

从2025上海车展透视产业发展新风貌

中青报·中青网记者 王志远

作为2025年国内首个、全球备受瞩目的A级车展,第二十一届上海国际汽车工业展览会(以下简称“2025上海车展”)以“拥抱创新,共赢未来”为主题,于4月23日在国家会展中心(上海)拉开帷幕。

据主办方介绍,2025上海车展吸引了来自26个国家和地区的近1000家中外企业参展,展出总面积达36万平方米,与历届相比参展的国别范围更广,规模再创新高。

值得关注的是,索尼、英特尔、Momenta等近50家国内外知名企业首次参加上海车展,全面展现汽车产业与消费电子、人工智能等领域的深度融合,共同勾勒出未来出行的全新蓝图。

漫步2025上海车展,搭载前沿智能化与电动化配置的新车、零部件厂商秀出的“黑科技”、形式丰富的发布会,以及消费者流露出的购车意愿……这些新特点共同交织奏响了中国汽车市的最强音,“全景式”生动立体地呈现出产业发展的新风貌。

车展“卡位战”提前上演

“与以往相比,各大车企围绕2025上海车展进行宣传和准备的周期更长了。”汽车行业分析师刘志超对记者说,“这表明车企们都希望‘借势’上海车展,在今年上半年抢占市场发展的先机。”

记者注意到,从4月初开始,不少车企都陆续举办新车和新技术发布会,为2025上海车展预热。在4月15日至21日短短七天时间里,沃尔沃、小鹏、鸿蒙智行、阿维塔、捷途、别克等多家车企密集发布新车型,宁德时代、地平线等头部零部件厂商也推出了全新的技术和产品。

在刘志超看来,车展前企业“扎堆”发布新



在2025上海国际车展期间,除了各大车企的新产品和新技术外,中国青年报社“AI青年遇见上海车展”系列活动同样引人关注。4月23日上午,青年潮车体验官在展台体验东风汽车“天元智能”技术品牌,并与负责讲解的人形机器人互动。
中青报·中青网记者 张真齐/摄

品,提前打响“卡位战”有两个主要原因。一方面当前汽车市场的竞争越发激烈,营销宣传和新品发布频率更高。在这种情况下,车企利用好上海车展前期的时间,不仅能拉长车展整体宣发的“黄金期”,还能进一步强化品牌和产品在消费者心中的影响力。

“另一方面,如今各大车展的销售属性正在增强,在车展前发布新车和新技术并提前释放重要信息,可以更好地吸引目标客群。同时,消费者在车展上选购车时也会更能抓住重点和目标,这对车展期间提升销售业绩有不小的帮助。”

“提前一周左右发布产品,可有效避开车展期间的‘信息红海’,利用媒体预热的‘空窗期’形成独家话题,最终形成更好的宣传效果。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔补充说。

刘志超和张翔的观点也在2025上海车展上得到了印证。展会第一天,在多项新品发布会“唱主角”时,各大车企的销售顾问也已摩拳擦

掌——他们有的利用新媒体平台进行直播,详解发布会和车型的重要信息;有的则通过小礼品、小游戏等方式吸引消费者光顾并留下购买信息。

“车展第一天来我们展台咨询新品信息,并表明试驾和购车意愿的消费者近300人。这样销售效率是日常工作的十几倍。”某合资汽车品牌的销售经理万琳对记者说。

智能与电动发展走向规范化

“2025上海车展上,智能化技术的展现方式发生了较为显著的转变,车企不再用‘L2+级智能驾驶’‘全程0接管’‘解放双手’等概念制造营销宣传话题。而是转而聚焦技术落地,用户实际体验和边界界定等领域。”刘志超说,“这种变化既是政策监管发力的结果,也是行业理性回归的必然选择,标志着中国汽车产业在智能化领域进入‘价值深耕’的新阶段。”

在2025上海车展前夕,工业和信息化部装

备工业一司组织召开智能网联汽车产品准入及软件在线升级管理工作推进会。工业和信息化部装备工业发展中心、主要汽车生产企业近60名代表参加会议。

会议强调,汽车生产企业要深刻领会《关于进一步加强智能网联汽车产品准入、召回及软件在线升级管理的通知》要求,充分开展组合驾驶辅助测试验证,明确系统功能边界和安全响应措施,不得进行夸大和虚假宣传,严格履行告知义务,切实担负起生产一致性和质量安全主体责任,切实提升智能网联汽车产品安全水平。

政府侧的监管背后,是部分车企过度宣传智驾引来的广泛关注。4月17日,全球管理咨询公司麦肯锡发布的《2025麦肯锡中国汽车消费者洞察》报告指出,智驾技术在中国市场的普及发展,很大程度上取决于车企对相关技术的科学传播以及对消费者的教育。只有消费者始终在技术条件允许的边界范围内合理科学地使用智驾功能,才能让智驾持续、平稳地发展。

而在电动化领域,近日,工业和信息化部正式发布电动汽车用动力电池的新安全标准。新国标的主旨是提出了更严格的安全标准,并且增加了新的测试方法。

“在2025上海车展上,不少新能源车企加大了对于‘只冒烟不着火’‘不起火不爆炸’等概念的宣传力度,同时也普及了更多有关“三电”安全的知识。这些对于行业的健康发展都起到了促进作用。”刘志超补充道。

“在2025上海车展这场被誉为‘中国汽车产业风向标’的盛会上,无论是车企们带来的新车与新技术,还是各大品牌在国际化和智能化领域的深度融合,抑或零部件厂商的积极参与,都为汽车产业未来的发展指明了方向。”张翔总结说,随着技术的不断进步和市场的持续发展,中国汽车产业将迎来更精彩的变革与创新,为消费者带来更智能、便捷、环保的出行新体验。

浪涌上海滩 青年潮车体验官与你共同见证

有人说,年轻人的想法代表着未来消费的趋势,年轻人的喜好就是未来主流的价值观;也有人说,谁能走到年轻人中间去,谁就能率先看清时代发展的趋势和消费者价值的变化。

在备受瞩目的2025上海国际车展期间,为了给各汽车品牌提供一个密切联系青年、洞察未来市场并实现品牌产品“种草”的绝佳窗口,中国青年报社推出“AI青年遇见上海车展”线上系列活动。“AI如何赋能产业升级?”“什么样的新车才称得上青年潮车?”下面就让第一批脱颖而出的青年潮车体验官陪你一起畅想未来汽车,憧憬未来出行,把青年态度撒播到车展的每一个角落。

大象转身:当跨国车企站上中国创新的“风口”

东南大学 刘泓杉

站在2025年上海国际车展的展馆外,面对瞬息万变的全球经济局势,我期待看到跨国车企完成“大象转身”的蜕变。

作为全球年销量、盈利能力首屈一指的跨国汽车巨头,丰田在中国市场的改革就极具说服力。通过设立区域首席工程师(RCE)制度,丰田将中国车型开发权交由本土团队主导。

例如,广汽丰田铂智3X由中国工程师主导设计,整合中国科技企业Momenta的智驾算法,在鬼探头刹停、地库记忆泊车等场景中表现超越部分新势力车型。同时,丰田与华为合作开发第九代凯美瑞车机系统,针对中国用户习惯优化交互逻辑,并计划2027年国产雷克萨斯电动车,进一步深化本土化布局。

当跨国车企用技术升级化解关税冲击,用本土化创新打破路径依赖,用年轻化运营重塑品牌形象……这种转型不仅关乎某一家企业的商业利益,更关乎我们这代人对全球化的价值期待。在我看来,能在中国取得成功的跨国车企,绝不再是高高在上的“技术输出者”,而应成

为与本土创新共生的“生态共建者”。

商务部数据显示,今年1-2月,我国新能源汽车出口同比增长54.5%,其中插混车型占比提升至34.5%。这组数据背后,是技术升级带来的产品结构优化。当“价格战”转向“价值战”,中国汽车市场的竞争将不再单纯依赖成本优势,而是源于技术创新的深度和广度。

作为青年学生,我们既渴望中国制造、中国品牌的崛起,更期待看到“全球共创”的更多可能。当跨国企业真正成为技术、人才、文化的桥梁,或许能在贸易壁垒的缝隙中,绽放出属于青春的创新之光。这场由关税引发的技术革命,终将让电动车出口从“价格红海”驶向“价值蓝海”。

AI让汽车智能化升级驶入“快车道”

安徽外国语学院 谢心月

站在去年产销量双双超过3100万辆的台阶上,我国汽车产业迎来了历史性时刻。节节攀升的市场数据背后,AI正成为汽车的“安全加速轮”,以智能化助推汽车产业“开”出高质量发展的新路线。

AI入驻智能生产线,将把脉数据“脉搏”。AI视觉检测助力汽车生产效率大幅提升,智能质检系统支撑汽车生产数据分析,实时智能平台满足超百万车辆智算需求……强大的AI技术,为实现汽车智能技术迭代打一剂“强心针”。

AI焕新智驾研发体系,将支撑汽车智能驾驶的开发。领先的AI算法、完整的数据闭环云平台、优化的反哺算法等带来了更安全、更便捷、更有趣的智能驾驶,让汽车转变为“我离不开的”代步工具。

AI赋能,不仅为汽车产业智能化发展提供了广阔的前景,也可以更高效地让车企在“智”中提“质”。本次上海车展聚焦“拥抱创新,共赢未来”的主题,AI或将成为现场嘉宾关注的热点话题。

当基础设施顺应AI浪潮,我相信在不久的将来,能听到汽车业务从“新能源汽车”升级为“AI汽车”。在2025上海国际车展上,我们希望看到异军突起的自主品牌,“秀”出更领先的新能源。

从落后到领先,中国汽车凭什么昂首“出海”

广州工商学院 李惠娴

在2025上海国际车展上,我最关注的一款新车就是极狐9X。作为极狐全新旗舰车型,它的亮相被网友们戏称为“比劳斯莱斯库里南更霸气的中国SUV,出现了”。事实上,中国汽车“叫板”外国车企早已屡见不鲜。随着国内汽车行业近年来快速发展,中国品牌不断创新“出圈”,让我们不禁好奇:中国品牌是什么时候从落后到领先的呢?

这就不得不提到吉利,这家手握沃尔沃轿车、莲花跑车、Smart等多个国际品牌的中国车企,1997年进军汽车产业、成为国内第一家民营轿车企业时,恐怕还没有太多人能预料到今天的场景。

我曾在报道中读到,吉利创始人李书福带着工人拆解外国汽车,从一个个螺丝拼成一辆“吉利豪情”,但因为技术等问题最后销量并不理想。李书福和团队坚决不认输,不断升级技术,在改革春风的带领下,成为如今横跨欧亚大陆的跨国车企,把中国汽车开到了全世界。吉利用几十年的时间演绎了中国车企的逆袭传奇,而这也是中国汽车工业从艰难创业到快速崛起的身影。

这场逆袭不只属于吉利,奇瑞的第三代鲲鹏动力、长安的蓝鲸混动平台、比亚迪的CTB电池车身一体化……曾经被诟病“只会山寨模仿”的中国车企,如今纷纷拿出独门秘籍,成为行业领跑者,中国汽车工业正在构建自己的技术生态、实现技术“出海”,书写从“市场换技术”到“技术换品牌”的传奇故事。

谁来定义属于00后的未来出行方式?我投AI汽车一票

山西传媒学院 高博奔

作为一名新闻传播专业的大二学生兼自媒体博主,我在日常学习和生活中频繁使用各类AI工具,这也让我对AI与汽车结合的未来充满期待。

在内容创作时,我常用AI写作助手来获取灵感、整理思路,它能快速生成大纲和素材,大大提高了我的创作效率。而将AI应用于汽车领域,二者也能实现互相赋能,让未来出行更安全、便捷、有趣。

从安全角度看,AI技术能为汽车打造更智能的驾驶辅助系统。就像我用AI校对工具检查文章错误一样,汽车如果能用好AI驾驶辅助功能,帮助驾驶员识别路况和车辆状态。当遇到潜在危险时,比如前方车辆突然急刹车、行人闯入车道时,AI能迅速做出反应,自动刹车或避让,减少事故发生概率,这无疑保障驾乘人员安全的“宝藏级功能”。

在智能交互上,我期待AI赋予汽车“智慧大脑”,实现更自然流畅的人机对话。现在的语音助手已经能帮我们完成一些简单操作,如播放音乐、打开车窗。未来,汽车里的AI助手能理解我们的情绪和意图,像贴心好友一样陪伴出行。当我们疲惫时,它会播放舒缓音乐;当我们对沿途风景感兴趣时,它能详细介绍景点信息。

驾驶模式上,希望AI能根据不同路况和驾驶员的需求,自动切换驾驶模式。在城市拥堵路段,切换到节能模式,减少油耗;在高速行驶时,切换到舒适模式,提供更平稳的驾驶体验。

总之,当AI与汽车深度融合,驾车出行将变得更安全可靠、便捷高效并充满乐趣,未来人类出行无疑将迎来巨大变革。我期待着这一天早日到来,我们这一代人享受到AI赋能出行带来的全新体验。(张真齐整理)

编者按

从新能源车持续热销到以旧换新引发消费热潮,再到“中国智造”引领文化、科技蓬勃发

展,在中国汽车工业强势崛起的过程中,涌现出许多值得记录的典型人物、营销打法和管理案例。即日起,《中国青年报》出行周刊面向全行业开放征文,投稿邮箱:cydauto2024@126.com。

陈青波

当前,中国新能源汽车市场已进入结构性调整期,行业呈现“增速放缓、竞争加剧、技术迭代加速”的市场特征。尤其是随着“价格战”蔓延,主流车企降价幅度达20%,行业平均利润率一跌再跌。在此背景下,传统管理机制面临三重挑战:

一是物质激励边际效益递减。某新势力企业3年内校招薪资涨幅达40%,但员工留存率仅58%;二是组织活力持续衰减。传统管理机制导致部门壁垒加剧,某车企研发周期因跨部门协作低效延长23%;三是文化凝聚力弱化,行业人才流动率攀升至18.7%。

面对上述挑战,构建适配转型需求的激励体系成为破局关键。2025年一季度,北汽新能源保持了快速发展势头,3月份销售及单月销量、月度销量和市场占有率三项新高。北汽新能源业绩爆发的背后,是文化焕新带来全员战斗力的激活与倍增,而特色荣誉体系建设正是本轮文化焕新的一项重要内容。

有调研机构显示,00后员工普遍将“价值认同”列为职业选择的首要因素。事实上,企业文化是可以变现的。其作用的逻辑在于:被员工广泛接受、深度认同并积极践行的企业文化,能够引导员工在共同价值观之下采取共同行动,仿佛签订了“心灵契约”一样彼此默契,降低内耗。此外,优秀的企业文化还会使员工在思考与企业的关系时,主动寻求自我价值实现、为群体创造价值。

2024年年中,在北汽新能源终端营销上量的过程中,涌现出了大批能战善战、敢为敢赢、业绩卓著、品质高尚的优秀人物。我们敏锐地意识到,他们不仅为企业经营发展注入了强劲的新势能,也为企业文化建设树立了可贵的新标杆,必须对这些最优秀的人进行大力表彰,弘扬他们的精神,让更多的人学习他们,成为他们,带动企业加速发展。

基于这一考量,北汽新能源党委在原有的各类传统党工团先进荣誉评选的基础上,加推了“卫蓝榜样”“最美卫蓝人”“卫蓝大工匠”荣誉评选,紧紧围绕价值创造,按季度发现、评选、表彰各业务条线涌现出来的优秀人物。

我们把获奖人员照片做成巨幅海报,在公司前台显著位置张榜公布;在公司融媒体矩阵上以图文、视频形式进行充分宣传;在公司大会上邀请先进代表上台宣讲。“卫蓝”系列荣誉评选反响非常好,带动了北汽新能源全员工作作风在短期内出现了焕然一新

的变化,先进人员、先进事迹不断涌现,成为推动公司业绩增长的一个重要变量。一个荣誉称号要备受认可,就必须保证它有足以服众的权威性,同时还必须保证它有令人向往的吸引力。我们把“卫蓝十杰”表彰作为公司年度盛事来打造。我们制订了公开表彰、领导认可、充分宣传荣誉到位、成果展示、专属礼遇等荣誉激励手段,同时根据“马斯洛需求金字塔”理论出发,从健康需求、职业发展需求、社交需求、尊重需求、自我价值实现需求等不同方面、不同层级精心创意,准备了丰富的礼遇工具箱,供员工灵活选择,使“卫蓝十杰”荣誉拥有与其分量相匹配的仪式感、成就感,激发全员责任感、使命感。

过往的实践证明,有效的荣誉体系需实现“三个贯通”。战略贯通方面,荣誉设计必须成为战略落地工具;人性贯通层面,需把握新世代“渴望即时反馈、追求社交认同”的心理特征;文化贯通层面关键在于构建“荣誉即资产”的组织认知,使精神激励产生物质价值转化。这种管理创新本质是通过构建“价值可视化、成长可量化、成就可以传播化”的新型生产关系,释放知识型劳动者的创新势能,为行业转型升级提供了组织活力激活的范式参考。

(作者系北汽新能源党委副书记、工会主席)

图片新闻



在五四青年节即将到来之际,国网天元县供电公司组织青年志愿服务队来到客运中心充电站开展充电桩巡检,重点针对充电设备定位情况、基础设施及外部安全控制系统等进行检查维护,及时消除充电设施安全运行隐患,全面护航居民“五一”假期绿色出行。
郑宾洲/摄

一汽奥迪携多款车型亮相2025上海车展

“PPC+PPE”油电双平台驱动,五款新车来袭

本次上海车展,基于奥迪全新PPC豪华燃油平台打造的全新奥迪Q5L在本次车展完成全球首秀,以全新动感的设计风格,进一步夯实“全能运动”标签,重塑豪华B级SUV智能新标杆。

作为全新PPC豪华燃油平台的先锋之

作,一汽奥迪A5L也同步亮相上海车展,并首度公开内饰细节。新车凭借越级空间、动感美学、领先科技等产品焕新实力,将再次重塑豪华中型车市场的产品标准,树立越级质感豪华新标杆。两款产品都将于今年上市,为客户带来更加高效、智能的豪华

硬科技筑牢根基,软科技持续进阶

一直以来,奥迪始终坚持“突破科技,启迪未来”的品牌理念,持续巩固品牌“硬科技”标签。为了满足客户对于智能化的需求,一汽奥迪突破进取,在智舱等“软科技”方面持续发力,致力于为客户提供更

安全、更高效、更舒适、更豪华的智能出行体验。

PPC豪华燃油平台与PPE豪华纯电平台共享奥迪最新的E¹1.2电子电气架构,该架构通过5台高性能计算机精确控制车辆5

新体验。

与此同时,基于PPE豪华纯电平台打造的首款电动轿车奥迪A6L e-tron迎来车展首秀,满足中国客户对豪华空间与行政级舒适的双重需求,树立豪华C级电动旗舰轿车新基准。

同平台开发的奥迪Q6L e-tron/Q6L Sportback e-tron也同步展出,且将于今年迎来上市。新车不仅延续了奥迪的卓越品质与驾控基因,更依托PPE豪华纯电平台的技术优势

大功能域,凭借高算力、高度可扩展性及灵活的迭代能力,不仅显著提升了数据传输速度,为深度接入组合驾驶辅助等技术方案奠定坚实基础,更实现了与客户数字生态系统的无缝对接,为包括一汽奥迪A5L和全新奥迪Q5L在内的新一代奥迪燃油车带来前所未有的个性化智能体验,驾驶乐趣跃升至全新境界。

同时,基于PPC豪华燃油平台与PPE豪华

与E¹1.2电子电气架构,全车共搭载左右2个激光雷达,同时配置5个毫米波雷达、12个超声波雷达以及11个摄像头,为客户带来“全场景、全天候”的安心智能驾驶体验。

除此之外,由“14.5英寸奥迪MMI全景显示屏+11.9英寸奥迪虚拟座舱+10.9英寸MMI前排乘客显示屏+88寸AR HUD”4块屏幕组成的“数字舞台”,不仅让驾驶变得更加智能和有趣,更是实现了全域进化,重塑豪华高端纯电出行新基准。

纯电平台打造的车型,还将搭载奥迪与华为联合开发的组合驾驶辅助,采用双激光雷达与视觉融合感知方案,实现无图L2级的驾驶辅助能力,让驾驶变得更加轻松和安全。

随着PPC豪华燃油平台与PPE豪华纯电平台产品的推出,一汽奥迪正以史无前例的产品攻势,加速推进“油电共进”的战略布局,满足从燃油车到电动车客户的多元移动出行需求,持续引领高端移动出行新时代。