

# 合资车企电动化转型 中方技术成新引擎？

闻言培

在汽车产业的漫长发展历程中，合资品牌一直是重要力量。但在当下，全球汽车产业正处于向电动化转型的关键时期，合资品牌也面临着前所未有的挑战与机遇。曾经，海外汽车品牌凭借技术优势，在合资模式中占据主导地位，中国市场以“市场换技术”。可如今，风水轮流转，随着中国在电动化、智能化领域的飞速发展，不少合资品牌开始以中方技术为主导来打造电动化产品，这一转变意义深远。

## 合资车企转型迫在眉睫

近年来，中国新能源汽车市场呈爆发式增长。据中汽协数据，2024年新能源汽车渗透率已突破35%，消费者对电动汽车的接受度显著提升。中国品牌凭借早期布局与持续创新，不断扩大市场版图；新势力车企以科技为驱动，加速产品迭代抢占细分领域。在这样的竞争态势下，曾经占据市场主导地位的合资品牌受到巨大冲击。据相关数据显示，2022年前，合资品牌在华市占率一度高达70%，但到了2025年3月，这一数字已暴跌至24.7%。面对如此严峻的形势，合资品牌不得不放下往日的身段，积极寻求变革之道，而以中国技术主导的电动化转型，成为了它们在这场激烈竞争中绝地反击的关键战略。

## 开启“合资标，中国芯”的时代

智能化体验被广受诟病的广汽丰田是第一个吃螃蟹的人。今年3月初推出的铂智3X宛如一颗重磅炸弹，在汽车市场激起千层浪。它以10.48万元的起售价，成为首款搭载激光雷达全场景智能驾驶辅助功能的十万元级车型。这款车的诞生意义非凡，它是基于中国用户需求深度开发的成果，并且由中方团队主导设计。其上市首日订单便破万，服务器一度因订单量过大而宕机，如此火爆的市场反应，有力地证明了其产品策略的成功。

铂智3X的成功绝非偶然。在产品研发过程中，中方团队充分发挥对中国市场和消费者需求的深刻理解，精准把握中国消费者对于智能驾驶功能的强烈渴望以及对价格的敏感度。通过巧妙整合本土技术资源，实现了“高配低价”的产品定位，成功打破了消费者心中“智能化必高价”的刻板印象。这不仅是一款车型的胜利，更是广汽丰田在电动化、智能化领域探索出的一

条全新道路，为后续产品的研发与市场拓展奠定了坚实基础。

而即将推出的铂智7X，它将搭载华为鸿蒙座舱，华为在智能座舱领域的技术实力有目共睹，其鸿蒙系统以流畅的操作体验、丰富的生态应用以及强大的兼容性著称。广汽丰田与华为的强强联合，无疑将为铂智7X注入强大的智能基因，使其在激烈的市场竞争中脱颖而出。这一合作也标志着广汽丰田在电动化、智能化转型道路上迈出了更为坚定的步伐，通过引入中国先进技术，不断提升产品的核心竞争力。

同为日系头部合资品牌的东风日产紧随其后，N7作为首款由中方团队主导开发的纯电车型，展现出了令人惊叹的“中国速度”。其研发周期仅为18周，如此短的时间内打造出一款全新的纯电车型，在汽车行业实属罕见。这一成就的背后，离不开中方团队对供应链的精准把控以及高效的研发协同能力。

在技术配置上，东风日产N7采用了欣旺达电池，欣旺达作为国内知名的电池供应商，在电池技术研发和生产制造方面拥有丰富的经验和强大的实力，为N7提供了可靠的动力保障。车机系统搭载了DeepSeek AI大模型，该模型具备强大的智能语音交互和数据分析能力，能够为用户提供更加个性化、智能化的驾乘体验。同时，N7还与国内Momenta合作推出一段式端到端组合驾驶辅助系统，Momenta在智能驾驶领域的先进技术，使N7在驾驶辅助功能上达到了行业领先水平。

东风日产N7的成功推出，标志着合资车企在电动化转型过程中，从以往的“技术输入”模式逐渐向“生态共建”模式转变。通过深度整合本土技术资源和供应链体系，充分发挥中方团队的优势，不仅能够大幅缩短研发周期、降低研发成本，还能使产品更好地满足中国市场的需求，在激烈的市场竞争中抢占先机。

在今年上海车展大放异彩的上汽通用别克发布了“逍遥”超级融合架构，这是其在电动化领域的一次大胆创新和全面布局。该架构具有3+3+3全域拓展能力，能够覆盖MPV、SUV、轿车等全品类

车型，同时支持纯电、插混、增程三种动力形式，以及前驱、后驱、四驱三种驱动方式。这种强大的全域拓展能力，使别克能够根据市场需求和消费者偏好，快速、灵活地推出多样化的新能源车型，满足不同用户群体的个性化需求。

在技术整合方面，“逍遥”超级架构整合了宁德时代6C超快充电电池，宁德时代作为全球领先的电池制造商，其6C超快充电技术能够大幅缩短充电时间，为用户带来更加便捷的充电体验，有效解决了消费者对于新能源汽车续航焦虑的痛点。智能辅助驾驶采用Momenta L2城区辅助驾驶技术，Momenta的先进算法和传感器技术，为车辆提供了精准的路况感知和可靠的驾驶辅助功能，提升了行车安全性和舒适性。此外，还搭载了高通8775芯片，为车机系统提供了强大的运算能力，确保智能座舱的流畅运行和丰富功能的实现。

“逍遥”超级架构的推出，是上汽通用别克完全立足中国市场，针对中国消费者需求和市场特点打造的全域新能源架构。其技术自研率超70%，充分体现了别克在电动化转型过程中的技术实力和创新能力。通过整合国内优质技术资源，打造具有竞争力的新能源产品平台，别克有望在电动化市场中开辟出一片属于自己的新天地。

同样在今年上海车展首发亮相的一汽奥迪全新A5L也引起了行业内外广泛关注。它首次深度融合华为乾昆ADS 3.0系统，这一合作堪称奥迪在智能化领域的重大突破。长期以来，奥迪在燃油车领域凭借其卓越的机械制造工艺和豪华的品牌形象，赢得了众多消费者的青睐。然而，在智能化浪潮席卷而来之际，奥迪在智能辅助驾驶等领域的短板逐渐显现。

华为乾昆ADS 3.0系统的引入，为奥迪A5L带来了全新的智能化体验。该系统具备高度先进的自动驾驶算法和传感器融合技术，能够实现精准的路况感知和高效的驾驶决策，为用户提供更加安全、便捷的驾驶辅助功能。根据规划，到2025年，奥迪在华所有新品都将搭载华为智能辅助驾驶

功能，覆盖燃油与纯电平台。这一宏伟计划的实施，将使奥迪全面拥抱智能化时代，有效弥补其在智能化领域的不足，提升产品的整体竞争力，重塑其在豪华车市场的智能化形象。

## 技术、研发与市场的深度整合

不难发现，越来越多合资汽车品牌在电动化转型过程中，正积极且深入地整合中国技术架构。中国在智能电动车产业链方面的成熟度已位居全球领先地位，宁德时代、华为、Momenta等企业在电池技术、智能驾驶、智能座舱等领域形成了强大的技术壁垒。合资品牌通过与这些中国企业合作，能够快速补齐自身在三电、智驾、座舱等关键领域的短板。

在研发方面，合资品牌将研发决策权逐渐从海外总部转移至中国，让中国团队主导产品定义。例如，丰田宣布在华研发体系由中国团队主导；广汽丰田铂智3X打破日方工程师掌舵惯例；奥迪A5L开发中泛亚技术中心深度参与。这种“去总部化”的变革，使得产品能够更加贴合中国本土市场的需求，大大提高了产品研发的针对性和有效性。同时，本土化研发还能够大幅压缩开发周期与成本。东风日产N7的18周研发周期以及铂智3X的“ALL IN”定价策略，都得益于中方团队对供应链的精准把控和高效运作。

中国消费者对智能配置的高敏感度，也促使合资品牌在市场策略上做出重大调整。它们纷纷放弃以往“挤牙膏式”的技术下放模式，转而采用“顶配即标配”、“技术平权”等策略，力求在产品智能化方面满足中国消费者日益增长的需求。通过提供丰富的智能配置和高性价比的产品，合资品牌试图重新赢得中国消费者的青睐，在激烈的市场竞争中重新夺回一席之地。

