

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，华为乾崑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，提到搭载华为乾崑智驾高阶版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微博“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，这也能够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“智价比”“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