

大灣區車展昨開幕 車企：「行業進入決賽殘酷賽段」 汽車業宜告別價格戰 走向品牌建設

行業前景

2026 粵港澳大灣區車展昨日在深圳開幕，2026 第四屆未來汽車先行者大會同期舉行。多家汽車企業掌門人在會上討論行業競爭與發展。阿維塔科技董事王輝認為，捲價格、同質化競爭已經沒有出路。真正的價值躍升需要靠長期主義的品牌建設和信任積累。蔚來董事長李斌認為，競爭邏輯從單點優勢比拼升級為體系化能力較量。企業必須在研發、供應鏈、製造、質量、銷售及用戶服務等全鏈條建立圍繞智能電動汽車的全新體系能力。

大公報記者 毛麗娟

「不僅是捲價格，也包括產品技術配置、生態配置、服務。」王輝昨日在演講中表示，過去三五年，所有汽車企業都在智能化、在新能源領域堆砌了大量技術，於是內捲成了最簡單最直接的出路。但捲到最後，捲的不是對手，而是自己的利潤。「沒有利潤的銷量是偽銷量，靠價格戰換來的規模是虛假繁榮。」王輝強調，汽車行業真正的價值躍升需要靠長期主義的品牌建設和信任積累。企業要從賣產品轉向強品牌，少一點數量，多做一些精品。

零跑：創新降本吸引消費者

零跑科技高級副總裁徐軍直言，價格是當下消費者最關注的事情，你不打價格戰，消費者可能就不買單。他認為，企業需要持續創新降本的能力，才能不斷滿足消費者對多快好省的需求。

中國汽車工業協會數據顯示，今年前4個月，內地汽車銷量644.7萬輛，同比下降20.6%。其中，傳統燃料汽車銷量352.7萬輛，同比下降21%。新能源汽車國內銷量292萬輛，同比下降20.2%。

蔚來：行業汰弱留強將提速

李斌在會上表示，汽車行業已進入決賽殘酷的賽段。他指出，落後品牌和技术將加快出清，未來一到兩年行業將面臨巨大考驗。隨着智能電動汽車技術路線的逐步收斂，產品同質化現象日益嚴重。行業正從品牌「混沌期」邁入「品牌澄清期」。用戶購車邏輯已從單純比拼續航、參數、加速，轉向更加重視品牌認同。競爭邏輯從單點優勢比拼升級為體系化能力較量。他透露，蔚來11年來累計研發投入超688億元（人民幣，下同），充換電領域累計投入超200億元。未來公司將在芯片、操作系統、集成技術、電池等底層研發領域持續加大投入，降低應用層面的研發投入，以鞏固技術實力。

吉利汽車副總裁李傳海強調，資源投入、生態協同與人才密度到位，是構建長期競爭力的關鍵。他認為，隨着L3試點擴大和L4規模化落地臨近，自動駕駛將在未來十年逐漸普及。未來的智能座艙將不再依賴固定界面和獨立APP，而是通過強大的AI智能體直接完成用戶需求閉環。他提出，車端超級入口將成為所有服務的連接者，率先掌握這一生態定義能力的企業，將掌握AI時代的商業落地話語權。



▲2026 粵港澳大灣區車展在深圳國際會展中心舉辦。本屆車展展示超過100個品牌與1300多款車型。

內地業界看車市發展

蔚來董事長 李斌

●企業必須在研發、供應鏈、製造、質量、銷售及用戶服務等全鏈條建立圍繞智能電動汽車的全新體系能力

吉利汽車副總裁 李傳海

●中國汽車已進入「無人區」，自動駕駛將在未來十年逐漸普及

零跑科技高級副總裁 徐軍

●價格是當下消費者最關注的事情，企業需要持續創新降本的能力，才能不斷滿足消費者對多快好省的需求

阿維塔科技董事長 王輝

●真正的價值躍升需要靠長期主義的品牌建設和信任積累，企業要從賣產品轉向強品牌

中國汽車年銷量料達5000萬輛 領先全球

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：乘聯分會秘書長崔東樹昨日在2026未來汽車先行者大會上表示，當下中國汽車年銷量為3500萬輛左右，預計短期內可以達到4000萬輛規模。未來，中國汽車銷量佔比全球市場有望實現40%、50%，甚至更高的比例，預計會達到5000萬輛規模。

「汽車會成為智能載體和規模化的大眾耐用電子消費品，基於此，汽車將成為引領中國製造業走向世界的產業。」崔東樹說。

吉利汽車副總裁李傳海強調，中國汽車全球化的本質不是低價走量。出海的真正意義在於讓中國技術、標準和供應鏈能力融入全球汽車工業體系，成為不可替代的一部分。阿維塔科技董事長王輝表示，公司產品

已進入海外40多個國家和地區。阿維塔品牌的海外市場表現，驗證了高端路線的正確性。「以我們的某產品為例，國內均價約28萬元（人民幣，下同），但在海外接近45萬元。在泰國，我們穩居豪華電動SUV銷量第一；在阿聯酋迪拜，阿維塔已佔據當地高端電動汽車10%的份額。今年年底，我們還將正式進入歐洲。」

取代花哨配置 安全實用成購車首選

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：100個汽車品牌、1300餘款車型參展2026粵港澳大灣區車展。當新能源汽車購置稅從「全額免徵」步入「減半徵收」。本屆車展的消費者不再為花哨配置買單，轉而用真金白銀投票給安全與實用。

20萬以內車型，比亞迪秦PLUS DM-i、吉利星瑞、大眾速騰、本田思域成熱門之選。這些車沒有花哨的手勢控制、沒有不可開啟的全景天幕，有的是百公里3.8升的實測油耗、扎實的底盤調校和經過百萬用戶驗證的可靠性。正如一位95後購車者所言：「自動啟停車就開，換擋撥片從來沒

用過，我要的是通勤省心，不是科技擺設。」

40萬級市場，奧迪Q5L、奔馳GLC、寶馬X3仍是中年換購的「鐵三角」，但新勢力



也在撕開缺口——理想L8憑藉家用舒適性、蔚來ES6依託換電體系，各自圈定了忠實用戶。這一群體的共同特徵是：不看屏幕數量，看碰撞測試成績；不比零百加速，比突發情況時誰更安全。

有分析認為，安全與實用，正在殺死汽車品牌推出的「雞肋配置」，消費者普遍不再看重汽車的華麗配置清單，當補貼退潮，真正站穩的，永遠是那些把安全做到骨子裏、把實用刻進產品基因的車型。

▲車展上，消費者看重汽車的實用性與安全性。大公報記者毛麗娟攝

騰訊新總部加碼硬科技 全場景AI試驗場

【大公報訊】記者郭若溪深圳報道：深圳前海大鐘灣騰訊總部園區自去年10月試運營，今日迎來首個「企鵝開放日」。從消費互聯網到產業互聯網，再到加碼前沿AI與硬科技，騰訊以總部園區為試驗場，推動自動駕駛、具身智能、AI大模型等前沿技術加速落地，開啟新一輪增長周期。

園區內L4級自動駕駛小巴承擔接駁任務，搭載騰訊自研算法，遇行人自動避讓、精準停靠站點，穿梭於地鐵站與辦公樓之間；安防機器人依

託自研Tairos具身大模型，自主巡檢、上報異常。走進騰雲中心展廳，動態數據星雲流光溢彩，騰訊混元大模型實時交互演示，前沿技術從實驗室走向大眾視野。

開放日以「Hi Buddy，給生活加點ai」為主題，戶外公共區域化身為一個巨大的科技文化新空間。園區內，鵝廠IP打卡裝置趣味十足，金鐘鏢之戰麥當勞主題門店香氣四溢，科技感、潮流感與煙火氣相融，成為深圳新晉網紅打卡地。

「這不僅僅是一個辦公區，更像是一座與城市共生的公園。」

科技是可玩可感可用

在AI創造市集，可沉浸式體驗多款AI產品。在微信展區，無需代碼基礎，跟隨指引三分鐘即可「手搓」一個專屬小程序，操作簡單易上手；QQ音樂展區，輸入心情關鍵詞，AI即時生成專屬「人生BGM」，旋律貼合情緒；騰訊新聞AI展區，一鍵釐清熱點事實，信息獲取高效便捷；QQ展區，一句話生成創意短視頻，畫面精美、風格多樣，讓創意表達零門檻。現場不少家長帶着孩子體驗AI繪畫、互動遊戲、智能問答，科技不再遙遠，而是可玩、可感、可用的日常。

在「產品經理組團見用戶」的環節，騰訊混元、WorkBuddy等業務的產品經理走出辦公室，直接在展位前傾聽用戶的「吐槽」與建議，將研發的「後台」完全展現給用戶面前。「我想對鵝說」留言板寫滿文字，從功能優化建議到AI創意暢想，AI時代更強調技術服務於人、貼合真實需求，騰訊將用戶反饋視為產品迭代核心動力。



掃碼聯片

鴻蒙生態設備突破13億台

【大公報訊】記者敖敏輝廣州報道：華為終端BG鴻蒙智能硬件生態業務部總裁楊海松表示，華為的鴻蒙智能終端設備已經超過6000萬台，並積極推動鴻蒙生態產品的發展，截至目前，鴻蒙生態的設備數量已經超過13.4億台。他強調，開源鴻蒙生態快速成長，社區代碼貢獻者已超過1.3萬人，其中，30%為非華為的開發者，華為正從開源鴻蒙的使用者、貢獻者轉變為「產業全域使能者」。

今次開源鴻蒙開發者大會2026（OHDC.2026，下稱「大會」）日前在廣州開幕，據會上消息，開源鴻蒙社區代碼量已從6年前的700萬行迅猛增長至1.4億行。當前，開源鴻蒙已進入產業規模化落地的新階段，產品全面覆蓋手機、平板、電腦、電視、穿戴設備等各個行業智能終端，最新數據顯示，鴻蒙智能硬件生態設備累計數已超過13億台。

佳都推軌道交通操作系統

佳都科技旗下專注開源鴻蒙交通行業發行版的深圳佳都開鴻鴻蒙科技有限公司，在大會上推出了面向交通行業的首個國產操作系統——「交通佳鴻」。「交通佳鴻」已深度參與深圳地鐵全國首個開源鴻蒙智慧車站科研項目，目前已在6個城市、10條地鐵線路、超過40座車站部署應用。佳都佳開鴻總經理李傳劍透露，「交通佳鴻」也在加速「走出去」，包括正加強與泰國軌道交通方面的合作。同時，也在推動鴻蒙在香港智慧交通領域的落地應用。



▲佳都科技在大會上展示「交通佳鴻」在軌道交通中的運用。大公報記者敖敏輝攝

騰訊總部園區核心亮點

- 騰訊總部園區佔地80.9萬平米，總建面超300萬平米
- 標誌性建築騰雲中心（雲樓）由馬岩松設計，三座聯通圓形建築，會議、展覽、辦公一體化
- AI硬科技應用：自動駕駛小巴（L4級）、具身智能巡邏機器人
- 開放配套：戶外公共區域對外開放；兩所九年制學校面向全市招生
- 辦公與生活：80%工位享海景；企鵝公寓4000多套，月租2000-2600元，優先應屆生、無房員工

大公報記者郭若溪整理



▲騰訊總部園區今日將首次舉辦公眾開放日。大公報記者郭若溪攝

外國KOL打卡：這裏就是「未來之城」

打破傳統 騰訊總部園區打破傳統產業園高牆，公共廣場、文體中心全部對外開放，兩所9年制學校面向全市招生。騰雲中心前，圓形建築與山海雲霧相融，更像一座向城市敞開的「公共客廳」。

騰雲中心主設計師馬岩松表示，騰訊董事會主席兼CEO馬化騰在規劃階段就反覆強

調，園區要思考「能給城市帶來什麼」，而非單純服務企業。

來自比利時的生活科技博主戴盧可（圓圖）現場體驗後驚嘆：「I've never seen an office like this.（我從未見過這樣的辦公室）」他特意打卡了由MVRDV設計的「梯田」狀企鵝公寓，並在社交媒體上直播了乘坐自動駕駛小巴穿梭園區的過程。戴盧可還對着鏡頭展示

他用騰訊文檔AI生成的旅行攻略，「這裏的AI不是冷冰冰的代碼，而是像Buddy（夥伴）一樣溫暖好用。」

「樓頂可以散步看日落，樓下就是海。這裏的每一個工作崗位都像在度假，但產出的卻是最前沿的AI技術。」中阿衛視記者畢諾認為，騰訊把技術開放給用戶、把園區開放給城市，這種開放心態，是全球科技企業少見的格局。

大公報記者郭若溪