

比亚迪产品大变，正在洗掉自己的“网约车”味儿！

来源：赖吉菁 发布时间：2025-11-13 20:33:43

知嘹汽车/Jasper

当一个只专注做题的理工男，突然开始学会“懂你”了，这对所有人来说都会成为一个巨大的威胁。

曾经大家对比亚迪有个共识，电动化技术很先进，但智能化体验一般。总结来说就是——能跑会省，但不够懂你。过去它的产品路线以秦、宋、唐等 DM-i 车型为代表，“能耗低”是最大卖点，车机就是能用，OTA 就是修 bug，辅助功能只能算得上“够用”。



可是从2024年开始，比亚迪开始改变了。

比亚迪的改变不只是概念上的“更智能”，而是在交互细节上更用心了。



如果我们拿出三年前的秦PLUS DM-i和近期刚上市的方程豹钛7对比，就可以很明显地看出这其中的转变。

三年前的秦 PLUS DM-i 用的是2016年级别的骁龙 625 芯片，车机 UI 帧率低、语言反馈慢，语音交互最多支撑简单命令，OTA一年一次，多数是“修系统”。而到了近期上市的方程豹钛7，芯片已经用上了车规级的8295芯片，屏幕触控延迟从 150 毫秒拉到 50 毫秒，UI 界面换成了流畅带动效的 Android 定制系统，语音交互支持连续识别、免唤醒，甚至可以跨设备调用功能场景，比如一句“宝宝睡着了”，自动关闭高音喇叭并切换冷风柔风区。



两年前的比亚迪不做这些，它的底层逻辑还停留在“把成本打下去，把续航打上去，就能续命市场”。

如今的比亚迪不仅强调“能跑能省”，也开始强调“能懂你怎么用车”。新的 OTA 节奏完全能说明问题，方程豹钛7上市30天推两次 OTA，更新的是场景联动能力、新增儿童座椅控制菜单、高级香氛选择和仪表皮肤，而不再只是“修复已知问题，提升稳定性”。

似乎比亚迪在学理想和小米。

去看比亚迪近几个月的新品发布节奏，就会发现它从过去的“技术发布会”变成了“体验发布会”。

钛7不仅把真皮“舒芙蕾座椅”、-6° C到50° C的冷暖箱、三款大师香氛标配进来，还联动了好孩子、与宠物座椅打通车机生态，试图把宠物、儿童、家庭等等所出现的细碎需求都变成可以“交互”的硬件。

而这一点，早在理想和小米上，完成了验证。

对于比亚迪来说，当纯电、混动、快充、热泵都不再能区分高下的时候，智能与场景才是新的竞争维度。

你说这是越来越像理想吗？

在几十万销量体量下，比亚迪这家“技术公司”终于补上了这最薄的一层-用户感知力。在这个阶段，理想过去那套“精准理解每一个家庭使用场景”的路子，本质上成为了所有车企绕不开的一课，而比亚迪只是把这一课补齐了而已。

以往的竞争对手，可能还在头疼比亚迪的馈电油耗、电池技术等技术领先。但到了现在，行业已经从第一阶段的“电动化铺开”走向第二阶段的“智能化实用”，比亚迪也终于开始点亮自己在“用户体验”上的那盏灯。

当硬技术和软服务，逐渐与足够低的生产成本融合成可规模化的能力时，比亚迪的完全体，足够让所有的车企如临大敌。

知嘹汽车原创文章，如需转载请联系我们

图片来源于网络，如侵权请联系作者删除

HTML版本：[比亚迪产品大变，正在洗掉自己的“网约车”味儿！](#)