越野量产版、天工S-concept等车型同步发布，展现品牌向上的决心。长城汽车方面，哈弗H10全球首发，定位高于H9，搭载Hi4并联插电混动系统；魏牌V9X作为归元S平台首款车型，预售价37.18万—41.18万元，主打AI智能体座舱。

面对中国市场的深刻变革，跨国车企以高规格阵容开启电动化反攻，核心聚焦本土化研发与产品适配。

AI领航：从座舱娱乐到智驾核心的全栈渗透

AI大模型从“座舱娱乐”向“智驾核心”全栈渗透，端到端方案也开始规模化落地。

本届车展是智能化技术集中落地的窗口，核心技术竞争呈现“多点爆发、内卷升级”的特征。崔东树表示，汽车产业全面进入AI时代，实现从“被动响应”到“主动预见”的跨越，AI Agent驱动、多模态交互、全场景生态融合成为发展方向。

记者注意到，AI大模型从“座舱娱乐”向“智驾核心”全栈渗透，端到端方案规模化落地。

大众集团发布“全域智能体AI (Agentic AI for All)”路线图，2026

年起的宝马集团带来16款新车型，其中4款全球首发、8款中国首发。新世代BMW iX3长轴距版与i3长轴距版基于专属纯电平台打造，告别“油改电”，轴距分别加长108mm，搭载全域800伏高压架构，CLTC综合续航突破900公里，智能驾驶部分搭载与Momenta联合开发的全场景领航系统。全新BMW 7系及i7采用全新大型豪华车设计语言，迎来全面升级。

宝马集团董事长齐普策表示：“中国是宝马全球转型的核心市场，新世代车型的本土化研发与生产，将进一步巩固我们在豪华电动化领域的领先地位。”

据了解，宝马沈阳研发中心已成为全球最大的研发基地之一，超过3000名工程师专注于电动化、智能化技术的本土化开发，未来将有更多专为中国市场打造的车型从这里诞生。

奔驰携近40款车型参展，全新

纯电GLC SUV全球首秀，基于MB.EA平台，搭载800伏电气架构与碳化硅逆变器，车身全面加强，配备AI赋能的智能座舱和强化学习大模型辅助驾驶。新一代S级轿车中国首秀，作为史上最全面改款车型，展现旗舰风范。全新纯电CLA 260 L正式上市，完善豪华电动矩阵。

奔驰集团董事会主席康林松表示：“中国市场的电动化转型速度超出预期，奔驰将加大在华研发投入，推出更多符合中国消费者需求的电动车型。”据了解，奔驰上海研发中心已升级为全球电动化研发枢纽，重点聚焦智能座舱、自动驾驶等领域的本土化开发，未来将与中国科技企业展开更深度合作。

大众集团则在车展前夕举办了媒体之夜，4款车型全球首秀：大众与蔚在24个月内完成开发，ID. AURA T6基于CEA架构搭载酷睿程高级驾驶辅助方案，捷达JETTA X瞄准入门级智能网联市

场品牌焕新绝非简单的产品线拆分，而是红旗对中国豪华汽车市场的一次精准把脉，是从单一品牌向体系化竞争、从泛化豪华向精准分层的彻底转型，更是自主豪华品牌直面全球竞争、重塑行业规则的战略亮剑。

基于阿里巴巴AI大语言模型和DeepSeek深度思考能力，BMW智能个人助理现在升级为“AI个人助理”，拟人化沟通响应快、更自然。多种AI智能体的嵌入，如“百科达人”“用车专家”“出行伴侣”，可以用轻松的聊天方式，就能解决车控、寻路等高频车内需求。

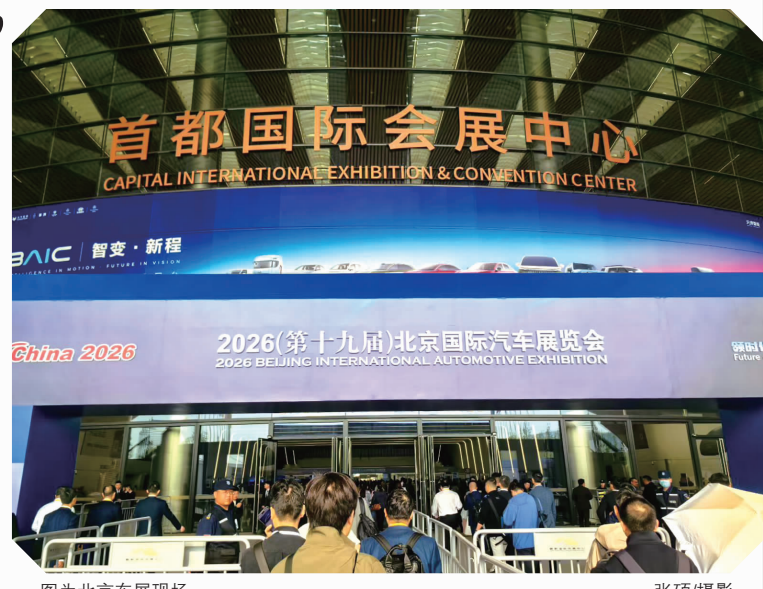
梅赛德斯-奔驰将于此次车展

重磅呈现前沿AI技术赋能的智能座舱与辅助驾驶最新成果。在智能座舱领域，依托MB.OS构筑全域能力，由中国团队主导研发的全新后端后排娱乐系统搭载端侧多模态大模型VLM，奔驰虚拟助手升级为专属AI管家，以主动式服务打造更有温度的智能陪伴。

不仅如此，梅赛德斯-奔驰持续探索前沿AI技术在辅助驾驶领域的最新应用，强化学习大模型让城区及高速领航辅助驾驶更安全、高效、丝滑，并将陆续覆盖多

款车型；还将为全系搭载MB.OS的车型推送丰富多域OTA，实现AI模型、智能生态与实用功能的常用常新。

有业内人士认为，作为全球核心汽车展会，2026北京车展汇聚了全球主流车企、百强零部件供应商及跨界科技企业，构建“车+万物”的未来出行生态。这场展会不仅是技术成果的展示台，更是商业化落地的试金石，推动汽车从交通工具向智能移动空间转变，开启AI定义汽车的新时代。



图为北京车展现场。

张硕/摄影

场，奥迪E7X专为中国市场打造。2026年大众各品牌将推出超过20款新能源车型，计划到2030年扩展至约50款，全面释放“在中国，为中国”战略潜能。

大众集团管理董事会主席奥博穆表示：“中国是大众汽车集团全球转型的核心，也是我们实现全球战略目标的关键基石。我们在本届北京车展期间所呈现的产品与技术，充分体现了集团本土化战略取得的坚实成果，更是我们迈向‘全球汽车科技领航者’愿景的标志性节点。”

除了BBA（奔驰、宝马、奥迪），其他合资品牌也纷纷亮出新能源战略与重磅新车。例如在2026年北京车展前夕，现代汽车在现代汽车文化中心（北京）宣布旗下电动化品牌IONIQ（艾尼氪）正式进入中国。同时，IONIQ两款新能源概念车VENUS CONCEPT（金星）与EARTH CONCEPT（地球）同步全球首发，全面开启在华电动化进程，彰显其深耕中国新能源汽车市场的坚定决心，进一步践行现代汽车“In China, For China, To Global”理念。

专访

王立军：一汽红旗以分层化、特色化产品矩阵回应用户需求

中经记者 张硕 北京报道

在以“领时代 智未来”为主题的2026（第十九届）北京国际汽车展览会（以下简称“北京车展”）前夜举行的华为乾崮技术大会上，全新一代红旗H9低调地排在一号位，它的

告别泛化豪华，以分层战略破解市场供需错位

豪华车市场的竞争，早已越过产品单打独斗的阶段，步入品牌体系与用户精准匹配的深水区。在王立军看来，过往自主豪华品牌发展的核心痛点，便是试图用单一品牌覆盖全圈层用户，最终陷入高端不够极致、主流不够贴合、年轻不够潮流的尴尬境地，品牌定位模糊、用户诉求无法精

三大品牌矩阵落地，全维度覆盖豪华车市场版图

在本届北京车展上，红旗三大子品牌同步发力，26款车型组成的产品阵营，清晰勾勒出红旗全新的市场版图，从顶级超豪华到主流家用、再到年轻潮流，实现了全场景、

核心亮点之一是搭载华为乾崮智驾ADS 5。

2026北京车展，成为中国自主豪华品牌战略升维的关键赛场。一汽红旗三大品牌焕新出发：红旗金葵花、全新一代红旗H9、全新一代红旗H7、红旗越野、红旗天工概

念车等26款重磅产品将集中亮相！红旗汽车携26款重磅车型、三大子品牌矩阵登场，给出了截然不同的时代破局答案。值此车展期间，一汽红旗汽车销售有限公司总经理、党委书记王立军在接受《中国经营报》记者的专访时表示，这

场品牌焕新绝非简单的产品线拆分，而是红旗对中国豪华汽车市场的一次精准把脉，是从单一品牌向体系化竞争、从泛化豪华向精准分层的彻底转型，更是自主豪华品牌直面全球竞争、重塑行业规则的战略亮剑。

基于阿里巴巴AI大语言模型和DeepSeek深度思考能力，BMW智能个人助理现在升级为“AI个人助理”，拟人化沟通响应快、更自然。多种AI智能体的嵌入，如“百科达人”“用车专家”“出行伴侣”，可以用轻松的聊天方式，就能解决车控、寻路等高频车内需求。

梅赛德斯-奔驰将于此次车展

重磅呈现前沿AI技术赋能的智能座舱与辅助驾驶最新成果。在智能座舱领域，依托MB.OS构筑全域能力，由中国团队主导研发的全新后端后排娱乐系统搭载端侧多模态大模型VLM，奔驰虚拟助手升级为专属AI管家，以主动式服务打造更有温度的智能陪伴。

不仅如此，梅赛德斯-奔驰持续探索前沿AI技术在辅助驾驶领域的最新应用，强化学习大模型让城区及高速领航辅助驾驶更安全、高效、丝滑，并将陆续覆盖多

款车型；还将为全系搭载MB.OS的车型推送丰富多域OTA，实现AI模型、智能生态与实用功能的常用常新。

有业内人士认为，作为全球核心汽车展会，2026北京车展汇聚了全球主流车企、百强零部件供应商及跨界科技企业，构建“车+万物”的未来出行生态。这场展会不仅是技术成果的展示台，更是商业化落地的试金石，推动汽车从交通工具向智能移动空间转变，开启AI定义汽车的新时代。

准落地，成为制约发展的核心桎梏。“2026年红旗的核心变革，就是全面推进品牌焕新，彻底打破传统豪华品牌的运营逻辑，构建红旗、红旗天工、红旗金葵花三大子品牌体系。”王立军的表述直指行业本质，这场战略调整的核心，是实现品牌更精准、产品更贴合、服务更到

位，直面不同用户群体对豪华与科技的差异化需求，把宏观的品牌战略，彻底转化为用户可触摸、可感知、可体验的实车价值。

这并非被动应对市场变化，而是红旗主动谋划高质量发展发展的必然选择。在汽车消费圈层化、个性化愈发明显的当下，红旗跳出“大而

全”的品牌误区，以分层化、特色化产品矩阵做精做细每一个细分赛道。本质是对用户需求的深度尊重，更是对中国豪华车市场发展规律的精准把控，力求让每一类用户都能找到契合自身审美与出行需求的专属选择，这也是自主豪华品牌走向成熟的核心标志。

红旗坚守豪华质感、智能安全、实用舒适的均衡最优原则，不盲目追求单一卖点，而是以全场景适配的产品实力，夯实主流豪华市场的基本盘，解决用户日常出行的核心诉求，筑牢品牌发展根基。

而针对追求个性与前沿科技的年轻用户，红旗天工品牌横空出世，天工S-concept概念车彻底颠覆外界对红旗的传统认知，将未来感与科技感拉满，设计语言年轻化、潮流化，精准对接新一代消费群体的审美与用车需求。这一布局，意味着红旗彻底打破自身固有标签，主动向年轻市场靠拢，补齐品牌年轻化短板，为长远发展注入全新活力。



战略升维谋长远，定义自主豪华新未来

站在汽车行业电动化、智能化转型的关键节点，全球豪华车市场格局正迎来重构，中国自主豪华品牌迎来突围的最佳窗口期。王立军坦言，红旗三大子品牌的落地，只是品牌焕新的第一步，后续将以持续的体系化运营，推动战略深度落地，以高质量发展引领中国豪华车品牌前行。

不同于行业内诸多流于形式的品牌拆分，红旗的分层战略有着清晰的运营逻辑：金葵花坚守顶级超豪华定位，持续深化文化高定属性，打造不可复制的品牌价值；红旗主流品牌持续迭代产品、优化服务，深耕大众豪华市场，提升市场占有率；红旗天工加速前沿技术量产落地，持续贴近年轻用户，抢占未来市场先机。三大品牌各有侧重、协同发力，形成完整的品牌生态。

“中国豪华车品牌的崛

起，从来不是简单的产品追赶，而是品牌体系、价值理念、文化内核的全面超越。”王立军的判断，切中了中国汽车产业发展的核心。红旗此次品牌焕新，不仅是自身发展的关键跨越，更给整个自主豪华行业提供了全新思路：唯有精准定位、精细运营、深耕用户，才能跳出同质化内卷，构建属于中国品牌的豪华话语权。

从品牌焕新战略落地，到三大子品牌亮相北京车展，红旗正在完成从自主豪华引领者到行业规则重构者的转变。在这场关乎中国汽车品牌向上的征程中，红旗以清晰的战略、扎实的产品，重新定义中国豪华车竞争标准，而这份立足用户、深耕市场的布局，也将让红旗在全球豪华车市场的角逐中，走出属于中国品牌的独特路径。

