

北京车展汇集全球汽车产业力量 中外企业积极牵手智能化



4月24日,在北京车展上,吉利原生Robotaxi原型车首次亮相。记者 史丽 摄

4月24日,2026北京车展开幕。记者 史丽 摄

◎记者 俞立严 陈铭 刘暄

4月24日,两年一届的北京国际汽车展览会(简称“北京车展”)拉开帷幕。作为中国今年最大的车展,2026北京车展首次采用中国国际展览中心(顺义馆)与首都国际会展中心两馆联动办展,总展出面积达38万平方米,规模跃居全球车展首位,进一步巩固了其世界车展引领者的地位。在为期10天的展期内,来自全球的汽车产业力量将集中展示电动化、智能化转型的最新成果。

上海证券报记者在车展采访获悉,人工智能与汽车场景已经开始深度融合,智能驾驶与智能座舱成为车企现场展示的重头戏。在汽车智能化的浪潮下,大众、宝马、华为、小鹏等中外企业围绕汽车智能产业展开新一轮合作,取长补短,实现多赢,成为本届北京车展一大看点。

国际车企巨头融合中国创新成果

北京车展首日,大众汽车集团展台前聚集了大批观众。作为全球规模最大的车企集团之一,大众旗下四款新车型在北京车展完成全球首秀,集团发布了“全域智能体AI”产品技术路线图。

“因为中国,我们更进一步。”大众汽车集团管理董事会主席奥博穆(Oliver Blume)明确表示:一方面,中国是大众汽车集团全球转型的核心,也是集团实现全球战略目标的关键基石;另一方面,继电动化与高级驾驶辅助功能普及之后,汽车行业正迈入智能体AI赋能的新阶段。奥博穆介绍,大众汽车集团目前正通过“在中国,为

中国”的长期实践,将德系精工品质与中国市场的创新速度相结合,持续推动自身进步并深度参与中国汽车产业的转型升级。

一位现场参展的大众合作方负责人告诉记者:近几年,他感受到跨国车企在中国市场的竞争逻辑正在发生变化,过去更强调品牌全球化,如今则围绕中国用户需求和本土智能化趋势展开。大众汽车工作人员现场介绍:自2026年起,大众汽车集团旗下基于CEA架构的新车型都将在车端搭载智能体AI;同时,新一代CEA2.0架构将于2027年推出,基于更强的中央计算平台打造“驾舱一体”智能驾乘体验。

作为中外合作的重要成果,大众汽车集团与小鹏汽车合作的首款车型——“与08”也亮相北京车展,这款基于双方联合开发CEA电子电气架构的纯电中大型SUV,不仅是一款新车型,也象征着一种全新合作范式正在汽车产业内落地生根。双方负责人对记者介绍,在分工与融合的深度上,此次合作已经远超传统汽车行业“技术采购”的模式。智能座舱方面,小鹏Xmart OS的融入程度达到了新高度;智能驾驶系统方面,新车全系搭载了小鹏VLA全场景智能驾驶辅助系统。

大众的选择不是孤例。同为德系车企巨头的宝马集团有关负责人在北京车展期间披露了与中国智能驾驶企业Momenta的合作新进展。宝马集团在本届车展上作全球首秀的三款新车型均搭载了双方联合开发的L2级领航驾驶辅助系统,该专属解决方案为中国复杂的交通环境量身打造,覆盖城市、高速、泊车等“点对点”场景。

宝马集团董事长齐普策表示:通过与

中国合作伙伴一起打造中国专属新车型的经验,宝马集团未来将持续将全球领先的技术平台,与围绕中国客户需求和偏好开发的本土化解决方案相结合。“这是一次在前沿技术、驾舱体验和设计语言上的重大飞跃。”齐普策说。

吉利和奇瑞主动牵手英伟达

开放合作,取长补短。在本届北京车展上,中国车企与科技企业的合作同样密集。开展首日,华为相关展台成为展馆内人流最集中的区域之一。华为乾崮、华为鸿蒙智行、华为数字能源等均在车展现场设立独立展台,问界、智界、享界、尚界、尊界等合作新车型集中亮相,华为与东风、广汽联合打造的问界、启境品牌新车也首次参展。

华为智能汽车解决方案BU CEO 靳玉志介绍,目前,华为乾崮已与25个车企品牌、超过50款车型合作,华为乾崮智驾ADS累计整车搭载量已经突破170万辆,截至4月18日,华为乾崮智驾累计辅助驾驶里程突破了100亿公里。

作为中国汽车行业的老兵,奇瑞汽车主动牵手国际科技巨头英伟达。北京车展期间,奇瑞汽车宣布与英伟达达成全球战略合作,覆盖智能驾驶、座舱AI、机器人三大核心领域,将采用英伟达DRIVE Hyperion平台,面向L3/L4级高阶智能驾驶以及新一代智能座舱展开合作。

4月24日,吉利汽车集团CEO 淦家阅在车展现场对记者介绍,今年初,他率吉利研发团队到访英伟达硅谷总部,吉利汽车与英伟达未来将强强联手,共同探索下一代智能驾驶芯片的多维度合作,涵

盖技术路线、联合研发及资本等层面。目前,吉利正在推动集团层面的技术整合,千里浩瀚G-ASD将成为所有品牌的统一智驾底座。这意味着,未来英伟达的平台接入,将能一次性触达多车型和多用户,实现快速规模化部署。

除了技术引进,中国车企还通过跨国合作参与全球汽车技术协同。展会现场,吉利、雷诺与沙特阿美合资成立的浩思动力展示了其全链条动力解决方案。现场工作人员介绍,浩思动力已建成覆盖中国、欧洲、南美洲的5大研发中心与18个生产制造基地,服务雷诺集团、吉利汽车、沃尔沃汽车、日产、奔驰等全球主流车企。

4月24日,小马智行在2026北京车展宣布,2027版Robotaxi整车总成本下探至23万元内,并发布业内首款全车规全冗余L4级无人轻卡。小马智行CEO王皓俊介绍,在自动驾驶出租车领域,中国在全世界优势显著,包括规模化运营、用户接受程度以及运营复杂度覆盖等方面。目前,中国在自动驾驶出租车领域处于领先地位,中国企业未来有望向海外持续拓展业务合作。

中国汽车流通协会乘用车分会秘书长崔东树表示:当前,国内传统车企正以“合作联合”为核心快速补齐短板,合资品牌则通过导入中国智驾方案、电池技术等,加快适配中国市场需求。“本届北京车展不仅有整车企业的同台竞技,更有全产业链的协同展示。整车企业、零部件企业、科技企业形成联动,推动‘车+万物’生态落地,加速汽车产业与人工智能、物联网等领域的跨界融合,构建全新的未来出行生态。”崔东树说。

■记者观察

温婉苏州,硬核追“光”

◎钱佳滢 记者 仲茜

粉墙黛瓦, 丝绸锦绣, 藏着人们对温婉江南的想象。以苏式园林和苏工苏作闻名于世的苏州,如今因硬核科技实力再度扬名。

4月24日, 联讯仪器登陆科创板。上市首日, 这只“苏州股”开盘大涨800%, 盘中一度涨超950%, 市值一举突破820亿元, 以799元的收盘价跃居A股股价排行榜前五。

联讯仪器荣膺“年内最赚钱新股”, 并非偶然。作为业内极少数覆盖光通信全产业链核心测试环节的企业, 联讯仪器成立9年来, 紧跟行业发展趋势提前布局, 紧贴头部客户需求攻关技术, 逐步使产品指标比肩海外。

在成为全球第二家量产1.6T光模块全套核心测试仪器的企业后, 联讯仪器的下一个目标, 是同步甚至领先于海外企业, 推出3.2T光模块测试设备。

距离联讯仪器总部13公里处, 坐落着另一家“追光者”——长光华芯。在它的总部大楼内, 一条光子产业链悄然成形。其与苏州高新区联合共建的苏州半导体激光创新研究院, 如今已孵化企业12家, 形成覆盖上游材料到下游应用的完整布局。

一个月前, 孵化企业之一星锐光子的硅光平台开工仪式在苏州高新区举行。这一平台, 凝聚长光华芯、亨通光电、东辉光学等行业龙头力量, 计划建设全国首条8英寸90nm制程硅光产线和异质异构集成平台。

点点“光”芒, 聚而生辉。特色鲜明的光子产业集群, 在苏州高新区逐渐成势。目前, 全区集聚上下游企业300余家, 产值接近900亿元。

光子和光制造, 在2026年被列为苏州市十大重点新兴产业之一。算力需求爆发式增长的当下, 光子技术产业革命被视为在光电半导体领域“换道超车”的重要机遇。

追“光”的热情, 直接体现为资本市场的热度。近期, A股“苏州板块”光子产业链企业备受关注。东山精密市值突破3400亿元, 成为苏州首家跻身“3000亿元俱乐部”的上市公司。过去一年, 永鼎股份涨超6倍, 长光华芯涨超5倍, 天孚通信涨超5倍, 多家企业迎来集体崛起。

坐拥万亿级电子信息产业与接近5万亿元规上工业总产值的苏州, 掌握拥抱AI时代不可或缺的精密制造能力与扎实产业底座, 深厚的制造业积淀, 正快速转化为苏州发展新兴赛道的独特优势。

深谙自身长板的苏州, 在新型工业化的主战场锚定“AI+制造”, 以迈向智能化、绿色化、融合化的制造业, 继续做强实体经济, 在江苏推进中国式现代化走在前做示范中勇挑大梁。而资本市场中亮眼的“追光者”, 正是苏州打造具有国际竞争力的“智能制造之城”不可或缺的坚实力量。

安排近2亿元消费券 上海“五五购物节” 深化文商旅体展联动

◎记者 郭晓萍

4月24日, 上海市商务委员会在上海市人民政府新闻发布会上介绍, 第七届上海“五五购物节”将于4月30日正式启动, 贯穿多个重要节日消费节点, 打造“1+21+16+X”活动体系, 即1场启动仪式、21项市级重点活动、16个“一区一主题”活动、超百场重点企业市场化特色活动。

据介绍, 本次“五五购物节”实现商圈、商街、商场、品牌企业、电商平台、终端产品全覆盖, 消费人群全覆盖, 成为打响“上海消费”品牌的标志性活动。21项重点活动涵盖了文商旅体展联动、首发经济引领、大宗消费提质、数字消费创新、民生服务普惠等五个方面。

深化文商旅体展联动是此次购物节的一大亮点。上海将升级“五五购物节——爱购上海全球大直播”, 在“五五购物节”启动当日面向全球消费者开启31天主题直播, 推介“上海定制”“首发上海”等城市IP。同时, 结合“精彩夜上海”、上海国际咖啡文化节、上海环球美食汇、上海国际邮轮节、上海国际花卉节、2026乒乓球嘉年华等推出多元特色活动, 上海将深度融合夜间经济、美食文旅、体育赛事等业态, 联动商圈、园区、景区、街区等各类消费场景, 实现资源互通、业态互融、场景互补, 进一步丰富消费供给、拓展消费空间。

在数字消费创新领域, 2026上海数字生活节暨双品网购节将联动电商平台、品牌企业、商圈商场等推出40余项线上线下融合促消费活动, 聚焦美妆、数码、家电等品类, 推出满减等优惠。上海信息消费节聚焦人工智能、元宇宙+X”活动体系, “首发上海”等城市IP。同时, 结合“精彩夜上海”、上海国际咖啡文化节、上海环球美食汇、上海国际邮轮节、上海国际花卉节、2026乒乓球嘉年华等推出多元特色活动, 上海将深度融合夜间经济、美食文旅、体育赛事等业态, 联动商圈、园区、景区、街区等各类消费场景, 实现资源互通、业态互融、场景互补, 进一步丰富消费供给、拓展消费空间。

在数字消费创新领域, 2026上海数字生活节暨双品网购节将联动电商平台、品牌企业、商圈商场等推出40余项线上线下融合促消费活动, 聚焦美妆、数码、家电等品类, 推出满减等优惠。上海信息消费节聚焦人工智能、元宇宙+X”活动体系, “首发上海”等城市IP。同时, 结合“精彩夜上海”、上海国际咖啡文化节、上海环球美食汇、上海国际邮轮节、上海国际花卉节、2026乒乓球嘉年华等推出多元特色活动, 上海将深度融合夜间经济、美食文旅、体育赛事等业态, 联动商圈、园区、景区、街区等各类消费场景, 实现资源互通、业态互融、场景互补, 进一步丰富消费供给、拓展消费空间。

一是继续实施家电数码换新补贴, 同时加码推出自主品类购新补贴政策, 家居焕新节将联合海尔、美的、海信、格力等50余家头部品牌, 发布千余款畅销新品, 推出“国补”叠加“企补”折上折, 最低可至5.5折。

二是继续实施汽车以旧换新补贴, 开展形式多样的汽车促消费主题活动。据了解, 上海汽车消费节推出“汽车+露营”“汽车+市集”“汽车+宠物”等多元化跨界消费模式, 并开展购车消费补贴加码、汽车赛事互动体验、汽车主题展会等特色活动。

三是有效发挥活动叠加力度, 凡是在上海的零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务八大行业消费, 开票金额满100元即可参加抽奖, 持续激发市民和来沪游客消费热情。

四是推出“一区一主题”特色消费活动, 各区共安排近2亿元消费券。以浦东新区为例, 本次购物节期间, 浦东将发放2000万元“乐购浦东”消费券, 创新增加浦东机场免税店即刷即用消费券, 通过免税店的线下消费券投放, 精准助力出境消费回流与入境旅客在地消费。黄浦区则推出“花花券”打卡活动, 与蚂蚁集团合作, 在全区设置千余个打卡点位, 消费者通过支付宝“碰一下”, 完成打卡任务即可获赠消费券。

■上证深一度

银行贵金属业务爬坡后“过坎”

◎记者 张新

美伊谈判陷入僵局, 再度拖累贵金属市场, 伦敦现货黄金4月24日盘中一度失守4700美元/盎司。今年以来, 国际金价经历大幅下跌, 让银行贵金属业务直面新的挑战。

“金价翻红, 积存金卖出价怎么没同步?”作为一家股份行贵金属业务的前端渠道负责人, 李雪经常要应对这类拷问, 紧绷的市场情绪让银行客诉压力激增。

而这批庞大客群, 正来自去年“井喷”的贵金属业务, 也为银行带来丰厚的非息收入。如今, 这一业务叠加金价“过山车”, 其间经历了什么? 高增长的成色几何?

一时“风光无两”的贵金属业务

“2025年我行贵金属业务收入增长50%。”李雪告诉上海证券报记者。江浙沪地区某城商行贵金属业务负责人辛牧亦透露, 去年其在行贵金属业务中收贡献, 已经实实在在地提上来了。此外, 2025年, 浙商银行贵金属交易量同比扩大8倍。

彼时, 贵金属市场一片繁荣, 银行发力积存金、挂钩黄金结构性存款等产品承接大量的购金需求。

其中, 积存金业务因交易属性强而表现突出。例如2025年, 邮储银行黄金积存交易金额123.20亿元, 同比增长270.33%。到了今年, 李雪告诉记者, 一季度, 仅积存金一项, 其在行交易额与中收均同比暴增约4倍。

国有大行贵金属销售亦显著放量。2025年, 中国银行实物贵金属销售额745.52亿元, 同比增长113.62%; 交通银行贵金属销售

收入增速超过理财、基金。纵观2025年的银行业, 非息收入成了利润增长的重要支撑, 贵金属业务正是其中的重要砝码: 一是直接贡献手续费及佣金收入, 二是通过自营交易增厚投资收益。

例如, 2025年, 工商银行在年报中披露, 手续费及佣金净收入1111.71亿元, 同比增加17.74亿元, 主要是代理贵金属等业务收入增加所致。

李雪透露, 该行今年首次将黄金列为主营产品线之一。“客户的避险需求是刚性的, 黄金配置的重要性还在不断提升。”辛牧也表示, 该行将持续将贵金属业务作为资产配置中的一环, 有序推进。

“贵金属业务已逐步形成具有自身特色和品牌护城河的整体竞争优势。”浙商银行副行长景峰在2025年度业绩说明会上说。

可见, 贵金属业务正慢慢向“舞台”中央靠拢, 不过其在银行财富管理版图中占比仍然不高, 尚未发生颠覆性的地位变化。

告别“单边市”直面风险挑战

受市场集中获利了结冲击, 今年1月底, 金价从5500美元/盎司上方狂泻近30%。“根本来不及多想, 满脑子都是如何提示风险、安抚客户。”李雪回忆道: “这种极端行情已基本脱离基本面, 变为投机盘的集中释放。”

这也让享受到去年“单边市”红利的银行, 直面新的挑战。对李雪来说, 摆在面前的, 有三件要事。

一是向客户发出风险提示。建议持仓客户着眼长期配置; 对于未持仓客户, 建议其谨慎入场;

二是维护运营稳定。面对瞬间涌入的恐慌交易, 李雪担心的不是涨跌本身, 而是系统能否承载住。同时, 要保障实物库存充足, 应对可能出现的集中提金;

三是盯住流动性底线。积存金是做市商模式, 银行要拿头寸到市场上平盘。金价急跌时, 一旦找不到对手方接盘, 流动性风险便会瞬间放大。李雪心里清楚, 真到那个份上, 只能按下暂停键, 这是最后的“安全阀”。

金价的大起大落, 让商业银行紧急收紧防线。今年以来, 多家银行上调积存金起购门槛或实施动态限额管理, 以防价格波动带来的资金损失。例如: 工行将积存金起购金额由650元逐步上调至1300元, 并对其进行限额管理; 建行对“建行金”“易存金”等产品实施按日额度管理。

除了提高门槛, 银行还在上调投资者准入要求。今年, 工行、农行等银行将积存金业务风险承受能力等级提高至C3(平衡型)。

面对纷繁复杂的外部环境, 景峰表示, 浙商银行将保持相对审慎的态度, 同步做好相应预案和应对措施。这恰好是一次“很好的压力测试和应对能力的检验”。

客诉压力激增

2月末, 中东局势骤然恶化, 地缘政治的“炮火”再度袭击贵金属市场。“尤其在境内夜盘时段, 金价十几分钟内跳水数十美元是经常的事。”辛牧坦言, 那段时间, 身边总有朋友来问: “黄金卖不卖?” “现在该怎么配置?”

投资者的焦虑情绪也让银行面临大规模的客诉压力。“前天买金条, 还没到手就大

跌, 怎么退?”李雪说, 积存金客户则因各家银行报价机制不同, 常对价格差异产生质疑。

今年, 黑猫投诉平台有关积存金的投诉也明显增多, 矛盾多集中在兑换实物金遇阻、金价上浮时无法买入等, 甚至有投资者投诉银行交易时间过长, 影响其睡眠等问题。

其中, 有多位投资者在该平台投诉称: 3月23日起, 招商银行积存金买卖点差提高到5元/克, 对持仓者不公平。“黄金亏得一塌糊涂, 还要加收手续费!”

对此, 有银行业人士解释称, 高波行情下, 短短数秒就可能出现超预期的价格跳动, 银行必须拉大买卖交易点差, 才能覆盖平盘过程中的对冲成本。这本质上是银行在市场过热时收紧风控的动作, 撞上了大量散户的即时交易诉求。

像李雪、辛牧这样的银行贵金属从业者, 则忙着“救火”。

辛牧说: “市场巨震时, 行内策略转向实物金长期持有, 帮助客户淡化短期金价波动。”李雪表示, 投诉不一定源于规则不合理, 而是投资者在买入前未充分了解报价机制等基本约定。4月以来, 金价阶段性企稳, 该行黄金交易量明显下降, 观望的投资者占多数。

对于后市, 李雪认为, 投机盘挤出后, 黄金将回归看涨逻辑, 下半年仍有较好的配置窗口。“我始终引导客户从中长期配置角度看待黄金, 而非短期追涨杀跌”。

摩根士丹利发布研报称, 金价疲软反映的是冲击的类型, 而非避险魅力的丧失, 预计2026年下半年金价或达5200美元/盎司。

(文中李雪、辛牧均为化名)