一场高风险、高回报的战略博弈 车企、智驾公司掀起“造芯”热浪

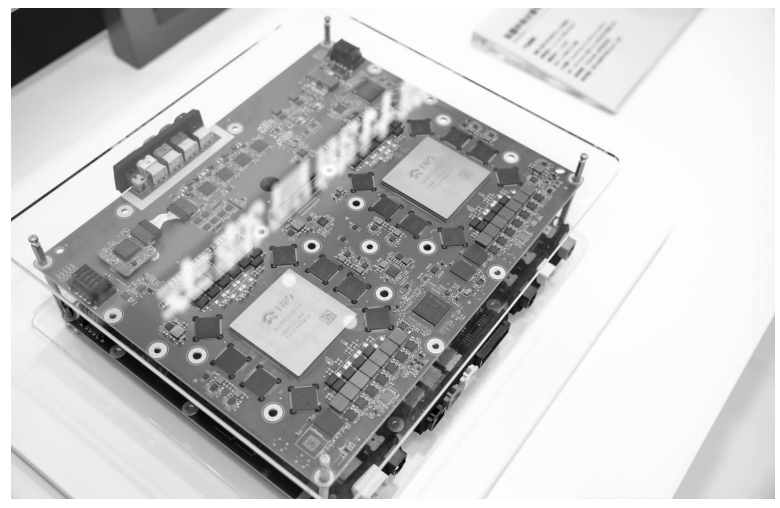
中经记者 方超 石英婧 上海报道

在汽车行业“新四化”趋势加速演进的情形下，作为智能汽车技术底座的芯片，愈发成为“兵家必争之地”。

日前，理想汽车宣布芯片子公司完成首轮16.25亿元融资协议，最大投后估值171亿元，而蔚来汽车芯片子公司安徽神玑也已完成两轮融资，而奇瑞、吉利车企等也通过多种途径加码芯片业务。

《中国经营报》记者注意到，不仅仅是车企，包括智驾公司在内的汽车产业链企业当下也在密集推进“造芯”进程，与Momenta关系密切的XHEART新芯航途近日也对外发布大模型芯片X7 Ultra。据悉，该公司X7系列已量产8个月，累计出货超过20万颗。

“行业‘造芯’潮会延续下去。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者介绍，整车厂、智驾公司等掀起“造芯”热，与行业软硬协同趋势、争夺供应链话语权等因素密不可分，但章弘同时也认为，推进“造芯”，对上述企业自身而言，“是一场高风险、高回报的战略博弈”。



蔚来“神玑NX9031”智驾芯片。　本报资料室/图

芯片项目融资密集落地

在车企之外，包括智驾公司在内的产业链企业，也掀起“造芯”热浪。

今年以来，多家车企密集宣布芯片项目融资进程，引发外界密切关注。

理想汽车近日宣布，旗下芯片子公司上海马赫心签署首轮股权融资协议，融资金额为16.25亿元。据悉，该轮融资由杭州经韬、蓝驰创投及华业天成领投，奇绩创坛参与投资。同时，杭州经韬及其关联基金获授最高5亿元的追加认购权，若该认购权悉数行使，投后估值达171亿元。

无独有偶，蔚来相关负责人向记者介绍，安徽神玑成立一年间，已完成两轮融资，“首轮融资金额近30亿元，二轮融资超4.93亿元，估值持续上升，投后估值达122.5亿元”。

对于车企旗下芯片部门相继对外披露融资进展或独立进程，章弘向记者表示，整机厂将芯片业务独立，继续自主研发并引入外部资本，核心原因在于上述企业旨在通过长期投入，“把芯片做成可控、可复用，还能对外赚钱的业务”。

章弘观察认为，理想汽车、蔚来等车企旗下芯片部门尽管获得外部融资，但车企自身仍掌握控股权，如此也能获得相关投资方带来的客户、产线等外部资源。不仅如此，章弘还表示，车企推进芯片部门融资，既能建立更灵活的激励平台，也使这些芯片公司“未来继续融资、并购或上市时，交易结构更清楚”。

“鉴于芯片公司与整车制造企业在商业逻辑及管理体系上的显著差异，通过分拆实现独立运营，有利于芯片公司深耕专业赛道。”蔚来方面向记者介绍，“在优化资源配置、确保团队组织稳定的同时，也为后续对接多层次资本市场、打通独立融资与IPO上市战略路径、核心资产实现估值最大化奠定了坚实基础。”

除了融资端，奇瑞、特斯拉、大众等中外车企此前也对外公布芯片产品开发进展。奇瑞方面向记者提供的信息显示，今年10月份，奇瑞自主可控的紫微芯片正式发布，包括紫微C系列、紫微S系列、紫微M系列。

此外，在海外车企方面，今年4月份，特斯拉CEO马斯克曾宣布，特斯拉AI芯片设计团队已成功完成AI5芯片的流片，据了解，该芯片将成为FSD全自动驾驶、Optimus及未来Robotaxi的核心算力平台。

而在车企之外，包括智驾公司在内的产业链企业，也掀起“造芯”热浪。

10月29日，专注于大模型计算的芯片设计公司新芯航途对外发布大模型芯片X7 Ultra，新芯航途方面向记者介绍：“通过架构与工具链协同创新，X7 Ultra支持可部署模型参数量实现10倍提升，让更强的模型能力走进量产汽车。”

记者注意到，仅仅6天前的10月23日，新芯航途宣布完成战略轮融资，累计融资人民币近50亿元，据悉，参与公司融资的投资方包括上汽、奇瑞、长鑫科技、中金雷诺等车企及产业战略投资方。

除了头部明星企业外，整体汽车芯片行业数量更为庞大。据盖世全球汽车产业大数据不完全统计，截至2025年8月，全国范围内与汽车芯片相关的规上企业数量为14215家，涵盖车载SoC芯片、计算芯片以及存储芯片等多个分类及其集成方案提供商。

争夺供应链话语权

除了直接的降本诉求外，掌握核心技术控制权也是车企的核心诉求之一。

在业内看来，汽车行业各方加速“造芯”背后，核心诉求或源于降低成本及争夺供应链话语权。如在降本层面，记者获悉，2024年，蔚来大概花费3亿多美元购买Orin芯片，而若变为蔚来自研的“神玑NX9031”，“每辆车大约可以带来1万元的成本优势”。

除了直接的降本诉求外，掌握核心技术控制权也是车企的核心诉求之一。

蔚来CEO李斌此前向记者表示，“如果从做一款智驾的芯片角度来讲有很多做法。让别人帮你定义设计，这并不是什么难事，行业里很多人都在做。但重要的就是此芯片非彼芯片，就像一辆车你是找工程设计公司来做，还是通过自己全栈自研，这涉及你企业自身的完整工程能力，很多核心的部件要自研，投入就更大，难度也更大。”

章弘也认为，车企自研芯片在避免核心零部件过度依赖少数供应商之时，也能进一步提升自己的供应链话语权，其认为，车企通过自研芯片，“就有了与外部供应商谈判的筹码，倒逼其降价”。

除此之外，在业内人士看来，智驾技术快速迭代的行业发展趋势，也在某种程度上加速了产业链“造芯”步伐。

“2026年1—8月新能源乘用车L2级及以上的辅助驾驶功能装车率达到88.9%，16万元以下市场中智驾装车率进一步增长。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会认为，新时代用户对汽车的需求转变，促使智能辅助驾驶功能逐渐成为刚需。

智驾渗透率未来或进一步提升的趋势，无疑亦对作为核心技术底座的芯片提出更高要求。上海汽车集团股份有限公司副总裁、总工程师祖似杰日前也向包括记者在内的媒体表示，“大模型到来之后，是带来自动驾驶和芯片设计范式的改变。”

“过去的智驾系统，基本是由多个‘小模型’拼出来的——感知是一个模型，预测是一个模型，规划又是另外一个模型。每个模型各司其职，看起来分工很明确，但是问题也恰恰出现在这里。”新芯航途CEO李宗霖日前向包括记者在内的媒体表示。

公开信息显示，新芯航途脱胎于Momenta内部的芯片设计项目，新芯航途方面向记者介绍，该公司在2023年创业之初，便确立了“大模型定义芯片”的技术路线，“团队从芯片定义阶段就与算法团队共同研究模型架构和关键算子，为未来几年的模型演进提前做好准备”。

或形成三方共存格局

产业链各方加速“造芯”，或将对芯片行业带来持续影响，在细分领域形成三方共存局面。

密集披露融资进展、加速产品上车步伐，包括整车厂在内的各方加速“造芯”之时，也让外界关注，大力度加码“造芯”，能否形成可持续的商业闭环。

“当时，常见的路径是先做芯片，再让模型去适配。我们决定从真实应用中的模型需求出发，倒推芯片的架构。这条路走起来并不轻松。当时正处于资本寒冬，团队规模比较小，做芯片又需要长期的投入，每一次取舍都事关生死。”李宗霖表示。

“车规芯片投入高、验证周期长。”章弘也认为，若车企等投入自研芯片，每一代芯片产品，都要重新承担流片、量产等成本，在章弘看来，只有同时具备真实车型定点、稳定出货等能力的公司，才能形成商业闭环。据中信证券研报此前测算，“自研芯片全生命周期百万级别出货量即具备经济性。”

记者注意到，推进自研芯片的不少车企，除了保障自身产品所需外，当下也谋求通过独立融资等形式加速向市场提供芯片产品。

而李斌今年4月对外透露，自研高阶智能驾驶芯片已在接触外部客户，包括车企、Robotaxi和无人物流企业。

记者注意到，具身智能正成为车企芯片部门瞄准的新赛道。蔚来相关负责人向记者介绍：“对于具身和Agent推理等新兴AI应用领域，NX9031系列芯片是目前市面上少有的算力大、经过规模量产检验的国产芯片。”

而Momenta CEO曹旭东日前也向包括记者在内的媒体介绍：“大模型定义的芯片，也能帮助机器人和更多的物理AI产品取得突破，达到甚至超越人类的水平。”

在业内看来，产业链各方加速“造芯”，或将对芯片行业带来持续影响，在细分领域形成三方共存局面。盖世汽车研究院认为，汽车SoC市场呈现“座舱由高通主导、智驾由英伟达领跑”的格局，国产芯片与车企自研方案正加速拓展。如在智驾领域，该研究院认为，“特斯拉、蔚来等车企自研方案也参与竞争，市场呈现国际芯片厂商、本土供应商与车企自研并存的格局。”

从“重流量”转向“建生态” 中国车企体育营销驶入下半场

中经记者 郭阳琛 上海报道

10月16—18日，2026赛季FIA TCR世界巡回赛第六分站在成都天府国际赛道正式打响。吉利中国星车队(Geely Cyan Racing)携星瑞TCR赛车在三回合正赛中强势斩获“两冠两亚一季”，这也是吉利品牌首次以FIA TCR世界巡回赛车队身份在中国主场亮相。

借此机会，吉利在成都市打造了一个盛大的汽车文化节，TCR世界巡回赛、TCR China、单一品牌赛“莲花杯”和“2026年绿醇超吉联赛PRO”同场上演。莲花集团CEO冯擎峰在“莲花杯”的比赛中与众多专业车手同场竞技。

“多次参赛既是个人爱好，也是职责所在。作为超跑品牌负责人，必须真正理解驾驶者需要什么。”日前，冯擎峰向《中国经营报》记者表示，跑车品牌的管理者不能只坐在会议室里看参数。“只有亲自驾驶，感受方向盘的反馈、底盘在弯道中的响应以及制动时的车身姿态，才能真正理解驾驶者的需求，并对车辆工程开发提出更加准确的要求。”

车企发力的目标不只是赛道。在湖北省武汉市，2026年武汉网球公开赛(以下简称“2026武网”)决赛也于10月18日打响，岚图追光S静静伫立在赛场边，吸引了众多关注的目光。这家武汉本土高端新能源品牌，正借这场国际顶级赛事搭建起品牌与消费者对话的新窗口。

知名体育营销服务商禹唐体育发布的报告分析称，汽车品牌格外钟情全球主流运动大赛和顶级俱乐部。2023—2026年，至少有16个中国汽车品牌参与了48笔体育赞助交易，是体育营销参与度最高的行业之一。体育赛事已成为汽车品牌争夺市场的重要催化剂。

车企快马加鞭拥抱赛事

时间拨回至2025年11月，吉利汽车集团正式宣布成立“吉利中国星车队”，以星瑞TCR赛车接棒领克03 TCR赛车，征战FIA TCR世界巡回赛。

在此次成都站赛事期间，吉利控股集团旗下多品牌、多赛事齐聚成都天府国际赛道，全方位展现集团在汽车运动领域的体系化布局与多品牌协同实力。

值得一提的是，冯擎峰驾驶基于莲花Emira打造的赛车，出现在2026莲花杯中国单一品牌赛成都站的赛道上。作为持有国际赛车执照的车手，他身兼赛事主办方代表与参赛车手双重身份，与其他车手遵循相同的赛事规则同场竞技。

冯擎峰告诉记者，此次正式命名的“莲花弯”位于成都天府国际赛道，以高速重刹、连续转向和出弯加速等复杂工况为主要特点。只有亲自驶过“莲花弯”，才能够更直观地感受车辆的底盘响应和动态控制能力，也有助于理解车辆工程与驾驶者真实需求之间的关系。

10月18日，2026年武网正式收官，这是岚图汽车连续3年独家冠名这项WTA1000赛事。据悉，岚图汽车以赛事官方指定用车的身份，组建由岚图梦想家、岚图追光等车型构成的保障车队；同时在场馆设置品牌展区、武网嘉年华互动打卡活动，把赛事赞助从单纯品牌曝光延伸到用户体验、运动普及的完整运营链路。

“武网早已是武汉市的一张标志性体育名片，岚图汽车作为土生土长的武汉高端新能源品牌深度参与这项顶级赛事。”岚图汽车CEO蒋焘表示，体育赛事拼搏向上的精神，与岚图汽车不断去挑战更高的科技实力相吻合，与“百折不挠，只做第一”的企业基因高度契合。“以体育赛事为纽带，希望体育爱好者能感受到我们的技术和产品。”

此外，上汽奥迪在2024年推出AUDI品牌时便签约郑钦文为品牌代言人。奇瑞汽车为中国女排官方合作伙伴，把瑞虎8L上市与“女排精神”绑定；乐道汽车“牵手”上海申花，把车型体验、球迷社群运营融入城市足球文化；吉利银河则携手央视成为2026美加墨世界杯官方转播合作伙伴，借赛事转播搭建从品牌认知到用户转化的营销闭环。

体育营销流量效应超出预期

2026年是“莲花杯”举办的第二个年头，未来希望成为中国赛车体系中的一个“跳板”，承担“中国跑车赛事入口”和“莲花驾驶者生态”的功能。

莲花集团相关负责人表示，坚持参与赛车运动并不是简单的营销选择，而是跑车品牌长期发展的重要组成部分。举办“莲花杯”，不只是为了打造一场精彩的赛事，更希望通过持续投入，形成连接驾驶爱好者、专业车手与汽车文化的开放平台。

吉利还将新车发布会搬上了赛车场。10月17日下午16时45分，吉利中国星车队车手马青骅驾驶着星瑞TCR赛车冲过终点线；3个小时后，马青骅作为“底盘认证官”来到吉利星瑞L PLUS全球上市发布会现场，分享了TCR赛事给星瑞L PLUS带来的冠军操控基因。

“汽车运动的文化属性，让我们和广大的赛车运动文化爱好者、车主朋友能够通过汽车运动这个载体建立更多的链接和共创。同时，我们也希望培养更多中国本土的车手，促进他们技术提升。”吉利汽车集团销售总公司副总经理、中国星销售公司总经理王博感慨道。

奕境汽车则以“国际顶级IP+本土城市球队”双线布局，聚焦更为大众的足球运动，进一步提升这一全新汽车品牌的声量和品牌知名度。比如，奕境汽车是2026美加墨世界杯阿根廷国家队中国区的官方合作伙伴。

“在2026美加墨世界杯期间，由于阿根廷国家队的出色表现，带来的曝光度和流量超出了我们的预期，让更多人认识了奕境这个新品牌。同时，成都蓉城长期领跑今年的中超比赛，奕境作为球队胸前广告赞助商，能够放大‘成都造+成都队’的城市共鸣，进一步夯实本土球迷圈层认知，为新品牌的市场转化注入更强的情感资产。”奕境汽车营销端相关人士向记者表示。

赛道技术反哺量产车研发生产

随着中国汽车产业在电动化、智能化等领域不断取得突破，汽车品牌的竞争也正在从产品与技术层面，进一步延伸至品牌文化与用户生态。中国已经是全球汽车产业的重要市场，但赛车运动、专业车手培养及大众驾驶文化普及，仍需要更加长期和系统性的投入。

记者了解到，相比短期营销活动，专业赛事的投入周期更长，回报也难以直接通过短期销量来衡量。如何让更多消费者从了解汽车产品，走向理解驾驶、参与汽车运动，是中国汽车文化发展仍需面对的课题。

对于“莲花杯”的长期价值，莲花集团相关负责人从三个层面进行了阐释：首先，通过赛道验证车辆的综合性能。莲花品牌始终强调驾控，产品是否真正好开，需要在复杂、连续的驾驶工况中接受检验，弯道是车辆综合能力的重要试金石。其次，以赛促研，推动技术持续迭代。赛车运动对底盘、动力、制动和热管理等系统提出了更严苛的要求，赛事中积累的工程经验，也能够为量产车型研发提供参考。再次，推动赛车文化普及。通过专业赛事，为更多年轻人创造接触赛车运动、参与专业竞技的机会。

无独有偶，TCR世界巡回赛要求所有参赛的车型，必须是至少3门的量产车型，且基础车型需满足连续12个月内至少生产3000辆的门槛。

吉利整车研究院副院长、中国星销售公司副总经理刘凡表示，吉利多年来一直参与研发高性能车，并通过赛事来验证产品。星瑞TCR赛车基于CMA架构打造，星瑞L PLUS与其系出同源。CMA架构经过全球开发、全球验证，积累了很多赛事经验，赛场竞技对车辆的动力总成、制动系统、转向系统，车身模态、刚度等方面的开发都提出了很高的要求。“不管是做轿车、SUV，还是MPV和越野车，都受到这样高性能车的研发技术反哺。”

“吉利做汽车运动的初心，不仅是去拿几个冠军或者炫技，而是希望通过和国际顶尖车队的比拼，把赛道的技术反哺到吉利量产车的研发和生产上。”王博也表示，通过极限场景对底盘操控性能、发动机动力性能、操作稳定性、整车安全性的测试，让用户能够通过吉利的量产车，享受到经过赛道检验技术的车型。

“对于赛事对销量和品牌转化的影响，我们很清楚，短期内不会有立竿见影的变化。但长期来看，这是重要的信任资产。”莲花集团相关负责人认为，赛事能够让更多人理解驾控的价值，也让消费者从“知道莲花”到“愿意了解莲花”，再到“真正开过莲花”，逐步建立对品牌的认知与信任。