

社论

社论 奔驰 S 级：奢华隐于无形



图源：奔驰

近距离接触全新奔驰 S 级，其搭载的超联屏（三块显示屏无缝融合为一体）、更侧重计算机核心架构的奔驰操作系统，以及经人工智能赋能的语音助手令人印象深刻。奔驰已不再掩饰其战略布局：真正的奢华，是一套能够预判需求的智能系统，却又能做到润物无声，丝毫没有机械运算的冰冷痕迹。

最打动我的细节是什么？是加热安全带。这属于热人体工学设计，绝非演示噱头。热量直接作用于身体与安全带的贴合部位，缩短舒适体验的响应延迟，强化了驾乘时的包裹感——这种感受在半小时的车程中尤为重要。

与此同时，奥迪的 Massimo Frascella 直言不讳地指出了行业内对大屏的盲目追捧。他点出了一个业内共识：屏幕尺寸无法挽救混乱的信息层级。单纯增大屏幕对角线长度，无法弥补功能优先级设置的缺陷、信息易读性的不足，也解决不了驾驶舱操作繁琐、给驾驶员带来过多负担的问题。

现在，让我们将这一行业趋势转化为更具实操性的内容。2026 年 4 月 22 日至 23 日，[DVN 科隆内饰技术研讨会即将举办](#)。本次研讨会开放演讲席位，诚邀业内人士分享整车座舱用户体验、座椅技术、智能表面、座舱显示系统、驾驶员监测系统 / 乘员监测系统、车内照明及电子系统等领域的具体案例。我们还扩大了场地规模，增加了展览区域。如果您希望自己的研究成果参与行业探讨并获得关注，现在正是接洽的最佳时机。

欢迎联系 [Emilie Bonnet](#) 或 [Laurent Sérézat](#)。

顺颂商祺

Laurent Sérézat
DVN Interior General Editor

2026年1月14-15日都灵 DVN 内饰技术研讨会总结报告（第二部分）



都灵日出（图源：DVN）

新一代汽车内饰 —— CMF与可持续发展的交汇点

这是我们都灵会议的第二天。

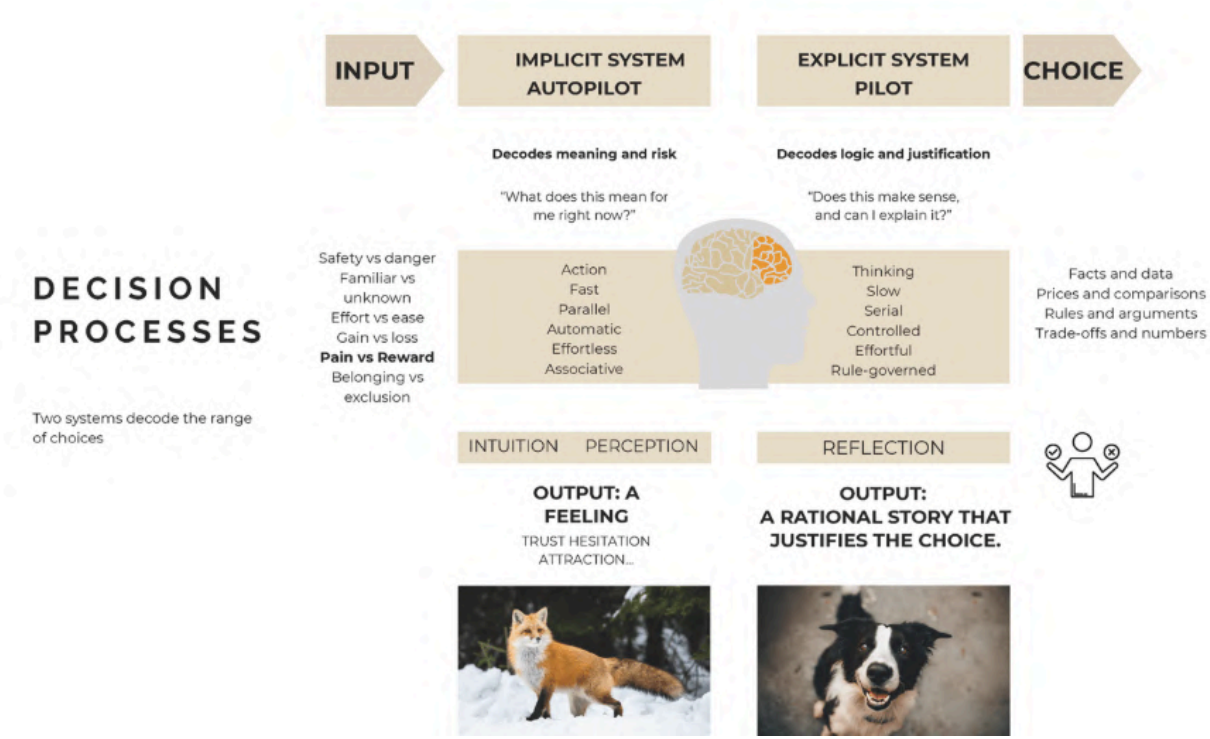
首位登台演讲的是来自极氪（ZEEKR）的 Charles Trelogan，他为我们全面介绍了极氪哥德堡设计中心的设计理念，随后深入解读了极氪 9X 的内饰设计 —— 他正是该车型内饰的核心设计师之一。相关内容可点击查看 [DVN 专题报道](#)。



极氪CHARLES TRELOGAN登台演讲（图源：DVN）

随后，来自 Lemonlab 的 Jimena Martinez 登上讲台，发表了一场见解深刻且引人深思的演讲，演讲题目为《重回主导地位：不确定性时代下的决策之道》。这场演讲巧妙呼应了前一日 Andreas Wlasak 分享的观点——“当一切皆未可知，万事皆有可能”。

Jimena Martinez 兼具创意领域（建筑师）与人类行为科学领域（心理学硕士）的双重背景，她为我们系统梳理了人类大脑决策背后的部分核心机制。在日常工作中，她将神经科学与设计思维相结合，这种工作模式极具启发性。更多相关内容可访问她的个人网站：[\[链接 1\]](#) 及 [\[链接 2\]](#)。



(内容摘自 JIMENA 的演讲报告，图源：LEMONLAB)

为方便听众理解，她举例阐释道：狐狸式处事风格带有典型的女性特质，或许也更贴近南美人的行事特点；而犬类式处事风格则更偏向男性特质，与德国人的行事方式可能更为契合。

这两种风格的核心差异，正是随性而为与理性决策的区别——类比到驾驶场景中，就如同自动驾驶模式与人工驾驶模式的不同。诚然，这种归类方式略显刻板简化，但或许仍不失为一个生动的例证。

BACK TO THE DRIVER SEAT AND THE PASSENGER SEAT!

MAKE BENEFITS ... BENEFITS! NOT AVOIDANCE OF PAIN.

Beyond confirming the rational benefits delivered by innovative technologies that satisfy the PILOT

Connecting with the different riding scenarios and exploring how to connect to the AUTOPILOT = the fundamental emotional triggers for making cars exciting, fun and identity.

FROM MARTINEZ'S PRESENTATION (LEMONLAB IMAGE)

结合我们所处的汽车行业语境，关键在于要弄清楚是什么因素能够触动客户，以及什么样的产品价值能让客户产生直观的共鸣。在当天接下来的议程中，“如何唤醒你内心的‘狐狸’特质”这一话题被我们反复提及。

随后，Guang Yang 登台演讲，他在题为《文化的具象化：中欧之间的CMF、照明及用户体验》的分享中，为我们梳理了该领域存在的若干值得关注的挑战。

关于这场演讲的详细内容，[可点击查看专题报道](#)。

当天上午的首场会议在问答环节中落下帷幕。我们在讨论中得出结论：重新定义用户与产品之间的情感联结至关重要，而设计师在这一过程中肩负着极为关键的使命。我们还围绕一句引言展开了探讨：“设计师并非是为既有结构裹上一层外壳，而是在重新定义结构本身。”

当天的第二场会议主题为《CMF：其对于车企品牌基因的重要性》。

首位登场的是来自 Cupra 的 Francesca Sangalli，她的演讲题目是《材料如何塑造品牌，开创下一代美学新边界》。

这是一场极具启发性的分享。我们从中了解到 Cupra 造型语言背后的设计理念，以及CMF如何在传递这一语言的过程中发挥关键作用 —— 从产品本身，延伸至各类活动中的品牌落地等诸多层面。



SANGALLI 登台演讲（图源：DVN）

随后，Kateřina Vránová 为我们讲解了斯柯达CMF团队如何将愿景转化为使命。

她以斯柯达最新概念车 Vision O 为例进行了说明。相关视频可[点击查看](#)。

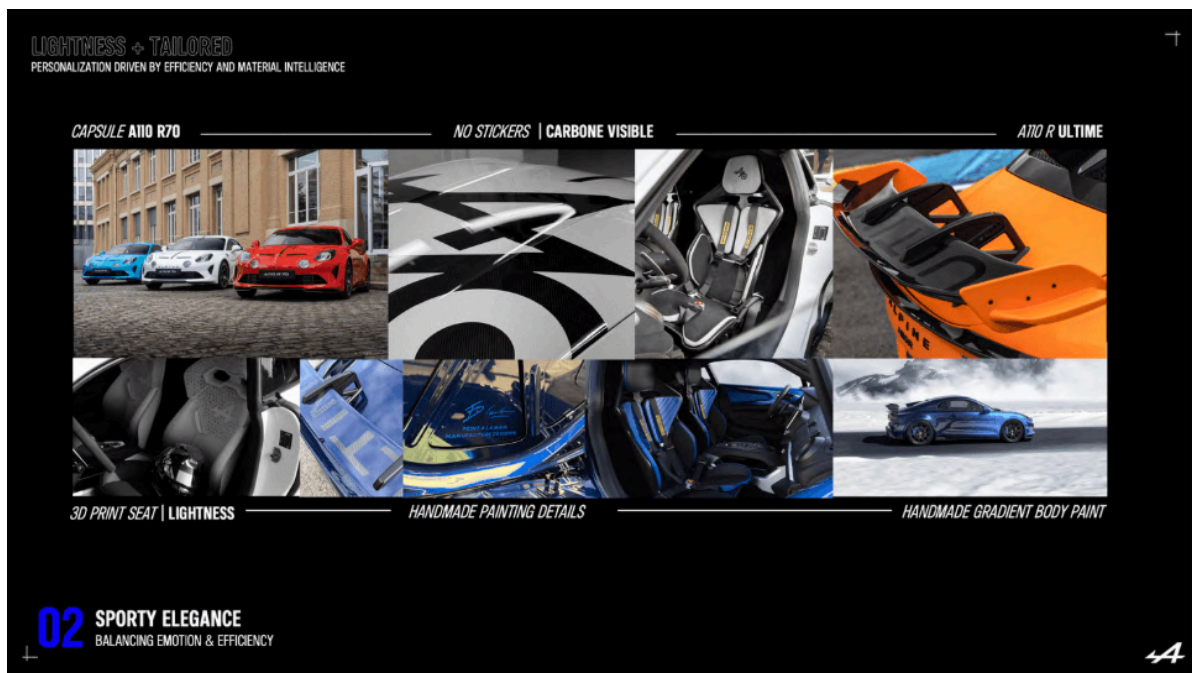
斯柯达在CMF与可持续发展方面的探索路径十分值得关注，其中重要方向之一便是为实现循环经济而研究单一材料的应用。

在 Vision O 概念车中，团队还采用了遵循昼夜节律的“生物适应性氛围照明”技术，并构建了贯穿全车物理与数字环境的一体化色彩方案。这一创新思路颇具参考价值，欧洲航天局（ESA）也正与丹麦照明专业机构展开合作，探索类似技术，旨在帮助长期太空旅行者改善健康状况与睡眠质量。有关 SAGA 灯的[详细信息可点击阅读](#)。



KATEŘINA VRÁNOVÁ 登台演讲 (图源: DVN)

最后一位分享CMF相关内容的嘉宾，是来自 Alpine Cars 的 Gwenaëlle Poulet



GWENAËLLE 演讲现场幻灯片 (图源: ALPINE)

她为我们介绍了 Alpine Cars 的品牌定位，以及品牌如何聚焦于打造车型的运动感与轻量化特质，同时讲解了品牌旗下名为“*Atelier*”的个性化定制项目——客户可通过该项目自由选配，打造专属座驾。

不过 Gwenaëlle 也表示，客户并不能选择粉色车身，或是进行过于天马行空的定制。她解释道：

“在 Alpine，个性化定制并非提供无限选择，而是推出与品牌基因相契合的智选方案。”

“个性化定制的核心是精致考究，而非过度堆砌。”

基于对自身品牌基因的深刻认知，Alpine 在“*Atelier*”定制项目中为车型推出了特定的“系列套装”供客户选择。

随后，会议进入午休及自由交流时间。

下半场的会议主题为：“可持续材料与CMF：理想搭档”

首位登场的是来自 Stellantis 的 Gabriele Ciaccio，他的演讲主题是《回收利用的挑战》。

演讲得出的其中一项结论如下：

“要成功实现回收利用，关键在于提升工艺效率，确保产品成本与原生材料具备竞争力；同时优化分拣系统，并减少多材料复合应用，践行面向循环经济的设计理念。”

紧接着，来自科思创（Covestro）的 Ciro Piermatteo 登台演讲，主题为：《从像素到现实：数字化设计自由与可持续内饰创新的融合》



超纤薄、单一材质轻量化部件的氛围灯图案（图源：科思创）

科思创开展了一个专项研发项目，整合旗下多款材料，打造出一款仪表台末端饰件。这款饰件在未点亮状态下呈现钢琴黑质感，点亮后则会浮现出极具视觉冲击力的灯光图案。依托当前最前沿的各项技术，这类高性能部件的量产已成为可能。

此外，Ciro 还提到，团队针对这类复杂部件，开展了研发周期的优化工作。

该类部件为客户带来的核心价值体现在四个方面：采用单一材质打造、重量最高可减轻 30%、厚度纤薄实现空间优化、借助仿真技术提升研发效率。

随后，来自 BComp 的 Gabriele Grezzana 登台演讲。

LARGE-SCALE AUTOMOTIVE INTERIOR

Polestar launches PS5 in Q3-2025 with significant Bcomp content

- ▶ Polestar and Bcomp share a common vision of **redefining luxury in automotive interiors** through the innovative use of sustainable materials powerRibs™, NFPP and ampliTex™
- ▶ Plastic content is **reduced by up to 50%**
- ▶ Total weight of the component is **reduced by up to 40%** compared to traditional materials and techniques

Bcomp

CONFIDENTIAL 16

GABRIELE 演讲现场幻灯片（图源：BCOMP）

想必在座多数人都对 BComp 十分熟悉，若你还不太了解，[可点击此处阅读更多相关内容](#)。

我自 2018 年起便开始关注这家企业，如今看到其多项技术成果实现量产落地，令人倍感欣慰。

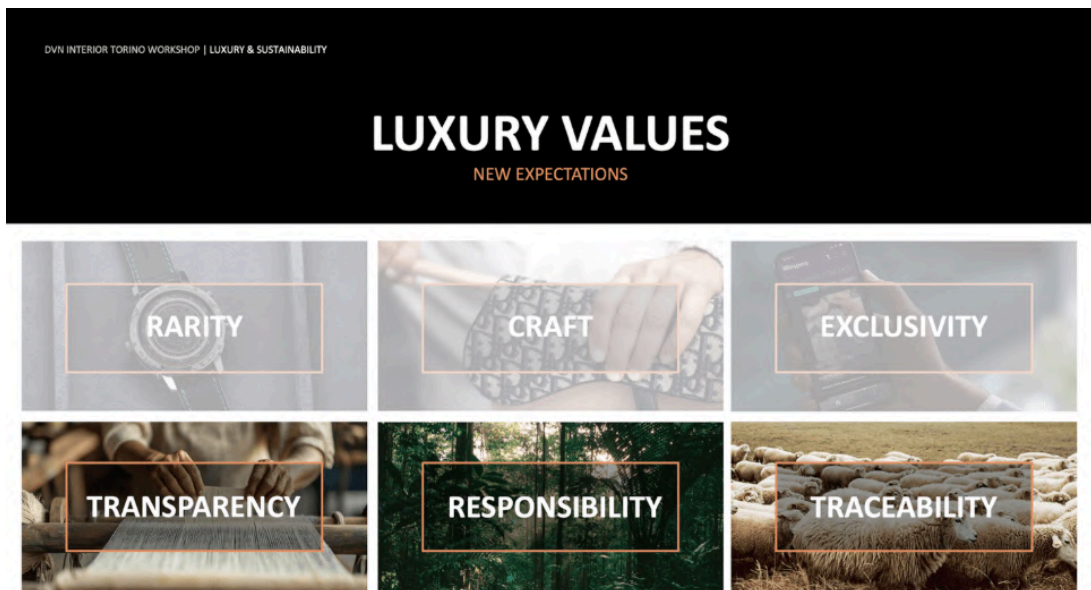
随后，陶氏MobilityScience的 Esther Quintanilla Lujan 博士登台，发表题为《如何运用创新型循环低碳方案设计汽车内饰？》的演讲。

这场演讲内容详实、论据充分，Esther Quintanilla Lujan 博士先对企业情况做了简要介绍，随即深入探讨演讲主题。她为听众梳理了机械回收与化学回收两种路径在循环经济中的最新技术进展，还举例说明了如何无需拆解就能从废弃物中提取聚氨酯（PU）。

下一位登台的是 [Beond](#) 团队，他们展示了自身的核心技术优势。

在本场会议的尾声，创意顾问 Laetitia Lopez 围绕《奢华与可持续发展》这一主题展开分享。这是个颇具探讨价值的话题，二者有时甚至看似相互矛盾。

她阐释了传统意义上定义奢华的三大要素，即“稀缺性、工艺性与独特性”，同时提出观点：可持续发展所强调的“透明度、责任感与可追溯性”这三大维度，完全可以与传统奢华要素并行不悖，但关键在于如何实现这种共存。

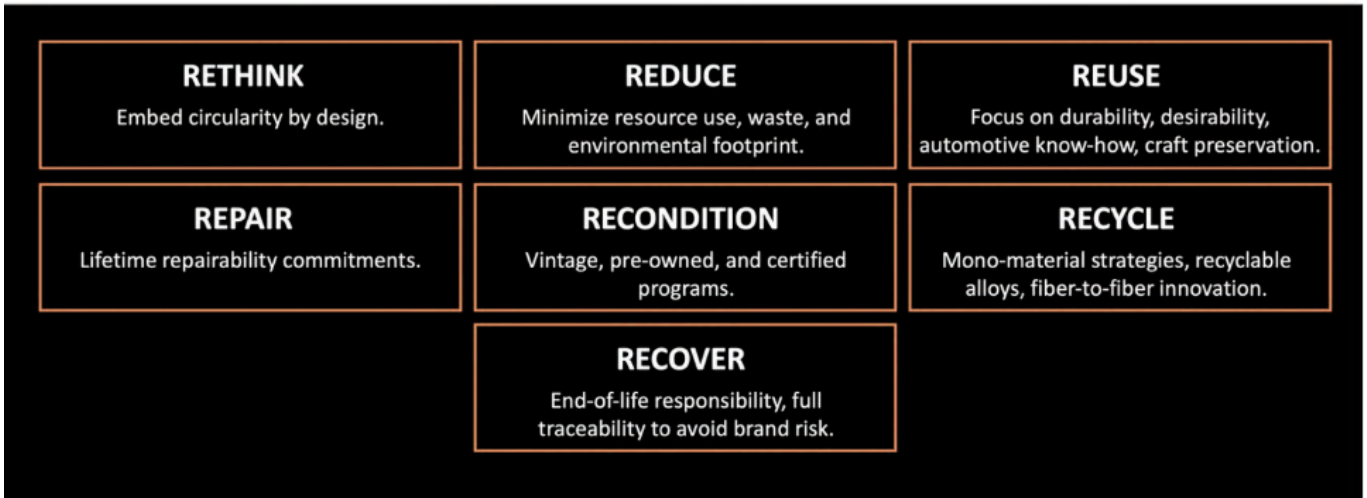


LAETITIA 演讲现场幻灯片（图源：LAETITIA LOPEZ）

她为我们梳理了循环经济的“七 R 原则”，并列举了其他奢侈品相关行业的具体实践案例，极具启发性。

AUTOMOTIVE OPPORTUNITIES

THE 7Rs OF CIRCULAR ECONOMY

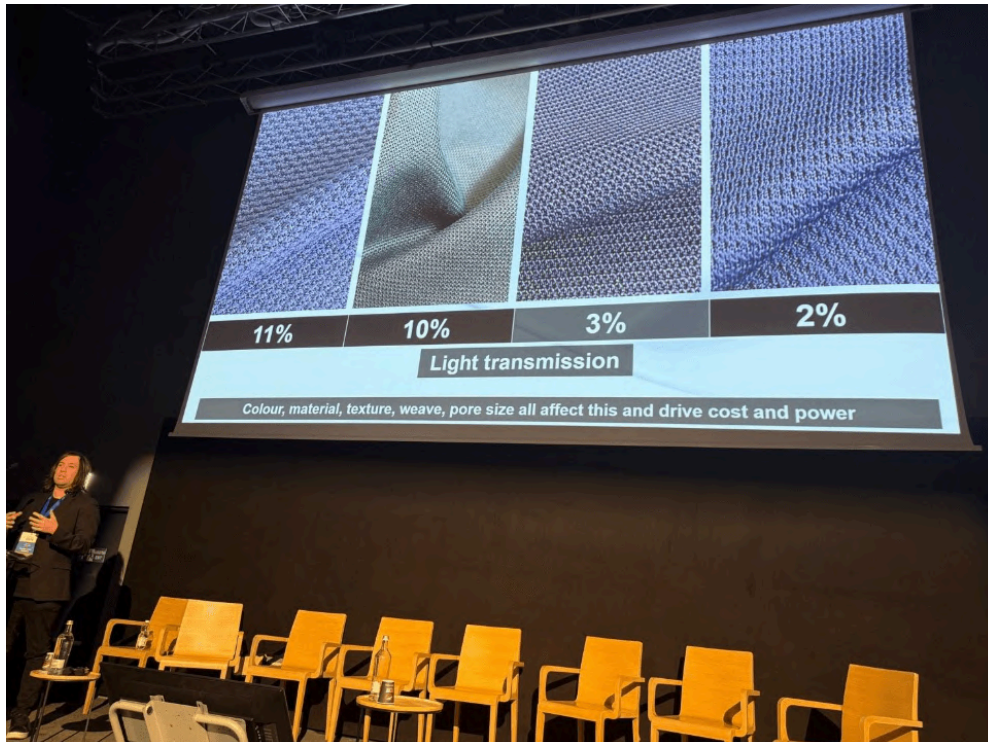


LAETITIA 演讲现场幻灯片（图源：LAETITIA LOPEZ）

随后会议进入休息时间，休息过后，最后一场会议正式开始。

首位登台的是来自马瑞利的 Salvatore Grande，[有关这场演讲的详细报道可点击查看](#)。

紧接着，来自 DesignLED 的 Martin Walker 登台分享了公司的最新技术进展。我大约从 2018 年起就开始关注这家企业，也见证了它从一家初创公司，一路发展到如今并入佛瑞亚海拉旗下的全过程。



MARTIN WALKER 登台讲解织物背光技术的难点（图源：DVN）。

他展示了团队最新研发的名为“Airtile”的技术方案——该方案在两层材料之间预留出特定的超薄光学间隙，目前此间隙内填充的是空气；而在早期版本中，这里填充的是一种模制柔性透明材料，重量相对更大。

随后，来自 Martur Fompak 的 Ana Bravo 登台发表演讲，主题为《数字化内饰时代下CMF发展趋势：触觉与数字的融合》。

Ana 从供应商的视角，全面梳理了当前可落地的各类创新技术与配置，并在演讲结尾总结了 CMF 领域的未来发展方向：

“未来的汽车内饰，不会仅由屏幕来定义。它的核心竞争力，将体现在内饰表面的触感、反馈机制与交互能力上。CMF 正逐渐成为连接人与数字技术的情感与感官桥梁。”

之后，Italdesign 的 Fabrizio Ribet 与 Marco Pietropaolo 再次登台，带来题为《新概念实验室：打造下一代内饰定义基准的核心平台》的演讲，分享了团队针对数字化设计模型开展物理测试的解决方案。



本人正借助混合现实技术体验未来座舱（图源：DVN）

我们与 Italdesign 携手打造了一个出色的展台，现场展示了这款名为“新概念实验室座舱模型”的产品，效果令人印象深刻。借助这类新型工具，研发周期得以大幅缩短，这一点至关重要，堪称是重塑我们行业格局的关键变革。

最后，来自 Autodesk 的 Danny Tierney 登台发表了题为《构建数字信任》的演讲。他们也在展区展示了助力实现这一全新研发速度的多款工具——具体而言，就是搭配 Apple Vision Pro 头显（或其他同类设备）与 VRED 软件开展数字化评估，能够在混合现实环境中，以 1:1 的真实比例、超高清画质查看数字化模型。（其原理是头显前部搭载摄像头，因此使用者能透过数字模型看到后方的真实环境。）

建立对数字化工具的信任至关重要，唯有如此，才能确保评估时所见的数字模型效果与真实场景完全一致。正因如此，Danny 在演讲中向我们展示了当前数字环境下材质与色彩呈现技术的飞跃式进步，成果令人叹服。



DVN 首席执行官 PAUL HENRI MATHA 与 KATERINA、FRANCESCA 道别，二人正佩戴着 APPLE VISION PRO 头显，似乎在一款数字化汽车模型上评估车灯细节（我们猜想）。（图源：DVN）

总而言之，在都灵度过的这两天十分精彩，DVN 社区的精神内核展现得淋漓尽致——这是一场高品质的行业盛会，不仅留出充足时间供大家交流互动，更让所有人都能在思想碰撞中彼此学习、共同成长。

一般新闻

加贺富仪艾电子（Kaga FEI）亮相 2026 年国际汽车技术展

一般新闻



图源：DVN

加贺电子亮相于 1 月 21 日至 23 日在东京国际展览中心举办的 2026 年国际汽车技术展。本次参展带来三款颇具看点的展品。

汽车座舱



图源：DVN

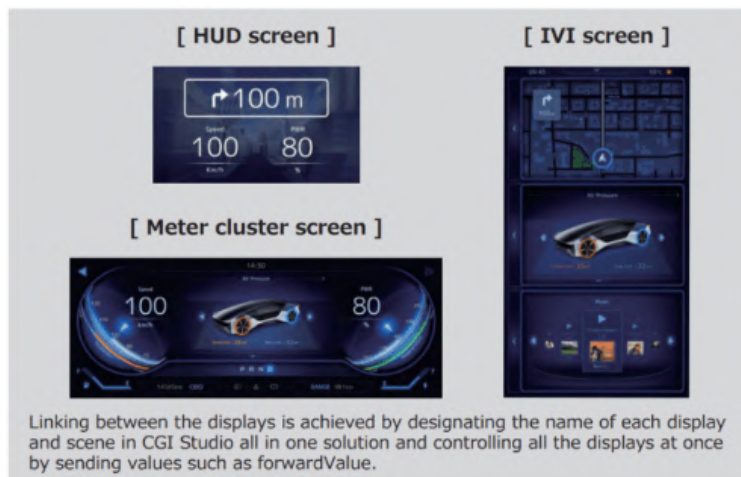


图源：加贺电子

多屏联动演示



图源：DVN



The user can touch the display to control and change the screens, perfect for the average user who uses a smartphone in their daily life. On the IVI screen, the user can use touch controls. easily view the status of the vehicle, the map, the time and weather, and entertainment. On the vehicle status screen the user can check the pressure of the tires and adjust the air conditioning.

图源：加贺电子

本项演示基于 CGI Studio 3.11 版本搭载的多屏功能，可轻松实现单块控制板与多个显示屏的连接，或是不同控制板驱动的显示屏之间的互联，全程无需编写任何代码。

超宽尺寸组合仪表 / 车载信息娱乐系统



图源：DVN

加贺电子打造了一款基于座舱超宽屏的演示方案，可让用户尽享驾驶与娱乐场景间的无缝切换体验。

借助这块一体化连屏，组合仪表、导航及音频功能可实现流畅切换，力求构建起人与汽车之间全新的交互关系。

奥迪以“视线不离路”设计逻辑取代屏幕堆砌——实体按键回归

一般新闻



图源：奥迪

奥迪正悄然调整其车载人机交互（HMI）战略的部分内容：在五款全新车型系列（A5、Q5、A6、A6 纯电版、Q6 纯电版）上，该品牌将取消方向盘触控滑条，转而配备功能完备的实体滚轮，用于调节音量与菜单滚动——此举的官方驱动因素正是消费者的反馈。



图源：奥迪

这绝非一场“按键的回归噱头”。在近期的一次采访中，奥迪新任设计负责人 Massimo Frascella 直言，“大屏并非最佳体验”，并直言不讳地抨击了“为技术而技术”的行业现象，这番表态显然是对汽车行业“屏幕尺寸军备竞赛”的正面回击。其言外之意在于：豪华的定义，从来不是堆砌更大的屏幕尺寸，而是精准的触感、细腻的操控以及直观的质感体验——换言之，正是奥迪标志性的“精准阻尼反馈”。



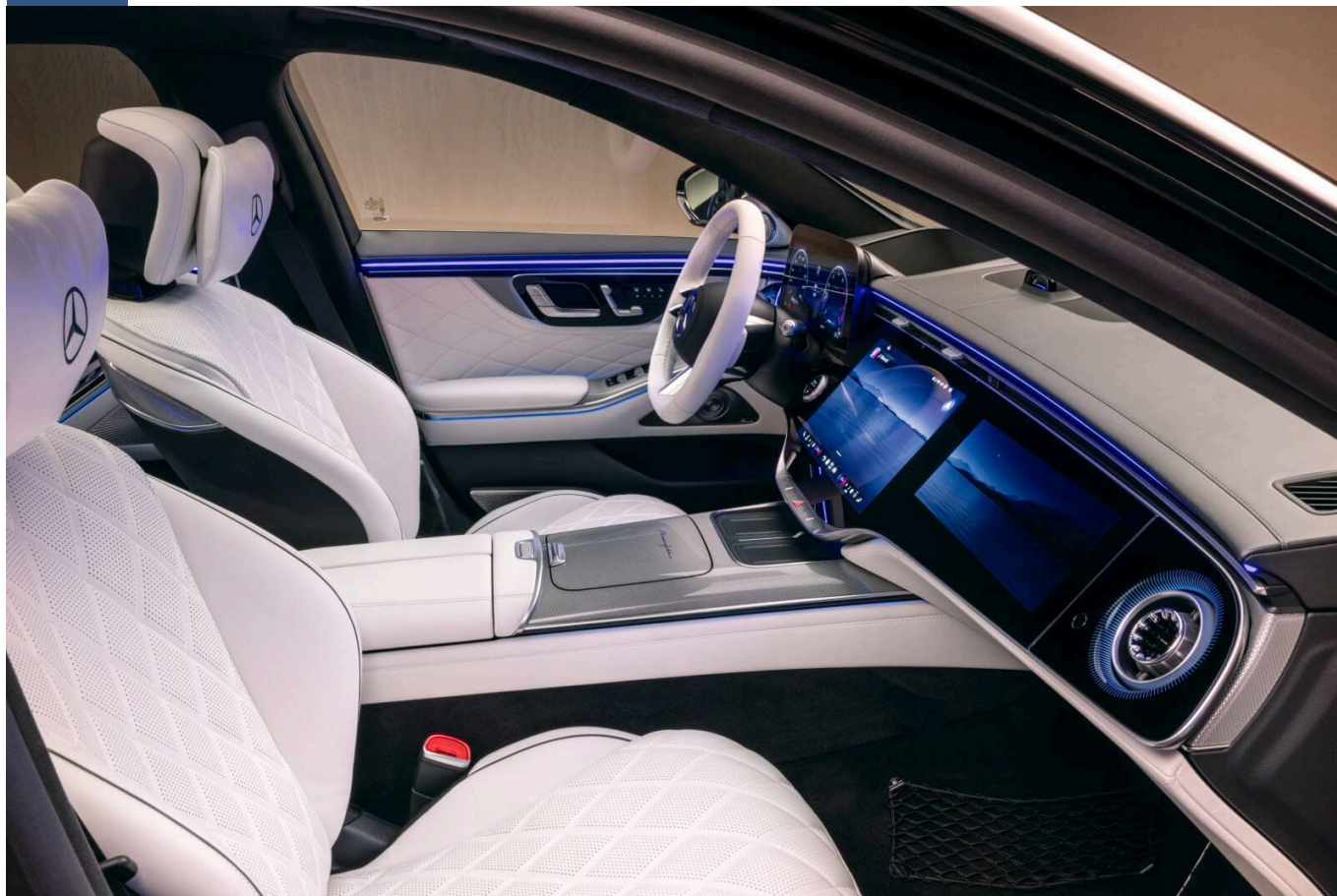
图源：奥迪

这一设计方向同样体现在奥迪 C 概念车的理念之中：屏幕并未被舍弃，而是实现了更优的一体化融合设计（其中就包括一款约 10.4 英寸的小型可折叠中控屏）；与此同时，座舱设计重新聚焦于金属质感的物理按键与内饰材质的高端质感——这正是一种“隐形科技”设计思路，让数字化功能按需呈现，而非以一整块固定不变的玻璃屏形态，占据座舱空间。

奥迪座舱设计的核心宗旨已然明晰：其理念正从“炫技式的大屏堆砌”转向“无需目视的盲操体验”。这样的人机交互设计，能让驾驶员的注意力聚焦于真正需要关注的地方——即行驶的道路，而非布满指纹的屏幕。

梅赛德斯 - 奔驰 S 级：“处处精雕细琢”——奢华悄然迈入软件定义时代

一般新闻



图源：梅赛德斯 - 奔驰

奔驰对 S 级的这次焕新，定位绝非简单的外观改款，而是一场持续迭代的软件与舒适性全面升级。品牌官方表述强调，这是一次深度的产品重构，而非流于表面的颜值微调；外界报道则指出，此次升级涉及数千个零部件的优化调整，并推动车型向全新软件架构实现全面转型。

座舱内部的调校延续了 S 级的经典思路：精进触感体验、升级隐形科技，力求打造出比周日午后的收件箱还要宁静惬意的驾乘空间。座舱的各项升级均聚焦日常实用性与感官质感：不仅对内饰表面材质及饰板布局进行了重新设计，更针对舒适性与便捷性做出了诸多贴近实际用车场景的细节优化。这些改进绝非效果图上的噱头，而是真实可用的体验升级。奔驰着重凸显了座舱舒适性相关配置，例如优化的储物空间与中控操作台实用性，以及诸多以舒适为导向的细节设计。正是这种“行驶五百公里后才能真正体会到其妙处”的匠心调校，才真正拉开了旗舰车型与普通豪华代步车之间的差距。



在人机交互系统层面，奔驰的升级思路并非“为堆砌屏幕而增加屏幕”，而是“以更智能的体验，消解操作繁琐感”。空调调节与个性化设置功能被打造得更智能、更具自适应能力；座舱空气调节与舒适性配置也同步升级，纳入了整车“静谧舒适套装”的一体化设计体系。

这一调整的重要性在于，当下豪华座舱的人机交互体验，评判标准已逐渐转变——不再单纯以屏幕分辨率等硬件参数论高下，而是聚焦于降低驾驶员的认知负荷、减少各类细微的使用痛点。

大众汽车集团首席执行官 Oliver Blume：唯有在中国市场取得成功，方能赢得全球市场

一般新闻



据彭博社报道，大众汽车集团正筹备大幅增加中国产汽车的出口量。在中国车市价格战持续的背景下，该集团旨在借助中国本土更低的生产成本，开拓全新海外市场。

大众汽车集团已启动将中国产汽车运往中东及东南亚地区的业务。集团首席执行官 Oliver Blume 透露，大众还在评估向非洲、南美市场投放中国研发新款车型的可行性。

Blume 表示，在中国研发的技术与产品为大众汽车集团创造了全新出口机遇。这不仅助力集团打入此前以欧洲为基地难以有效覆盖的市场区域，更成为集团关键性的战略抓手。

大众汽车集团计划于今年在中国市场推出 20 款全新电动化车型，力求扭转销量下滑的颓势。去年，该集团在华交付量约为 270 万辆，较疫情前超 400 万辆的水平大幅回落。

中国市场的低迷表现对大众集团旗下品牌保时捷的冲击尤为显著。受豪华车需求疲软影响，保时捷在华销量大幅下滑。保时捷全系车型均在欧洲生产，同时还受到中美贸易壁垒的波及。

大众汽车集团认为，凭借具有竞争力的定价策略夺回市场份额至关重要。大众汽车集团中国区总裁 Ralf Brandstätter 指出，尽管中国市场竞争依旧激烈，但整车厂商指导价已整体企稳。集团预计车价不会回升，而是通过调整成本结构，确保新车型在当前市场环境下实现盈利。

据 IT 之家相关报道，大众汽车集团预计 2026 年将成为其在华发展的转型之年。尽管电动化车型销量有望持续增长，但集团整体汽车销量或难见起色。大众仍致力于稳固在中国市场前三的车企地位，并计划到 2030 年将其市场份额从目前的约 11% 提升至 15%。

Oliver Blume 强调，全球范围内没有任何一个地区的汽车产业转型速度与广度能与中国相媲美，他表示：“唯有在中国市场取得成功，方能赢得全球市场。”

奇瑞集团斩获 2025 年中国品牌 SUV 全球销量桂冠

一般新闻



1月24日，奇瑞集团官宣，2025年旗下SUV车型年度销量突破231万辆，登顶中国品牌SUV全球销量榜首。

其中，瑞虎7连续四年蝉联中国品牌A级燃油SUV细分市场出口冠军。该系列车型自上市以来，已远销全球100余个国家和地区，收获海内外超百万用户的青睐。瑞虎8系列则再度摘得2025年中国品牌中型SUV销量桂冠，并连续十个月领跑国内燃油中型SUV销量榜单。

2025年，奇瑞集团汽车出口量突破134万辆，其中12月单月出口量超14.4万辆。集团累计出口量现已达到585万辆，一举创下中国汽车品牌月度出口、年度出口、累计出口三项新纪录。奇瑞集团已连续23年稳居中国品牌乘用车出口榜首，且成为首个累计出口量突破500万辆的中国汽车品牌。全球范围内，每五辆行驶在路上的中国汽车中，就有一辆来自奇瑞。

据IT之家获悉，奇瑞集团2025年总销量达263万辆，相较于2024年同期的244万辆，同比增长8%。旗下各品牌2025年销量情况如下：

- 奇瑞品牌：1,700,940 辆，同比增长 6%
- 星途品牌：120,369 辆，同比下降 15%
- 捷途品牌：622,590 辆，同比增长 10%
- 奇瑞 iCAR 品牌：96,989 辆，同比激增 47%
- 智界品牌：90,493 辆，同比激增 56%

AUMOVIO “表面投影技术”：化仪表盘为贯穿式全景显示画布

一般新闻



图源：AUMOVIO

在拉斯维加斯消费电子展（CES）上，AUMOVIO 展出了其创新的表面投影解决方案，重新定义座舱人机交互体验。AUMOVIO 这项表面投影技术的核心理念十分简洁：既然各类显示屏都在争夺座舱空间，不如直接把座舱空间本身变成显示屏。该系统在车顶内衬或顶部控制区域集成了 3 台小巧的高分辨率投影仪，可将画面投射至整个座舱表面，实现贯穿式的全景显示效果。而这项技术的巧妙之处，不只在于投影本身，更在于其搭载的软件拼接算法——它可将多个投影区域融合为一个连贯的整体视觉画面。



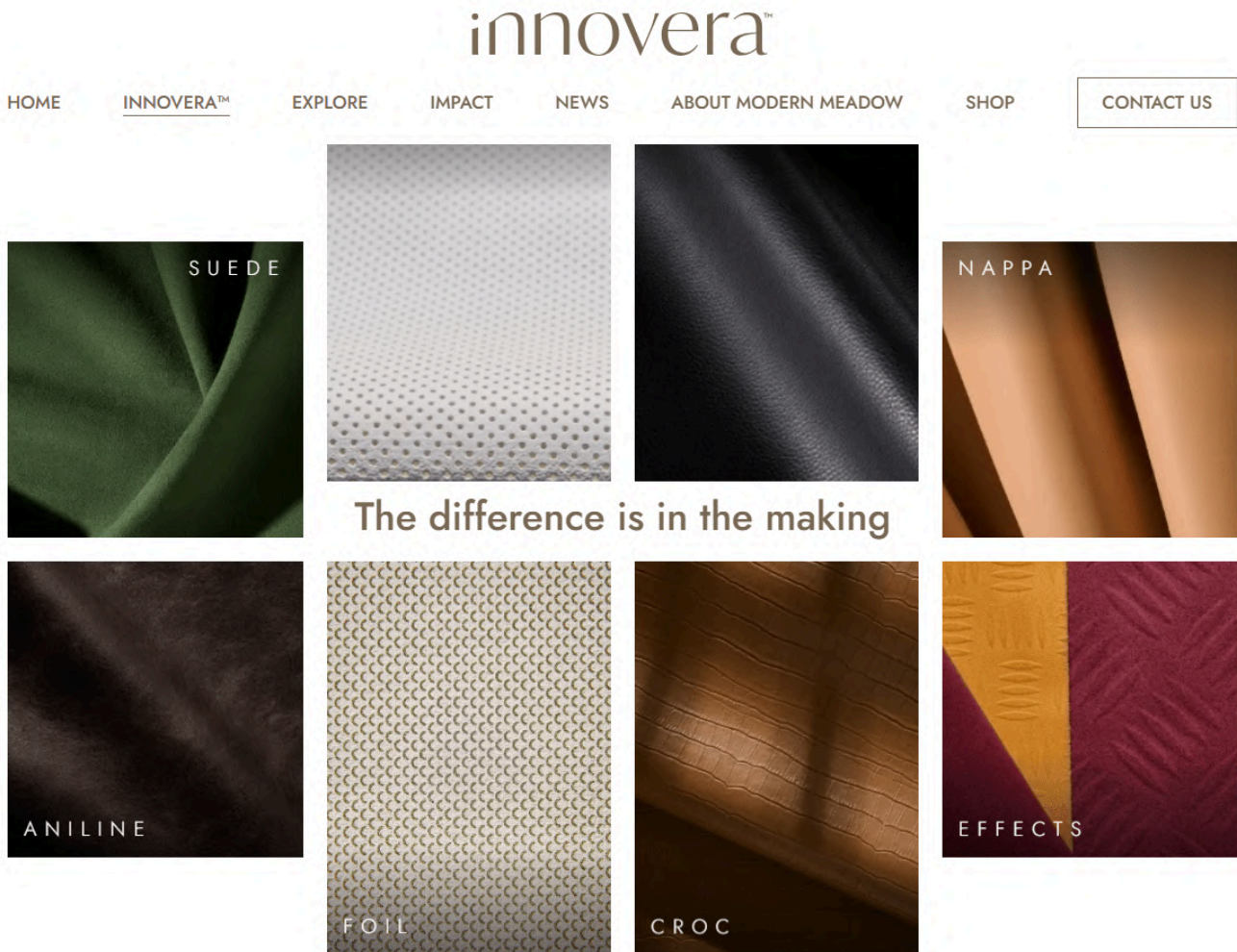
图源：AUMOVIO

从座舱设计的角度来看，投影技术无需额外增加刚性硬件，而是能打造出一层柔和且具沉浸感的显示界面——需要时便显现，无需时则隐去。AUMOVIO 指出，这项技术无需依赖特制座舱材料即可运行，但深色的座舱表面（尤其是搭配触感细腻的超细纤维或丝绒材质时）能呈现最佳效果，因此CMF团队仍需针对这一点进行优化。

该技术还具备能效优势：系统会在黄昏时段自动激活，依托 LED 投影技术实现极低功耗运行。这一点在电动汽车时代的座舱设计中至关重要——每一度电的消耗都会被严格考量，整车厂既希望营造高端座舱氛围，又不想因此给车辆续航带来额外负担。AUMOVIO 表示，最多可将三台微型投影仪整合为一个集成单元。

INNOVERA Europe: Modern Meadow 与 HELLER-LEDER 携手推动生物设计“类皮革”材料规模化生产

一般新闻



Modern Meadow 与 HELLER-LEDER 联合宣布成立合资企业INNOVERA Europe，旨在推动 INNOVERA™材料在欧洲实现规模化生产。该材料经专门研发，可复刻天然皮革中的胶原蛋白外观与触感，主打高端汽车、服装及室内装饰三大应用领域。当下，整车厂都在寻求兼具高端触感与低环境负荷的解决方案，这款材料的市场定位恰好契合行业趋势。

这一合作的战略亮点，恰恰在于名称中“欧洲”这一定位。此举绝非单纯的形象宣传，本土化生产不仅能提升供应链韧性、减少物流环节的阻碍，还能加快与欧洲整车厂及一级供应商的协同开发周期。内饰材料对色彩一致性、纹理质感及长期耐用性口碑要求极高，贴近客户与产品验证合作方布局产能，能切实提升产品的研发效率与品质。

对于座舱设计师而言，这款新一代材料能否满足三大严苛要求，成为其能否落地的关键：一是高端的视觉与触感表现，二是耐老化性能（需耐受紫外线照射、摩擦损耗及各类清洁剂腐蚀），三是规模化量产能力。两家企业成立合资公司的举动，释放出明确信号——该材料的生产工艺已趋于成熟，不再局限于“限量版可持续概念展示”阶段。若能顺利达成量产目标，这款材料将成为仪表台包覆、门板饰件、座椅点缀等传统皮革主导的座舱触感区域的优质替代选择。

法雷奥斩获全球豪华车企座舱照明解决方案重大订单——搭载 TactoTek®IMSE® 技术正式迈入量产阶段

一般新闻



法雷奥近日宣布，斩获某全球豪华车企的一项重大项目订单。作为该项目的核心组成部分，法雷奥将引入一套全新的自动化大规模量产解决方案，该方案搭载了 TactoTek 公司的模内结构电子（IMSE）技术。

此次中标项目聚焦于一款创新座舱解决方案，其核心亮点是将照明系统与电子元件集成于单一、一体化的即用型智能结构件中。这种设计不仅能打造出精致平整的视觉观感，更能显著提升座舱体验，映射出汽车行业的一大发展趋势——座舱设计正朝着设计感、功能性与智能化深度融合的方向演进。

该项目不仅巩固了法雷奥在座舱系统创新领域的领先地位，更强化了集团作为未来出行领域核心技术合作伙伴的行业角色。凭借此次订单，法雷奥自 2024 年以来，在像素化照明方案、线性光源及此次新增的智能表面等座舱照明业务板块，累计斩获订单金额已超 1.4 亿欧元。

在欧洲市场，豪华汽车品牌正将照明系统打造为自身的品牌基因，而 IMSE 技术恰好能助力实现简洁且高度集成的座舱表面设计；在中国市场，座舱差异化竞争的核心在于平整的智能结构件与个性化氛围灯效；而在美国市场，关键突破口在于成本控制下的规模化量产能力——一旦成本达标，这项技术的应用范围有望突破豪华车领域，实现更广泛的普及。

中国智能座舱排行榜：本土化进程提速，行业竞争迈入“深水区”

一般新闻



盖世汽车发布的 2025 年 1-11 月智能座舱市场排名简况显示，当前座舱市场呈现集中度高、本土化进程提速的双重特征。本土供应商在多个核心细分领域（座舱域控制器、车载显示屏、抬头显示 / 增强现实抬头显示、语音交互系统）占据领先地位，而国际厂商则仍在特定市场层级中保有重要份额。

各项数据是本次排名的核心看点。在座舱域控制器领域，德赛西威以约 137 万套的出货量、16.1% 的市场份额位居榜首，博世以约 73.9 万套出货量、8.7% 的份额紧随其后；亿咖通位列下一梯队，同时科技跨界企业及特斯拉供应链相关厂商的入局，进一步拓宽了市场竞争格局。

在座舱域控制器芯片市场，高通依旧占据主导地位，以 73.3% 的份额（装车量约 637 万颗）领跑市场。但值得关注的是，华为（6.8%）、超威半导体（6.2%）、芯擎科技（5.6%）等本土企业的市场份额正持续攀升。这一市场格局的变化释放出明确的转型信号：高通的市场地位虽不会被瞬间颠覆，但行业内曾经的“单一供应商不可替代”论调正逐步弱化。