

十年布局终落地 荣威携豆包 AI 重返主流赛道

第二十三届广州国际汽车展览会上，上汽荣威展示了全球首发豆包深度思考大模型及场景，旗下荣威 M7 DMH 同步亮相，首搭“最具活人感”豆包 AI 车机，引发关注。这一发布标志着 AI 深度认知与情感交互技术在车端落地。

发布会后，上汽乘用车副总经理张亮与荣威品牌事业部总经理钱漾明确表态，依托务实科技深耕、AI 生态布局与价值营销践行，荣威必将重返主流市场核心阵营。两位高层围绕品牌转型、产品实力与行业趋势展开深度解读，展现了这一中国汽车工业先行者的回归底气。

从互联到 AI 继续成为引领者

作为全球互联网汽车的开创者，荣威曾建立 One ID 统一（统一身份识别技术）、云管端一体化等行业标准。面对行业变革，荣威将与豆包的深度合作视为智能化下半场的“第一枪”。

这一合作并非简单功能叠加，而是基于上汽五年自研的 SOA 架构，实现硬件到软件的全链路打通，接入豆包深度思考大模型并沉淀行业专属知识库，同时具备全场景连贯记忆能力。从座椅调节、功能操作到复杂场景应对，AI 能精准理解用户意图，甚至听懂“背着大宝剑的小人”这类网络热梗，这种“活人感”体验源于整车数据与 AI



能力的深度融合。用户无需使用标准化指令，无论是“背着大宝剑小人”这类网络热梗，还是小孩语序混乱的撒娇表达，AI 都能精准理解。钱漾分享了团队实测的惊喜：“今天这句话试了，下一句话一模一样去试，结果可能不一样，因为它在不断迭代成长。”而张亮补充的三大核心差异，更凸显了技术壁垒：真正的推理大模型首次上车、底层硬件全打通、全场景连贯记忆能力，这三者的组合让荣威 AI 座舱区别于简单的算法应用或 App 上车模式。张亮强调，这不仅是 M7 的核心亮点，更为荣威未来所有创新方案提供了被消费者轻松接受的基础解决方案，是品

牌智能化引领的重要支撑。

重塑品牌战略 重返主流

B 级插混车型 M7 上市一个多月便跻身细分市场前三，82% 的中高配车型占比超出预期，首月零售 5000 台。这一系列数据背后是全栈自研的 DMH 6.0 混动系统。通过整合发动机、变速箱、电控系统及热管理的全链路控制，实现极致能耗；反重力海绵座椅以材料科学突破，兼顾舒适、支撑与包裹性，配合即将逐步上车的量产半固态电池等前沿技术下放，让主流消费者享受

到科技平权的红利。钱漾表示，荣威 M7 要成为 10 万级 B 级混动市场“绕不开的选择”，用实打实的产品力赢回用户信赖。

品牌战略重构是重返主流的关键。张亮为荣威明确了“品位科技、超值信赖”的核心底色，并戏称荣威品牌要以“五彩斑斓的黑”为调性——既保持普适性的高端质感，又兼顾年轻化、智能化与个性化需求，最终传递“靠谱”的核心价值。至于营销端，荣威彻底摒弃价格战，转向“价值营销”。张亮表示，希望荣威产品不仅满足实用需求，更能让用户感受到时代感与前瞻性，5—10 年内仍能持续升级迭代。

面对明年车市，张亮预判，随着政策退坡与消费提前释放，上半年将面临阶段性挑战，但这也是行业从“价格内卷”转向“价值竞争”的契机。荣威今年刻意克制产品节奏，为的是把基础做扎实。张亮透露，明年开始，荣威将推出更全面的产品矩阵，以“合理定语的领先者”姿态，在智能化、混动技术与产品品质上持续突破，全面重返主流市场。

从技术创新到产品迭代，从品牌重构到营销转型，荣威正以全体系变革踏上重返主流的征程。这个承载着中国汽车工业创新记忆的品牌，正凭借务实与前瞻并重的发展路径，向主流市场核心引领者的目标稳步迈进。（丁延吉）

全新图标＋无人驾驶＋宁德时代 上汽大通全面布局新能源商用车赛道

11 月 21 日，大通于广州车展正式启动品牌全面焕新。此次发布不仅揭晓了全新品牌标识“众辉标”，更系统亮出“大拿”无人客货双子星、与宁德时代的深度合作成果及 8S 超级用户体验中心等核心战略，全方位为奋斗者的创富之路保驾护航，标志着其向“用户型企业”的转型迈入新阶段，朝着“全球轻型商用车领导者”的目标加速前行。

“众辉标”发布 向用户型企业转型

大通的品牌焕新绝非换标那么简单，而是一场触及根本的战略重构。全新“众辉标”融合“众”字意象，象征着与用户、伙伴的共创共赢，背后是四大支柱撑起的生态蓝图。

全球化层面，大通产品已覆盖 100+ 国家和地区，台湾市场首月订单即破 1000 台，欧洲多国新能源轻客市占率稳居前列；科技层面，鸿图电动架构与星栈越野平台形成双技术底座，为产品创新提供坚实支撑；品质层面，作为中国唯二的工业 4.0 灯塔工厂，其产品通过全球五星安全认证；生态层面，则以铃驹生态和 8S 体验中心为核心，构建全链路创富服务。

为真正让用户实现“从拥有一台车到拥有一种能力”，大通表示，将于明年 1 月推出“8S 超级用户体验中心”，

以行业首创的“8S”理念重构用户触点。该中心基于“1 个空间，8 种可能”的理念，在传统 4S 服务基础上，新增新媒体中心、官方改装、铃驹生态和用户共创四大模块，实现“选车—用车—养车—创富”全链路覆盖。

无人双子星发布 掀下商用车智能加速键

本次车展，大通首发全行业第一款由汽车主机厂正向开发的无人客货双子星——大拿 RoboVAN 与大拿 RoboBUS，以中低速全场景智能解决方案，重新定义未来商用出行。

两款车型基于上汽 L4 技术底座与超 20 亿公里真实数据训练，具备成熟的感知与决策能力。其均搭载两大行业首创技术：鸿图智能无图算法实现“交付即运营”，无需高精地图适配；车规级 L4 滑板底盘采用全域冗余设计，核心系统毫秒级备份，确保安全可靠，并实现 20 万公里免维护。

针对不同商用场景，双子星各展所长：大拿 RoboVAN 支持 24 小时不间断运营，可自动接单并规划最优路线，大幅提升物流效率；大拿 RoboBUS 则突破传统接驳局限，配备全景透明车身、智能调光玻璃及无人机协同系统，实现“地空协同”的创新应用。面对复杂路网与陌生路线，两款车型均展现出强大的全场景适应能力，为商用出



携手宁德时代 开创商用车能源新生态

创富之路离不开高效能源保障，上汽商用车此次深化与宁德时代的战略合作，整合智能驾驶、快充与换电技术，构建全国性能源网络，共同迈入新能源智慧生态的新阶段。目前宁德时代巧克力换电站已布局超 800 个，支持

别



传感器还能自动阻隔工地扬尘等外部污染，让过敏体质的孩子少打喷嚏、少揉鼻。再加上近 10 平方米声学材料、60 处声学包与 ANC 主动降噪技术打造的恒静环境，图书馆级的静谧性让孩子安心休憩、家人舒心交谈。

别克对健康的考量，不止于空气层面。车内 1.1 米贯穿式智慧顶灯通过南德 TÜV 护眼认证，无蓝光、无频闪，支持三级调温调光，还能一键切换“客厅”“书房”“卧室”三种光效，孩子长时间看绘本不酸涩，长途午睡时也能拥有柔和光线。座椅皮革通过 OEKO-TEX 婴儿级认证，不含甲醛、重金属等有害物质，刚会爬

别



的宝宝啃咬扶手也无需阻拦。作为豪华 MPV，至境世家的性能表现同样亮眼。搭载“真龙”插混 Pro 双电机四驱系统，775 牛·米超强动力让这台全尺寸车型零百加速 5.8 秒，CLTC 综合续航 1320km+224km 纯电续航，停车时车身可下降 8 厘米，老人轻松上下车、孩子自主攀爬，抱娃时挥挥手就能关车门。如今 MPV 市场正从“配置堆砌”的 1.0 时代，迈向“健康核心”的 2.0 时代。别克至境世家重新定义了豪华 MPV 的价值标杆：真正的家庭出行，本该是移动“健康小家”的温暖模样。（丁楠）

凯

11 月 21 日，广州车展，凯迪拉克展台上演了一场热血沸腾的赛道派对，凯迪拉克全新 CT5 出厂即满改，甫一现身就获得所有人喝彩：想象下，一辆车从工厂下线就是改装完的终极形态，拥有赛道级配置，省去所有改装烦恼，当然让人热血沸腾。

此次展出以赛道主题呈现，新车型以满改出厂的形态公布多项外观与性能升级，重点展示品牌在运动化和赛道性能方向上的技术布局。

本次发布中，全新 CT5 新增“飓风哑光灰”车身颜色。该颜色的设计灵感源自飓风气流的力量感，并采用纳米级消光材质及八层精密喷涂工艺，以呈现金属磨砂质感。根据官方介绍，该车色经过长达五年的美国佛罗里达试验场暴晒监测，用于验证耐候性和持久性。除新颜色外，车型还增加了 V 专属红色性能视觉套件，包括红色高性能卡钳（带 Brembo V 标）及红色赛道钥匙，用以强化车辆的运动化外观识别度。

技术上，全新 CT5 采用轻量化后驱平台，搭载第四代 MRC 主动电磁悬挂，配备同级独享 mLSD 机械式限滑差速器，提升车辆在过弯与高速驾驶时的循迹表现。制动系统采用

起亚新狮铂拓界广州车展首发亮相



11 月 21 日，起亚新狮铂拓界在广州车展完成中国首秀。EV5 Weekender（探享者）、赛图斯、K5、嘉华等多款车型同台亮相。

新车定位“全球都市 SUV 开拓者”。据了解，该车型拥有 30 余年历史沉淀，已经历经五年迭代、全球累计销量超 800 万辆，是起亚全球最畅销车型。作为中期改款车型，新狮铂拓界在外观设计、性能、科技配置及智能化四大维度进行了调整升级。起亚中国商品企划运营部部长李阳表示，新车型在设计美学、核心性能等方面实现全面突破，将构建差异化优势。

具体来看，新狮铂拓界延续了新款起亚 SPORTAGE 海外版的设计语言、采用最新的无边界前格栅，内部镶嵌亮黑色蜂窝状装饰元素；车身尺寸方面，新车长宽高分别为 4695mm、1865mm、1678（1680）mm，轴距为 2755mm。基于现代第三代 i-GMP 平台打造的新狮铂拓界，实现了 59% 的轴长比，带来同级领先空间，后备箱容积达到 545L，后排座椅放倒后可扩展至 1725L，满足家庭出行储物需求。

动力方面，新狮铂拓界基于起亚全球 i-GMP 平台，提供 1.5T+8AT、2.0T+8AT 两种动力总成；智能化方面，新狮铂拓界搭载新一代 ccNC 车机系统，大尺寸 HUD、UWB 数字钥匙、智能 IFS 投影式大灯等配置悉数上车。

近年来，中国汽车市场竞争日趋白热化。悦达起亚秉持“强基固本，行稳致远”经营方针，通过系统性优化产品矩阵、推进全系产品智能化换代、强化本土化运营、扩大全球战略协同等一系列举措，构建起相对稳健且富有韧性的体系竞争力，其转型成效已初步在市场中得到验证。据悉，悦达起亚销量连续八个月突破 2 万辆，2025 年 1 至 10 月累计销量超越 21 万辆，同比增长 5.2%，增速位居合资品牌前列。在国内合资阵营整体下行的情况下，这样的表现堪称亮眼。

本次广州车展，悦达起亚携旗下强大产品阵容登台，不仅是为展示其在燃油与新能源领域的最新产品布局，目的更在于向市场释放积极信号，彰显品牌持续深耕中国市场的决心。（徐崇闻）

2 年内推 13 款新车 MG 以半固态技术构建核心护城河

本届广州车展，MG 品牌重磅发布搭载半固态电池的全新 MG4 车型，以不到 10 万元的售价让全球稀缺技术走入大众视野。上汽乘用车 MG 品牌事业部总经理陈萃在专访中表示，这一战略布局是品牌全力转型新能源的诚意之作，更是对“技术平权”理念的深度践行。

这款引发行业关注的半固态电池，经中汽中心检测，安全性较行业标准提升超 20%，部分测试还在历史最高标准上再加码 50%。其核心优势在于这款电池固态占比超 95%，电解液含量不足 5%，不仅解决了新能源汽车热失控隐患，更攻克了北方低温用车痛点——在 -20℃ 环境下仍能完整输出功率，让北方用户与南方用户享有同等新能源出行体验，践行“南北平权”理念。

将高端半固态技术下放至 10 万级车型，MG 的底气源于独特的合作模式与成本控制。“今年是 MG 全力转型新能源的元年，我们愿意在盈利上做出让步，把十足诚意带给消费者。”陈萃表示，通过与清陶动力电池成立联合研发团队、共建产能，实现了原材料与制造成本的精准管控，让技术普惠成为可能。这一策略延续了 MG 百年“体验平权”基因，正如历史上 MGB 敞篷跑车以亲民价格提供高端性能，如今的全新 MG4 让普通消费者以可负担成本，

享受到超 20% 安全提升的前沿技术。面对用户关心的产能与交付问题，陈萃给出明确回应：“从这个月开始，交车速度已明显加快，我们专门启用宁德时代电池新产线，确保原有产线满负荷运转。”针对年底前下订客户，MG 承诺若跨年交付将补贴购置税差额，用实际行动缓解用户焦虑。同时，品牌经销商网络已从预售时的不足 300 家扩充至 400 家，明年还将进一步提升网络覆盖质量，保障用户购车与售后体验。

谈及未来规划，陈萃透露，半固态电池是 MG 的长期技术护城河，明年将逐步应用于旗舰车型并持续迭代。品牌已制定清晰产品矩阵，2027 年底前将推出 13 款新能源车型，均搭载差异化底层技术。“我们要解决用户的根本焦虑，让技术真正服务于体验。”陈萃表示，12 月品牌将在漠河开展低温性能实测，以极致对比展现车型在续航、动力、快充等方面的实力，让北方用户彻底告别“新能源车冬季续航打折”的困扰。

面对 2026 年新能源购置税退坡对行业变化，陈萃表示，当前消费者选择新能源车型的核心驱动力已转向产品体验与智能化水平，半固态电池等技术突破正在持续解决用户的根本焦虑，这一趋势不会因政策调整而改变。（丁延吉）

凯迪拉克全新 CT5 亮相广州车展



Brembo 四活塞制动卡钳，并搭载同级唯一 FNC 碳氮共渗技术刹车盘，以增强制动耐久性。动力方面，全进口配置 10 速自动变速箱，实现赛道级动力。

安全上，凯迪拉克全新 CT5 搭载轻质高强度车身结构，标配 20 项高阶主动安全功能，同时，凯迪拉克首创行业独家战损焕新权益，车损超过 30% 即可免费换新车。

凯迪拉克品牌自 20 世纪 40 年代起参与勒芒、戴通纳等赛事，并透露将于明年进军 F1 赛场。这一背景为其性能车型的推广提供了技术背书

与情感链接，也让人看到传统豪华品牌在电动化浪潮之外，仍在燃油性能领域持续投入。

在当前细分市场竞争日趋激烈的背景下，凯迪拉克 CT5 以“出厂即满改”的方式降低用户后期改装门槛，配合多项限时政策，有望吸引一批注重个性与驾驶体验的年轻消费者。而其推出的“战损焕新”等服务，也从侧面反映出品牌在用户服务层面的创新意识。

可以确定的是，在豪华性能轿车的赛道上，凯迪拉克依然坚持着自己的节奏与表达。（丁楠）