

# 社论

## 米兰设计周，汽车与艺术的旅程



起亚EV2概念车 @ 米兰 - 图源：起亚

汽车行业越来越多地寻求与设计对接，如今汽车品牌在米兰设计周期间举办活动甚至推出新车已成为常态。今年，全球最大的设计周上，超过十几个汽车品牌积极参与，其中包括一些知名的新面孔。汽车品牌的数量创下历史新高，所有品牌都利用这一活动超越展厅，将自己定位为生活方式的品味引领者、设计权威和可持续发展的领导者。从艺术展览到多感官体验和新产品发布，设计在米兰依然无人能敌。本期深度报道展示了一些亮点！

DVN联合易贸汽车将于2025年6月4日至6日在杭州举行EAC汽车产业大会。此次活动内容丰富，包括CMF设计大会，涵盖音响、照明和电子；新型和可持续材料以及工艺创新，专注于驾驶舱体验，情感交互，用户体验，交互设计，全息技术，以及感官设计、美学、色彩等。点击查阅[详情](#)，欢迎参与！



Philippe Aumont  
DVN 内饰主编

## 更多汽车品牌现身米兰设计周



图源：DVN

意大利“米兰设计周”，作为世界上最具影响力的设计活动之一，每年在意大利米兰举行。它将这个城市变成一个充满活力的创造力、创新和设计卓越的展示舞台。在这一周里，来自全球的设计师、建筑师、品牌和创意人士在全城展出他们的作品，包括展览、装置艺术和快闪活动。几年前，汽车行业开始融入这一展会，以下为部分亮点展位介绍。

### 奥迪



今年，进步之家由荷兰设计工作室 DRIFT 进行装饰打造，该工作室设计了一个名为 Drift Us 的沉浸式互动装置，诠释与奥迪 DNA 相符的转型概念。奥迪在充满魅力的 Portrait Milano 空间创建了一个展位，这个 16 世纪的综合体现已成为未来创新的地方。



Studio Drift 的作品形成了一个沉浸式机器人景观，动感灯泡会根据访客的动作摇摆，模仿草地上的风。为了庆祝定制个性化 30 周年，奥迪在 2025 年米兰设计周上揭幕了一款特别版 A6 Avant，突显了顶级设计和工艺的巅峰，内饰升级为贝加尔蓝和钹金。

运动座椅采用豪华的贝加尔蓝与钹金色的组合，配以对比鲜明的贝加尔蓝缝线。结合钹的应用，A6 Avant 将优雅与独特性提升至完美。“钹是一种天然与矿物结合的金属。我们选择的颜色灵感来自这一奢华元素”，颜色和饰面设计师纳丁·沃尔芬格说道，“结合贝加尔蓝的深沉色调，内饰呈现出特别优雅的外观。在明亮的光线下，蓝色显得生动而闪耀，但在柔和的光线下则展现出一种舒缓的、几乎神秘的深度。”



设计展的访客可以参观“材料酒吧”，在这里，特殊配置的展品——例如三个位于不同颜色皮革和对比缝线的座椅岛——为他们提供了Audi exclusive所提供的广泛选择的概览。Audi exclusive还提供两个特定的设计包，以鲜明对比的颜色为内部装饰增添独特性。第一个设计包的侧侧垫采用深海湾蓝，而座椅中央面板则以带有孔洞的优质纳帕皮和钹金钻石缝线突出。对比的海湾蓝缝线完美平衡了两种颜色。

运动优雅的风格通过额外的贝加尔蓝内饰元素得以提升，包括中央扶手、中央控制台装饰、仪表板和车门上的装饰元素，以及前后车门的扶手。这些元素采用类似于绒面革的Dinamica超细纤维材料制作，但大约一半是由回收材料制成的。所有元素均配有钹磁对比缝线，黑色皮革方向盘、仪表板的上部和地垫也是如此。第二个设计包专注于纺织品，采用浅灰色的Kaskade面料和钹金色的点缀，创造出色彩的交错。Kaskade面料让人想起天然材料，如羊毛，且没有进一步染色。它部分由回收材料制成，如边料和回收聚酯。

## **Cupra**



图源：CUPRA



在米兰的中心区，CUPRA设计了一个沉浸式结构，重新定义 CUPRA 车辆内部的未来原型，让游客探索 CUPRA 感官胶囊。这个概念超越了人类与机器之间的传统关系，彻底改变了车载体验，并提供了对 CUPRA 内饰未来的瞥见。在胶囊内部，环境直观地响应手势、偏好和情感，创造人与车之间的无缝连接。这不仅仅是一件展品——它是一座活生生的雕塑，根据动作进行响应，并使用光创造不同的形状，通过照明赋予表面生命。

它的材料、轮廓和结构通过光迹和映射投影得以显现。

## 菲亚特



图源：菲亚特

本周，在米兰家具展上，家具品牌Kartell的展位前，游客们惊讶地发现展位中央摆放着一辆汽车。Kartell与意大利知名品牌和长期合作伙伴菲亚特联手，推出并首发菲亚特Grande Panda Kartell



这是一个开创性项目，旨在帮助两个品牌在设计 and 材料理念上进行交叉传播。这款车采用鲜艳的红色外观，内部则是蓝色调。它的多个地方，包括车轮和座椅，都印有Kartell标志。菲亚特在新闻稿中表示，这次合作旨在通过与Kartell的伙伴关系，将新推出的Grande Panda介绍给新的观众。

此外，新的菲亚特Topolino还展示了独特的车身涂装，展出地点在杜里尼设计区，并可进行试驾。对于那些想要特别纪念品的人，Gallo还推出了一款受活动启发的限量版袜子，完美结合了时尚与汽车。

## GAC



米兰设计周上，广汽安排了设计工作室的开放日，观众们可以在设计师的支持下参观GAC。该工作室位于市中心，是创意的活跃中心，品牌的大多数概念车都在这里诞生。工作室外，埃安 UT正在展出。这款车在GAC位于米兰的先进设计中心诞生，融合了意大利设计美学和当地市场偏好。它配备了世界首款眉毛灵感的前灯、14.6英寸中央触摸屏、8.88英寸数字显示屏、L2智能驾驶辅助、高强度侧壁和支架造型的柱结构——所有这些都超过了欧洲安全标准。它的第二代杂志电池可以在仅24分钟内将电量从30%充电到80%，并且具备防枪击能力。

## 谷歌



在汽车行业中相当不寻常，但在科技行业中却是标志性的，谷歌参加了展览，主题为“让可见的变得不可见”。作为最先进和沉浸式的体验，这个美国品牌与艺术家拉赫兰·图尔岑在米兰设计周上合作，展示了一种雾气和激光的沉浸式装置，让参观者能够像拉开窗帘一样移动光线。六英尺宽的装置悬挂在黑暗房间的天花板上，由激光和一个凹面的抛物面镜组成，帮助将光投射到下面。房间里充满了雾气，所以从镜子反射的光不仅落在地板上，也落在漂浮在空气中的微小水粒子上，创造出窗帘的印象。窗帘静止不动，直到传感器检测到有人走过或在光中挥动手臂，此时它们便开始摇晃和移动，仿佛是由固体材质构成的。

这一效果是通过使用专有软件实现的，并通过运动检测触发的声音增强。

## Omoda



OMODA是一家总部位于中国安徽省芜湖的先锋汽车品牌，属于奇瑞家族的一部分。专注于未来主义的跨界SUV。



内饰方面，OMODA 9座舱融合了工艺和先进技术。24.6英寸的曲面仪表板集成了数字仪表盘和多媒体系统，提供沉浸式视觉体验。高品质材料覆盖座椅和门板，而动态氛围灯光则营造出精致的氛围。智能交互屏ISD（智能声音与设计）系统同步光线、声音和设计，为用户提供独特的感官体验。

## 路虎



路虎在米兰设计周揭幕了其首个标志性装置-未来回顾：连接的世界，该项目由位于加利福尼亚的创新设计工作室NUOVA合作设计。与路虎的内部创意团队合作，NUOVA通过一段跨越1970年至2025年两个不同时代的电影旅程，形象地叙述了路虎的设计传承及其对现代奢华的持久影响。这是一个多感官的体验，内部包括定制家具和音景，以及NUOVA的碳负奢侈香氛品牌Aeir特别为路虎设计的香气，全部为路虎专门打造。

将游客带回首辆汽车生产的时刻，第一款车受1970年代原始汽车经销商的启发。前端中心位置，经典路虎揽胜车标：这是该品牌在1970年推出前制造的第一款预生产车型‘YVB 151H’，坐落在怀旧的70年代室内氛围中。为了庆祝最早的路虎揽胜以及品牌在奢华设计中的根基，这辆两厢预生产车以原始的橄榄绿色展示在一个装有丰富色彩和触感纹理的木质面板房间里。NUOVA为这个空间设计了定制家具，包括一张血红色沙发、一个用白色卡拉拉大理石制作的圆形恩佐桌和定制的办公椅。复古细节，例如鱼缸、档案文物和原创草图，增强了那个时代的氛围。该空间在44个定制的梁式吊灯的温暖灯光下，突显出室内标志性的轮廓和奢华的色彩。

## 路特斯





Emeya作为路特斯新款电动豪华旅行车（GT），专为驾驶者设计。在内饰方面，环绕整辆车的光带可以改变氛围，带来浮动部分和轻盈感。展览汇聚过去、现在和未来，庆祝路特斯的遗产，展出备受喜爱的Esprit，恰逢其50周年纪念，同时与尖端的Emeya一起展出 - 路特斯的全电动超级GT，成为展览的中心。故事继续探索关于Theory 1的设计原则 - 路特斯最新的概念车，展示品牌对未来的愿景。

内饰方面，风格延续了Eletre SUV。中心位置是一个15.6英寸的OLED触摸屏，用户可以在这里调整除了座舱温度以外的所有设置，甚至可以选择如何打开手套箱。路特斯汽车比特斯拉等品牌更为理智，意识到不提供显示给驾驶员以显示速度、续航和警告信息并不合理。一个12.6英寸的屏幕条处理这项功能，乘客也有一个屏幕用于快捷访问信息娱乐。

主屏幕有很多菜单，许多通过小‘按钮’来访问，这可能很难点击。我们不得不请乘客帮忙进行手机活动和导航功能的访问，但他们也感到困难。希望当您自己驾驶其中一辆，可以很快找到正确的子菜单。不过，语音控制似乎确实表现不错。

## 极氪



极氪 Mix（在[DVN内饰](#)中）是中国品牌展览的一部分，由于其富有表现力的前灯和旋转座椅而吸引了大量关注。展览分为两个部分。一种沉浸式互动体验——与艺术家合作创建——邀请游客以引人深思的方式参与极氪的设计理念。与此同时，他们展示了一项革命性的学生项目，重新构想电动出行的未来。与传统设计项目不同，这一倡议给予新兴人才充分的创造自主权，赋予他们大胆探索没有限制的创新理念的能力。最终结果是一个创新概念的集合，通过规模模型生动呈现，挑战常规并提供对出行新视角的看法。

极氪展示了“连接的艺术”，随后揭示了一个重新想象电动出行未来的开创性学生项目。

# 汽车内饰新闻

## Axkid推出正向儿童汽车座椅

汽车内饰新闻



图源：AXKID

瑞典儿童安全座椅公司Axkid推出了Axkid Up，一款前向安全座椅，旨在为身高100-150cm的儿童提供安全、适应性和舒适性。它已经过50kg的测试。该座椅采用公司独有的HeightControl技术，座椅和靠背可以独立调节，以确保安全带始终位于肩部和臀部位置。这样的设计减少了安全带的松弛，确保儿童能够充分受益于汽车内置的安全系统。

“Axkid Up 是多年来开发与与父母、汽车行业及我们的合作伙伴密切合作的结果”，Axkid 副总裁兼商务总监 Anton Wall 表示，“虽然我们始终建议尽可能长时间地采用后向旅行，但我们知道许多孩子过早地转向前向，或者干脆停止使用安全座椅，这往往是由于误解或缺乏意识。我们发现市场上有一个明显的缺口，许多人仍然认为前向座椅对于四岁和更大孩子一样好。这一点显然不对。父母需要一种具有更智能和更安全功能的前向座椅，能够适应孩子的身高，无论他们是四岁、八岁还是十二岁。凭借 Axkid Up，我们现在满足了这一需求。”

Axkid Up 配备了 Axkid ProtecBase 钢框架和可拆卸的 SnapGuard 侧翼。座椅的可折叠设计由 Quickfold 技术驱动，确保了安装和存储的便利性。ErgoSupport 的设计旨在增强 lumbar 支持，以适应更长时间的旅程。“在 Axkid Up 上，我们希望在面向前方的儿童汽车座椅中提高安全性和创新水平。许多人没有意识到，汽车的内置安全系统是为身高152厘米及以上的成年人设计的。这就是为什么我们开发了一种可调节座椅，与可调节靠背一起，根据孩子的身高将他们放置在成人高度位置，从而使他们真正能够受益于为我们成年人设计的汽车安全系统。是时候提升较大儿童的车内安全性，让他们充分利用安全带、气囊和其他保护系统”，Wall 补充道。

# 宝马在上海以人工智能决策带来惊喜

汽车内饰新闻



图源：宝马

来自中国的人工智能为中国服务：宝马宣布与DeepSeek合作，为其新一代车型提供服务。宝马在上海展示的车型专为中国市场开发，又一次展示了其高度本地化以满足中国客户需求的主张。在全景iDrive的中国版本中，宝马与当地科技合作伙伴合作，特意将其操作系统X定制为符合中国用户需求。重要的中国合作伙伴包括互联网巨头阿里巴巴和科技集团华为。

宝马首席执行官齐普斯强调，中国在人工智能技术方面取得了显著进展，宝马正在加强与当地合作伙伴的合作，以将这些创新整合到中国市场的车辆中。DeepSeek代表着这一高端制造商在中国市场数字平台的一个重要进展，在这里，软件定义功能比其他任何全球市场更为关键的购买标准。对于宝马来说，“在中国为中国”也意味着在该国独立开发软件，宝马集团在沈阳设有其在德国以外最大的研发中心，并且还生产新系列车型。中国版本的软件约有70%由本地开发和调整的源代码组成。该系统提供了多种数字功能，包括针对中国市场的人工智能支持的宝马智能个人助理。

大型语言模型（LLM），例如，智能个人助理的一个重要组成部分，是与中国科技先锋阿里巴巴合作的结果。在这一年中，宝马计划逐步将DeepSeek的人工智能功能添加到智能个人助理中。数字助理不仅可以执行语音命令，还能与车内乘客积极对话，并根据上下文分析情况。

# Ansys Speos 软件用于优化内饰照明

汽车内饰新闻



图源：ANSYS

汽车制造商宝马集团以创造独特的、不可复制的驾驶体验而自豪，从高性能奢华的宝马到豪华车中的明星劳斯莱斯，再到自由奔放的MINI。除了高端性能外，对内饰精致度的关注也激发了一些真正独特的功能。这些包括施华洛世奇水晶换挡杆、车顶的星空投影，以及仪表板上的数字艺术展示。在已经繁忙的内饰环境中引入这些功能可能具有挑战性。背光按钮、信息娱乐和仪表显示器的灯光，加上阳光或夜间来车灯的眩光，都会干扰驾驶体验。利用安赛斯仿真软件在英伟达 GPU 加速计算平台上运行，宝马集团能够解决不必要的反射和眩光，从而确保舒适的驾驶环境。

在宝马集团，虚拟验证项目负责人肯尼斯·韦塞雷克早期利用Ansys Speos计算机辅助设计（CAD）集成光学和照明模拟软件进行光学研究，以优化宝马、劳斯莱斯和MINI Cooper品牌的光学内饰元素。“我们巧妙地利用光作为信息载体，创造有趣的动画，实施隐藏式投影仪，使显示器的数字世界溢出到仪表盘上，从而连接数字和物理世界，”韦塞雷克说。“我们正在融合光、材料和控制。光穿过材料，有多个显示器在前挡风玻璃中反射，这就是我们命名为宝马全景视野的产品。”所有这些元素都由各种材料和颜色选择的光属性指导。所有元素必须进行排名和评估，以确定在关注安全的情况下可以实现的可能性。

一个大挑战是如何在不干扰驾驶员的情况下允许较浅色的内部装饰。需要仔细考虑品牌，以及在创建仪表组件时涉及的所有材料，还需要使用纹理来减少反射。Weselake成功地使用Speos软件实验不同的颜色渐变、仪表几何形状和材料，以最小化不必要的反射和眩光。“我已经测量了超过一千种不同的材料”，Weselake表示，“这对于进行比较研究是必要的。我正在使用Speos软件来测量颜色的强度。参考我的驾驶舱设置，我可以在Speos软件中再次更新我的仪表模型，使用所有不同的材料来查看几何形状和材料对结果的影响。在设计过程的早期，我仍然能够对几何形状产生影响。在设计后期，主要是材料。”

利用Speos软件和NVIDIA RTX 6000 Ada Generation GPU，使Weselake的光学模拟速度提高了300倍。更深入地分析，这种设置显著提升了Speos软件的性能，将个别测试运行的时间从几个小时减少到不到10分钟。

# 为神经多样性者设计的Bridge of Weir皮革内饰概念

汽车内饰新闻



Bridge of Weir Leather是一家有着120年历史的苏格兰公司，专门向顶级汽车制造商供应高端汽车皮革，最近概念化了一款新的“有意识系列”，可能会帮助神经多样性人士体验更平静和舒适的汽车内部环境。1/7的人被认为是神经多样性人士，无论是有意识还是无意识：这一类别包括自闭症、阅读障碍和注意力缺陷多动症等状况。针对这些人设计的内饰环境，不仅为买家提供了另一个内饰选项，还为感官包容性设计开辟了新方向，考虑到内饰体验不仅可以受到科技和奢华的影响。

人类的感官是并行工作的，大脑将每种感官感知转换为很难用几句话描述的整体感觉。一个令人不安的环境，伴随着不协调的音调、刺眼的图案和过多的技术小工具，会增加疲劳并影响安全，即使对非神经多样性的人也是如此。公司对神经多样性人士的乘车体验进行了调查，并将研究结果转化为一些关键概念，确定了一个宁静的内饰环境，这可以总结为“少即是多”和“简约的力量”：柔和和沉静的色调，以蓝色和绿色为主，带有引导视线和创造结构的图案；温和的质感提供熟悉的触觉体验，材料的香气唤起潜意识中的舒适和安全感。



“这个系列旨在重新思考材料与人类体验之间的关系”，Bridge of Weir的设计经理Debra Choong表示，“我们希望创造出能够促进包容性的内饰环境，同时致敬神经多样性个体的独特优势。”这个练习所学到的经验可以轻松转化为适用于各种内饰设计的新设计理念，邀请汽车制造商创造不仅仅是运输人们的车辆，还能积极促进他们的福祉。

# 起亚与Bcomp合作：可持续生物材料应用于电动车

汽车内饰新闻



图源：起亚

瑞士复合材料制造公司Bcomp与起亚合作，将其天然纤维复合材料ampliTex应用于新概念电动车EV2的关键内饰部件。在起亚最近于巴塞罗那举行的电动车日上揭幕的概念EV2，旨在展示生物基复合材料在经济实惠的电动车中大规模采用的潜力，为更广泛地整合到生产车辆中铺平道路。通过用Bcomp的ampliTex替代传统合成材料，概念EV2优先考虑负责任的设计选择，同时不妥协性能或美学。Bcomp的解决方案天然地实现循环利用，还提供生命周期结束的好处，包括将组件回收为复合颗粒——一种新的基础材料，以服务于第二次生命。

AmpliTex 是由亚麻纤维制成的。它的特性不仅增强了可持续性，还提供了轻量化和增强耐用性等性能和功能收益。Bcomp 与起亚欧洲设计中心的 CMF（颜色、材料、饰面）设计师紧密合作，开发了一种定制的深蓝色饰面。起亚团队在 Concept EV2 的后座壳和前座子结构中专门使用了 ampliTex。这为大众市场带来了生物基材料，提供了塑料和碳纤维的替代品。

"我们与起亚在概念版EV2上的合作是朝着自然纤维复合材料在汽车内饰中主流应用迈出的又一步，" Bcomp的销售经理尼古拉斯·萨姆森说。"起亚对流动性的前瞻性思维与我们推动可持续内饰解决方案边界的使命完全一致，我们共同证明可持续的循环材料可以在批量生产中提升车辆的美学和功能性。"起亚欧洲设计中心的高级设计师娜塔莉·布赫补充道："Bcomp在生物基复合材料方面的行业领先专业知识使我们能够在概念版EV2中重新定义汽车内饰的可能性，并将创新材料带入大众市场。他们与我们的设计团队密切合作，确保每种材料都与我们的愿景完美契合，进一步巩固了我们致力于创造时尚、环保和高质量未来车辆的承诺。"

# ‘金耳朵’音频工程师塑造日产声音

汽车内饰新闻



2025款日产KICKS配备的BOSE PERSONAL PLUS音频系统，包括安装在驾驶员和乘客头枕中的扬声器。图源：日产

一个好的汽车音频系统可以显著改善驾驶体验：不仅因为可以无干扰地收听自己喜欢的音乐，还因为调试良好的音频系统可以帮助减少外部噪音，将您的汽车转变为一个‘小礼堂’。

但是，要打造完美的环境，仅靠硬件和软件是不够的。人耳在评估房间的“声音”方面比麦克风做得更好：我们的耳朵是感知声音的非常复杂的工具，能够检测相位、音调或方向的微小变化，并过滤和优先考虑来自特定方向的声音。如果您对这种人类的自然能力进行数十年的训练，您可以达到评估和调谐音频系统性能的完美水平。这一点为被称为“金耳朵”的帕特里克·丹尼斯（Patrick Dennis）所熟知，他是日产北美技术中心的首席音频工程师，在那里他花了近20年时间完善日产和英菲尼迪汽车的音质。



图片：日产北美公司 帕特里克·丹尼斯

凭借通过广泛聆听音乐而培养出的训练耳朵，丹尼斯帮助创建身临其境的、类似音乐会的车载音频体验，即使在声学挑战环境中也是如此。“并不是说我的耳朵自然比其他人的更好——而是我经过训练能够识别音乐中其他人可能无法捕捉到的某些东西，”他说道。帕特里克还表示：“汽车并不是音响系统的理想空间”，“您要与动力系统、道路、风和周围交通的噪音竞争。”此外，汽车扬声器通常安装在离乘客耳朵较远的地方——例如，安装在车门低处。值得庆幸的是，技术使日产音频团队能够精确地指向音乐，使其感觉更接近听众。

在日产Kicks中，配备了像Bose Personal Plus1这样的高端音响系统，创新的扬声器安装在头枕中，音效堪比身临其境，仿佛佩戴了高端耳机却不需要真的戴上。此外，软件也在减少外部噪音方面发挥着作用。例如，主动声控管理使用内置麦克风识别低频发动机声音，并用相反频率的声波将其中和。该系统的工作原理类似于降噪耳机。

丹尼斯和他的团队从早期开发阶段开始，为每辆车的内部量身定制音响系统。他强调合作的重要性，以及实现完美音效表现以提升客户体验的满足感：日产与博思、芬达和克利普什等音频品牌建立了优质合作关系，这些品牌因其卓越的汽车音响系统而闻名。

# 设计休息室

## 捷尼赛思内饰设计 Jaeho Oh, 未来豪华座舱

设计休息室



GV80 COUPÉ – 图源：捷尼赛思



在从外饰转向内饰汽车设计后，Jaeho Oh 被内饰汽车设计中“完全不同的创意世界”所吸引。现在，捷尼赛思的内饰设计负责人面临着将最佳技术融入捷尼赛思车型的持续挑战，同时保持简单而精致的布局，并带有适当数量的模拟按钮。（Jaeho Oh 图源：捷尼赛思）（摘自捷尼赛思新闻，完整采访请点击[这里](#)）

问：您是如何进入汽车内饰设计的？

答：虽然外部设计在客户的购买决策中起着至关重要的作用，但内饰是他们实际体验和使用汽车的地方，这让我觉得很吸引。

问：现代汽车的内饰设计通常被定义为其标志性的“空白空间之美”概念，这对您来说意味着什么？

答：空白空间之美是关于优化内饰元素的排列，比如按钮、显示屏和其他组件，在这个过程中，自然地创造出负空间。

问：一款新的Genesis车型的典型内饰设计过程是什么样的？

答：一旦确认了车辆类型及其独特的特征和身份，韩国、欧洲和美国的设计师们就会开始在考虑新的用户体验技术的同时进行室内草图设计。每个地区会筛选出大约三个候选方案，我们会选择其中最好的一项。

**问:** 后续流程如何?

**答:** 我们会将选定的内饰设计与许多其他团队进行讨论, 以便将其投入生产。整个过程通常大约需要三年。

**问:** 汽车内饰设计在不断演变。用户对内饰设计的未来有什么看法?

**答:** 随着自动驾驶和电动汽车的进步, 如今的汽车越来越多地成为我们生活空间的延伸。

**问:** 这将如何影响捷尼赛思的内饰?

**答:** 我们将保持内饰设计的整洁, 同时通过人工智能和语音识别集成关键控制。出于安全和可用性的原因, 基本按钮将保持模拟形式。

**问:** 您认为捷尼赛思的内饰设计会如何发展?

**答:** 随着客户期望的不断提高, 我们计划提供更加精致、详尽和奢华的体验。像捷尼赛思 Magma和

One of One这样的项目将体现这种演变, 为我们的客户提供更深层次独特感。这是对首次发表于 [www.genesisnewsusa.com](http://www.genesisnewsusa.com) 的采访内容的编辑摘录。

# 全新出行

## APURE班车：植物基材料里程碑

全新出行



图源：东丽

2015年，东丽成为全球首个植物基无纺绒面革制造商，如今，其销售量中已有一半以上转向了更环保的材料。APURE班车是东丽推动完全植物基现实的重要里程碑，是与德国设计公司Neomind合作的一部分。这种自动驾驶班车概念是一种灵活的按需出行解决方案，旨在为公共交通设定新的标准。结合了Neomind在公共交通设计方面的丰富经验与东丽的创新材料以及RMV的出行专长，最终的概念预计将提升公共交通的吸引力，并推动未来自动班车服务的采用。

APURE 代表自主高端城市出行生态系统，确实专注于为乘客创造高端体验。这不仅仅是从传统意义上来说——手感柔软、视觉愉悦且气味宜人——而且在性能方面也有考虑。共享自主班车中的材料将比典型汽车使用得更频繁，因此必须非常耐用。不过，还有一个更重要的考虑：幸福感和心理舒适。材料和颜色的选择在定义乘客情绪方面起着重要作用。它们应该鼓励宁静和冷静的感觉，这一点传统的绒面革已经做了几十年。东丽相信其部分植物基替代品完全符合这一标准，并且更胜一筹：“由于柔和的照明和新 upholstery，这个空间感觉就像一个客厅，为标准公交车内部带来了耳目一新的变化。”

一抹宁静的鼠尾草绿、奶油色和自然木材装点着航天器的内部，与深色坐垫和沿墙壁及窗框的突起单元相得益彰。这些元素相结合，确实唤起了疗养圣地的感觉。航天器内部所使用的所有室内装潢面料均完全由部分植物基材料制成，突显了其多功能性。座椅采用Ultrasuede nu设计，仿制高档的水染皮革，而内部表面和柱子则使用Ultrasuede绒面替代材料。泡沫衬垫和阻燃屏障，以及其他多种材料，也采用了Toray的植物基材料混合。

2024年9月，APURE概念获得红点设计奖，因其“环保的内饰设计、部分植物基和回收材料以及实用的布局，平衡高容量、安全性和舒适性”而受到认可。原型在柏林的InnoTrans展会上展示，东丽表示将继续发展其“合成有机和聚合物化学、生物技术以及纳米技术”。

# 极氪007完全自主停车和充电

全新出行



图源：极氪

吉利已开发出一种全自动解决方案，用于在停车场和地下车库为电动车泊车 and 充电，现已准备好进行系列生产。其子公司极氪动力向一群国际记者展示了该系统。在吉利总部位于杭州的地下停车场，一辆极氪007轿车自动驶入停车位。这是通过新推出的G-Pilot驾驶辅助系统完成的，直接与比亚迪的新“天眼”系统竞争。G-Pilot目前能够达到3级自动驾驶。

随后，这辆车使用800伏特技术充电超过300千瓦。充电站内集成了一台配备摄像头的紧凑型机器人手臂，安装在充电插头上。经过几秒钟后，机器人手臂伸出，抓住充电站的高压充电电缆，并在一次尝试中精确插入007的充电插槽。这需要一个电动充电盖。一个运行在Zeekr 007前面的LED跑道指示充电状态和充电电流的数量。Zeekr Power在现场向Automobilwoche解释说，该系统经过广泛测试且工作可靠。现在已经准备好进行量产。最初将安装在Geely品牌Zeekr和Lynk & Co.的展厅中的有限数量地下停车场。该系统是否也会进入欧洲尚不确定。Zeekr目前已经进入挪威、荷兰和瑞典。

# 一般新闻

## 大陆集团汽车子集团未来将命名为Aumovio

一般新闻



N. SETZER / 大陆首席执行官和P. VON HIRSCHHEYDT / AUMOVIO首席执行官 图源：大陆

各自走向不同的道路：大陆首席执行官尼科莱·塞特泽和未来的Aumovio首席执行官菲利普·冯·希尔施海德特。

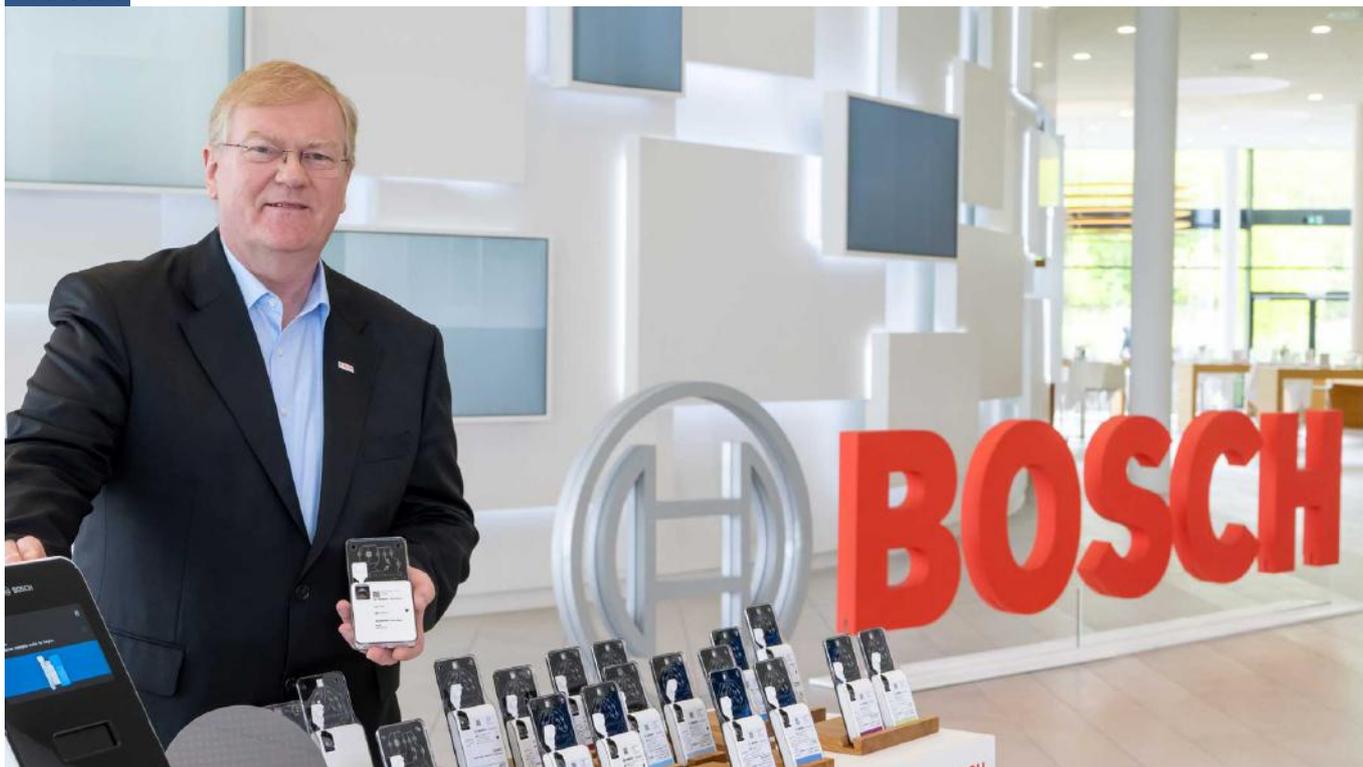
大陆的变革能力现在将成为竞争优势。在技术要求日益增长、开发周期越来越短，此外还有地缘政治挑战和供应链剧变的时代，灵活而专注的公司比复杂组织能够更好地利用机会，N. Setzer 强调。

未来独立公司的表现如何还有待观察。可以肯定的是，剩余的大陆汽车集团将从分离中受益。过去，获利的轮胎部门常常需要补偿其他部门的糟糕业绩。汽车部门的分拆终于如预期获得批准，比例为99.95%；主要股东舍弗勒独自持有约46%的股份。分拆将追溯生效，从2025年1月1日开始。当被问及未来是否会裁减更多员工时——仅汽车部门最近就裁减了10,000个岗位并关闭了若干地点——人力资源总监阿里安娜·莱因哈特给出了含糊的回答，并没有排除将来的措施。公司正在持续努力让企业为未来做好准备。

除了其核心业务——传感器解决方案和显示屏，以及制动和舒适系统之外，Aumovio 将推动现代电子解决方案、自动驾驶和软件定义车辆技术的全球发展。

# 全球前20汽车供应商

一般新闻



斯特凡·哈图恩 / 博世首席执行官 图源：博世

与往年一样，咨询公司 Berylls Strategy Advisors 发布了全球最大供应商100强。排名是基于前一个日历年的营业额。以下是20大供应商：

Unternehmen	Land	Rang	Δ 2022	Umsatz in Mio. €	Umsatz-Δ	Profitabilität 2023	Δ
Robert Bosch	DE	1	0	56.167	6,8%	4,2%	0,8%
Denso	JP	2	0	46.849	5,3%	5,6%	-0,2%
ZF Friedrichshafen	DE	3	0	42.897	7,5%	3,2%	0,7%
Hyundai Mobis	KR	4	1	41.939	9,8%	3,9%	0,0%
Continental	DE	5	-1	41.421	5,1%	4,5%	2,6%
Magna	CA	6	0	39.579	10,1%	5,2%	0,8%
CATL	CN	7	0	37.239	11,4%	-	-
Aisin	JP	8	0	31.478	2,0%	2,5%	0,9%
Michelin	FR	9	0	28.343	-0,9%	9,4%	-1,2%
Forvia	FR	10	0	27.248	7,0%	5,3%	0,9%
Cummins	US	11	2	26.665	20,5%	11,2%	-0,4%

<b>Bridgestone</b>	JP	12	-1	22.396	-5,4%	9,7%	-1,9%
<b>Valeo</b>	FR	13	1	22.044	10,0%	3,8%	0,6%
<b>Hasco</b>	CN	14	-2	22.010	-1,6%	5,2%	-0,5%
<b>Lear</b>	US	15	0	21.702	9,4%	4,8%	0,6%
<b>Aptiv</b>	IE	16	2	19	11,6%	7,8%	0,6%
<b>Goodyear</b>	US	17	-1	18.125	-5,3%	4,9%	-1,4%
<b>Tenneco</b>	US	18	-1	18.067	0,2%	-	-
<b>Sumitomo Electric</b>	JP	19	1	16.562	11,2%	5,5%	4,7%
<b>Panasonic</b>	JP	20	1	16.211	18,9%	-	-

来源：BERYLLS战略顾问，截止2024年6月7日

罗伯特·博世 (Robert Bosch) 继续称霸：仅汽车业务的销售额超过500亿欧元，增长率接近7%，来自斯图加特的供应商引领行业。良好的四个百分点盈利能力表明，市场领导者也在为每一个百分点的利润率而奋斗。电装 (Denso) 以接近470亿欧元的营业额获得第二名。这家日本公司以5.6%的利润率令人印象深刻。ZF弗里德里希港 (ZF Friedrichshafen) 获得第三名，并以7.5%的速度比两位领先者增长得更为动态。

现代汽车零部件上升至第四位。韩国公司受益于显著的增长 (9.8%)，将大陆推向第五位。马格纳以两位数的收入增长 (10%) 和稳定的利润率在第六位令人印象深刻。中国电池巨头 CATL 通过 11% 的营业额增长巩固了其在顶级供应商中的地位。爱信 (日本) 尽管增长乏力且利润率较低，仍保持第八位。米其林面临营业额轻微下降，但在高利润率方面表现出色。福维亚以 7% 的增长圆满完成前十名的排列。

分析显示：汽车工业的转型正在重塑权力平衡。电池和电子专业人士正在迅速崛起，而传统零部件供应商正面临利润压力。积极塑造技术变革的人将获得增长和回报。领先集团通过广泛的产品组合和强大的创新能力脱颖而出。动能越来越来自亚洲，尤其是韩国正在为未来技术做好出色的定位。我们越来越清楚，未来几年内集中度将增加，专业化和规模经济将变得更加重要——在转型后的价值链中争夺最佳位置的竞争早已开始。