

宝马广州车展亮出转型组合拳 打响本土化与智驾争夺战

年末的广州国际车展,既是汽车产业创新成果的集中检阅场,更是中外车企竞逐未来的战略角力台。今年宝马展台亮点纷呈,20余款新车同台亮相,既涵盖经典燃油车型与性能标杆,也集中展示电动化、智能化领域的最新成果。

相较于部分豪华品牌过往在电动化领域的滞后,宝马此次重磅带来新世代平台首款车型 BMW iX3,以系统化解决方案回应行业变革。这款新车在设计、动力、电子架构、数字化及生产体系实现全维度升级,搭载800V高压平台与大圆柱电池,配合全景iDrive交互系统与驾控超级大脑,尽显百年车企在中国市场的“急速变道”决心。

这份回应行业变革的转型答卷,能否让宝马在激烈的电动化竞争中实现突围,将随着新世代车型的市场投放逐步揭晓。

新世代技术集群首发 筑牢电动化核心竞争力

此次车展,宝马首次完整展出新世代技术集群,将电动化、智能化领域的创新突破具象化——从新世代电驱系统到驾控超级大脑,从全景iDrive交互系统到全新智能辅助驾驶方案,一系列“王牌技术”共同构筑起宝马应对产业变革的核心底气。

最值得关注的是新一代电驱平台采用了“4695大圆柱电芯”,这一电池形态不仅在能量密度上实现突破,更在热管理和快充效率上形成壁垒。官方数据显示,新世代iX3续航里程突破900公里,充电10分钟补能400公里。

根据专业媒体的快充测试,在25℃室温条件下,10分钟可补能375公里左右,这一成绩已处于行业头部,仅次于部分高压平台新势力车型,但在安全冗余和热管理策略上,宝马的冷却效率和电芯寿命管理更为激进,长测8万公里后电池可用容量衰减不到5%。

尤为值得关注的是“驾控超级大脑”的创新突破。这套系统将动力传动、制动、转向等12个传统ECU集成于单一中央控制单元,通过毫秒级响应速度精准捕捉驾驶员意图,以智能化手段实现操控与安全的平衡。正如宝



马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔所言:“我们始终契合中国客户需求为核心,在恪守品牌基因的同时,以前瞻技术引领豪华出行新方向。”

在封闭测试场对比现款iX3和新世代工程样车,同样的S弯和麋鹿测试下,新世代车型的“簧下质量”优化带来了更灵活的车身响应,极限状态下转向虚位由7度降至4度,方向盘回馈更线性。有专业评论表示,宝马强调“智能化要服务于驾趣”,而非简单替代驾驶员,正是通过这套系统实现了智能与操控的平衡。

本土化深耕 从产品定制到生态协同

深耕中国市场,宝马此次展出的新品与技术处处彰显“中国导向”。作为新世代平台首款车型,长轴距版新世代 BMW iX3专为中国用户量身打造,不仅对轴距进行适应性调整,更在智能配置与本土化应用上全面升级——其搭载的智能辅助驾驶系统,是宝马与中国科技企业Momenta深度合作成果,覆盖高速与城区全场景NOA功能,在上海城市道路实测中,自动变道成功率达92%,环境感知能力适配中国复杂交通场景;同时,宝马在北京、上海、沈阳、南京四大创新研发基地的3000人团队,持续推动智能座舱、智驾软件

的本土化迭代,当前专属功能占比已70%。

值得一提的是,宝马在智驾安全策略上更为保守。高翔多次强调,“宝马不会把未经验证的技术装到车上”,并为每一项智驾功能设计了“AI护栏”,确保极端1%场景下系统仍可安全收场。以宝马5系L的眼神确认变道为例,只有在驾驶员主动注视后,系统才执行变道动作,极大降低了误操作风险。

这一点在L2+功能日益“平权”的当下,反而成为不少老司机和家庭用户的加分项——有车主反馈,新功能让“自动变道”更像是一个可控的辅助,而非不可预期的“黑盒”。

全品类发力 平衡传承与创新的市场策略

在聚焦电动化、智能化转型的同时,宝马并未放松对传统优势市场的深耕。2026款 BMW X5以“入门即尊享”理念实现价值升级,全系标配驾驶辅助Pro、前排座椅通风、21英寸轮毂与哈曼卡顿高端音响,价格区间下探至59.8万元—74.8万元,相较同级竞品形成显著性价比优势,既回馈中国消费者长期支持,也巩固了其在豪华 SAV 市场的领先地位;全新 BMW M3 旅行版的亮相,则为性能车爱好者带

来“全能选择”——3.0升直列六缸双涡轮增压发动机输出530马力,零百加速3.6秒,500—1500升的行李箱空间兼顾赛道激情与家庭实用,完美诠释“性能与生活不设限”。

芯片领域,宝马已推进国产芯片对美系芯片的替代方案,进一步增强供应链韧性。与阿里、华为的合作,覆盖语音交互、智能座舱、云服务等多个维度。

高翔表示:“中国的前沿创新,特别是AI,将集成到宝马全球创新体系。”这种“以中国为全球创新样本”的思路,也让宝马在全球市场的智能化竞赛中获得更多主动权。

中国汽车工业协会数据显示,2025年10月新能源汽车月度渗透率首次超过50%,国产品牌如理想、问界等已在智能体验、价格和服务上形成“断层领先”,BBA的转型窗口期并不充裕。

在转型加速的背后,宝马也面临多重挑战。品牌“驾驶乐趣”如何与智能化深度融合,既不丢掉本源,也避免被新势力“智能化体验”抢占用户心智,是一场长期战役。

宝马在这场本土化与智能化的争夺战中,交出了一份兼顾创新与传统、技术与体验、定价与服务的答卷。未来能否持续领跑,仍需在品牌基因和智能创新之间,找到更精准的平衡点。(丁楠)

奔驰硬核技术铺路 开启电动豪华新赛道

2025广州车展上,BBA集体押注电动化的行业信号格外清晰。

作为三大巨头之一,梅赛德斯-奔驰动作十分果决,一边在车展前夜用AMG GT XX概念车亮出电动化核心技术底牌,一边在车展当天通过宣布全系车型的智能舒适配置升级夯实市场。这一系列动作背后,是豪华品牌在行业转型关键期的战略布局,随着豪华BBA三强的加速入场,正推动汽车行业进入全新的竞争维度。

目前的中国市场,传统豪华品牌的品牌溢价正遭遇中国新能源品牌的强势冲击,腾势、问界等品牌凭借智能化优势快速抢占市场份额。面对这一趋势,奔驰亟需通过源自F1的电动驱动技术、800伏高压架构等硬核实力,摆脱“油改电”时代的被动局面。

从技术层面来看,AMG GT XX概念车搭载的轴向磁通电机、电芯直冷技术等早就并非停留在概念阶段,经过纳多赛道4万公里极限测试、25项世界纪录的验证,已具备2026年量产落地的成熟条件。而中国作为全球最大的豪华车市场与新能源创新高地,奔驰此次技术发布与产品升级中,长轴距车型的中国专属配置、本土化智能交互系统等细节,正是对本土市场需求的深度回应,凸显其战略重心。

广汽昊铂 A800广州车展内饰首发

广州车展首日,广汽昊铂携“华系双智旗舰轿车”昊铂A800实现全球内饰首发,新车计划于第四季度正式上市。

车展前夕,昊铂A800上路开启L3级自动驾驶道路测试的消息,引发广泛关注,其测试车速可达120公里/小时。这标志着L3级自动驾驶不再停留在实验室里,而是真正开上了国内高速公路进行测试,广汽昊铂也成为全国率先获准在时速120公里下开展L3高速路测的汽车品牌。

广汽昊铂品牌CEO马海洋在广州车展发布会现场表示:“广汽昊铂选择L3自动驾驶方案作为开发目标,信心来源于广汽星灵安全守护体系,以八大安全冗余和大厂

BBA集体加速电动化的浪潮,正从多个维度重塑行业生态。此前,豪华品牌电动化多处于试探阶段,而如今奥迪PPE平台、奔驰AMG.EA架构、宝马Neue Klasse平台相继落地,标志着行业彻底告别“油改电”过渡期,进入全域纯电架构竞争的新阶段,这种技术升级倒逼中国品牌在智能座舱、自动驾驶等領域进一步突破,推动行业整体技术水平跃升。同时,BBA将百年积淀的安全标准、耐久性测试体系注入电动化转型,如奔驰本土生产车型额外增加30次实车碰撞测试,也正重新定义电动豪华的价值标准,行业竞争不再是单纯的续航里程、加速数据比拼,而是转向安全、耐久、智能体验的综合实力较量。

此外,BBA纷纷深化本土化合作,如奔驰与腾讯、Momenta的协作;奥迪与华为的智驾合作,正构建全新的本土融合模式,推动智能驾驶、车联网等技术的本土化适配,让行业创新更贴近消费者需求。

豪华品牌电动化已进入深水区。此次车展,奔驰的这场转型不仅是传统豪华品牌的自我革新,也将加速汽车行业向电动化、智能化的全面转型,推动行业竞争从品牌溢价转向技术创新的本质回归,为消费者带来更优质的出行选择。(丁延吉)

匠心品质,筑起的L3安全根基;还有合作伙伴华为,提供了乾崮智驾ADS 4,以全新WEWA技术架构和全维防碰撞系统CAS 4.0,赋予的L3智能大脑。广汽华为强强联合,畅享智慧新出行。”据介绍,广汽和华为一起搭建了360度全天候感知矩阵,融合了“看立体”的双目摄像头、前向新增两个能穿透雨雾的4D毫米波雷达、业界最高分辨率的激光雷达和多个高精度固态激光雷达等硬件,看到的范围更大。

此外,新车所搭载的华为鸿蒙座舱HarmonySpace 5,基于全新的MoLA智能化架构,响应速度仅0.3秒。支持5米内唤醒语音交互,后排指令识别准确率超95%,可使用多重车内场景。(阚静雅)

油电双线并进 双品牌重磅发力 上汽大众广州车展勾勒产业新蓝图

第二十三届广州国际汽车展览会如期而至,629台新能源展车、58%的新能源占比,印证着行业“自主领跑、合资反扑、豪华换道”的新格局。作为深耕中国市场四十余年的领军企业,上汽大众携大众、奥迪双品牌强势登陆广交会展馆A区1.1号馆,以ID.ERA全新新能源序列发布、帕萨特ePro首发等重磅动作,集中展示油电双线的产品实力与技术沉淀。从大众品牌的全民覆盖到奥迪品牌的豪华突破,从燃油车的智能化升级到新能源车的本土化创新,上汽大众用满满诚意,为消费者勾勒出“油电同进、双牌赋能”的产业发展新蓝图,为合资品牌转型提供了清晰范本。

双品牌联袂登场 重磅新车引爆车展焦点

广州车展的上汽大众展台围绕“技术普惠、体验升级”核心逻辑,双品牌各亮王牌,成为全场焦点。

大众品牌的核心亮点是全新新能源序列ID.ERA的全球首发。作为“在中国,为中国”战略的核心落地成果,该序列首款力作——ID.ERA 9系全尺寸增程SUV震撼亮相,打破了消费者对德系新能源车型的传统认知。外观上,封闭式前脸搭配贯穿式霓虹灯带与可发光品牌标识,悬浮车顶、隐藏式电动门把手与贯穿式尾灯相得益彰,兼具力量感与优雅气质。动力层面,其搭载作为中国市场研发的EA211 1.5T EVO II增程器,CLTC纯电续航超350km,综合



续航突破1000km,终结长途出行续航焦虑。内饰配备高清双联屏、AI大模型语音助手与行政级六座布局,双腔空气悬架与高阶驾驶辅助系统奠定旗舰级体验,该车计划于2026年4月正式量产。

燃油车阵营中,帕萨特ePro的首发备受关注。作为帕萨特家族的新能源延伸,新车搭载先进插电混动系统,既保留德系驾驶质感,又实现低油耗出行,“e”字母蕴含“electric(电感体验)、evolution(全面进化)、elegant(优雅格调)”三重含义。随着其加入,Pro家族已囊括五款车型,实现家轿、SUV及燃油、PHEV细分市场全覆盖。此外,ID.3 GTX 疯狂动物城2尼克定制展车凭借个性造型吸睛无数,朗逸、途观L Pro等主力燃油车型通过智能化升级,实现语音交互、OTA升级等功能,持续巩固燃油车市场基本盘。

奥迪品牌以豪华电动化转型为核心,带来多款重磅车型。上汽奥迪E5 Sportback作为品牌首款量产豪华

电动车型,依托奥迪全球平台架构优势,融入中国用户场景洞察,封闭式六边形格栅搭配溜背线条尽显豪华运动气质,动力与续航均达同级领先水平。奥迪Q4 e-tron、A6L e-tron等新能源车型同台展出,形成覆盖不同细分市场的豪华新能源产品矩阵。奥迪Q6 e-tron概念车的中国首秀成为一大看点,其基于PPE纯电平台打造,搭载800V高压快充技术,最大续航超700km,预示着奥迪电动化转型的全新方向,即将量产的奥迪A7L e-tron也同步亮相,丰富了豪华插混市场选择。

油电同进战略 筑牢产业竞争深层根基

在汽车行业“上半场电动化、下半场智能化”的变革浪潮中,上汽大众坚定践行“油电同进”战略,在燃油车与新能源车两大阵地同步发力,构筑全方位竞争优势,底气源于四十余年产业积淀与对市场需求的

深刻洞察。

上汽大众对燃油车采取“智能化重塑竞争力”策略,通过“Pro家族”升级,在保留德系动力稳定性的基础上提升智能座舱体验,同时推出“一口价”政策和“整车终身质保”服务,降低消费者决策与售后成本,巩固市场信任,为企业转型提供稳定支撑。

新能源领域,上汽大众采取“多元技术路线与本土化创新并进”策略,拒绝盲目跟风。根据规划,2026年将推出6款新能源车型,覆盖纯电、插混和增程三大类别;至2030年,新能源产品将超20款。这种“技术包容性”布局,既聚焦纯电核心赛道,又响应市场对插混、增程路线的需求。ID.ERA序列的推出是战略重要落地,首款车型选择增程路线,精准命中消费者长续航、无焦虑诉求,而“先锋体验计划”开放冬季极限路试,让用户深度参与产品打磨,彰显“以用户为中心”的研发逻辑。

支撑“油电同进”战略的是上汽大众全体系产业能力升级。作为率



先进入“合资2.0”阶段的企业,上汽大众推动中外双方从技术引进转向共同研发,本土化研发团队扩大、供应链柔性调整、数字化工厂建设,支撑“油电同智”战略落地。同时,企业在服务生态上持续发力,通过超级APP、线下体验中心等渠道,构建全生命周期服务体系,让用户在燃油与新能源车之间无缝切换,这种系统性能力使其具备更强抗风险能力与响应速度。

长期主义坚守 引领合资品牌高质量转型

2025年1—10月,上汽大众累计销量92.6万辆,10月单月销量突破12万辆,同比增长7.9%,持续领跑合资品牌第一阵营;截至2025年年底,大众品牌历史累计销量有望突破2600万,保持国内第一品牌销量领先地位。在行业深度调整期,这样的成绩得益于产品全面布局与长期主义战略坚守。

面对明年车市可能出现的政策退坡、消费提前释放等阶段性挑战,上汽大众管理层保持清醒认知与坚定信心,认为这是行业从“价格内卷”转向“价值竞争”的契机,长期主义布局与全体系能力将成为穿越周期的关键。不同于部分企业的激进转型或保守固守,上汽大

众以战略定力推动双线协同,理性与包容并重的路径,重新定义了传统车企的转型姿态。

上汽大众的转型不仅体现在产品层面,更贯穿于研发、供应链、制造与组织文化的系统性升级。“在中国,为中国”宗旨深入产品研发、技术创新、服务优化各环节,ID.ERA序列的本土化研发、奥迪E5 Sportback的中国市场适配、燃油车的智能化升级,均彰显对中国用户需求的深刻洞察与快速响应,“本土化创新+全球化资源”的结合,让其在保持德系品质基因的同时,更贴合中国消费市场趋势与使用场景。

展望未来,随着ID.ERA序列车型量产、豪华新能源产品矩阵完善及燃油车阵营升级,上汽大众将继续以“油电同进、双牌赋能”战略抢占先机。技术层面,加大电动化、智能化研发投入,推动电池、电驱、智能座舱与自动驾驶迭代;品牌层面,大众坚守“技术普惠”,奥迪强化豪华电动化标签,双品牌互补协同;市场层面,深化用户运营,通过社群建设、场景化营销构建深度连接。

广州车展的灯光下,上汽大众展台既展示着当下产品实力,更勾勒出未来发展蓝图。四十余年市场积淀、全体系产业能力与坚定转型决心,让这家老牌车企从“合资领军者”向“产业创新者”跨越。