

汽车周刊

技术狂飙引发安全信任危机

智能辅助驾驶宣传被按下“冷静键”

曾几何时,“智驾”是汽车市场营销的核心词汇。车企频繁以“准L3能力”“城市NOA全覆盖”“脱手驾驶不是梦”等话术作为产品宣传亮点,将智能辅助驾驶功能描绘得近乎无所不能。

随着车辆配置愈发智能,让不少消费者错误地认为,有了智能辅助驾驶就能完全放手不管,甚至出现“高速120码驾驶位空无一人”“开车时打游戏、看电影”等危险行为。这种误导性宣传,最终让智能辅助驾驶营销的标准化问题引发广泛争议。

近日,工信部的“一纸禁令”,让车圈有关智能辅助驾驶的宣传口吻,从“夸夸其谈”转向“谨慎保守”。这一转变不仅关乎宣传话术的调整,更将对汽车行业、车企和消费者产生深远影响。此前,业内普遍认为2025年是L3级高级别智能辅助驾驶的落地元年,如今强监管来袭,这一重要时刻是否会因此推迟?

■新快报记者 罗晓彤

1. 辅助驾驶≠自动驾驶
监管重拳下车企宣传“去虚向实”

5月4日,小米汽车对其官网以及App的新车订购页面进行了调整,主要调整内容为将“智驾”字眼更名为“辅助驾驶”。其中,小米SU7标准版车型搭载的Xiaomi Pilot Pro由“小米智驾Pro”改名为“小米辅助驾驶Pro”;小米SU7 Pro、小米SU7 Max车型搭载的Xiaomi HAD由“小米智驾Max”改名为“小米端到端辅助驾驶”。

当然,意识到要纠正的企业不只小米汽车一家。更早些,也就是4月27日,华为乾崮智能汽车解决方案官方发布了一则《智能辅助驾驶安全倡议》,共有包括广汽、上汽、江汽、奥迪、东风猛士、岚图、深蓝、北汽、阿维塔、赛力斯、奇瑞在内的11家车企高管署名。

倡议中提到了四点:第一点是技术先行,不断提升整车主动安全能力,完善以安全第一为核心的车规安全保障体系;第二点是营销透明,倡议全行业实事求是地宣传,让用户清晰地知道和理解各自车型的真实能力;第三点是用户为本,通过模拟场景教学、实时风险提示等方式提升用户安全驾驶意识,帮助用户了解和理解智能辅助驾驶的功能边界,帮助用户掌握智能辅助驾驶系统正确使用的条件和方法;第四点是标准共建,倡议全行业积极参与行业标准建设工作,不断提升和完善安全标准。

就目前来看,上述联合署名的部分企业已对相关宣传物料进行了调整。比如极狐官网上对某一款新车的介绍里,强调是“20万以下唯一搭载华为ADS”车型,但在功能描述上,所有“智能驾驶”均增加了“辅助”一词。岚图汽车的官网,则对“L2.5级智能驾驶辅助系统”增加了“辅助”描述。而深蓝官网对智驾功

能宣传中,提到搭载华为乾崮智驾高阶版ADS Max,虽然依然用了“智驾”一词,但在左下角补充了一行“驾驶员是驾驶安全第一责任人”的警示信息。

同时,记者也注意到,在2025上海车展举办前后的时间里,车企扎堆上新的发布会上,虽然部分车企仍会把智能辅助驾驶当作主打卖点之一来宣传,但表述更多不再是“智驾”,而是“智能辅助驾驶”。比如东风纳米06,在介绍其泊车功能时用的是“智能辅助泊车”一词。

众多车企的宣传口径突然间完成从“智驾”到“智能辅助驾驶”的转变,显然与工信部的“一纸禁令”有直接关系。4月16日,工信部召开智能网联汽车产品准入及软件在线升级管理工作推进会,针对智能驾驶(智驾)领域的宣传、功能使用和技术部署等问题提出一系列规范性要求。工信部强调,汽车生产企业要深刻领会“相关”要求,充分开展组合驾驶辅助测试验证,明确系统功能边界和安全响应措施,不得进行夸大和虚假宣传,严格履行告知义务,切实担负起生产一致性和质量安全主体责任,切实提升智能网联汽车产品安全水平。

随后,公安部道路交通安全研究中心官方公众号“交通言究社”发表文章,提到近期因驾驶人错误使用辅助驾驶导致的交通事故,并揭示其原因——部分驾驶人对辅助驾驶的认知不到位,误以为“辅助驾驶=自动驾驶”。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅告诉记者:“从‘智驾’到‘智能辅助驾驶’,这一变化既是对前期‘技术狂飙’引发的安全信任危机的纠偏,也为L3级自动驾驶技术商用化筑牢安全底座。”



■陈凤翔/制图

2. 智能辅助驾驶进入强监管时代
“安全优先”路径为规模化应用奠定基础

从“智驾”到“智能辅助驾驶”的名称差异,标志着行业进入强监管时代,其影响辐射多方。

危机公关专家詹军豪表示,对行业来说能促使竞争更有序,引导资源聚焦技术研发;车企需更务实,摒弃夸大宣传,扎实提升技术。消费者则可清晰认知,避免被误导,增强对智能辅助驾驶的理性信任。

科方得智库研究负责人张新原也认为,从“智驾”到“智能辅助驾驶”的这种变化,有助于推动整个汽车行业更加注重智能辅助驾驶的安全性和可靠性,从而促进整个行业的健康发展。对车企来说,这也能提高其在智能辅助驾驶方面的竞争力和品牌形象,同时也能够更好地满足消费者的需求,让消费者得到更加安全、可靠、方便的智能辅助驾驶服务和体验。

2025年被视为智能辅助驾驶技术商业化落地的关键转折点。其中,L3级高级别智能辅助驾驶渗透率加速提升,目前北京、上海等城市已通过自动驾驶

汽车条例,从法规层面为自动驾驶事故责任划分提供了政策依据。与此同时,比亚迪、广汽、华为等头部车企相继公布高阶智驾量产计划,推动技术从验证转向规模化商用。对此,业内多数声音认为,2025年为L3级高级别智能辅助驾驶落地元年。

不过,如今智能辅助驾驶进入强监管期,是否会影响这一时刻的到来?

天使投资人郭涛持谨慎态度,他认为2025年L3落地可能推迟。他指出,L3商业化不仅依赖技术成熟,更需要完善的法规(如事故责任认定、保险条款)支撑。若车企因合规压力缩减研发投入,技术迭代或将放缓;反之,若政策能明确技术标准,也可能加速L3落地。

相比之下,詹军豪则更为乐观,他强调L3落地的核心在于技术突破与法规完善,规范宣传反而能为其创造良好环境。袁帅则表示,监管虽会使L3落地周期延长6-12个月,但“安全优先”的路径将降低事故风险,为规模化应用奠定坚实基础。

车企4月新能源销量大比拼

比亚迪稳守C位,零跑小鹏争相上位

新快报讯 记者罗晓彤报道 进入5月,多家车企已陆续公布了其4月份的新能源汽车销量情况。整体来看,4月份的汽车市场回暖明显,而新能源汽车板块逐渐成为车企销量增长主力,且“强者愈强”的情况愈发明显,同时也有车企凭借“性价比”“性价比”成为黑马。

其中,在新能源汽车市场上一向表现强势的比亚迪,4月份的成绩依然拿得出手,月销37.26万辆,同比增长19.4%,基本持平于3月水平。吉利汽车在新能源板块上也带来了好消息,4月新能源汽车销量(涵盖吉利、领克、极氪品牌)突破12.5万辆,同比暴增144%。

其他传统车企旗下的新能源板块方面,上汽集团、奇瑞汽车集团、长城汽车等4月新能源汽车销量,同比均有不同程度的增长。其中,奇瑞汽车集团4月新能源汽车销售61223辆,同比增长85.5%;上汽集团则实现12.81万辆的新能源汽车销量,同比增长71.74%;长城汽车则以同比5.55%的增速,卖出了超10万辆新能源汽车。长安汽车披露的4月份产销快报中,尽管并未对4月的单月新能源汽车销量做过多说明,但已透露今年1-4月新能源汽车销量为25.6万辆,达到月均超6万辆的水平。

若细化到具体的新能源品牌,它们的表现也是可圈可点。比如岚图汽车,4

月销量再次破万辆,同比增长150%;阿维塔4月销量同比也大增,达到122.60%,约1.17万辆,月销量创历史新高;智己汽车4月销量为4366辆,同比增长55%。广汽埃安方面则在4月卖出超2.8万辆新能源汽车,也实现了同比小幅增长。极氪科技方面,4月销量超4万辆,同比增长18.70%,其中极氪贡献了13727辆,领克贡献了27589辆。

造车新势力方面,零跑汽车成最大黑马,4月交付新车4.1万辆,同比激增173%,创下历史新高,蝉联造车新势力销冠;小鹏汽车4月交付量达到3.5万辆,同比增长273%,环比增长6%,实现连续第六个月交付突破3万辆;理想汽车与蔚来则保持稳健增长,其中理想汽

车4月交付约3.4万辆,同比增长31.6%;蔚来则交付近2.4万辆,同比增长53%,环比增长58.9%,其中蔚来品牌和乐道品牌分别贡献了19269辆和4400辆新车的交付。至于小米汽车,热度依然在线,4月交付量超2.8万辆。

截至目前,尽管仍有部分车企还未披露相关销量数据,但据乘联分会此前预测,4月狭义乘用车零售总市场规模175万辆左右,同比增长14.4%,环比-9.8%,其中新能源汽车零售预计可达90万辆,渗透率达51.4%。

更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道