

车机导航突现大面积故障 奔驰如何迈过转型这道坎

中青报·中青网记者 张真齐 王志远

随着智能化和互联网技术的快速发展，“手机不离手，网络随时有”已经成为人们日常生活的缩影。在这样的背景下，近些年汽车智能化水平也得到了突飞猛进的发展，车内看剧、语音控制甚至点餐都已不再是新鲜事。

然而近期奔驰却在车机系统中最为简单的导航上“栽了跟头”——6月12日上午开始，全国多地的多名奔驰车主在网上发帖表示，奔驰车机系统疑似崩溃，车载大屏导航等功能无法正常使用。由于该事件涉及车主数量较多，迅速引起业内人士的关注和讨论。

“当许多车企纷纷推出无限接近L3级自动驾驶的车机时，身为豪华品牌代表的奔驰，却在多年前就已经搭载上车的导航上出了问题，这显得有些讽刺。”汽车行业分析师刘志超对记者说，“车机导航大面积故障”就像一道出人意料坎，折射出奔驰在华转型发展之困。

近两年来，受各大车企尤其是自主品牌在电动化、智能化发展的影响，奔驰在中国汽车市场的发展压力陡增。与此同时，频频发生的车辆召回事件也让奔驰长久以来树立的口碑和形象受损，电动化、智能化转型之路充满挑战。

消失的导航 无语的车主

“6月12日一早我开车去上班，那时候还用了车机导航。中午的时候开车突然发现导航系统‘消失’了。”家住河南的奔驰车主王澈回忆道，当天中午他启动车辆后，仪表台就出现了“导航系统不可用”的提示，中控显示屏原有的导航系统则显示“请插入带地图内容的数据载体以启用导航”。

随后王澈收到了奔驰的官方通知，上面写道：“Mercedes-me后台临时出现故障，导致导航、CarPlay等多个功能无法使用，或类似导航无法显示或没有导航图标。预计中午就可以恢复使用。”不久后，奔驰还推送了一条OTA升级的消息。

“我本以为这次更新完系统就可以解



北京梅赛德斯奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军表示，“价格战”没有赢家。近日记者在北京鹏龙星徽奔驰4S店内发现，多款奔驰主力车型的综合优惠达到10万至15万元。

决车机出现的一系列问题，但结果却事与愿违。”王澈对记者说，当天下午奔驰的车机导航等功能仍无法使用，直到晚上8点左右，所有失效的功能才终于恢复正常。

家住北京的奔驰车主李洁也在当天遇到了类似问题。发现问题后，李洁尝试了“重启手机”“更换数据线”“恢复车辆出厂设置”等一系列“自救”操作，但均未能解决奔驰导航和CarPlay的故障。

“联系了官方客服后，我得到的建议是如果第一次重新启动车辆后相关功能尚未恢复，则需要重复2至3次上述操作，每次重启车辆期间需要熄火锁车等待5分钟，直至服务恢复。”李洁无奈地说，“我按照客服的解决办法试了几次，但故障并未修复。直至6月13日，这个问题才被解决。”

“遇到这个问题的時候，我第一反应

是我的手机或CarPlay出现了故障，万万没想到是奔驰的系统出现了问题。作为一线豪华品牌的奔驰，最基础、最简单的车机功能长时间、大面积失灵，这实在让我难以接受。”李洁表示，“在汽车智能化越来越高的今天，车机一旦出故障，真是特别不方便，要是开车途中出故障，那就有安全问题了。”

和王澈、李洁有同样遭遇和感受的奔驰车主还有很多，不少车主在网上发帖求助如何恢复车机导航的同时，还表达了对于这一事件的愤怒和担忧：“本来还是很喜欢奔驰的内饰和外观的，但是车机系统真的做得太差了！去年十一月份提车系统就崩溃过一次，CarPlay死活连不上。”

还有网友留言称：“奔驰这么大的公司，OTA升级时居然没有安排备份数据库。一点应急预案都没有，已经一天了还在还没恢复。就算恢复，我估计很多用户



6月12日上午开始，多名奔驰车主在网上发帖表示，奔驰车机系统疑似崩溃，车载大屏导航等功能无法正常使用。

个性化设置全都没了……”

针对这一情况，记者致电奔驰客服，客服回应称，已了解到车机导航无法使用系因后台故障，目前已经修复，受影响的功能正逐渐恢复，建议车主重新启动车辆观察功能恢复情况。截至6月13日下午，部分车主向记者反馈称其车机功能已逐步恢复。

迷雾中的转型期

“这次车机导航失灵的事情之所以引起这么多讨论，一方面是涉及的车主人数较多，另一方面是很多人接受不了，一直以‘高级’示人的奔驰，竟然会出现如此‘低级’的错误。”刘志超分析认为，这也反映出奔驰在技术研发和企业管

理上出现了问题。

统计数据显示，2024年奔驰全球销

量198.3万辆，同比下滑3%；纯电动车型销量同比下滑23%，至18.5万辆。作为奔驰全球最大单一市场的中国，2024年销量同比下滑7%，跌至68.36万辆。

而这背后，则是在电动化、智能化及价格战影响下，奔驰在转型期的迷茫和犹豫。

在6月初的中国汽车重庆论坛上，北京梅赛德斯奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军表示：“‘价格战’和‘内卷式’竞争没有赢家，我们坚信，企业想要走得远，走得稳，就必须坚持价值底线，必须坚持长期投入，我们应该不断提升‘技术’‘体验’和‘价值’。”

然而，记者近日走访北京鹏龙星徽奔驰4S店时发现，多款奔驰主力车型的降价幅度大到令人咋舌。“GLB、GLC、GLE等车型，算上价格直降、贷款返息等，综合优惠在10万至15万元。”该店的

工信部推动L2级辅助驾驶强制国标制定

汽车智驾即将迎来“安全标尺”

中青报·中青网记者 王志远

“汽车变得越来越聪明、越来越有温度”已成为不少消费者的共识，而即将出台的“安全标尺”则有望终结行业内长期以来的夸大宣传和野蛮生长。

统计数据显示，在2023年全年新能源乘用车中，装备L2级（组合辅助驾驶系统）的新车销量占比已达到55.3%。2024年，搭载L2级智能辅助驾驶系统的新能源新车占比已超过60%。与此同时，领航辅助驾驶（NOA）等智能化功能正加速向主流市场普及，逐渐重塑用户体验与市场格局。

然而，渗透率快速提升的组合驾驶辅助系统（ADAS）在改善驾乘体验的同时，也遭遇了一些交通事故，引起社会各界的广泛关注。

“汽车智能化技术的成熟度与市场、消费者关注的温度存在偏差。当前车载智能系统在复杂场景下依然有明显的局限性，组合驾驶辅助产品从‘可用’到真正‘好用’仍需持续发展 and 优化。”中国汽车工程学会理事长、国家智能网联汽车创新中心执行主任张进华表示，无论是“视觉感知”还是“融合感知”，两大方案的系统均未具备全天候、全场景的可靠感知能力。

事实上，当前智能辅助驾驶领域的技术不确定性、人机交互规范缺失，以及安全兜底机制不完善等痛点，不仅侵蚀消费者对新兴技术的信任基础，更成为悬于整个产业健康发展之上的“达摩克利斯之剑”。近年来，业内呼吁建立明确、强制性的安全标准，从而清晰

界定车企的责任边界，保障用户的合法权益。

面对紧迫的市场需求和呼声，国家标准制定工作迅速推进。6月4日，国家标准信息平台正式公示了《智能网联汽车组合驾驶辅助系统安全要求》（以下简称《安全要求》）国家标准项目。

记者了解到，这一强制性国家标准旨在确保智能网联汽车在组合驾驶辅助系统，也就是L2级辅助驾驶方面的安全。它由工业和信息化部提出，委托全国汽车标准化技术委员会智能网联汽车分会执行。主要起草单位包括中国汽车技术研究中心有限公司、东风汽车集团股份有限公司、华为技术有限公司等。

该标准规定了组合驾驶辅助系统（L2级）的通用技术要求，涵盖运动控制能力、驾驶员状态监测、驾驶员干预、系统边界及响应、系统探测能力、系统安全性要求、功能安全等方面，并规定了相应的审核要求和典型工况的试验方法。

“《安全要求》的公示是国家相关部门对汽车市场的强烈关切，以及对产业长远健康发展内在需求的直接回应。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔认为，该标准的公示标志着中国智能驾驶领域在经历技术驱动的爆发期后，迈入“标准引领”规范发展的关键阶段。

记者查阅《安全要求》草案了解到，其核心目标在于通过制定强制性国家标准，严格约束组合驾驶辅助系统的功能表现，系统性提升产品安全性能，从而有效减少因系统性缺陷引发的安全事故，最终提升中国道路交

通的整体安全水平。

针对《安全要求》强调的“标准技术内容将在合理可行的前提下与国际标准协调一致”，张

翔认为，此举将显著降低企业的研发成本和设计难度，为中国智能网联汽车产品走向国际市场、消除国际贸易中的技术壁垒奠定重要基础。

值得注意的是，今年以来，主管部门对车企在智能网联汽车组合驾驶辅助系统的宣传口径、安全边界等提出了明确规定和要求。4月16日，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。会议要求，汽车生产企业要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。

此后，北汽、广汽、上汽等11家主流车企联合发布《智能辅助驾驶安全倡议》，提出：全行业应坚持实事求是宣传，清晰告知智能辅助驾驶的功能边界和使用条件，确保用户准确理解车辆的真实能力。《智能辅助驾驶安全倡议》发布后，汽车行业对驾驶辅助系统的宣传基调显著降温，“安全”“可靠”取代了过往“放心开”“闭眼开”等较为激进话术。

“安全永远是发展智能驾驶的基石，只有产品足够安全，才能赢得公众长久信任，进而实现真正商业价值。《智能网联汽车组合驾驶辅助系统安全要求》作为国家强制标准，是中国智能网联汽车产业在追求‘速度与温度’转向注重‘安全与质量’发展的分水岭事件。”张翔表示，这把“安全标尺”不仅将为亿万消费者的行车安全构筑坚实的法律与技术防线，更将倒逼整个产业链加速技术革新、优化产品设计，同时规范企业营销等市场行为，推动智能驾驶行业乃至中国汽车产业的高质量发展。



随着暑期旅游旺季的到来，新能源汽车自驾出行需求或将大幅增加，对充电基础设施及电网服务水平提出了更高要求。在浙江省南昌高速服务区，国网绍兴供电公司青年志愿者队对充电桩设施进行维护保养，确保来往新能源汽车主能够安全充电。

石晓伟/摄

图片新闻



6月24日，国网和田供电公司共产党员服务队来到新疆和田都玉客运有限责任公司洛浦站，对电动公交车充电桩进行安全用电检查，保障充电设备安全运行，并为车站工作人员宣传安全用电知识，助力城乡居民绿色出行。

甄立民/摄

南航北京大兴-杜尚别启航

多条新开国际航线驱动民航业发展再提速

“南航北京大兴-杜尚别直飞航线的开通，将架起中国和塔吉克斯坦两国间更加便捷的空中桥梁，有力促进双边经贸往来、人文交流和旅游合作，为两国关系发展和区域互联互通注入新的强劲动能。”活动现场，南航集团副总经理曲光吉对记者说。

记者了解到，南航安排波音787机型执飞此次首航，后续将采用波音737-8型飞机执飞，每周两班，分别是周二、周六。

曲光吉介绍，首航航班起飞前，南航在北京大兴国际机场开设多个值机专柜，增设引导岗、航显、标识牌等指引，加大俄语人才坐席储备投入，及时为旅客提供证件咨询、值机办理、行李托运等服务，指引旅客快速值机通关。重点关注老人、

儿童等特殊旅客，提前为携带儿童的家庭旅客预留座位，并做好全流程乘机指引。

值得注意的是，南航国际值机柜台（C36柜台）近日投用的多语种AI透明屏融合了实时可视化翻译与智能咨询服务功能，可实现14国语言实时互译，为旅客提供值机业务智慧指引服务。

为确保顺利完成首航任务，南航选派双机长执行本次航班，为首航安全顺畅提供强有力的保障。首航航班上，南航乘务组对飞机客舱进行中式风格的装饰布置，以刺绣、“双鹤报喜”提篮灯等传统美学元素营造热烈喜庆的氛围，并为旅客提供精心制作的鲍鱼汤、桃花酥等中国传统美食和抓牛柳等西式餐点。在万米高空上，乘务组还通过手语舞、有奖问答等互动活动，与首航旅客共同庆祝

航线开通。

为了让旅客的旅途更加顺畅和舒心，南航特别推出了便捷中转服务，从广州、杭州、长沙、武汉等地往返杜尚别的旅客，可以实现3小时内高效中转。从上海、合肥等地往返杜尚别的旅客，可以实现5小时内顺畅衔接。此外，南航还将为符合条件的隔天中转旅客免费提供一晚酒店住宿服务。

“南航北京大兴-杜尚别航线的启用，不仅加强了中国与塔吉克斯坦及周边国家的互联互通，完善了‘空中丝路’布局，还成为‘中国中亚合作高质量发展年’的一个缩影。”谈及这一话题时，出行行业独立分析师徐宏分析说。

“在前不久举办的中国—中亚峰会上，中国和中亚五国宣布聚焦贸易畅

通、产业投资、互联互通、绿色矿产、农业现代化、人员往来六大优先方向，推动取得更多可视化成果，助力各自发展振兴。‘经济发展，交通先行’，南航北京大兴-杜尚别航线将进一步推动中国和中亚的互联互通，让中亚作为共建‘一带一路’示范区的成色更足，动力更强。”徐宏补充说。

记者注意到，今年以来，国内多家航司都加快了“开通国际航线”的脚步。6月至7月，中国国际航空陆续开通北京-塔什干、乌鲁木齐-塔什干、北京-阿拉木图等航线；海南航空计划于6月28日起开通海口-吉达直飞航线；7月4日，中国东方航空也将新开上海-阿拉木图航线，目前该航线的机票已开放销售……

在徐宏看来，国内各大航司今年以来

销售顾问对记者说，“现在店里所有的车型几乎都有降价，幅度还不小，是买车的好时机。”

段建军口中的奔驰“价值”似乎也在崩塌。近日，国家市场监督管理总局缺陷产品召回技术中心连发3则关于奔驰的召回信息，涉及进口A级、CLA级、GLA级、国产EQC、国产C级和GLC SUV汽车等，合共约1.61万辆。叠加此前的车机大面积崩溃事件，本就在华销售萎靡的奔驰更添一层忧虑。

记者了解到，上述提及的部分车辆在之前的召回维修中使用了不正确的保险丝盒，可能导致与其相关联的系统出现故障，车辆可能失去动力，约束系统、仪表显示等受到影响。此外，不能排除起火风险，存在安全隐患。

如果说奔驰在售车型的降价和品质问题是“近忧”，那么在电动化领域转型的犹豫则是“远虑”。尽管段建军公开表示奔驰正在坚定不移地推进电动化进程，持续丰富中国客户电动出行的豪华选择，但目前不少奔驰4S店甚至都没有销售新能源车型的资质。

北京鹏龙星徽奔驰4S店就是其中之一。当记者提出想要看一下奔驰的新能源车型时，该店销售顾问表示没有拿到奔驰新能源车型的销售资质，店内所售车型均为燃油车。

比起“在奔驰4S店买不到奔驰新能源车”，更具讽刺意味的是，该销售顾问随后还向记者推销起了问界、智界、享界的车型。“如果你买新能源车，建议你关注问界、智界和享界，我们（经销商集团）还销售这3个品牌的车型，能给你争取到最大力度的优惠。”

官方数据显示，2024年奔驰全球纯电车型销量仅为18.51万辆，较2023年下跌23%，销量占比仅为9.3%，不及宝马的19%。2024年3月，奔驰宣布放弃其2030年的“全面电动”计划，转而重拾燃油车开发，以平衡其岌岌可危的盈利水平。

“车企高管台上口口声声要‘反内卷’，终端却开启全系降价；反复宣称自家产品的智能化水平行业领先，却出现车机导航大面积失灵。”刘志超指出，奔驰“表里不一”的行为可能让消费者对产品失去信任。

“奔驰要想迈过电动化、智能化转型中的一道道坎，必须直面市场竞争和企业发展中的困难。”正如他所说，只有坚守底线，提升品牌公信力，在黏合老车主的同时寻求新的发展机会，才能不断向上前行，而这是奔驰管理层应该直面的考题。