



# 广州车展：年度“收官之展”如何承前启后

中青报·中青网记者 张真齐文并摄

11月21日，第二十三届广州国际汽车展览会（以下简称“广州车展”）拉开帷幕。来自广东省佛山市的观展者刘亮述一早就来到展馆，他告诉记者：“今年打算换车，特地来车展实地比较各品牌的新能源车型。现在国产车的技术水平，特别是在智能驾驶和续航里程等方面的表现，确实让人刮目相看。”

事实上，像刘亮述这样的消费者不在少数。记者注意到，车展现场很多消费者手持资料，在各展台间仔细地比对和询问。组委会数据显示，本届广州车展有1085台展车，其中新能源车629台，还有93台全球首发新车。

作为每年度国内车市的“收官之展”，广州车展不仅集中展示了今年的市场成果，更预示着明年汽车产业的发展方向。除了自主品牌吸引目光外，与往届相比，今年展会的国际化程度进一步提升，来自德国、日本、美国等国的汽车品牌均带来了最新的技术和产品，展现出对中国市场的高度重视。

## 技术创新驱动中国汽车产业升级

在4.2馆的吉利展台，最新发布的银河星舰7EM-i被观众围得水泄不通。这款搭载新一代混动系统的车型，百公里油耗低至3.8升，续航突破1500公里。“我们从电机效率、电控管理等多个维度进行了全面升级。”吉利研究院工程师向记者介绍，“这套系统将在多款新车上搭载。通过优化动力系统控制策略，我们在保持动力性能的同时，进一步降低了能耗。”

深蓝汽车展台上，最新产品深蓝L06同样引人注目。深蓝汽车董事长邓承浩介绍，深蓝L06全系标配激光雷达等27个智能传感器，以及两颗地平线J6M芯片的算力支撑，让城区NOA领航辅助驾驶触手可及；天玑3纳米车规级芯片，让车机安兔兔跑分突破163万，解决传统车机卡顿的痛点。



作为每年度国内车市的“收官之展”，广州车展不仅集中展示了今年的市场成果，更预示着明年汽车产业的发展方向。

坐拥“主场”的比亚迪则包下整个2.1馆，并在外场设置有仰望U8应急浮水展示区。旗下高端品牌仰望汽车以全系产品矩阵亮相，包括全球限量超跑U9 Xtreme、全尺寸行政豪华SUV U8L鼎世版，以及超级四电旗舰轿车U7。其中仰望U7推出“星河蓝”外观色与“旭光橙”内饰色等新选择，并发布“自在掌控”新主张。

除了电动化技术，智能化也成为自主品牌发力的重点。小米汽车在本届车展上发布端到端辅助驾驶“Xiaomi HAD 增强版”；长城汽车旗下魏牌宣布首款搭载VLA辅助驾驶大模型方案的全新一代辅助驾驶系统 Coffee Pilot Master (CP Master)……这些技术的快速迭代，彰显出中国品牌在智能化赛道上的加速度。值得一提的是，多家自主品牌开始将创新重点从硬件转向软件，通过OTA升级持续优化用户体验，展现出全新的产品开发思路。

对此，出行行业独立分析师徐宏表示：“自主品牌在新能源和智能化领域的突破，是长期坚持研发投入的结果。更重要的是，自主品牌在核心技术领域不断取得突破，正在从技术追随者向技术引领者

## 合资品牌积极转型应对市场变革

合资品牌们则在2025广州车展上展现出传统巨头转型的决心与成效。大众汽车集团带来覆盖新能源与燃油车的全明星阵容，从重磅新车首发到核心技术落地，再到清晰的未来产品规划，全面展现这家德系巨头“在中国，为中国”的战略决心。

按照大众汽车集团规划，2025至2027年间将在华推出约40款全新车型，其中超过半数为电动化产品，标志着集团全面迈入战略成果交付阶段。一汽-大众将成为主要增长引擎，2026年起新增11款车型，包括6款纯电动、两款插电式混动及两款增程式车型，覆盖多个细分市场。

广汽丰田则以一场“24小时双车连发”的动作，在2025广州车展期间，正式宣告“油电同质”战略全面落地。全新威兰达与铂智7的相继登场，标志着这家合资车企正在告别丰田长期推行的“姊妹车”产品策略，期望以差异化产品布局重构竞争力，冲刺2028年实现百万辆产销目标。

豪华品牌方面，宝马集团以BMW、

MINI、BMW Motorrad三大品牌超20款车型的全矩阵阵容亮相，首次同台展示BMW新技术集群，涵盖电驱系统、驾驶超级大脑、全景iDrive及全新智能辅助驾驶系统。

梅赛德斯-奔驰携旗下梅赛德斯-奔驰、梅赛德斯-AMG、梅赛德斯-迈巴赫和G级越野车四大核心品牌，共29款产品亮相。以“油电同质、油电同智”为核心主张，奔驰带来了涵盖概念车、核心量产车的阵容和生活场景，为广大车迷呈现一场创新与经典交相辉映的豪华汽车盛宴。

一汽奥迪携旗下A5L、A6L e-tron、Q6L e-tron家族、全新Q5L等强大产品阵容震撼亮相。其中，一汽奥迪A5L乾嵒智驾版作为全球首款搭载华为乾嵒智驾技术的燃油车，重塑了燃油车智能新形象；上汽奥迪则宣布奥迪E5 Sportback 款定性能quattro型正式上市，希望能精准满足用户对产品品质和驾驶操控的需求。同时，奥迪品牌首款SUW概念车也迎来全球首次亮相，体现了品牌在国内新能源市场持续投入的想法和长期规划。

“合资品牌正在经历一场深刻的转型”，全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树分析说，“他们必须在中国市场找到新的定位，既要保持品牌特色，又要适应中国消费者的需求变化。我们可以看到一些合资品牌已经不断地调整在华战略，加大本土化研发投入，这无疑是非常积极的变化。”

## 从“概念炒作”到“价值创造”

与往年相比，本届广州车展的营销方式发生了明显变化。记者在展馆内走访发现，夸张的营销话术少了，务实的产品讲解多了；概念性展示少了，可体验的实车功能多了。这种转变反映出汽车行业正在从营销驱动回归产品驱动，消费者也更加注重产品的实际价值。

“今年的广州车展期间，我们更注重让消费者亲身感受产品的实际表现。”一位自主品牌销售负责人告诉记者，“比如会在后续的试驾体验过程中安排更长的试驾路线，让客户全面了解车辆的智能驾驶功能。”记者观察到，多个品牌都设置了深度体验区，通过模拟真实用车场景，让消费者

更好地理解产品特点。

徐宏认为，这种变化反映出市场的成熟。“经过这些年的发展，消费者对汽车的认知更加深入，企业的营销方式也必须相应调整。未来的竞争将更多地体现在产品力、服务力和品牌力上。企业需要建立更加理性的营销体系，通过提升用户体验来赢得市场。”

尽管2025广州车展现场人气旺盛，但车企面临的挑战仍不容忽视。在长城汽车展台，一位销售顾问坦言：“虽然今年品牌推出了多款新车，但要完成自己的目标，压力依然很大。”

早在2021年6月28日，长城汽车董事长魏建军在公司2025战略发布会上表示：至2025年，长城汽车将实现年销售400万辆、新能源汽车占比80%、营业收入超6000亿元的目标。未来5年，长城汽车将累计投入1000亿元的研发资金，然而今年前三季度，长城汽车销售新车为92.34万辆，目前已完成“年销400万辆”这一预期的23%。

毫无疑问，本届广州车展期间，各大车企除了展示品牌形象外，更重要的是获取潜在客户信息，为年底冲量做准备。记者在多个展台观察到，销售人员都在积极收集客户信息，并邀请潜在消费者参与试驾活动。

“透过广州车展这个窗口，我们可以清晰地看到中国汽车产业正在经历深刻变革。”徐宏对记者说，技术创新已成为推动产业发展的核心动力，特别是在新能源汽车和智能网联领域，中国品牌正在实现从跟跑到并跑，甚至领跑的转变。随着新一轮科技革命和产业变革的深入推进，汽车产业的竞争格局还将持续重塑。

在徐宏看来，未来汽车产业将呈现多元化发展态势。在技术路线上，纯电动、插电混动、增程式等多种技术路线将长期并存；在市场格局上，自主品牌与合资品牌将在更广阔的领域展开竞争；在产业生态上，汽车与能源、交通、信息等产业的深度融合将催生新的商业模式。

“中国汽车产业正处在由大到强的关键时期。我们要保持战略定力，坚持创新驱动，加快关键核心技术突破，推动产业链供应链优化升级。同时要加强国际合作，共同推动全球汽车产业的可持续发展。”徐宏总结说。

通过良性竞争共同把市场做大做强。”

对于品牌核心竞争力，卢放总结道：“岚图坚持中式豪华，将传统文化与新能源汽车相结合；坚持与用户深度共创，解决用户真实痛点；坚持技术原创与产业引领，带动中国汽车工业进步。这三点是我们区别于其他友商的关键。”

据透露，到2026年，岚图将推出6至9款新车型，覆盖更多细分市场，同时保持品牌高端调性。针对海外业务，岚图将深耕欧洲、中东市场，同时关注“一带一路”沿线的拉美等区域，实现全球统一品

牌形象与本土化运营的有机结合。

“‘十五五’期间，中国汽车将在全球新能源化和智能化浪潮中引领潮流，岚图将与其他中国品牌一起，打造全球化的中国汽车品牌。”卢放强调说，对于岚图来说，把中国文化与品牌故事讲好、结合好，是贯穿始终的重要事情。

岚图汽车此前公布的招股说明书显示，2024年第四季度首次实现单季度盈利，2025年1至7月盈利4.34亿元，成为行业内盈利与经营现金流转正速度最快的新能源车企之一。有分析认为，登陆港股后，岚图汽车将成为国际资本市场稀缺的央企新能源标的。

“我们要和全球豪华品牌同台竞争，让中国消费者乃至全球消费者，体验到中国汽车品牌的强大实力。”正如卢放所言，在新能源汽车市场竞争日趋激烈的背景下，岚图汽车凭借“三旗舰”矩阵的强大产品力、以用户为中心的品牌理念、技术原创与开放合作并重的发展路径，正向着“打造中国人自己的豪华汽车品牌”的目标持续迈进。

当前，中国汽车市场正在经历深刻重构，自主品牌强势崛起，合资企业普遍面临转型压力。全国乘用车市场信息联席会的数据表明，今年前10个月，主流合资品牌市场份额已降至不足50%，创下历史新高。

在这样的背景下，东风本田的转型探索具有典型的样本意义。一方面，他需要保持在全球品质、安全可靠等方面的传统优势；另一方面，又必须快速适应中国市场的电动化、智能化需求。这种平衡的艺术无疑考验着企业管理层的智慧与决断力。

“信念、突破、远界”，这是东风本田发展和转型的3个关键词。曹东杰在采访中多次强调，要坚持长期主义，坚守环保、舒适和安全的核心优势。与此同时，也要勇于突破，在新能源领域持续攻坚。

随着2026年的临近，汽车市场的竞争将更加激烈。业内预测，2026年将有多款重磅新能源车型集中上市，市场竞争将进一步白热化。对于东风本田而言，既要稳住燃油车基盘，又要加快新能源布局，这无疑是一个巨大的挑战。

但挑战中也蕴藏着机遇。曹东杰表示，随着新能源补贴政策退坡，市场竞争将回归“产品力”本质，这对于一直注重品质和综合产品价值的东风本田来说，也是一个非常好的契机。如何把握这个契机，将传统优势转化为新的竞争力，将是东风本田未来发展的关键。



“信念、突破、远界”，这是东风本田发展和转型的3个关键词。东风本田汽车有限公司执行副总经理曹东杰(图中)在采访中多次强调，要坚持长期主义，坚守环保、舒适和安全的核心优势。

中青报·中青网记者 王京辉

在2025广州车展东风本田展台前，全新上市的纯电车型e-S7与经典的CR-V并肩而立，仿佛在诉说着这个品牌正在经历的时代变迁。就在车展开幕当天，东风本田汽车有限公司执行副总经理曹东杰与营销领域负责人龚熙共同接受了媒体采访，坦诚地剖析了这家合资企业在转型期的思考与抉择。

“在快速变化的车市中，燃油车市场愈发萎靡。尽管东风本田目前的产品结构中有油车、有混动、有PHEV还有纯电产品，但我们的强项和优势仍然是燃油和HEV车型。”曹东杰的开场白直指当前东风本田面临的核芯挑战。数据显示，今年1-10月，东风本田累计销量同比有所下滑，但在CR-V等主力车型的支撑下，依然在燃油车市场保持了稳定的表现。

面对新能源浪潮的冲击，东风本田正在经历一场深刻的自我革新。曹东杰坦言，虽然东风本田前期的新能源转型不是很成功，但东风本田会持续攻坚。“认准了新能源的方向，无论是东风方也好，还是东风方也好，都会持续向新能源继续转型。”

值得注意的是，在转型的过程中，东风本田并没有盲目跟风，而是在坚守传统优势与开拓新领域之间寻找平衡点。曹东杰对此有着清醒的认识：“尽管燃油车市场萎缩，但东风本田一直坚持的战略就是‘小市场、大份额’。站在全国年销3000万台的视角，哪怕燃油车只有30%的市场份额，那也有接近1000万台的规模。在1000万台里，我们需要思考的重点是怎样把自己的角色做好，怎样把我们的优势发挥出来。”

这种务实的态度也体现在东风本田的具体战略中。龚熙在谈及未来规划时表示：“对东风本田而言，燃油车依然是基盘。在2026年，现有售卖的一些车型会以焕新的方式进行全面提升优化，包括提升性价比、配置产品力等，以此增加用户的吸引力和市场竞争力。”

与此同时，东风本田在积极布局新能源领域，通过与Momenta、DeepSeek等本土科技企业合作，加快智能化转型步伐。

在产品研发层面，东风本田正在推进深度的本土化变革。曹东杰透露，目前东风本田的自主研发团队规模不到1000人，下一步将在现有基础上提升一倍。这种投入力度，显示出东风本田对中国市场的重视。更为重要的是，东风本田正在尝试打破传统合资企业的研发模式，积极寻求股东双方的支持，整合全球资源与中国本土需求。

“我们要把东风一流的电动化智能化技术和本田在安全、可靠、操控等方面的优势融合，打造新一代车型。”曹东杰的这句话，勾勒出东风本田未来发展的技术路线图。这种融合创新的思路，或许正是合资企业在新时代破局的关键。

当前，中国汽车市场正在经历深刻重构，自主品牌强势崛起，合资企业普遍面临转型压力。全国乘用车市场信息联席会的数据表明，今年前10个月，主流合资品牌市场份额已降至不足50%，创下历史新高。

在这样的背景下，东风本田的转型探索具有典型的样本意义。一方面，他需要保持在全球品质、安全可靠等方面的传统优势；另一方面，又必须快速适应中国市场的电动化、智能化需求。这种平衡的艺术无疑考验着企业管理层的智慧与决断力。

“信念、突破、远界”，这是东风本田发展和转型的3个关键词。曹东杰在采访中多次强调，要坚持长期主义，坚守环保、舒适和安全的核心优势。与此同时，也要勇于突破，在新能源领域持续攻坚。

随着2026年的临近，汽车市场的竞争将更加激烈。业内预测，2026年将有多款重磅新能源车型集中上市，市场竞争将进一步白热化。对于东风本田而言，既要稳住燃油车基盘，又要加快新能源布局，这无疑是一个巨大的挑战。

但挑战中也蕴藏着机遇。曹东杰表示，随着新能源补贴政策退坡，市场竞争将回归“产品力”本质，这对于一直注重品质和综合产品价值的东风本田来说，也是一个非常好的契机。如何把握这个契机，将传统优势转化为新的竞争力，将是东风本田未来发展的关键。

## 岚图“三旗舰”

## 欲圆豪华梦

体现向上攀登的决心和勇气。”

“我们想把中国旗舰品牌、民族自主品牌搞上去，这是岚图团队始终坚守的使命。梦想家山河在本届广州车展的推出，就是要为高端人士提供真正原创、安全的四座MPV选择。”卢放在发布会上强调说，“品牌向上”离不开技术创新，尤其是原创技术。

据介绍，作为全球首款搭载800V智超混技术的四座MPV，岚图梦想家山河配备了62.5度大容量电池与5C超充技术，从电量20%充至80%仅需12分钟。在安全领域，新车搭载华为乾嵒智驾ADS 4，配备27个智慧传感器、192线激光雷达及3颗40毫米波雷达，拥有21项智能安全辅助功能。

“如果燃油车里沃尔沃是安全的代表，岚图在新能源汽车里面就是这样追求，安全是我们所有产品的底色。”岚图科技股份有限公司董事长、总经理卢放表示，自成立之日起，岚图品牌就承担着“启动新能源转型、践行央国企体制机制改革、推动中国民族品牌向上”的三大使命。

有分析认为，从本届广州车展上市的旗舰四座MPV——岚图梦想家山河，到上市即热销的大六座旗舰SUV——岚图泰山，再到即将于12月发布的旗舰轿车——岚图追光L，“三旗舰”矩阵全面集结，彰显了岚图向高端市场稳步迈进的决心与实力。

在接受媒体群访时，卢放详细介绍了岚图此次参展主题“泰山驭势 山河不仅是产品的定位，更是岚图品牌的追求。我们坚决突破旗舰车型、高端车型，就是要



在2025广州国际车展岚图展台，梦想家山河、泰山和追光L组成的“三旗舰”成为许多观众重点关注的新车。

大六座旗舰SUV上市21分钟全系锁单量即突破1万台。

“岚图泰山的市场热度正持续攀升。”

邵明峰向记者透露说，自己在走访门店时发现，仅仅早上10点，岚图超跑店里就人头攒动，“足以说明用户对泰山产品力的认可”。

据介绍，岚图泰山集成了多项行业第一技术，不仅搭载了国内首发、支持EDC魔毯功能的三腔空悬，更配备了双向16°后轮转向，让超过5米的车身具备灵活的操控体验。此外，作为华系首款800V+5C智超混SUV，该车可实现CLTC纯电续航超350公里、综合续航超1400公里的续航表现。

谈及与华为的合作，卢放表示：“我们与华为的初心一致，都是要让消费者更好地体验中国汽车新能源化和智能化的发展成果，

伙伴保供誓师大会”上，邵明峰发出“一切为了用户、一切为了打赢”动员令，上千合作伙伴集体誓师，为岚图泰山大规模交付做好保驾护航。

“以用户为中心是我们的底色，核心技术是基础，全生命周期的一心一意服务是保障，这三者共同构成了岚图的竞争优势。”邵明峰表示，随着打响岚图泰山保供攻坚战，岚图正以实际行动践行“一切为了用户”的承诺，凝聚上下游企业，依靠中国新能源汽车产业链的协同优势和强大韧性，以产品与交付的双重实力，全速推动中国高端品牌迈向新阶段。

谈及与华为的合作，卢放表示：“我们与华为的初心一致，都是要让消费者更好地体验中国汽车新能源化和智能化的发展成果，

伙伴保供誓师大会上，邵明峰发出“一切为了用户、一切为了打赢”动员令，上千合作伙伴集体誓师，为岚图泰山大规模交付做好保驾护航。

“岚图的梦想是圆梦，我们希望用户能够享受到岚图带来的高品质服务，体验到岚图带来的高品质产品。”邵明峰表示，岚图将通过技术创新、产品创新、服务创新，为用户提供全方位的安全守护。

岚图CEO刘嘉铭表示：“安全是岚图的底线，我们宁可投入过剩的资源，也要保证万无一失的确定性。”

认知，产品如何精准把握消费者需求，服务体系如何构建，这些都是岚图需要认真面对的问题。

从更宏观的视角来看，岚图品牌的诞生和发展，反映了中国汽车产业正在发生的深刻变革。随着产业边界逐渐模糊，汽车不再仅仅是传统的机械产品，而是成为了机械制造、电子信息、人工智能等多个领域技术的集成者。在这种背景下，产业链各环节的企业需要找到新的定位，构建新的合作关系。

当然，作为一个全新品牌，岚图面临的挑战也不容忽视。在竞争日益激烈的高端智能电动车市场，品牌如何快速建立用户

中青报·中青网记者 张真齐

在11月20日的华为开发者大会上，一个全新的汽车品牌——启境，完成了它的首次正式公开亮相。这个由华为与广汽集团携手打造的高端智能新能源汽车品牌，不仅承载着双方在智能化时代战略愿景，更展现了中国汽车产业在新发展阶段的一种全新探索。

启境，寓意“开启新境界”，在媒体沟通环节，启境汽车CEO刘嘉铭向记者介绍，这个充满科技感与未来感的品牌名称，由华为创始人任正非亲自提议，既贴合年轻群体的