

社论

可持续内饰：终端用户怎么说？



沃尔沃 CONCEPT RECHARGE – 图源：沃尔沃

10月DVN 都灵研讨会和我们多期深度报道一直在聚焦探索可持续内饰，主要从一二级供应商和OEM 的角度出发，探讨设计师和工程师需要遵循的道路，以支持我们今天在实现即将到来的循环经济设定的目标时面临的巨大挑战。除此之外，还有另外一个方面值得关注，它在成功实现真正的“可持续内饰设计”中发挥着关键作用：最终客户，或者更准确地说，“消费者”及其行为。

近日，我们采访了一位资深消费者洞察和研究专家，详见本期深度报道。

明年DVN内饰研讨会将于2025年4月8日至9日在德国科隆举行，主题为“内饰用户体验与可持续性的进展”。随着该行业不断改进车内用户体验，在 HMI、智能表面、舒适性、内饰照明等方面，可持续性不再是可有可无的，无论功能如何，在法规方面，以及从最终用户的期望来看，都是必须的。

期待大家参与演讲和展览！

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, stylized lines.

Philippe Aumont
DVN-Interior General Editor

深度新闻

消费者对可持续汽车内饰的愿景如何？



沃尔沃 CONCEPT RECHARGE 内饰 - 图源：沃尔沃

消费者及其行为

近日，DVN 内饰顾问 Olimpia Migliore 专访消费者洞察和研究专家 Jimena Martinez 女士。Jimena 是一位资深的心理学家和内饰设计师，她将心理学洞察力和设计思维独特地融合在一起，结合她在汽车和互联商品方面的专业知识，使她能够提供与当代消费者需求产生共鸣的可行见解。Jimena 是 LemonLab 的联合创始人，这是一家定性研究机构，提供从奢侈品到汽车再到消费品等不同领域的消费者洞察。

我们采访了 Jimena，以了解消费者对汽车内饰的看法，尤其是汽车内饰设计未来的可持续性方面。我们希望获得“您对可持续汽车内饰的看法如何”这个问题，消费者会怎样回答？

数十年的研究和无数致力于消费者行为的出版物验证了想法并激发了创新过程。然而，也揭示了一个基本事实：没有一个单一的实体可以被定义为“人”。即使我们一概而论，很明显人们并不真正知道他们想要什么。



汽车：自由与可持续性

说到汽车……一个多世纪以来，它们一直是我们生活的一部分，扮演着远不止交通的角色——抱负和欲望的象征、身份的标志、冒险伙伴。今天，汽车是人类最紧迫问题的核心：如何在享受自由和自主性的同时保持可持续生活。

当试图了解消费者希望获得怎样的汽车内饰时，本质上是了解他们的环境、生活方式和社会环境如何影响他们的决策过程。这是关于他们的意识和潜意识如何诠释当前的环境——时代精神——并最终做出选择，即使这个选择只是简单地推迟任何决定，直到“事情感觉更确定”。

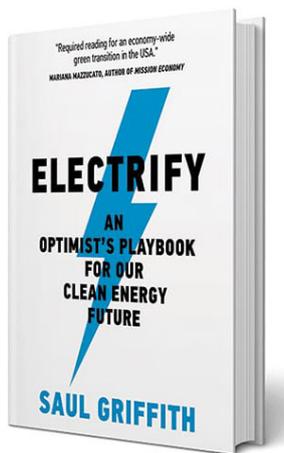
以可持续发展为使命感

关于汽车的可持续性，今天的消费者对围绕该话题的无休止且往往不明确的辩论感到不知所措。他们不确定什么是“好的”选择。然而，有一点很清楚：**他们没有答案。** 可持续性不是一种需求或愿望；它更多的是一种责任感，一种意识和参与的形式。然而，这种参与不再被视为一种附加值。消费者希望大型组织拥有资源和专业知识，能够通过清洁流程提供清洁产品。他们要求很高，越来越怀疑，而且在许多情况下，他们是愤世嫉俗的。在不确定的经济时期，他们需要品牌通过提供解决方案来承担责任，让他们不必担心可持续性。

消费者希望 OEM 能够处理可持续性问题，但他们不会容忍粉饰或误导性声明。可持续讨论的每一次进步往往让他们觉得自己更像是受害者而不是参与者——一方面陷入内疚、责备和限制，另一方面陷入政治正确的参与的循环中。

消费者比以往任何时候都更需要从可持续发展的精神负担中解放出来。在他们的日常生活中，他们已经处理了垃圾分类、购买环保产品以及限制消费、旅行或驾驶。与曾经激发他们灵感的商品和服务的联系已经被削弱。这就是挑战和机遇。汽车不仅仅是物品；他们有可能成为体验的推动者，生活、分享和探索的空间。一旦汽车成为一种财务负担、短期妥协或仅仅成为功能性物品，可持续性本身就不会自然而然地上升到他们购买标准的首位。可持续性需要与经济效益或“惊喜和喜悦”功能相结合。

电气化并不能解决所有问题！



如今，消费者对 OEM 的期望不仅仅是一系列可持续功能。他们已经准备好重新定义汽车本身。**他们希望与车辆建立新的愿景和关系，而不仅仅是“它是电动的，所以你是可持续的”。

从中长期来看，电动汽车将成为常态，仅仅电动化不足以满足“可持续消费者”的理念。激进的、推动绿色的理想主义者的时代已经过去了。这种参与现在被视为代价高昂、目光短浅且充满妥协。在一个驾驶的基本好处受到里程限制、充电基础设施不足和越来越多的限制挑战的世界里，消费者不会满足于此。

OEM 需要牢记，驾驶涉及人类的三个基本需求：**安全、连接和自由。** 这就是为什么消费者洞察（而不仅仅是消费者研究）至关重要的原因。消费者在务实和情感触发因素之间寻求平衡。满足汽车内饰对可持续性的基本期望可能会满足所有功能要求，但不会激发情感联系或兴奋——即使对于最务实的买家来说也是如此。

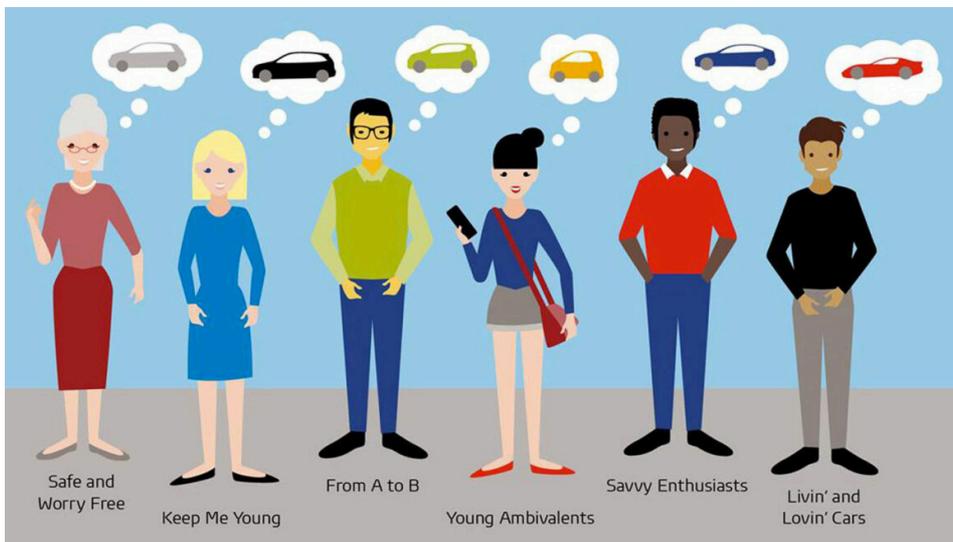


图源：大陆

可持续性：超越“必须具备”

随着社会的发展，在创新驱动的推动下，消费者的需求也在不断变化。曾几何时，电动驾驶是奢侈品的代名词，为少数快乐的人提供无声的动力和先进的技术。然而，即使是像特斯拉这样体现可持续性和简单的品牌，也难以满足某些情感需求。虽然这项技术令人印象深刻，但它缺乏长期参与、个性化和以消费者为中心的用户体验。同样，当谈到可持续的汽车内饰时，消费者并不确切地知道他们想要什么，但他们需要感到被倾听。他们希望行业能够解释他们不言而喻的愿望，并提供远远超出绿色内饰“必备”特征的用户体验。

仅仅将完全可持续性作为一项独立优势是不够的，仅靠技术也是不够的。对于大多数消费者来说，除了小众爱好者或预算高的人之外，为绿色内饰支付额外费用的决定取决于额外的情感或功能优势，而仅靠可持续性并不能提供这些好处。消费者可能愿意在提供切实健康或舒适益处的内饰上花更多钱，例如改善空气质量或营造舒适感和放纵感的奢华质地。他们也可能欣赏与可持续材料或工艺相关的经过验证的长期经济优势。在这些情况下，可持续性成为实际价值的一部分，而不仅仅是一个抽象的概念。



消费者诊疗所



Consumer Clinics消费者诊疗所是传统研究的另一个基石，对于验证概念仍然很有用。但是，必须谨慎解释它们。他们提供的见解通常是当下的快照。使用这些数据来设计将在四到五年后投放市场的汽车，需要仔细推断以预测未来情况。

如果不考虑消费者生活更广泛的文化和社会层面，结果可能会过于中立，从而导致设计对任何人都没有吸引力。同样，设计可持续的汽车内饰必须超越“完全绿色”品牌的想法，这些品牌往往最终成为小众参与者，

只吸引一小部分激进的受众。一辆感觉过于绿色的汽车——自然和可持续但缺乏美感——可能会引起礼貌的钦佩，但很少会引起购买。

与仅依赖其“绿色”资质的品牌相比，提供真正的可持续性并利用情感联系的品牌将更有效地吸引消费者。

对于可持续内饰设计的需求，没有直接的“是”或“否”答案。****设计思维****的艺术在于创造整合尽可能多的变量的场景，满足消费者在其社会文化背景下的实际和情感需求。如果成功完成，这些场景可以建立起深刻共鸣且完全有意义的联系，提供消费者不仅接受而且真正渴望的产品。

以数据为依据的设计



作为定性见解的整合，德国 Hochschule Niederrhein 和瑞典查尔姆斯理工大学等大学（他们的研究总结在本文中）也在研究定性和定量数据，以了解如何减少客户对可持续汽车内饰设计期望的不确定性。

这两所大学的研究人员通过定性和定量研究方法收集的信息是客户对电动汽车可持续性的看法和愿望调查的结果。然后，这些数据将用作可持续性驱动的 Data-Informed Design 流程的输入。

数据知情设计（VID）的目标是通过对可用数据的透彻理解来推动产品、服务和系统设计和开发的决策。Data-Informed Design 可以在 Design for Sustainability 框架内提供帮助，以识别模式和趋势，并预测未来趋势。这可以帮助设计师和工程师创建更符合客户需求的产品。这些数据还可用于测试和验证设计决策，为在产品开发的早期阶段做出设计选择提供更客观的基础。需要注意的是，虽然数据可以为设计决策提供信息，但它不应该决定它们。设计师必须利用他们的专业知识和直觉来寻找符合项目目标的创造性解决方案，同时使用数据作为支持这些决策的工具。



劳斯莱斯幻影 2018 内饰 - 图源：劳斯莱斯

汽车作为身份象征的衰落

在开始此类研究之前应考虑的背景陈述对于定义研究方法和要向消费者提出的问题非常重要。从这个意义上说，我们需要考虑汽车作为身份象征的地位正在下降：拥有汽车变得越来越不重要，尤其是在年轻一代中，他们不再将汽车视为身份的象征，而是将其视为一种功能性工具。这种思维方式的转变导致人们对“共享出行”和“汽车共享”服务的兴趣增加，这反映在 2015 年福特“汽车时代精神研究”等研究中，其中很大一部分受访者表示出于生态原因对使用环保汽车和共享汽车感兴趣。随着电动汽车的兴起，发动机性能、外观设计和车辆推进的重要性逐渐减弱，重点正在转向内部体验。对耐用、适应性强且美观的汽车内饰的需求正在增长，尤其是在共享出行的背景下。消费者希望制造商能够适应并满足这些生态需求，从而为实现脱碳目标做出贡献。特别是，驾驶体验和内饰与客户的相关性越来越高，这为制造商提供了差异化和保持竞争力的潜力。

上述大学的研究人员集中调查了潜在客户如何看待电动汽车的可持续内饰，以及汽车内饰新材料的设计需要与传统材料不同，以满足客户对可持续性、耐用性和功能性不断变化的偏好。



环保汽车内饰 - 图源：PINTEREST

主要结论

这项研究的主要发现包括：

- 内饰在汽车的可持续性评估中起着重要作用
- 一般来说，可持续材料被认为是面向未来的，但它们在设计上应该与传统材料没有区别。
- 这些材料应至少具有与普通材料相同的质量（耐用性、使用寿命和耐磨性）。
- 在视觉上，最好采用经典简单的内饰设计。
- 内饰对自然色调的要求较低。
- 材料起着至关重要的作用。可持续设计应使用可持续和无污染的原材料，使用回收材料，并通过资源节约型生产。
- 没有塑料，而是天然纤维。从座套、地毯和车顶衬里开始

重要的是要坚持这样一个事实，即 Data-Informed Design 在使用数据为设计决策提供信息与允许设计师利用他们的专业知识和直觉来创造有意义且引人入胜的产品之间取得了平衡。从上述结果中，我们可以得出，DID 过程与消费者洞察确定的场景并不对比，而是可以补充定性观点，为设计决策过程引入更多客观性，并允许设计管理层做出更明智和战略性的决策。

汽车内饰新闻

陶氏、安道拓、捷豹路虎合作闭环回收成分座椅泡沫

汽车内饰新闻



图源：安道拓

捷豹路虎（捷豹路虎）、安道拓和陶氏在汽车行业首次合作，使用闭环回收成分为 JLR 的豪华汽车生产新的座椅泡沫。

这是使用二手车座椅泡沫解聚闭环回收聚氨酯的重大技术突破。这种创新工艺将回收的 PU 泡沫重新整合到新的座椅生产中，为移动行业的循环经济实践树立了新的标杆！

作为陶氏聚氨酯 RENUVA™ 可持续发展计划的一部分，该计划通过将报废废物转化为新的原材料循环材料，满足了对回收材料日益增长的需求。

这项创新减少了排放，消除了浪费，并为车辆提供了低碳座椅泡沫的安全供应，同时保持了捷豹路虎座椅的卓越舒适度和质量标准。

像这样的合作，基于共同的愿景，加速了支持净零碳排放以及循环和可再生解决方案目标的可持续发展之旅。

洛杉矶车展：高级内饰

汽车内饰新闻



现代的 IONIQ7 概念车 - 图源：现代

此前的每年11月，洛杉矶车展都会聚集多款概念车。近年来，由于 CES 的时间安排和地理位置接近，其影响力失去了不少光环。然而，即使没有太多新车发布，洛杉矶车展依然值得关注。今年，它突出了混合动力车的兴起和主流 3 排电动 SUV 的到来，主要是现代/起亚以现代/起亚，几乎没有中国主机厂露面。无论哪个细分市场，所有新车都拥有优质的内饰。



现代推出了家庭型 3 排纯电动 SUV 2026 Ioniq 9，起亚品牌也推出了高性能 2026 EV9 GT 三排电动 SUV。起亚美国首席运营官史蒂夫·森特（Steve Center）称其为“爸爸的足球车”。甚至吉普也吹捧了它的第一款 3 排 SUV。

现在，无论是在豪华车还是大众车中，高级感的内饰都是必不可少的。

“人们想要好产品，”起亚现场提到，“人们希望获得舒适、实用和豪华的内饰。”

例如，起亚 EV6 拥有“更高级”的座舱环境。这包括更复杂的内部纹理和包括 Wi-Fi 热点在内的新信息娱乐功能。

能。

“几年前，汽车内饰并不是大家的关注点，”Center 表示，“现在设计出现了某种复兴。随着汽车价格的持续攀升，另一种证明价格合理的方法是让内饰更漂亮。”

Jeep Wagoneer S 的仪表盘上有一个超过 45 英寸的屏幕，64 种氛围照明选择和加热前后座椅。个性化的前排座椅设置包括按摩。



2025 VW Tiguan 采用豪华级内饰，氛围照明效果 -
图源: 大众

2025 年大众途观是一款中间道路的 CUV，配备座椅按摩器、实木装饰和特定于情绪的环境照明。绗缝真皮座椅增添了舒适的氛围。

巴黎车展（三）：RGB 内饰照明

汽车内饰新闻



DVN IMAGE

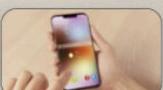
Paul-Henri Matha撰写

在我任职沃尔沃汽车外饰照明负责人的6年时间，内饰照明我接触不多。不过此前在雷诺照明团队工作期间，我曾负责内饰照明这个领域。内饰照明是 OEM 外饰照明部门的一部分还是内饰部门的一部分？据DVN观察，大约各占一半。

特别引起我注意的是 RGB 光源在汽车内饰的重要性。我曾以为只有中国市场有这个特点，后来发现并不是这样。在欧司朗第三季度财报中，艾迈斯欧司朗提到，车内智能 RGB 是一项真正快速增长的业务。

Strong design-win base underpins structural growth through BoM expansion

Winning new business across the board

		LTV estimates*			LTV estimates*
	EVIYOS – 25k pixel Forward LED lighting	>450 m€ to date		Automotive Temp & Position Sensors	~50 m€ in Q2
	iRGB – intelligent, coloured interior lighting	>100 m€ to date		Industrial: Sensor I/F ASICs	~100 m€ in Q2
	Driver & occupancy monitoring	>250 m€ to date		Industrial: Professional Lighting	>100 m€ in Q2
	LIDAR – edge emitting laser diodes	>100 m€ to date		Horticulture, new benchmark product	>100 m€ YTD
	Spectral light sensing in smartphones	>50 m€ YTD		Medical CT scanning sensor	~100 m€ in Q1

10 OSRAM

*cumulated, estimated project life-time values

大多数 OEM 都在中央显示器上提供可选颜色的 RGB 内饰照明，即使在价格竞争激烈的 B 级市场上也是如此。以下我分享几个例子。这显然已成为当今的标准。

雷诺 4、5 和 Alpine A290

方向盘上的多感按钮可激活/更改氛围照明，从而改变中央显示器上的光色和氛围



雷诺 4、雷诺 5、Alpine A290 徽标，乘客仪表板前有 RGB LED



凯迪拉克 Optiq

可以在中央显示器上更改光色和氛围



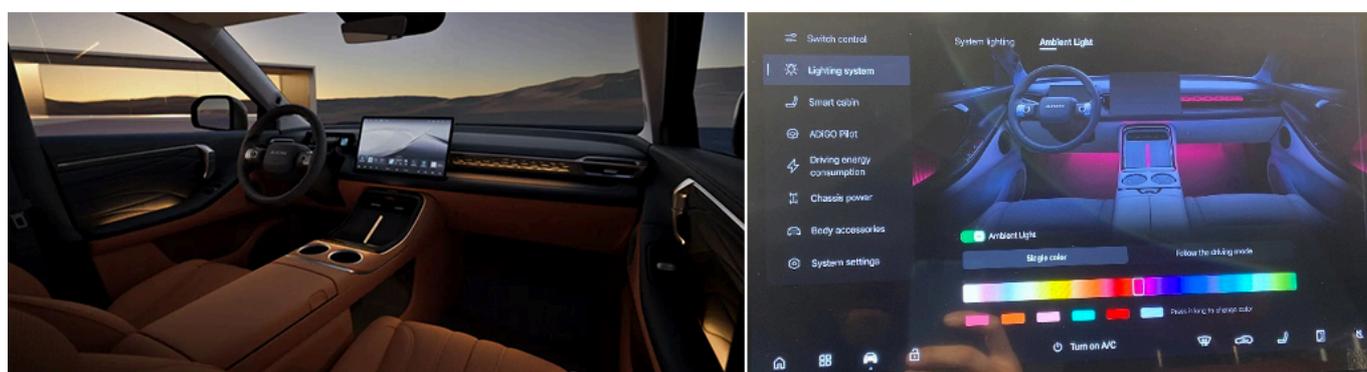
零跑 C16

可以在中央显示器上更改光色和氛围



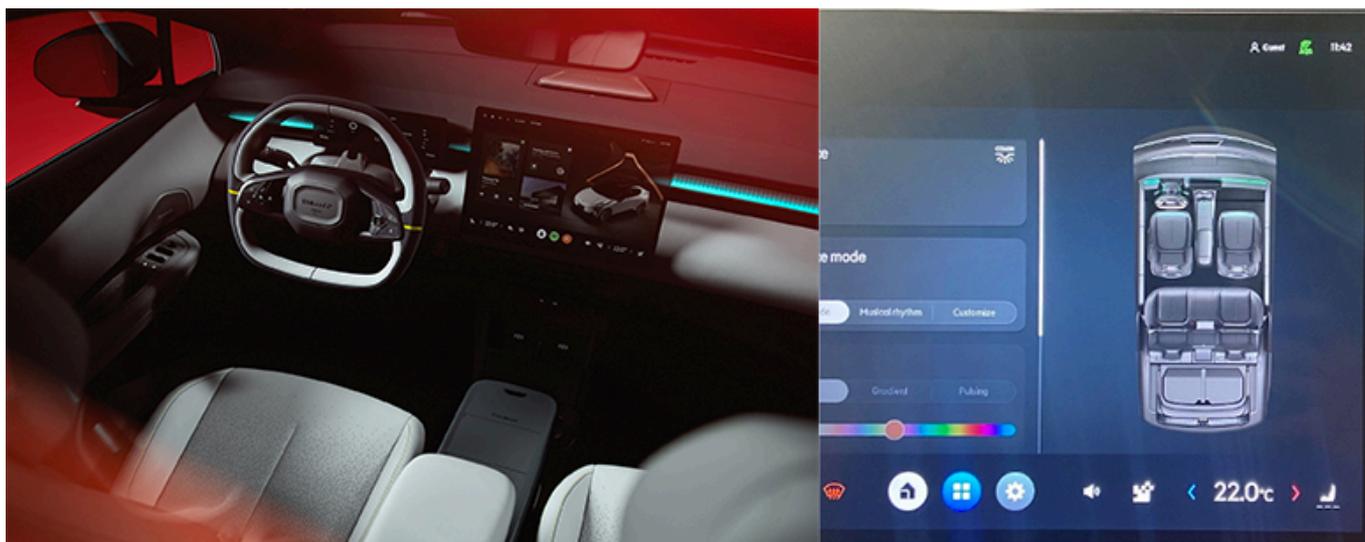
广汽埃安 V

可以在中央显示上更改光色和氛围



领克 02

可以在中央显示器上更改光色和氛围



红旗 EHS7

可以在中央显示器上更改光色和氛围



但是，通信标准尚未完善。目前可以将 Lin、CAN、CAN 串口、以太网、专用 LED-IC 或集成到 LED 中，以及不同的开放系统协议（Iseled、Osram、Nichia 等）。从非专家的角度来看，我认为现在是时候收敛到一个单一的解决方案来简化、节省成本并减少开发时间了。

现代研究：触摸屏过多，惹恼驾驶者

汽车内饰新闻



图源：现代

越来越多的 OEM 正在重新进入 HMI 的“触摸屏化”，再次回归到更多的物理按钮。在这方面，现代还意识到驾驶员很快就会对触摸屏感到恼火。

在过去的十年里，现代汽车在其所有车型中都引入了触摸屏信息娱乐系统。以前使用开关或操纵杆操作的功能现在已经位于车辆屏幕上，只需触摸手指即可操作。2019 年，这家汽车制造商甚至推出了触摸屏概念方向盘。

然而，现代汽车此后退缩，并打算在未来在其车辆中重新引入物理按钮。这已经从修订后的 Ioniq 5 开始，它比以前具有更多的模拟控件。更改的原因是内部研究。“在我们与焦点小组的测试中，我们发现当人们想在紧急情况下控制某事但无法做到这一点时，他们会感到压力、烦恼和愤怒，”HDNA 副总裁 Ha Hak-so 向在场的记者解释道。

例如，现代 Ioniq 6 还具有用于许多常见控件的物理按钮和旋钮。尽管如此，尽管现代汽车现在优先考虑按钮，但 HDNA 内饰设计主管表示，自动驾驶汽车可能会将指针重新转向非按钮控制。

触摸屏的批评者长期以来一直抱怨说，例如，通过屏幕改变温度比简单地转动物理旋钮需要更长的时间。欧洲新车评估计划（Euro NCAP）也批评了向更少开关和杠杆的转变，并已经宣布了 2026 年的新评估标准。触摸屏操作会带来重大的安全风险，因为驾驶员会将视线从道路上移开。这也增加了分心事故的风险。

小鹏 P7+：软件功能作为高级功能

汽车内饰新闻



小鹏 P7+ 座舱 - 图源：小鹏汽车

小鹏汽车称其为“世界上第一辆 AI 定义的汽车”。11月7日，全新“P7+”车型在中国上市。与其他创业者不同，小鹏汽车董事长、首席执行官兼创始人何小鹏将赌注押在人工智能（AI）的颠覆性潜力上。他希望将自己的公司定位为 AI 定义汽车的先驱。

对于 P7+，何小鹏承诺将配备 AI 增强的辅助系统，尤其是在自动驾驶 2 级时表现出色，尤其是驾驶舱内的自然语音控制。

P7+ 驾驶舱集成了小鹏汽车专有的 X-GPT 模型，搭配高通 8295P 驾驶舱芯片，性能提升 50%。该系统可实现智能、自然的语音交互和深入的理解，同时可以通过一个简单的语音命令激活一系列功能。内部配备 15.6 英寸中央控制屏幕、10.25 英寸数字仪表显示屏和带三屏连接的 8 英寸后置娱乐屏幕。

据说，驾驶员只能在某些驾驶情况下将手从方向盘上移开，但得益于人工智能，汽车的控制特别精确。AI 还将模型的安全性和能源效率提升到一个新的水平。制动距离只有 35 米长，由于其能源效率，它可以用 1 千瓦时行驶 10 公里（相当于 10 kWh/100 公里）。另一个优点是 AI 允许汽车每两天“学习”。据 Xpeng 称，这些更新以无线方式提供

由小鹏汽车自己开发的驱动系统以及许多其他组件不需要激光雷达硬件。与以前的型号不同，制造商依赖于摄像头和毫米波雷达的“纯感知”概念。这降低了生产成本。

“在传统汽车中，'高端'是由设计和某些功能定义的，但在人工智能定义的汽车时代，真正的高端品质离不开智能技术，”何小鹏解释说。

在内饰方面，P7+ 提供优质的体验，拥有行业领先的 2.1 平方米全景天窗、具有加热、通风和按摩功能的 Nappa 皮革“云舒适”座椅，以及 10 度后排座椅倾斜度。

在中国的销售开始非常成功，特别是因为一款配备 Nappa 皮革的中高档轿车的价格为 24.300 至 28.400 欧元，而且 - 如前所述 - 许多新技术有望进入四轮移动的 AI 时代。

首款讴歌 BEV SUV，基于通用汽车平台打造

汽车内饰新闻



讴歌 ZDX - 图源：本田



凯迪拉克 LYRIQ - 图源：通用汽车

总体而言，ZDX 的设计分类精美，具有简洁的外部线条、大胆的对比色和您在高级 BEV 中所期望的通风简约内饰，驾驶员可以轻松触及许多方便的旋钮和按钮。



通常，本田和讴歌基于相同的平台，但对于第一款讴歌中型 BEV 2 排跨界车讴歌 ZDX，它是基于凯迪拉克 Lyriq Ultium 平台构建的。由于本田还没有可用的电动汽车平台，他们有时会与通用汽车签署合作伙伴关系，以使用其新的电池平台和电池 EV Acura Image 架构。

尽管 ZDX 和 Lyriq 基于同一平台并共享相同的 102 kWh 电池组，但它们并不是克隆。

ZDX 开发负责人 John Hwang 表示，ZDX 是在洛杉矶的讴歌设计工作室设计的，其设计师使用 3D 虚拟现实技术与日本的设计团队合作，在开发过程的早期就外部和内部设计、材料、颜色和后座腿部空间进行合作。

ZDX 和 Lyriq 平台的内部差异很大。最值得注意的是，Lyriq 配备了一个气势磅礴的 33 英寸高分辨率触摸屏，具有 9K 分辨率能力。它看起来像一个巨大的屏幕，但它是三个独立的屏幕连接在同一块曲面玻璃下。

讴歌在驾驶员前方有一个 11 英寸的显示屏和一个 11.3 英寸的侧向安装的中央触摸屏，该触摸屏首次集成了内置谷歌以及无线 Apple CarPlay 和 Android Auto（当通用汽车放弃它时）。

与 Lyriq 一样，ZDX 使用基于 Android Automotive OS 的信息娱乐系统，尽管它显示在两个独立的屏幕上——一个用于驾驶员显示屏，另一个用于信息娱乐系统——而不是凯迪拉克的 33 英寸一体式显示屏。

驾驶舱材料通过大量真正的铝制装饰和对比鲜明的滚边和缝线营造出跑车氛围。

音频系统也有所不同。ZDX 配备了 18 扬声器的 Bang & Olufsen 系统，而 Lyriq 则配备了 19 扬声器的 AKG Studio 系统。但是，ZDX 确实有一个名为 AcuraWatch 360 的免提驾驶系统，该系统基于通用汽车的 Super Cruise 系统。

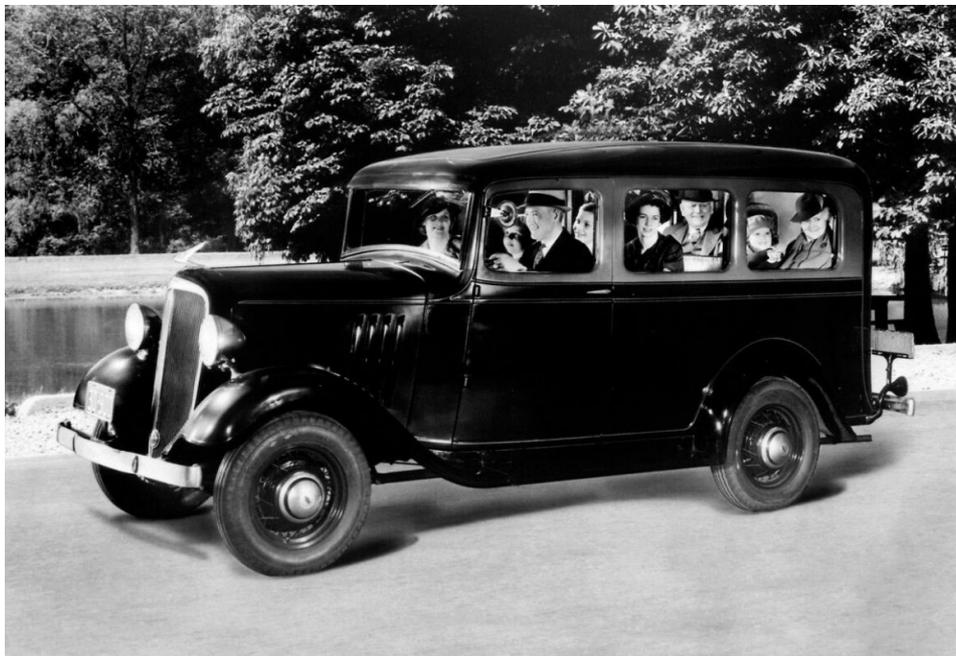
通用汽车位于田纳西州斯普林希尔和墨西哥拉莫斯阿里斯佩的工厂正在组装这些车辆

雪佛兰 Suburban 9 座

汽车内饰新闻



面包车不再那么受欢迎，但容纳一个完整家庭的宽敞空间仍然是一个市场需求。由于有第三排座位，SUV 越来越能够容纳 7 名乘客。由于所有三排都有三个座位，有一些型号最多可容纳 9 人。



雪佛兰 SUBURBAN 1935 - 图源：通用汽车

雪佛兰 Suburban 就是这种情况，自 gen #1（1935）以来以其宽敞的内部空间而闻名，其 gen #12 最近亮相。在那辆雪佛兰 Suburban 汽车中，您可以选择前排 40/20/40 分体式长椅。

这辆车有 9 名乘客，在任何位置，在头部空间、肩部空间、臀部空间和腿部空间方面，内部空间仍然非常宽敞。

设计休息室

起亚内饰设计负责人：“让我们使用新技术”

设计休息室



图源：起亚

Jochen Paesen 是起亚的内饰设计主管。在这次采访中，他在接受 Motor-Exclusive 采访时谈到了汽车内饰的发展。

“韩国是一个变化非常快的国家，不会长期坚持现状。新技术？让我们使用它。这也是我们在设计和开发方面的特点。对我来说，这就是 Kia 的定义，韩国文化的定义，以及我们为新产品带来的东西。我们不怕尝试新事物。我们速度很快。我们务实。尽管如此，起亚必须清楚地被识别为起亚。”



图片：起亚EV3

“我们通常会针对特定市场进行调整。对于我们的全球型号，我们提供不同地区的颜色、材料和选项报价。EV 3 是一款更加全球化的产品，在美国和欧洲等市场基本保持不变，但提供不同的设备包。

“安全非常重要。安全系统越来越好。如果我们假设将来的事故会少得多或不那么多，那么我将能够以完全不同的方式坐在我的车里。这将带来新的动力。

“AI 就在这里。对我们来说，将其整合为一只援助之手非常重要。角色不再是中心。这与个性无关，而是与 AI 的作用有关。在 EV 3 中，我们更加谨慎地集成了 AI。无论如何，都有声学 and 图形反馈。我们将继续进一步发展。

“我们正在研究我们可以做些什么来将可持续性和可持续思维纳入我们的流程。因此，我们定义了十个可持续的必备要素。例如，这些产品包括不含 BTX 的油漆、由回收 PET 制成的地毯以及我们使用的有机 PU 泡沫。其中一点也是要废除皮革。现在，我们所有的汽车都有这十项原则，它们构成了坚实的基础。这也包括我们在带有二维码的车辆中的循环标志。你可以扫描代码，然后查看我们参与了哪些合作，我们正在开发什么，我们在哪些方面取得了进展，哪些方面没有取得进展。

全新出行

中国自动驾驶发展计划

全新出行



图源：小鹏

中国政府希望促进自动驾驶，并为此扩大其支持计划。官方控制的媒体，如北京的《环球时报》报道称，这是为了提高国内汽车制造商的国际竞争力。自本月初以来，中央政府一直在实施去年 11 月公布的 11 月计划。因此，道路测试在全国范围内得到了显著扩展。

6 月 4 日，多达 9 家中国汽车制造商获得了新许可证，开始了 3 级自动驾驶，其中包括比亚迪、蔚来汽车、长安汽车、上汽集团在北京、上海、广州和重庆等 7 个城市的禁区测试 3 级自动驾驶能力。

在 3 级，只要在紧急情况出现时有人可以干预，车辆就可以在特定条件下在没有驾驶员的情况下驾驶。

这是自 2023 年 11 月起，上述计划《关于开展智能网联汽车门禁和道路交通试点的通知》的首次具体实施。因此，中国在无人驾驶道路测试许可方面明显领先于国际领域。在其他地方，包括美国和日本，当局最近在事故发生后变得更加谨慎。

宝马中国开始搭载V2X 技术，得益于当地基础设施建设

全新出行



图源：宝马

宝马将于 1 月在中国开始批量生产采用 V2X 技术的汽车。该公司写道，该制造商将从其 5 系列开始，然后其技术将实现“车-路-云集成”。

今年以来，中国政府一直非常注重借助云发展互联驾驶。在这种 V2X（“车联网”）中，汽车不仅应该通过移动数据与其他汽车通信，还应该通过云与“智能”交通信号灯和智能城市控制中心通信。另一方面，中国版的互联驾驶依赖于数百辆车、路边基础设施和控制中心之间的大量数据交换。

“宝马将移动出行的未来设想为一个完全互联的智能交通网络，而不是孤立的车辆，”帖子中写道。因此，宝马支持中国政府的目标：2024 年 7 月，位于北京的工业和信息化部宣布在北京、上海、重庆和许多省会城市开展大规模云集成智能网联驾驶试点测试。

中国互联驾驶的新阶段已经开始，全国范围内的测试已经开始。这里也有批评的声音。批评者提出的主要论点是必要的新路边基础设施的巨大成本。

从中国的角度来看，借助云的互联驾驶有几个诱人的优势。首先，该技术比没有广泛联网的自动驾驶更安全。基于特斯拉车型的自动驾驶汽车的感知随着安装的摄像头和传感器的范围而结束。

通过使用云数据的互联驾驶，可以将仍在地平线上的事故传达给后续车辆。正在碰撞路线上的车辆也可以相互警告。这使得严重事故的可能性较小。

世界上没有其他国家像中国一样拥有如此现代化的移动网络。通过云实现的 V2X 不仅在技术上是可行的，而且还为特大城市的交通提供了富有远见的解决方案。这也有望减少私人交通工具的二氧化碳排放。

在欧洲和美国，由于数据保护问题，很可能永远不会从政府获得必要的支持。这为中国工业在移动出行转型方面超越西方国家提供了另一个机会。最迟从 2027 年开始，如果西方汽车制造商不采用具有云连接的中国 V2X 计划，那么他们进入中国汽车市场可能会变得更加困难。未来，V2X 技术将需要通过中国车辆评估计划 China NCAP 为单个车型获得高安全评级。

一般新闻

CES 创新奖揭晓

一般新闻



图源：大陆

美国消费技术协会（CTA）® 宣布其 2025 年 CES 创新奖®获奖者。2025 年奖项计划收到了创纪录的提交数量，超过 3400 份，比 CES 2024 增加了 13%。CES 创新奖每年都会表彰和表彰能够应对全球挑战并推动有意义变革的卓越技术设计和工程。

CES 创新奖评选了 33 个类别的技术。人工智能是增长最快的类别，与去年相比，提交量增加了 49.5%，突显了 AI 如何通过增强用户体验、提高生产力、医学进步等方式融入我们的生活。AI 将成为 CES 2025 的中心主题，贯穿整个展厅和会议活动。

以下是汽车内饰范围内的精选提名者

大陆集团：隐形生物识别传感显示器

大陆集团将在下一届 CES 上展示一款最近获得创新奖的新颖显示器：隐形生物识别传感显示器使用安装在仪表盘显示器后面的摄像头和激光投影仪跟踪车内人员的重要参数，以支持广泛的安全和舒适功能。该技术通过高分辨率 OLED 屏幕检测车内的乘客，这意味着肉眼完全看不见。

Smart Eye Sheila AI 副驾驶

智能眼在AI驾驶员监控和车内感应方面的专家，宣布其开创性的、富有同情心的AI副驾驶Sheila已被提名为CES 2025创新奖®的获奖者，该奖项属于车辆技术和先进移动性类别。Sheila 结合了大型语言模型（LLM）和车内传感技术的功能，提供实时、上下文感知的交互，从而提高车内的安全性和舒适性。

Tactotek IMSE 技术

TactoTek 凭借两款产品荣获 2025 年 CES 创新奖（CES Innovation Awards®）的车辆技术和先进移动出行类别大奖：

- IMSE® 技术平台 – 设计和制造电子产品的革命性方法。
- IMSE 智能照明门板 – IMSE 的创新应用，重新定义了汽车内部的照明和功能。