

车企重估供应链，智驾进决赛圈

来源：陈枝莲 发布时间：2025-11-13 09:50:05

出品 | 华汽研究院

曾经喧嚣的智驾赛道变得理性而残酷，车企手握筹码，正在谨慎挑选能陪自己走到最后的伙伴。

“智驾平权”浪潮在2025年席卷整个汽车行业，L2级智驾渗透率已突破60%，曾经高不可攀的高阶智能驾驶正迅速走向普及。随着竞争进入深水区，车企对供应商的选择标准发生了深刻变化：从过去追逐技术概念，转向看重规模化量产经验和全栈能力。



在这场智驾决赛圈的淘汰赛中，一些曾经的明星企业逐渐淡出视野，而像轻舟智航这样的企业却凭借稳健的量产能力和可持续的技术进化路线，成为越来越多头部车企的“必选项”。



行业变局：车企重估供应链，智驾进决赛圈

随着智驾技术普及加速，车企的供应链策略正从“试错”转向“求精”。2025年成为中国智驾市场的分水岭，行业竞争从技术演示转向规模化商用能力的比拼。

据统计，2025年1-8月，中国乘用车L2及以上车型销量达906.7万辆，渗透率已达63.1%。智驾功能正在成为用户购车的基本需求，而非增值选项。



面对这一变化，车企对供应商的选择标准也日趋严苛。它们不再满足于简单采购标准化方案，而是需要供应商能够深度参与车型定义和开发全过程。

比亚迪一边自研智驾，一边与地平线、华为等多家供应商合作；长城汽车在内部孵化毫末智行的同时，还投资元戎启行；奇瑞则同时与轻舟智航、Momenta、华为等多家供应商保持合作。这种“多条腿走路”的策略背后，是车企在智驾领域不留死角的战略考量。

筛选标准：量产经验与全栈能力成为门槛

在智驾决赛圈，车企的筛选标准愈发清晰且严格。大规模L2+量产经验成为基本门槛。没有经过大规模市场验证的供应商，很难进入主流车企的供应商名单。

轻舟智航的NOA方案累计交付已超过60万台，这一数字为其赢得了市场信任。相比之下，一些缺乏大规模交付案例的供应商，则逐步在竞争中被边缘化。

从L2+到L4的全栈技术能力成为核心考量。车企不再满足于供应商只能提供单一功能或单一级别的解决方案，而是希望其具备完整的技术演进路径。

随着车企从L2+迈向L4（如零跑、广汽、长城、奇瑞都有L4规划），不满足于选择单纯只做L2+量产项目的供应商。轻舟智航与奇瑞的合作覆盖了从L2+到L4的完整路径，这种深度合作模式已超出传统供应商范畴。成本控制与工程化能力同样关键。随着智驾功能向10-15万元主流市场渗透，供应商必须在控制成本的同时保证性能。轻舟智航较早聚焦高性价比的中算力平台解决方案，使其在价格敏感型市场获得优势。

关键玩家：轻舟智航的差异化优势

在智驾供应商的竞争中，轻舟智航展现出独特的差异化优势。其量产速度与规模令人瞩目。轻舟智航不仅与理想汽车等头部新势力达成合作，还获得了理想、奇瑞、广汽等多家车企的定点项目。

轻舟智航的合作模式也在持续进阶。与奇瑞的合作不局限于单一车型或项目，而是覆盖L2+到L4、技术商业维度的全面共创同研。这意味着轻舟智航不再是单纯的“供应商”，而是与车企形成了深度绑定、高度同频的战略伙伴关系。

轻舟智航是业内少数同时实现NOA智能辅助驾驶及L4级自动驾驶落地且规模领先的自动驾驶解决方案公司，也是能够同时适配三大自动驾驶芯片平台、且采用同一套技术架构跑通智能辅助驾驶的公司。其国际化布局也值得关注。公司与高通达成合作，基于Qualcomm Snapdragon Ride平台定制化打造新一代智能辅助驾驶系统，并计划在德国设立欧洲总部，以拓展海外市场。这一布局为其参与全球竞争奠定了基础。

不可替代性：“稳”与“进”的平衡艺术

轻舟智航能在激烈竞争中脱颖而出，源于其在“稳健交付”与“前瞻布局”间实现的完美平衡。量产能力的“护城河”是轻舟智航稳健一面的体现。

轻舟智航已成功将多款核心产品推向市场，掌握了从技术研发、测试验证到量产交付的全流程能力。其NOA方案累计交付上车量已相当可观，成为业内较早基于特定芯片平台实现大规模交付的解决方案商之一。

以终为始的“前瞻性”则展现了轻舟进取的一面。轻舟智航从一开始就着眼于自动驾驶

发展的长期终局，基于同一技术底座，建立了以规模化数据闭环持续提升自动驾驶技术能力的可持续进化路径。

这种前瞻性布局使轻舟能够参与到奇瑞的顶层战略规划，深度嵌入到下一代技术平台、产品定义与出行生态建设中。

轻舟智航的“稳”与“进”还体现在其安全理念上。公司将安全作为发展的核心底线，优先于功能多样性。每一套解决方案在推向市场前，都必须经过多轮、全场景的验证与测试，确保所有安全指标达标。

随着智驾竞争进入决赛圈，车企与供应商的关系正在重构。华为、Momenta等头部玩家凭借技术积累与生态优势占据领先地位，而轻舟智航则通过其均衡的“稳”与“进”策略，在牌桌上赢得一席之地。

未来格局可能如地平线余凯所预测：20%的车企将选择全栈自研智能驾驶技术，而80%的车企将依赖第三方供应商的合作方案。但无论如何，只有能够同时满足车企当下量产需求和未来技术布局的供应商，才能成为真正的“关键先生”。

HTML版本： [车企重估供应链，智驾进决赛圈](#)