

车载机器人：除了安全，还能帮你“路怒”？

来源：黄武珊 发布时间：2025-11-20 10:03:18

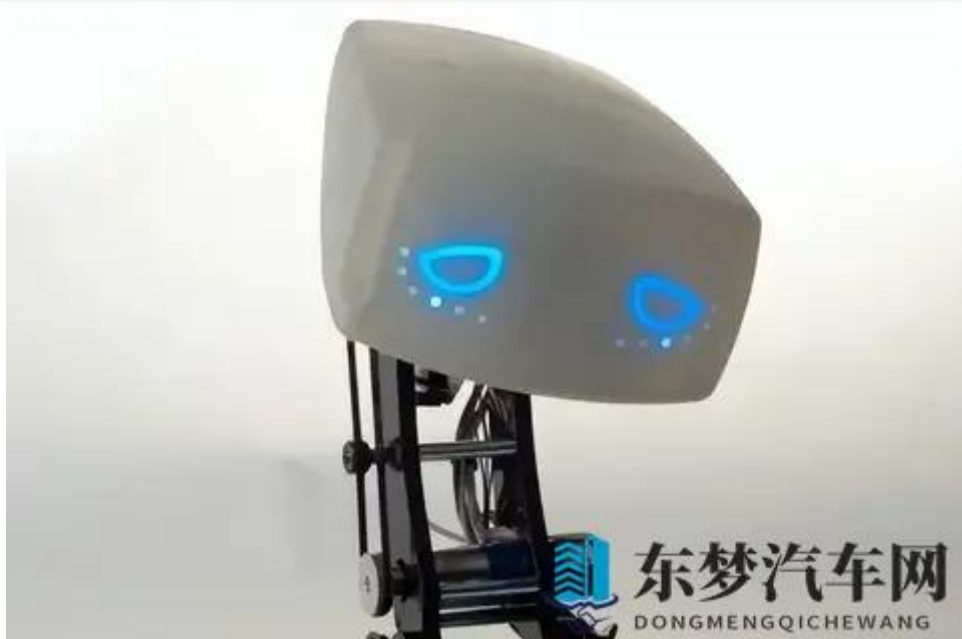
以下内容来自久谦中台行业研究工具

私戳可免费试用

你是否厌倦了独自一人在车里通勤的无聊，或者总要分心去触碰屏幕和按键的危险？如今，你的车里多了一个能读懂你情绪、预判你需求的智能“伙伴”——车载机器人。



以蔚来NOMI为代表的智能交互派和以Mochi为代表的情感陪伴派，正在座舱内卷什么，谁又能真正成为你座驾里的C位新宠？



你的车里多了一个“懂你”的

想要在一个人开车时找个能解闷的行程伴侣？想要在驾驶过程中不用点触按钮也能随时控制车辆？想要在疲惫的驾车过程中被主动关怀？

如今，这些想法正在被一个坐在你车里的新伙伴——车载机器人所解决。



这个听起来充满未来感的车载机器人到底是什么呢？简单来说，它是部署在汽车座舱内，能通过多种交互方式为驾乘人员提供信息、辅助或娱乐服务的虚拟或实体装置。

车载机器人为什么有需求？关键在于它精准回应了行车过程中的两大核心诉求：安全与情感体验。

首先，是不可动摇的安全刚需。

在驾车过程中，分心一秒都可能酿成大祸。传统的点触按钮或部分早期语音交互，都需

要驾驶员转移注意力。而智能车载机器人大多接入车载控制系统，让驾驶员能够“动口不动手”来操控车辆功能，极大地规避了操作风险。

更厉害的是它的主动预判能力——当监测到你连续打哈欠或车道偏离，它会立刻发出警示。据中国汽车技术研究中心的数据，高级驾驶员监测系统可以将交通事故率降低约20%。

其次，是对行车体验的更高要求。

随着电动化和智能化的推进，汽车已不再是单纯的代步工具，它正在成为继家和办公室之后的第三生活空间。在长时间的驾驶中，现代驾驶员需要一个有温度的“情感陪伴者”来缓解孤独与疲惫。

普华永道的研究指出，超过50%的消费者愿意为能提供个性化、情感化体验的汽车支付更高的价格。

而内置陀螺仪的车载机器人能够在车内随着车辆运行状态，显示出同步的小情绪和表情。比如，当驾驶员甩出一个漂亮的转弯时，小机器人的眼睛会变成兴奋的旋涡状，还会发出喝彩声，大大提升了驾驶的愉悦感。

正如行业领先的智能车载机器人NOMI名字的寓意——“Know Me（懂我）”，这类技术的核心价值就在于“读懂”用户。

智能派和陪伴派，哪个更懂你？

目前，车载机器人领域的主要的参与者清晰地分为了两大派别。

一派是以蔚来NOMI为代表的智能交互与控制派。它们作为车辆原生系统的一部分，与整车控制系统深度集成，提供从基础对话到复杂车控的一体化体验。

作为智能车载机器人领域的开创性产品，NOMI目前已更新至3.0版本。它拥有200+拟人化表情和340° 无极旋转，能聊天、对话、打招呼，还能根据音乐节拍进行摇摆。

其搭载的NOMI GPT功能支持用户进行个性化定制，短期记忆和长期记忆则使 NOMI 更贴合用户生活，实现了“一户一 NOMI”的用户体验。

NOMI与车控系统深度联合，用户可以通过它来升降车窗、打开空调，还能更轻松地自定义整套场景功能。例如，在每周工作日早上上车时，它可以自动开启导航、播放音乐并打开座椅按摩，省去了手动设置的繁琐。

此外，通过车载监控摄像头采集和分析驾驶员面部特征信息，NOMI可以判断驾驶员是否处于疲劳驾驶状态，并及时提醒司机注意休息。

截止2024年4月，蔚来推出的智能车载机器人NOMI在蔚来车辆中的选装率可高达80%，足以体现车主对其的认可与信任。

同样在实体智能车载机器人道路上进行过尝试的还有大众汽车的AIDA、丰田的Kirobo Mini、合众汽车的小You 等，它们大多支持情感陪伴和语音交流，部分产品还可通过摄像头分析用户面部表情，感知用户情绪。

另一派则是以Dasai Mochi 和Mos精灵为代表的情感陪伴派。它们通常作为独立的车载配件，专注于为驾驶者提供纯粹的情绪价值。

这个派别的核心卖点是其强大的萌系互动能力。以Dasai Mochi 3代为例，它内置了超过70种动态表情，能够通过内置的陀螺仪感知车辆的运动状态。

在急刹车、漂移状态下，它都能做出相应的生动反应。当你堵车时，它甚至能做出“路怒”表情，以独特的方式陪伴你发泄，从而有效化解负面情绪。

Mochi 还自带许多二次元梗，囊括《鬼灭之刃》《街头霸王》等热门动漫和游戏元素，让热爱二次元文化的年轻车主们感到亲切。

与之类似的还有得到众筹的Mangogo、Mos，这些车载机器人在外壳设计、动画播放、性价比方面各有特色，成功受到了不少驾驶员的欢迎。

微场景：紧盯亲子、氛围与情绪需求

驾驶辅助（26%）场景是当前竞争的核心，商业化的关键是为用户节省出时间和注意力。

在20-40万元价格带，消费者对高阶智驾需求最敏感，是技术落地和市场竞争的重点。品牌可以针对高频通勤路线的痛点，推出“通勤增强包”作为增值服务。

更具长远价值的是数据变现：利用车辆采集的驾驶数据，为车主提供驾驶行为分析与改进建议，甚至与保险公司合作，推出基于行为的优惠保费，实现数据的多方共赢。

娱乐信息（19%）和社交陪伴（15%）场景下，用户期待车载机器人成为一个有温度的伙伴。

对于有孩子的家庭，品牌可以针对亲子出行场景，开发能够讲述沉浸式故事、进行教育问答互动的车载系统；对于日常通勤和长途旅行者，基于大模型的自由对话、根据用户心情推荐匹配音乐或音频内容的功能，能显著提升驾驶体验。

更进一步，可以探索为车载AI塑造鲜明的“人格”，通过订阅制解锁不同风格的对话包或语音包，满足用户的情感陪伴需求。

空间氛围（14%）场景下，车内环境是影响乘坐幸福感和舒适度的关键变量。

品牌可以让车载机器人将原本分离的硬件系统进行智能联动。例如，智能香氛系统可根据驾驶模式（如运动、放松）或车内成员状态自动切换香型，营造身心匹配的环境。

针对有婴幼儿的家庭，品牌可以开发一键舒睡模式，自动调节空调至最适宜温度、将灯

光调暗并屏蔽所有突兀提示音。

免费产品试用，欢迎评论/私戳，解锁您的深度洞察

如果觉得本文对您有启发，欢迎点赞、收藏支持，我会持续分享更多深度内容

#机器人##ai##蔚来#

HTML版本：[车载机器人：除了安全，还能帮你“路怒”？](#)