

车企加速拥抱 AI 智能化成比拼“主阵地”

中经记者 郭阳琛 石英婧
北京报道

2026 年是全球汽车产业电动化定型、智能化落地的关键拐点。

《中国经营报》记者注意到，2026（第十九届）北京国际汽车展览会（以下简称“北京车展”）以“领时代 智未来”为主题，总展览面积达 38 万平方米，规模创全球车展新纪录，并集中展示汽车产业电动化、智能化、网联化的最新成果。

“2026 年，智能化是车企最核心的竞争领域，有望将智能化推向更深层次领域。随着具身智能在汽车领域的应用越来越多，智能化将逐渐从‘人教车开’变为‘车自己开’。因此无论是整车厂还是供应链企业，都将北京车展当作展示智能化技术和成绩的舞台。”4 月 21 日，突境汽车品牌总经理曾清林在接受记者采访时感慨道。

据悉，本届北京车展涵盖从核心元器件到系统集成的完整技术链条，集中展示智能驾驶算法、车机系统、全栈智能解决方案、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，智能座舱、车载 AI 等前沿技术将同台展示，形成“整车+智能科技”双向赋能格局。

激战智能驾驶排位赛

北京车展成为各大厂商秀“智能化肌肉”的舞台。

行业普遍认为，“十五五”期间，自动驾驶有望开展大规模商业运行。作为“十五五”开局之年的首场国内大型车展，北京车展自然而然成为各大厂商“秀肌肉”的舞台。

4 月 17 日，在北京车展开幕前夕，搭载新一代千里浩瀚 G-ASD 4.0 辅助驾驶系统的极氪 8X 正式上市。

“千里浩瀚 G-ASD 4.0 系统与 3.0 系统的核心差异是，此前可能只能做到‘好用’水平，如今会让用户有‘离不开’的感觉。”吉利控股集团首席智驾科学家、千里智驾 CEO 陈奇告诉记者，技术上 4.0 系统含氧量

AI 大模型加速“上车”

行业竞争从硬件拼参数转向 AI 能力与数据生态比拼。

2026 年，AI 大模型迎来飞跃式发展，开始彻底重构汽车智能化，推动汽车从交通工具转向具身智能终端，行业竞争从硬件拼参数转向 AI 能力与数据生态比拼。

4 月 21 日，荣威将全球首个 AI 原生汽车序列定名“家越”，并发布了 3 款概念车。“我第一次看到‘家越’时十分吃惊，这和当初智能手机刚面世带来的冲击类似。”上汽乘用车荣威品牌事业部总经理钱漾向记者回忆道。

中国汽车加速破浪出海

无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

中国汽车工业协会数据显示，2025 年，中国汽车出口延续强势增长，全年整车出口 832.4 万辆，同比增长 29.9%，出口金额 1424.6 亿美元，同比增长 21.4%，连续三年位居全球汽车出口第一。

2026 年一季度，中国汽车出口再提速，累计出口整车 222.6 万辆，同比增长 56.7%；新能源汽车出口 95.4 万辆，同比翻倍增长 120%，量价齐升、结构优化特征显

著，智能化高价值车型持续提升全球竞争力。

“中外在汽车智能化发展上正在形成明显代差，这为中国汽车出海提供了很好的机遇。”中国电动汽车百人会研究院理事长张永伟表示，在产品配置上，中国新车的车载中控大屏配置率超过 85%，而欧洲还不到 50%；在智能座舱渗透率方面，中国则已经超过了 80%，欧洲才刚到一半左右。

据悉，荣威与火山引擎在 AI 汽车的产品设计之初，便成立联合研发项目组，以“AI go first”为核心理念，在 AI 原生技术架构、智能座舱、车云一体化等领域展开深度合作开发，共建技术底座。多年来，荣威累计投入数百亿元资金，打造整车智能电子电气架构。

与传统智能网联汽车不同，AI 原生汽车具备了持续学习、自主成长、主动适应用户的能力。钱漾做了一个简单的比喻：传统智能网联汽车像是一个大学刚毕业的新员工，虽然非常聪明但是它只能接受并执行具体任务；而 AI 原生汽车则是一位经验丰富且智商高的老员工，用户一说它便能够知道如何处理后续事务。

记者了解到，极氪则基于 WAM 世界行为模型，构建起统一整车的超级大脑。其中，超级 Eva 是实现“舱驾融合”的核心灵魂，从被动响应到主动规划、从语音助手

到 AI 助理，刷新出行的无限想象。吉利汽车集团 CEO 淦家阅表示，极氪通过打造“1+2+N”的模式，让整车域控智能化得到大面积提升，“1”是超级智慧大脑，“2”是智能座舱和辅助驾驶，“N”是底盘域、动力域等域控的调动。通过这种模式将整车的综合数据调用能力、协同性做到极致，提升整车性能。

作为东风汽车与华为乾崮联合共创的高端新能源汽车品牌，突

境汽车从诞生之日起便深深烙印下华为的智能化基因，搭载了华为乾崮最新、最全面的智能技术。

“当下 AI 大模型‘上车’最为关键的就是安全性和稳定性。”曾清林表示，与手机这类应用载体不同，由于汽车行业对安全要求很高，AI“上车”后的容错率很小。因此在面向消费者前，车企和技术合作方要进行海量的软硬件数据积累，这对双方的合作深度提出更高要求。

告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“在辅助驾驶和高阶智能驾驶方面，中国处于全球领先地位。国内辅助驾驶渗透率已超过 65%，L2+ 及更高阶技术正加速普及，L3、L4 技术也有望在未来一年进入规模化应用阶段。相比之下，欧洲、日本及新兴市场整体仍明显滞后。”张永伟进一步表示。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

北京车展大车唱主角 车企加速抢滩“移动客厅”新蓝海

中经记者 夏治斌 石英婧 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”），在中国国际展览中心（顺义馆）与首都国际会展中心开幕，总展出面积达 38 万平方米，规

模跃居全球车展首位，展车总数 1451 台，包含首发车 181 台、概念车 71 台。

但北京车展真正引人注目的，不仅是“大”的规模，而是不少车企展台上的车也集体变“大”了。从大型 SUV 到全尺寸 MPV，“大车”成为本届北京车展最直观

的关键词之一。

《中国经营报》记者注意到，在各大车企的展台上，尺寸惊人的“大车”成为绝对主角，上汽大众 ID.ERA 9X、零跑 D19、蔚来 ES9、魏牌 V9X、奕境 X9 等扎堆亮相。

这种现象并非偶然。回顾过去两年，中国车市正经历一场对

“空间定义权”的深刻重构。“冰箱、彩电、大沙发”之所以能够赢得市场，背后正是家庭用户对大空间的强烈渴求。

进入 2026 年，市场数据也为这场“大车浪潮”提供了注脚。相关数据显示，2026 年前两个月，中大型 SUV 细分市场销量在 SUV

大盘整体承压的背景下，逆势同比增长了 90.9%。

在行业整体毛利率承压的背景下，车企为何投入高成本推出“9 系”大车？汽车行业资深分析师、资深顾问梅松林分析称：“车企密集推出‘9 系’大车是新势力阶段性成果的展现，集中向高端

新能源大型 SUV 市场突破，实现三大目的：提升车企整体盈利能力，当前新势力的市值同盈利能力强关联；成功的高端产品能有效提升品牌美誉度和认可度；先有外资豪华品牌做大了这个利润丰厚的细分市场，新势力开始集中火力抢夺这个板块。”

“空间定义权”的深刻重构。“冰箱、彩电、大沙发”之所以能够赢得市场，背后正是家庭用户对大空间的强烈渴求。

进入 2026 年，市场数据也为这场“大车浪潮”提供了注脚。相关数据显示，2026 年前两个月，中大型 SUV 细分市场销量在 SUV

大盘整体承压的背景下，逆势同比增长了 90.9%。

在行业整体毛利率承压的背景下，车企为何投入高成本推出“9 系”大车？汽车行业资深分析师、资深顾问梅松林分析称：“车企密集推出‘9 系’大车是新势力阶段性成果的展现，集中向高端

新能源大型 SUV 市场突破，实现三大目的：提升车企整体盈利能力，当前新势力的市值同盈利能力强关联；成功的高端产品能有效提升品牌美誉度和认可度；先有外资豪华品牌做大了这个利润丰厚的细分市场，新势力开始集中火力抢夺这个板块。”

“空间定义权”的深刻重构。“冰箱、彩电、大沙发”之所以能够赢得市场，背后正是家庭用户对大空间的强烈渴求。

进入 2026 年，市场数据也为这场“大车浪潮”提供了注脚。相关数据显示，2026 年前两个月，中大型 SUV 细分市场销量在 SUV

大盘整体承压的背景下，逆势同比增长了 90.9%。

在行业整体毛利率承压的背景下，车企为何投入高成本推出“9 系”大车？汽车行业资深分析师、资深顾问梅松林分析称：“车企密集推出‘9 系’大车是新势力阶段性成果的展现，集中向高端

新能源大型 SUV 市场突破，实现三大目的：提升车企整体盈利能力，当前新势力的市值同盈利能力强关联；成功的高端产品能有效提升品牌美誉度和认可度；先有外资豪华品牌做大了这个利润丰厚的细分市场，新势力开始集中火力抢夺这个板块。”

“空间定义权”的深刻重构。“冰箱、彩电、大沙发”之所以能够赢得市场，背后正是家庭用户对大空间的强烈渴求。

进入 2026 年，市场数据也为这场“大车浪潮”提供了注脚。相关数据显示，2026 年前两个月，中大型 SUV 细分市场销量在 SUV

“大车浪潮”AB 面

从本届北京车展的实车来看，竞争维度已经发生了深刻变化。早期的“大车”竞争或许还围绕“冰箱、彩电、大沙发”等舒适性配置展开，而如今，战火已经蔓延至整个技术底座。车企的“移动客厅”之争也逐渐延伸至智能座舱、空间布局与全场景家庭体验的全面较量。

记者实地走访发现，不少热门车型前人头攒动、摩肩接踵，现场工作人员向络绎不绝的观众细致讲解车型在空间、智能、舒适等方面的创新设计，全方位展现“移动客厅”的价值。

以智能辅助驾驶为例，上汽大众 ID.ERA 9X 全球首发搭载 Momenta R7 强化学世界模型，双方共同迈出“物理 AI”真正上车的第一步。Momenta 在 2025 年实现国内首个真正量产落地的强化学大模型，其模型能力快速进化，关键安全指标相较此前提升 5 倍以上。

不只上汽大众在多维发力，汪俊君也提到：“首批搭载新一代华为乾崮智驾、新一代鸿蒙座舱、896 线双光路图像级激光雷达等最新技术在内的全栈方案——奕境

X9，全给了！”

对此，颜景辉告诉记者：“从产业竞争来看，车企将大尺寸旗舰车型从补充选项提升至战略核心，本质是顺应市场趋势、打造核心竞争力的关键布局。本届车展上多家车企的 9 系车型集中登场，不仅比拼车身尺寸，更延伸至芯片算力、高端底盘、智能驾驶等全方位技术竞争，硬件预埋、高端配置下放也成为普遍策略，技术升级已成为大车竞争的核心支撑。”

但技术越领先，成本压力也越大，这正是当前大车战略的核心矛盾。颜景辉告诉记者：“大车普遍更重，搭载硬件规格更高，也直接推高了车企的研发与制造成本，企业在追求技术领先的同时，普遍面临成本投入与经营效益平衡的现实挑战。没有新技术亮点无法吸引消费者、支撑销量，但过度投入又会加剧盈利压力，这是当前大车战略下行业共同面临的矛盾。”

对于如何在激烈的市场竞争中胜出，梅松林称：“要想在这个市场有所作为，产品和目标用户需求对齐是基本功，基于独门技术给用户提供独特的驾乘体验是创造差



为推动 AI 与汽车深度融合，荣威累计投入数百亿元资金，并推出全球首个 AI 原生汽车序列。
郭阳琛/摄影

Momenta 深度联合开发、深度融合“奥迪 Driving DNA + Momenta 强化学大模型”全景辅助驾驶系统，实现了从“模仿人类”到“超越人类”的 AI 智驾进化，为用户提供极智安全安心、极智丝滑拟人、极

智高效顺畅的三重极致出行体验。

“这将是奥迪在全球及中国首次应用 L3 级自动驾驶技术，这也正是奥迪工程实力与中国创新技术融合的体现。”奥迪全球 CEO 高德诺 (Gernot Döllner) 表示。

境汽车从诞生之日起便深深烙印下华为的智能化基因，搭载了华为乾崮最新、最全面的智能技术。

“当下 AI 大模型‘上车’最为关键的就是安全性和稳定性。”曾清林表示，与手机这类应用载体不同，由于汽车行业对安全要求很高，AI“上车”后的容错率很小。因此在面向消费者前，车企和技术合作方要进行海量的软硬件数据积累，这对双方的合作深度提出更高要求。

告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。

如何加快智能化出海？在张永伟看来，要从单打独斗转向合作共赢。无论是整车企业还是供应链企业，与海外优秀伙伴联合出

海，已成为现实可行且具备双赢基础的路径。

“2026 年一季度，吉利海外销量达 20.3 万台，累计增幅达 126%。”极氪整车研究院院长徐云

告告诉记者，行业常将智能化局限于语音控制、座舱娱乐与智驾功能，而吉利依托车身控制、底盘与动力域的深厚积淀，叠加多感知单元实现跨域协同，将整车作为一个智能体来打造，这也是中国汽车在海外市场受欢迎的重要技术优势。