

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）

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。

（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，以越级对比展现车型在续航、动力、充放电等方面的实力，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）

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



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、铃铛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 摁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滑板底盘采用全域双冗余设计，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。

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，鸿图电动架构与星越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，作为中国唯一的工业4.0灯塔工厂，其产品通过全球五星安全认证；生态层面，则以铃铛生态和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”，

注入更多灵活性与可能性。

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

多类商用车型，实现“3分钟换电，满电再出发”，彻底告别里程焦虑。

双方合作的宁德天行电池搭载于大拿V1L，带来8年80万公里质保与CLTC 535km续航；发布的大拿RoboVAN、RoboBUS，达成宁德时代与上汽商用车首个无人换电合作。未来双方还将共建生态，发力公共领域电动化与交能融合，推进充换一体基建建设，打造智慧城市低碳物流平台，并携手生态出海，助力高质量发展。（丁楠）

别克至境世家：把“健康家”搬上车



2025广州车展新车云集，别克高端新能源品牌“至境”的旗舰MPV——至境世家全球首秀，瞬间吸引众多带娃家庭驻足。在“冰箱彩电大沙发”的配置堆砌风潮下，深耕MPV市场26年的别克没有盲从“更大更多”，而是精准洞察家庭用户核心诉求：对家人而言，出行的豪华，始于安心与健康。依托百万级“逍遥”超级融合架构，这款新车携行业首个“恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒静”五恒大健康座舱而来，将居家般的舒适与周全守护，完整搬进了车厢。

“五恒”听似专业，实则每一项都精准戳中日常出行痛点，恒温系统采用双层流分区送风设计，上层专属输送新风、下层专注调节温度，冬天不冻脚、夏天不凉腿，智能适配季节变化推荐最优温度。面对南方梅雨季的潮湿困扰，恒湿系统可自动将座舱湿度稳定在40%—60%的舒适区间，告别黏腻感，孩子的衣物也能保持干爽。

恒氧系统搭配双层流新风技术，持续降低车内二氧化碳浓度，长途出行也能神清气爽；而家长最关心的恒洁防护，由松下nanoe™X系统与抗敏抗病毒滤网共同构筑——每秒释放4.8万个净化粒子，快速分解奶渍、零食残留等异味并消杀细菌，AQS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TUV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

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）

凯迪拉克全新CT5亮相广州车展

11月21日，广州车展，凯迪拉克台上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



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，全进口纵置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）