

产业观察

L3级自动驾驶车型破冰 重构产业生态与出行图景

羊城晚报记者 刘佳宁

近日,工信部正式发放我国首批L3级自动驾驶车型准入许可,两款差异化场景车型获准在北京、重庆指定区域试点,标志着我国智能驾驶从封闭测试迈入商业化应用的关键阶段。这一突破不仅改写了汽车产业的竞争逻辑,更将对市场格局、行业生态与消费者出行体验产生全方位重塑。记者了解到,后续新一批L3级自动驾驶车型准入许可将有望陆续公布,此次首批车型的“亮相”开启了中国新能源汽车智能发展的重要节点。

产业链迎来机遇

在市场层面,L3级准入正推动竞争从“价格战”转向“技术战”。此前汽车市场的竞争多聚焦于配置与性价比,而L3级技术的商业化落地,让智能驾驶能力成为核心竞争力。相关企业凭借先发优势抢占品牌高地,其试点车型分别精准覆盖城市拥堵与高速通畅场景,形成差异化竞争优势。随着试点推进,预计明年L3级车型渗透率将突破15%,带动千亿元级市场规模增长。同时,“硬件预埋+软件订阅”的新模式逐步兴起,相关企业推出的智驾订阅服务,正重构汽车产品的盈利结构,为市场注入新活力。

行业生态迎来全链条重构,核心产业链迎来爆发机遇。L3级技术的落地绝非单一车型的突破,而是全产业链协同创新的成果。感知层的激光雷达、毫米波雷达成为标配,相关龙头企业迎来出货量激增;决策层的车规级芯片算力需求飙升,国产芯片厂商加速打破外资垄断;执行层的线控底

盘因冗余设计要求提升,相关企业成长空间打开。更重要的是,试点运行将积累海量真实场景数据,反哺算法迭代,形成“数据-技术-应用”的正向循环,推动智能网联汽车产业高质量发展。

对消费者而言,L3级自动驾驶正重塑出行体验的核心逻辑。相较于L2级辅助驾驶,L3级在指定场景下实现系统接管驾驶,驾驶员无需持续监控,精准解决了城市拥堵跟车与高速长途驾驶的疲劳痛点。数据显示,L3级功能可减少90%以上人为失误导致的交通事故,让出行更安全高效。

仍面临诸多挑战

不过,消费者也需适应新的使用逻辑,明确系统设计运行域的边界,避免认知误区。同时,配套保险产品的创新与责任认定体系的完善,将进一步降低消费者的使用顾虑,让智能出行体验更安心。

当然,L3级商业化落地仍面临技术可靠性、成本控制等挑战。极端天气对传感器的考验、核心部件的成本压力,以及复杂场景下的责任划分,都需要行业协同攻克。但此次准入许可意义重大,它不仅开启了智能驾驶的商业化元年,更让我国在全球智能网联汽车赛道掌握了更多话语权。

随着试点范围扩大与法规体系完善,L3级技术将逐步从试点走向普及,推动汽车产业完成从“制造大国”到“智能强国”的蜕变,最终构建更高效、安全的未来出行生态。

29年深耕细作,是普惠金融精准滴灌的责任担当

分行始终将普惠金融作为发展核心,聚焦小微企业、个体工商户等市场主体融资难题,以创新产品与专业服务打通金融服务“最后一公里”。WS股份是一家现代化农牧企业集团,针对其上下游企业融资渠道匮乏的痛点,分行历时两年打磨线上供应链产品“信融E”,于2024年末实现业务破冰,截至目前累计放款超11亿元,服务普惠型供应商超百家;为进一步拓展产业链客群,分行量身定制经销商批量开发方案,2025年“民生快贷”项目成功上线,通过联合营销迅速打开市场,已获批经销商38户,普惠贷款余额超6000万元,以金融之“链”串联产业生态,让普惠活水精准滋养实体经济末梢。从初创企业的启动资金到成熟商户的扩大经营需求,分行始终以高效、便捷的金融服务,为市场主体注入持续发展动力。

29年锐意创新,是用科技赋能服务升级的持续突破

面对数字金融发展浪潮,分行深入贯彻中央金融工作会议部署,以科技创新为引擎,推动金融服务从“线下”到“线上”、从“传统”到“智能”的跨越式发展。分行自主打造的“云策”数字经营分析平台,成为数字化转型的标杆之作——通过“动态指标

廿九载锐意前行： 以金融创新书写湾区民生答卷

珠江潮涌,岁月流金。从扎根南粤到深耕湾区,从服务民生到赋能实业,民生银行广州分行已在这片充满活力的土地上走过29载春秋。29年栉风沐雨,分行始终坚守“服务大众 情系民生”的初心使命,与时代同频共振、与地方共荣共生,在普惠金融、科技赋能、绿色发展、民生服务与社会责任的广阔赛道上勇毅前行,用一串串坚实的数据、一项项亮眼的成果、一个个温暖的故事,书写了岭南金融高质量发展的奋进篇章。

工厂”实现业务指标快速配置与智能分析,用“过程导航仪”强化客户经理精准服务能力,靠“战略驾驶舱”提升各层级AI辅助决策效率,成功破解“决策难、推动难、营销难”三大行业痛点。该平台不仅在系统内屡获殊荣得到全面推广,更为行业数字化转型提供了可复制、可推广的实践经验。在服务场景的延伸上,分行兼顾科技便捷与人文关怀,线上推出“长辈版”手机银行,简化界面布局、强化语音助手功能,让老年客户轻松跨越“数字鸿沟”;线下智慧网点全面升级,智能终端机具增设“长者版”菜单,搭配爱心窗口、轮椅、老花镜等适老设施,让科技赋能与人文关怀双向奔赴,让每一位客户都能感受到智慧金融的温度。

29年温情守护,是把民生福祉扛在肩上的不变承诺

分行始终践行“以客户为中心”的服务理念,以细节彰显温情,以实干诠释担当,构建起“金融+关爱”的民生服务新生态。在越华支行等示范网点,适老化改造无处不在,防滑地面、爱心座椅、放大版指引标识消除物理障碍,“爱心窗口”优先办理、员工耐心讲解化解心理隔阂,让老年客户办理业务更安心、更舒心。为守护老年客户“钱袋子”,分行定期走进社区开展金融反诈讲座,用通俗易懂的语言讲解诈骗套路与防范技巧;针对行动不便的特殊群体,更是推出了“上门服务”专属举措,借助移动运营设备将柜台“搬

到客户家中,实现业务办理“零距离”;在社区、街道设立长者便民服务点,提供社保卡办理、业务咨询等“养老直通车”服务,累计服务近2500人次,让金融服务的温情触达“最后一公里”。从青年创客的创业梦想,到中年群体的家庭理财需求,再到老年客户的便捷服务期待,分行始终以多元化、精细化的服务,筑牢金融为民的坚实底色。

29年绿色同行,是助力生态文明建设的自觉践行

分行积极响应国家“双碳”战略,将绿色金融作为高质量发展的重要抓手,聚焦绿色基础设施建设与低碳产业发展,持续加大金融支持力度。针对城市绿色交通发展需求,分行深化与广州地铁集团的战略合作,成功投放42亿元绿色流动资金贷款,专项支持轨道交通线路建设与优化,助力构建低碳、环保、高效的现代城市交通体系。通过这笔资金的注入,不仅缓解了项目建设与运营的资金压力,更推动了城市公共交通的绿色化、智能化升级,为美丽广东建设注入金融动能。未来,分行将持续聚焦新能源、节能环保等绿色产业,不断丰富绿色金融产品体系,以专业服务助力区域实现绿色转型。

29年责任在肩,是用公益行动诠释初心的坚定践行

分行始终牢记金融企业的社会责

任,将企业发展与社会进步紧密相连,在乡村振兴、公益帮扶的道路上步履不停。年初,分行党委班子牵头组建专项工作组,赴总行对口帮扶单位之一的河南封丘开展对口帮扶项目调研,全年“投入+引入”共提供无偿帮扶资金100万元,助力当地产业发展与民生改善;在辖内,深度参与广东省乡村振兴“驻镇帮镇扶村”和“纵向组队帮扶”工作,派出骨干员工3人赴对口帮扶单位挂职,深入一线参与乡村振兴工作,并捐赠无偿帮扶资金50万元、支持工作经费20万元,专项用于对口帮扶单位的基础设施建设与特色产业培育;积极响应“6·30”广东扶贫济困日活动,通过广东省乡村振兴基金会、各地市慈善总会等渠道,向省内乡村振兴典型村镇捐赠无偿帮扶资金近70万元,用真金白银助力村镇发展。从对口帮扶到公益捐赠,从金融知识普及到社区共建共治,分行以实际行动践行“以客为尊、以人为本、行稳致远”的价值理念,为社会发展注入温暖正能量。

廿九载风华正茂,新征程催人奋进。站在29周年的历史节点上,民生银行广州分行将继续扎根南粤大地,立足粤港澳大湾区建设机遇,以更坚定的初心、更创新的举措、更优质的服务、更有力的担当,将“五篇文章”战略要求深度融入经营发展全流程,厚植民生情怀,与广大客户、合作伙伴携手并肩,在推动岭南金融高质量发展、服务地方经济社会进步的道路上阔步前行,书写下一个更加辉煌的奋进篇章!(民生银行广州分行)

在高速运转的时代下,什么才是真正的“奢侈”? 拉夫劳伦这样回答

文/孙绮曼
图/拉夫劳伦

当都市的节奏越来越快,当屏幕的光晕逐渐取代自然的日光,我们是否还记得如何呼吸——不是生存所需的机械吐纳,而是那种连接身体与心灵、唤醒内在感知的深呼吸?

近日,拉夫劳伦在北京、广州多地呈现的Mountain Living系列文化臻享活动,没有T台的炫目,没有新品的喧嚣,甚至没有任何一件商品被刻意展示。取而代之的,是一场“呼吸之间·灵气往来”的深度体验。品牌以令人意外的静默与沉淀,回应了一个愈发迫切的时代提问:在物质丰盈的今天,什么才是真正的奢侈?

回归呼吸之间,与都市心灵的深度对话

拉夫劳伦的这一选择并非偶然。在奢侈品行业普遍追逐视觉冲击与即时转化的当下,拉夫劳伦选择了一条向内探索的路径。这背后,是对当代消费者精神图景的敏锐洞察:当物质已足够丰富,内心的秩序感、平静感与自我连接感,正成为新的稀缺品。“呼吸之间”成为整体体验的锚点,极具象征意义。呼吸是最基本的生命节律,却也是最容易被忽视的内在对话。当品牌将呼吸升华为一种生命哲学贯穿始终,它实际上是在邀请参与者回归最本真的生命状态——在这里,没



有社会标签,没有绩效压力,只有一呼一吸间的真实自我。

步入活动现场,城市喧嚣被巧妙地隔绝。静水、老木与深色结构构成的空间,保持着与都市“恰到好处”的距离。这不是逃离,而是一种主动选择的临时栖居——让感官从压力中释放,重新获得细腻感知能力。整个体验被设计为一场循序渐进的心灵之旅:呼吸心法引领人们首先关注内在的节奏。当注意力跟随气息流动,外界的纷扰渐渐淡去,一种久违的平静开始从内部生长。这不是技巧练习,而是一次对生命基本节律的重新聆听。

冥想颂钵是通往内心深处的回响之门。声音振动带来的不只是听觉体验,更是身体细胞的共鸣。当最后一声

钵音在空气中消散,你会发现自己正处在一种前所未有的清晰与平和之中。

茶艺之润重建了身体的仪式感。恰好的水温、舒展的茶叶、香气在空气中的扩散……这些细微的感知被重新唤醒。品茶成为一种冥想,在温润中找到身体与自然的联结。

最后的点翠之静则让思绪在指尖落定。专注于手中微小而精致的创作时,时间感悄然改变——它不再是被追赶的资源,而是可以被沉浸、被体验的流动存在。这种全神贯注的状态,本身就是一种疗愈。在这场沉浸式的自我对话中,拉夫劳伦淡化了“教学”与“指导”的痕迹,整场体验更像是提供一系列入口,邀请每个人以自己的节奏、自己的方式进入。这种对个体差异的尊重,恰恰体现了“不被定义”的品牌精神。

山境映照内心,在心灵中寻找自己

活动中最动人的,不是场地的奢华,而是那些悄然发生的内在转变。一位从事金融行业的参与者后来分享:“当颂钵的声音逐渐消散,我发现自己竟然能清晰听到呼吸声和心跳声——不是通过耳朵,而是通过整个身体的感知。那一刻我突然意识到,我已经太久没有这样专注地感受自己的存在了。”另一位创意工作者则在点翠过程中找到了意外的启迪:“专注于手中的那片羽毛时,我忘记了下个会议、忘记了未回的邮件。那种全然沉浸在当下的感觉,让我想起童年时在自然中无忧

无虑的时光。原来,宁静一直在我之内,我只是需要记得如何抵达。”这些真实的感触揭示了一个深刻事实:都市人渴望的并非物理上的逃离,而是一种能够让心安住的“心理空间”。拉夫劳伦通过“山境”这一意象,将品牌大片中的广袤与自由,转译为都市人可以吸纳的情绪场景——不是远方的群山,而是内心的峰峦。

重新定义“奢侈”,探寻回归本真的勇气

在这场体验中,拉夫劳伦悄然改写了当代奢华的定义。奢侈不再是稀缺材质的堆砌,而是被治愈的能力——在高度压力的世界中保持内在平和的能力。奢侈不再是身份的彰显,而是被理解的感受——品牌真正懂得你未被言说的精神渴求。奢侈不再是物质的占有,而是被放松的时光——一段完全属于自己、不被任何标签定义的纯净时光。这种转变极具前瞻性。当消费逐渐从“拥有什么”转向“成为什么”,奢侈品牌的价值锚点也必然从产品功能转向生活方式赋能。拉夫劳伦以Mountain Living体验展示了一种可能:奢侈品可以成为当代人探索自我、安顿内心的媒介与伴侣。

“不被定义,自成其峰”——这句话动主题,也精准地捕捉了当代都市精英,特别是年轻一代的深层心理诉求。在社交媒体塑造的标准化成功模板下,在职场不断被定义的KPI中,人们渴望的恰恰是“不被定义”的自由与“自成其峰”的勇气。拉夫劳伦没有提供又一套生活模板,而是提供了回归本真、自我定义的勇气与可能性。品牌巧妙地将“山”的意象多重化:

它既是自然中的巍峨存在,也是每个人内心的精神高地;既是需要攀登的挑战,也是可以回归的庇护。这种意象的丰富层次,让不同参与者都能找到属于自己的共鸣点。

只为自由、创新、美好、真诚而生

回头来看,Mountain Living是拉夫劳伦对未来生活方式的一种宣言与实验。当品牌将这场“呼吸之旅”带往更多城市,它实际是在构建一个无形的社群——不是基于消费能力的筛选,而是基于生活理念的共鸣。在这个社群里,人们分享的不是购买记录,而是对内在成长、自我探索的共同关注。这也预示了奢侈品行业未来的可能性方向:从“贩卖梦想”到“内在共鸣”,从“展示理想生活”到“赋能日常生活”。品牌角色从权威的定义者,转变为共鸣的陪伴者与资源的连接者。离开活动现场,参与者带走的不是产品目录,而是一种被唤醒的内在感知力——对呼吸的觉察,对当下时刻的珍视,对自我声音的聆听。“不被定义,只为自由、创新、美好、真诚而生。”拉夫劳伦以令人赞叹的沉静与深度,完成了一次几乎逆潮流的品牌表达:在最快的时代倡导慢下来,在最外向的行业选择向内探索,在最注重物质的领域强调精神价值。这或许正是品牌历久弥新的秘密:它从不追逐潮流,而是定义潮流;从不迎合表面欲望,而是回应深层需求;从不满足于装饰外在,而是致力于丰盈内在。因为真正的奢侈,从来不是被赋予的标签,而是被唤醒的本真。真正的山峰,从来不在远方的地平线,而在每一次深沉而自觉的呼吸之间,等待我们自己去发现、去攀登、去成为。