



新能源汽车的竞争焦点，正悄然从“拼价格”转向“拼芯片”？ 竞争下半场，车企走向联合创新

本报见习记者 吴恺元

4月26日举办的中国(安徽)科交会开幕式上,蔚来创始人李斌提到了这样一组数据:蔚来最新一代产品的单车芯片用量已超4000片,涉及1000多种半导体料号,用量价值超过3.6万元。与此同时,存储芯片价格伴随AI需求大幅上涨,这一项的成本涨幅,可让蔚来单车成本上涨达1万元。

从部件到产品功能的重要载体、整车交付能力的决定性因素,芯片的地位跃升不言自明。李斌的发言为台下举着手机录像的观众带来了新的思考——新能源汽车的竞争焦点,似乎正悄然从“拼价格”转向“拼芯片”。

这场转变并非偶然。进入2023年后,行业价格战经历多次升级和扩散,市场竞争白热化。在“以价换量”的逻辑背景下,高合汽车于2024年初宣告停工停产,母公司华人运通普通债权涉及2462户共计124.76亿元;昔日新势力销冠哪吒汽车,三年累计亏损达183亿元,最终于2025年进入破产重整程序。

价格战的代价是行业出清加速,而从数据来看,这种状况已悄然改变。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会报告显示,2025年3月至10月,全国新能源乘用车市场成交价稳定在15万元左右,而进入2026年,市场整体成交价迎来上涨。2026年1月,新能源乘用车市场成交均价达19.09万元,较上月上升15443元,环比提高8.8%。与此同时,市场优惠幅度也从2025年的1.1万元有所下降,今年,这一数据稳定在1万元左右。

当竞争进入下半场,一些企业开始重新定义竞争规则。李斌在发言中将这轮变革归结为“智能化技术、能源技术和汽车技术的‘三重交叉融合创新’”。

芯片,似乎正在成为新能源汽车的“新引擎”。蔚来、中国一汽、小鹏、理想等车企加速布局芯片自主研发:小鹏自研图灵AI芯片累计出货超20万片,2026年目标出货量接近100万片;蔚来自研5nm车规智驾芯片神玃NX9031已全面量产上车;在智驾芯片领域,比亚



位于合肥市新桥智能电动汽车产业园蔚来第二工厂的新能源汽车生产线。

新华社发

迪最新流片成功的芯片计划于2026年下半年装车。

不过,“芯片”的竞争维度比价格战更复杂。

科交会开幕式同日,和蔚来汽车同展厅的苏州山河数模微电子有限公司销售总监在与记者交流时透露,目前,国内车企使用国产芯片的比例或仅有5%至15%。高端智驾芯片领域,英伟达、高通等仍占据主导。究其原因,“短期来看,各家车企主要目标都是销量。”毕然说,“排在前十名的车型基本集中在10万—20万元价位,否则销量很难起来。车企对整车价格要求低,那对车内芯片的要求也是一样的。”

而国产化率的瓶颈与工艺、生态都有关联。“如果国产芯片不被

采用,就不知道它的问题在哪里,技术就难以迭代。”毕然说。更关键的制约来自“生态壁垒”。在他看来,国外芯片巨头已构建起完整的认证体系,即便国产芯片在技术上能够替代,若未通过主芯片厂商的认证,车企也不敢贸然采用。这不是单纯的技术竞赛,而是整个产业生态的角力。

安徽正在成为变化中值得观察的样本。李斌在发言中特别提到,长鑫存储的LPDDR5X芯片已搭载上车,“两个团队联合攻关,这也是安徽技术创新生态能力的体现。”此外,据《安徽日报》报道,2026年1月,蔚来与奇瑞汽车、江淮汽车共同签署《关于共建汽车产业发展协同创新平台的框架协议》,与龙迅半导体完成车

芯协同产业化合作项目签约,推动整车及关键零部件联合研发、制造资源共享、车规级芯片本地化开发,进一步完善新能源汽车产业链布局。

“汽车在底层技术领域将由分散竞争走向平台复用与协同发展。”李斌说。这种协同模式,或许为良性竞争提供了可参考的路径:从同质化的价格内卷,走向技术的联合创新。

竞争正在改变。价格战或许淘汰了一批“裸泳者”,而芯片战考验的是产业生态的系统性能力。正如李斌所言,“领先的汽车公司一定也是领先的AI公司”。未来中国汽车产业的佼佼者,不会是价格最低的那个,或许正是芯片、算法、整车全栈能力最强的“技术生态构建者”。

溧阳文旅何以“常威”？ 正靠“无中生有”创造力

本报记者 任俊猛

4月27日,“我是常威 万金寻人”活动最终确定了6名获奖者,每人将获1万元现金及6年旅居权益。4月11日晚,在2026苏超揭幕战中,常州队以3:0战胜南通队,一举成为网友口中的“常洲”“常威”。当晚,溧阳的天目湖旅游景区发起“我是常威 万金寻人”活动,面向全国寻找“常威”。

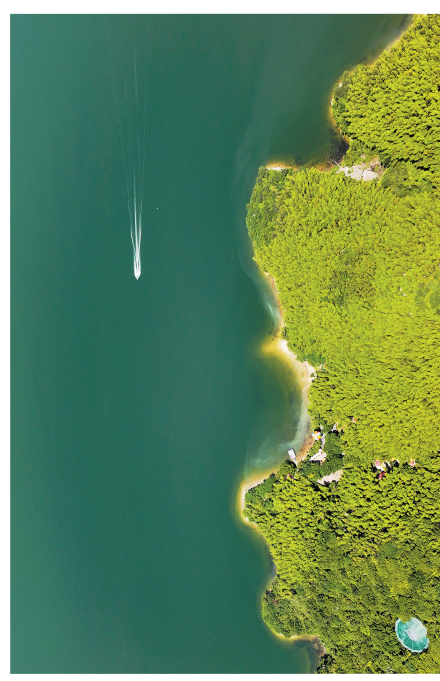
这则“寻人启事”,引来全网广泛关注,有网友调侃:“现在改名‘常威’还来不及?”这场颇为成功的城市文旅营销背后,是当地文旅部门在比赛前就已针对常州队胜负三种可能,准备了三套预案。换句话说,无论当日赛果如何,溧阳都能“无中生有”,借着苏超热度,宣传当地文旅。

发展文旅,溧阳人历来靠的正是这份“无中生有”的创造力。如今提到溧阳,上海市民第一时间想到的多半是天目湖砂锅鱼头。因为早在1994年,位于溧阳的天目湖景区就在上海媒体上打出“天目湖三绝”的品牌,即“水甜、茶香、鱼头鲜”,吸引了一众上海老饕专程前往品尝;世纪之交,溧阳更是带着“砂锅鱼头”闯荡申城,进一步打响了品牌。

天目湖鱼头成功的背后,是溧阳人“无中生有”的重要开端——天目湖建于20世纪50年代末,最初名为沙河水库,用作灌溉等用途,后来正是在当地干部奔走下,得以改名为天目湖,成了远近闻名的旅游度假区。在此期间,一座人工水库成了江苏旅游第一股“天目湖”,普通的水库胖头鱼成了远近闻名的鱼文化大产业,也成了溧阳文旅的金字招牌。

在长三角、在全国,地处苏皖交界的溧阳都算得上县域旅游强县。去年6月发布的《全国县域旅游研究报告2025》,对全国1866个县域的旅游发展状况进行了系统评估,在全国县域旅游综合实力百强县榜单中,溧阳是江苏唯一跻身全国前十的县域,也是长三角县域旅游的绝对“头部”。2024年,溧阳接待游客超3000万人次,同比增长10.8%;实现旅游收入近350亿元,同比增长6.4%。

多年间,天目湖几乎成了溧阳的代名词。但溧阳文旅的持续发展,并不囿于天



江苏省溧阳市天目湖景区。新华社发

目湖,而在于持续探索创新,自2017年起“无中生有”打造出的1号公路就是其中代表。365公里长的溧阳1号公路,原本是当地普通的乡村公路,如今成了“全国十大最美农村路”,并且串起了当地的“三山”(南山、曹山、瓦屋山)、“两湖”(天目湖、长荡湖)以及乡村旅游景点等,更因公路中间一条醒目的红黄蓝三色旅游标志标线,被网友称为“彩虹公路”,很快成为长三角热门网红打卡点。

于当地而言,1号公路犹如一条文旅“主动脉”,加速了溧阳全域旅游发展步伐——1号公路沿线仅农庄、民宿、茶舍、驿站等就有380多家,其中设置“溧阳茶舍”30座,打造房车营地、驿站、驿亭和观景平台60余处,此外公路咖啡、彩虹蛋糕广受游客追捧,变“流量”为“留量”,让富民强村成为现实。

保持“常威”的溧阳,多年间以一方小小山水为基底,保护优越生态环境的同时,持续挖掘、放大当地文旅资源,探索着一条文旅创新发展的“长红”之路。

长三角一体化进入“深水区” 破解难点还需从五方面入手

专家视点

夏冀

“十五五”时期,长三角一体化发展进入“深水区”,各方感觉到难度增加。如何理解“深水区”?工作推进“难”在哪里?下一步如何突破?

随着工作的深入和形势的变化,更多的难点显示出来,主要表现在四个方面:

一是政策拉平难。各地在推进长三角一体化发展中,关注重点之一就是希望能够争取到新的支持政策,或者享受到重点区域的特殊政策。但是就当前的导向看,之前已经出台的支持政策仍然存在效力,要争取新的政策难度较大;同时区域发展本身就是非均衡的,国家层面针对重点区域出台的特殊政策,是为了更好发挥区域功能,比如虹桥国际开放枢纽,“两带”很难全部享受到“一核”的政策,因此追求均等化的政策支持更加困难。

二是升维进阶难。随着长三角一体化发展的不断深化,一些区域会面临新的要求。比如长三角六大都市圈中,一些具备条件的城市将进入都市圈同城化阶段,同城化是一体化的高阶版本,其内涵更丰富、要求更高,特别是需要充分考虑双方的利益诉求,这些利益诉求不仅仅是财税分享机制,而是包括了各自方方面面的考量,需要反复协商才能达成共识,双向奔赴。其中,都市圈成员城市与中心城市之间受制于行政管理层级、资源配置能力等的差异,以及中心城市可能会面临与多个成员城市之间的协调,都会进一步增加难度。

三是精准切入难。长三角一体化发展上升为国家战略以来,各地对于一体化的把握和侧重点不尽相同,一些纳入一体化的工作与一体化关系不大,属于不管有没有国家战略都要推进的;一些是属于一体化面上的工作,不适用同城化或者功能区的政策;一些工作只是“盆景”或昙花一现,没有形成持续性。当长三角一体化发展从“大写意”转向“工笔画”,就需要深入挖掘一批“小切口、大牵引”的具体工作,这些工作只能是依靠区域协作,而非单打独斗才能做成的。

四是考核评价难。各地对长三角一体化发展已经形成共识,但是如何衡量一体化发展成效却缺乏精准的评价,区域发展成效中有多少是自身因素?有多少是开放因素?有多少是协同因素?同处都市圈中,兄弟城市的经济增速高于本市,是不是意味着兄弟城市一体化做得更好?这些都很难进行评价。同时,三省一市都承担着“经济大省挑大梁”的重任,无形中造成现有的考核体系更加侧重于“高质制造”,对于“一体化”的权重还不够,在考核中也往往

以举办多少活动、开展多少对接作为依据,难以全面反映成绩。

“十五五”时期,要着力从五个方面破解难题。

一是通过政策挖潜破难。长三角一体化发展上升为国家战略以来,从中央到地方都出台了一系列支持政策,这些政策的颗粒度不尽相同、落地性各有差异。“十五五”时期,各地首先要用好用存量政策资源,充分挖掘政策潜力,最大限度发挥政策效用。

二是通过技术手段破难。从长三角各地的实践来看,各地主要通过硬件联通和制度对接的手段推进一体化,对于运用技术手段打破行政壁垒的考虑不多。而粤港澳大湾区面对“一国两制三法域”的多元制度格局,利用区块链技术,在探索数据跨境流动、便利跨境贸易发展、提升金融服务效率等领域,有力推动了一体化发展。长三角“十五五”时期要积极探索将数字技术应用于一体化发展的路径。

三是通过协同开放破难。从之前的工作来看,各地都更加侧重于扩大对内开放,对于协同对外开放的考虑不多。习近平总书记深入推进长三角一体化发展座谈会中强调了六个方面,其中之一就是要积极推进高层次协同开放,努力成为畅通我国国内大循环的强大引擎和联通国内国际双循环的战略枢纽。“十五五”时期,各地要注重“眼睛向外”,协同推进以制度型开放为重点的高水平对外开放,充分借助自贸试验区、国家新区、虹桥国际开放枢纽、东方枢纽等平台,更好“引进来、走出去”。

四是通过统一市场破难。长三角的战略定位是打造“一极三区一高地”,战略目标之一应该是建设区域统一市场,为打造全国统一大市场夯实基础,才能更好发挥国内大循环“经济发展韧性强、潜力足、回旋余地大”的优势。“十五五”时期,长三角要以苏南重点城市、杭甬温、合肥都市圈三个要素市场化配置综合改革试点为牵引,率先落实“五统一、一开放”要求,统筹推进商品、服务、要素、场景统一市场建设。

五是通过考核引导破难。推动长三角一体化发展,要突出考核指挥棒的导向作用,建立更加精准的考核体系,引导各地兼顾“高质量”与“一体化”。特别是在各方都非常关注的利益分享方面,现有的统计、税务等制度规则短时间内难以突破,考核引导就更加重要。比如一体化示范区的水乡客厅正在探索“共同账”制度,对于本地引引的项目将来税收分享只有1/3,但是在考核中能否按照10%甚至更大权重进行评价?长三角一体化发展是一项开创性工作,要进一步完善鼓励创新、允许试错的机制,鼓励各地大胆尝试、大胆闯、大胆干。

(作者系华东师范大学长三角研究院院长)

松江六安“四六开”分利 破除产业转移核心难题

本报见习记者 王绎凌

在六安市金安经济开发区的六松现代产业园,安徽曼盛包装有限公司的厂房里,40条生产线正在陆续投产。

这家德国独资家族企业的扩产项目,占地30亩,投资1.1亿元,预计达产后年产值1.2亿元。它也是曼盛集团在中国的第一个自建工厂。

这个项目背后,有一个更大的故事。这不仅是曼盛集团深耕中国市场的关键一步,也是上海市松江区与六安对口合作首批落实利益共享“双分”机制的工业项目之一。近日,记者探访了上海松江与安徽六安共建的省际产业合作园区——六松现代产业园。

安徽曼盛包装有限公司是松江区向六安市推荐的第一个外溢型外资项目。但松江为什么愿意“送走”企业?

安徽曼盛包装有限公司负责人陈娅妮告诉记者,曼盛自2001年进入中国,总部一直设立在上海松江新桥镇,主要生产瓶盖、海绵涂沫器等包装产品,是联合利华、欧莱雅、强生等品牌的配套供应商。近年来,公司业务不断扩张,希望在长三角寻找工业区落户。

“我们资源有限,经验不足,只能找政府寻求帮助。”陈娅妮说。新桥镇相关部门在得知消息后,引荐了松江和六安共建的六松现代产业园。借助沪六对口合作框架,企业很快了解了六安当地的政策、意向和营商环境。

为什么松江向企业推荐六安?这就要提到两地“财税分成、统计分算”的利益共享“双分”机制。2024年11月,松江和六安签订了《六松现代产业园利益共享机制协议》,明确由松江区推荐落户六松现代产业园的工业项目,其五年内产生的税收,在松江、六安两地按“四六分成”分配,上海主动让

利,六安获得较大份额,五年后松江区不再参与分成。

两地的合作机制也得到了省级部门的支持。2025年2月,安徽省统计局、发展改革委与上海市统计局、发展改革委联合印发了《六松现代产业园(金安经济开发区)统计数据分析使用办法(试行)》,正式建立统计数据分析机制。从省级层面打破地域限制,明确对于纳入利益共享机制的企业,五年内固定资产投资、工业投资,规模以上工业总产值、增加值及营业收入等五项指标,在六安、松江两地同样按照6:4比例统计分算。

这意味着,松江区推荐落地六安的企业,其经济贡献不仅能反映在六安的报表上,还能体现在松江的经济统计数据中,这一点有利于调动项目推出地的积极性。

松江区派驻六安挂职干部、安徽六松现代产业园区运营管理有限公司总经理沈家林在接受媒体采访时表示:“这是跨省域合作的一次新尝试,我们对六安的帮扶不再是单方面‘输血’,而是合作共赢。”

这个机制解决的,正是产业跨区域转移中的核心难题——“转出地怕流失,承接地招商难”。现在,松江把项目推荐到六安,不仅能腾出空间,还能继续获得税收和统计数据的收益。

该机制实施后,松江区政府合作交流办会同六安市发改委在松江区召开利益共享机制说明会,向松江各街镇、园区详细解读政策,并定期摸排工业项目外溢转移信息。

第三个问题来了。机制建立了,企业为什么愿意落实?

曼盛是首批落实这一机制的项目之一。2024年,企业进入试生产阶段。

在此之前,曼盛决策层除了对松江的渠道下考察六安,也考察过合肥、巢湖等地。最终选择落地六安,陈娅妮给出几个理由:招商政策相对比

较好,交通方便,离客户也不远。“从用工成本、落户效率、交通条件几个维度来看,落在六安是比较合适的。”

曼盛六安项目从签约到拿地只用了一年时间。

这个速度也让曼盛德国总部感到惊讶。陈娅妮说,德国的经理为此专程送来了锦旗,“他们惊讶于中国速度。在德国,这是不可想象的”。

速度背后是当地政府的配合。陈娅妮提到,六松现代产业园有一个“专班班长”制度。园区派专人对接企业,“不用我们一个部门一个部门跑”。在申领营业执照时,由于公司法定代表人是德国人,不熟悉中国的认证流程。当地的专班班长得知情况后,帮忙梳理流程,沟通环节、简化手续,大大提高了办照效率。

那么,员工为什么愿意从松江来六安?

陈娅妮告诉记者,安徽曼盛目前有75名员工,其中9人是从上海松江来的员工,她自己也是其中之一,曾经



位于六松现代产业园内的安徽曼盛包装有限公司。

王绎凌 摄