

合资品牌如何破局“智电平权”

李其 文/图

今年3月,广汽丰田首款新势力纯电SUV铂智3X正式上市,一小时内订单破万,且高阶智能驾驶辅助版本的占比超60%。值得一提的是,铂智3X还在汽车之家、懂车帝、易车等平台登上4月合资新能源销量榜单第一。这一成绩背后,不仅是消费者对合资品牌技术实力的认可,更折射出广汽丰田对“智电平权”的深刻理解,当技术普惠与品牌底蕴结合,合资车企的转型之路或将迎来新范式。

技术突围: 从“跟随者”到“定义者”

在智能电动化浪潮中,合资品牌或被调侃“大象转身慢”,但铂智3X的诞生打破了这一固有印象。作为广汽丰田“研发自立化”的首款产品,铂智3X的诞生并非简单对标新势力,而是依托丰田全球安全标准与中国本土化研发能力,重新定义“高价值纯电SUV”。

实现智能驾驶辅助的“普惠化”突破。铂智3X将激光雷达高阶智能驾驶辅助系统的入门价拉至14万元级,配备英伟达Orin X、含激光雷达的感知元件矩阵,并采用Momenta



“一段式端到端”大模型算法,实现覆盖高速领航、城区领航、多场景泊车的全场景高阶智能辅助驾驶。这一策略背后,是广汽丰田对市场需求的精准洞察——当智能辅助驾驶从“炫技”走向“实用”,技术普及才是市场竞争的关键。

秉持对安全冗余的“丰田式”坚守,在追逐参数与功能的行业环境中,铂智3X展现了广汽丰田的品牌定力。新车采用ESP+iBooster双冗余制动助力系统,车身高强度材料占比达72%,电池包通过500余项安全测试,全面满足2026年动力蓄电池安全新国标……这种“安全平权”的坚持,既是对丰田“以人为本”造车理念的传承,也为行业提供了“技术激进≠安全妥协”的实践样本。

品牌重塑: 平衡“新势力化”与“丰田基因”

铂智3X被定义为“很新势力,也很丰田”,这一看似矛盾的表述恰恰揭示了广汽丰田的



转型逻辑:既要拥抱智能化变革,也要守住品牌核心价值。

产品力层面,空间实用性“反内卷”,以2765毫米轴距打造“A级定位、B级轴距、C级后排空间”,7岁儿童可直立的后排高度、3米座椅组合“大平层”、30处收纳设计,直击家庭用户刚需;智能交互“实用便利”,全系标配8155算力芯片,配备同级罕见的四音区语音交互控制,体现丰田“够用、可靠”的产品哲学;定价策略“精准破局”,铂智3X共推出7款车

型,入门款低至10.98万元,填补合资品牌在10万—15万元智能纯电车型市场。

战略层面,广汽丰田将铂智3X定位为“合资2.0时代的诚意之作”,其核心是通过“中国自研”新体制实现三个转变。研发模式上,从全球车型本土化适配转向针对中国市场的原生开发;技术标准上,在保持丰田安全基因的同时,引入新势力擅长的智能化快速迭代能力;用户认知上,以“触手可及的科技”重塑合资品牌“高价值”形象,而非单纯依赖品牌溢价。

行业启示: 合资品牌的“破局密码”

铂智3X的市场初战告捷,为合资车企的电动化转型提供了三点启示。技术普惠比参数堆砌更重要,用户往往更关注功能可用性与成本合理性;安全与品质仍是王牌,汽车行业研究公司J.D. Power发布的《中国车辆可靠性研究报告》引发热议,“可靠性”仍是消费者购车首要考量;本土化不是“改配置”,而是“建生态”,从供应链到研发体系,广汽丰田通过在苏州建成智驾研发中心,与华为、Momenta等科技企业深度合作系列举措,逐步构建深度本土化能力。

铂智3X的登场,不仅是广汽丰田的技术宣言,更展现了合资品牌在智电时代的生存智慧。既不盲目追随新势力的“颠覆叙事”,也不固守传统燃油车时代的路径依赖,而是以用户真实需求为锚点,在创新与传承间找到平衡点,以“长期主义”应对智电变局。

智电转型不是百米冲刺,而是一场马拉松,既要跑得快,更要跑得稳。当行业从“流量狂欢”回归“价值创造”,或许这正是合资品牌重新定义竞争规则的新起点。

日产(中国)开启女性领导力提升课程

杨晓芳 文/图

5月16日,由中国妇女发展基金会(以下简称“中国妇基会”)、清华大学经济管理学院中国创业研究中心、日产(中国)投资有限公司(以下简称“日产(中国)”)共同举办的“NI未来可期”女性领导力提升开课仪式,在清华大学校园内举行。日产(中国)的女性高管与来自不同业界的女性代表共同围绕职场女性在社会与组织发展中的核心价值等话题展开了圆桌对话。

作为此次活动支持方,日产汽车始终秉持多元、公平与包容的企业文化和可持续发展理念,释放女性潜能。日产(中国)管理委员会主



席、东风汽车有限公司总裁马智欣分享了日产汽车在DEI领域的全球实践。随着“她经济”时代到来,女性在消费决策、科技创新与社会

治理中的影响力日益彰显。据悉,日产汽车经理以上管理层女性占比达到15.9%,其中包括5位女性副总裁。

在活动的圆桌论坛环节,各行业女性代表就未来职场中的女性领导力趋势与机遇等进行了深度探讨,并分享了企业通过提升女性领导力实现业务增长的成功案例。从研发、设计到营销,日产汽车的女性员工都在积极参与,从产品功能规划到与用户体验的各个环节,充分考虑了女性消费者和家庭的需求。例如近期上市的“最家”纯电轿车N7,作为日产汽车首款在中国设计、开发的车型,其强大产品实力的背后更是充分体现了“她智慧”。

面对关于家庭与事业平衡的课题,日产汽

车鼓励员工通过高效的时间管理和灵活的角色转换,兼顾职场与家庭责任,并推出弹性工作制、远程办公、育儿假等系列政策,来减轻女性员工压力。除此之外,日产汽车总部还设立了托儿所,西装革履的爸爸或者身着职业套装的妈妈推着婴儿车来上班,这是日产汽车一道独特的风景。

此次女性领导力提升课程的开启,标志着日产汽车在推动社会可持续发展方面迈出新步伐。作为最早进入中国市场的外资品牌之一,日产汽车正以“在中国,为中国、向全球”战略深化本土化创新,未来还将通过企业文化核心与女性友好政策,助力每一位员工实现自我价值。

传祺向往 M8 乾崑亮相深圳文博会

Aico 文/图

5月22日,第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上,广汽集团携手华为、中央广播电视总台国重实验室发布“人车家—文化科技引领未来生活态”。同时,传祺向往M8乾崑系列通过连续5天不同主题的深度演绎,展现科技和文化相互赋能之下未来生活的更多可能。

向往M8乾崑的设计通过“视、听、触、味、嗅”五感沉浸,将五千年文明精髓融入当代出行场景。将“一品麒麟”设计哲学贯穿整车,带来“阅千山、行万水”的东方意境;深海级静谧座舱配合雅马哈全景声高级音响,打造听觉殿堂;结合Nappa真皮座

椅、白桤木真木饰板、粤绣非遗技艺,让舒适与非遗完美融合;搭载支持超宽温域“三温四控”智能大冰箱,实现集杀菌、冷藏、保温、加热功能于一体;配备多种味道的智能香氛系统,带来“常闻常新”的嗅觉享受。

用场景化思维重构高端出行。新车搭载DeepSoft健康零重力座椅、24点全身SPA按摩系统,运用“摩天轮”机械推揉技术、石墨烯生命光波颈枕技术,让座椅“坐得更舒服、更健康”。此外,还通过丰富的应用和外设生态、无缝无感知的流转和互联、随心便捷的车控家等,打造出第三生活空间。用户既能三指轻划实现影视内容跨屏流转,也能通过语音指令调节车内环境与家居设备,让超过5万款移动应用和



75个原生车机应用自如流转,构建起覆盖影音娱乐、远程办公、智慧生活的数字生态。

向往M8乾崑融合传祺大厂制造安全、

华为乾崑智能安全、宁德时代电池安全,守护用户每一次出行。新车配备192线激光雷达、800万高清前置双目摄像头、高精度4D毫米波雷达等,构建“无死角”感知网络;通过CAS 3.0系统,实现“五维安全”守护;与宁德时代联合研发骁遥增混电池,形成软硬一体的安全守护;采用“八纵十九横”车体结构,打造720°全向安全堡垒……这“黄金三角”的高效协作,有力地阐述了安全不仅是技术承诺,更是对生命的守护。

当移动出行升维为生活方式载体,传祺向往M8乾崑通过实现技术突围,以东方智慧对“人车家”生态进行创造性诠释,让科技的温度渗透至每个移动出行场景。