汽车之家 五亿人都在用

汽车之家研究院 AUTOHOME RESEARCH INSTITUTE

INTELLIGENT VEHICLE DEVELOPMENT TREND OF CHINA

2026 中国智能车发展趋势洞察

前言

汽车产业竞争步入下半场，智能化发展正在迎来关键“分水岭”。如果说过去几年是智能化技术爆发与配置普及的“狂热期”，那么在2025-2026年，中国汽车智能化则正式迈入深度调整与价值重构“深水区”。

汽车之家连续8年发布《中国智能车发展趋势》报告，始终与中国乘用车智能化发展同频共振，记录了智能座舱从单点功能到多模态交互的跨越，见证了智能辅助驾驶从概念走向普及。

基于汽车之家大数据和完备的车型库资源，依托连续多年的用户调研数据，我们发现中国乘用车的智能化发展呈现出新变化：**智能化功能快速普及已带来同质竞争困境**；**智能座舱和智能驾驶功能的堆砌不再是价值锚点**，“需不需要、好不好用、值不值得”才是用户“心之所向”；**市场关注度正在被新兴配置功能掠夺**，具备硬核技术实力和显性溢价能力的功能正在**重新定义“新高端”**；智能化的浪潮早已跨越动力形式边界，但**燃油车市场智能化发展仍与用户预期相差甚远**；RoboTaxi仍处小众尝鲜期，用户体验成为重塑未来出行的关键变量。

在本次报告中，我们将针对以上发展趋势进行深入剖析，期望为智能化发展穿越同质化周期、探寻新价值锚点提供战略参考与决策依据。

目录

01 新能源智能化：深度调整，驶入下半场

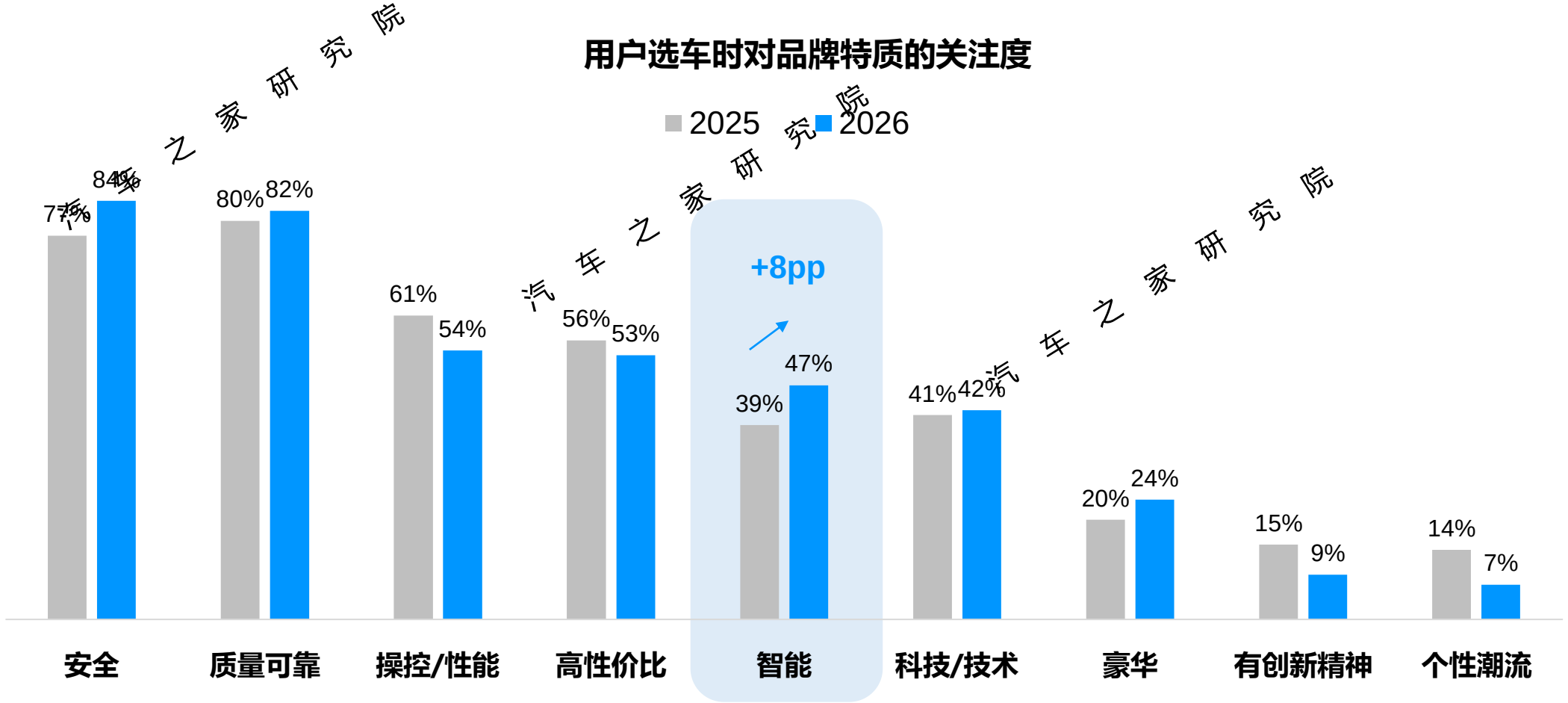
- 趋势一 红海突围——同质化竞争下的智能车生存战役
- 趋势二 价值重构——座舱发展从功能堆砌到体验升维
- 趋势三 冷热交替——高阶智驾持续渗透，但体验降温
- 趋势四 高端重塑——硬核技术+显性溢价定义新高端

02 燃油车智能化：与新能源仍存“代际鸿沟”

03 RoboTaxi：盈利拐点未现，体验阵痛凸显

在用户选车时关注的品牌特征中，“智能”标签重要性显著上升

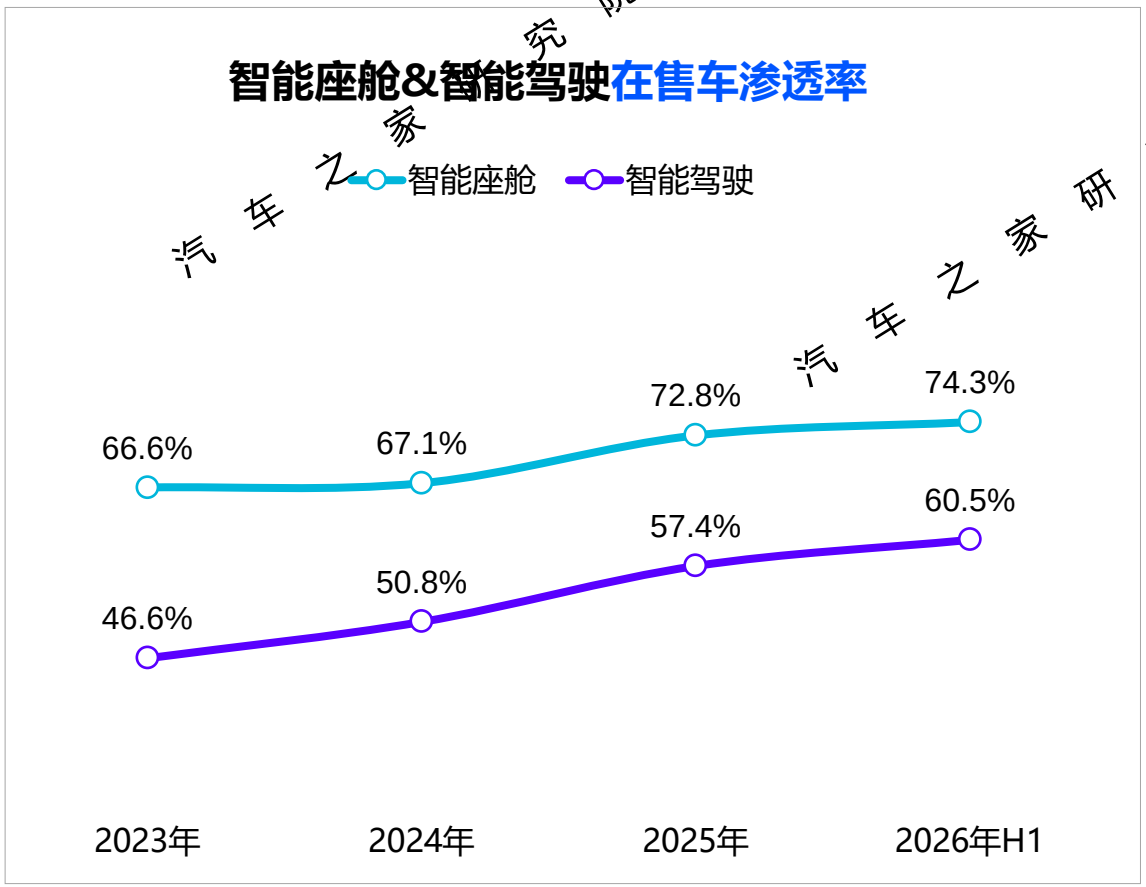
- 汽车之家研究院调研显示，在选车环节用户对九大品牌特质的关注度排序两年间保持不变，但对“智能”这一特质的关注度增幅最大，较去年增长8个百分点

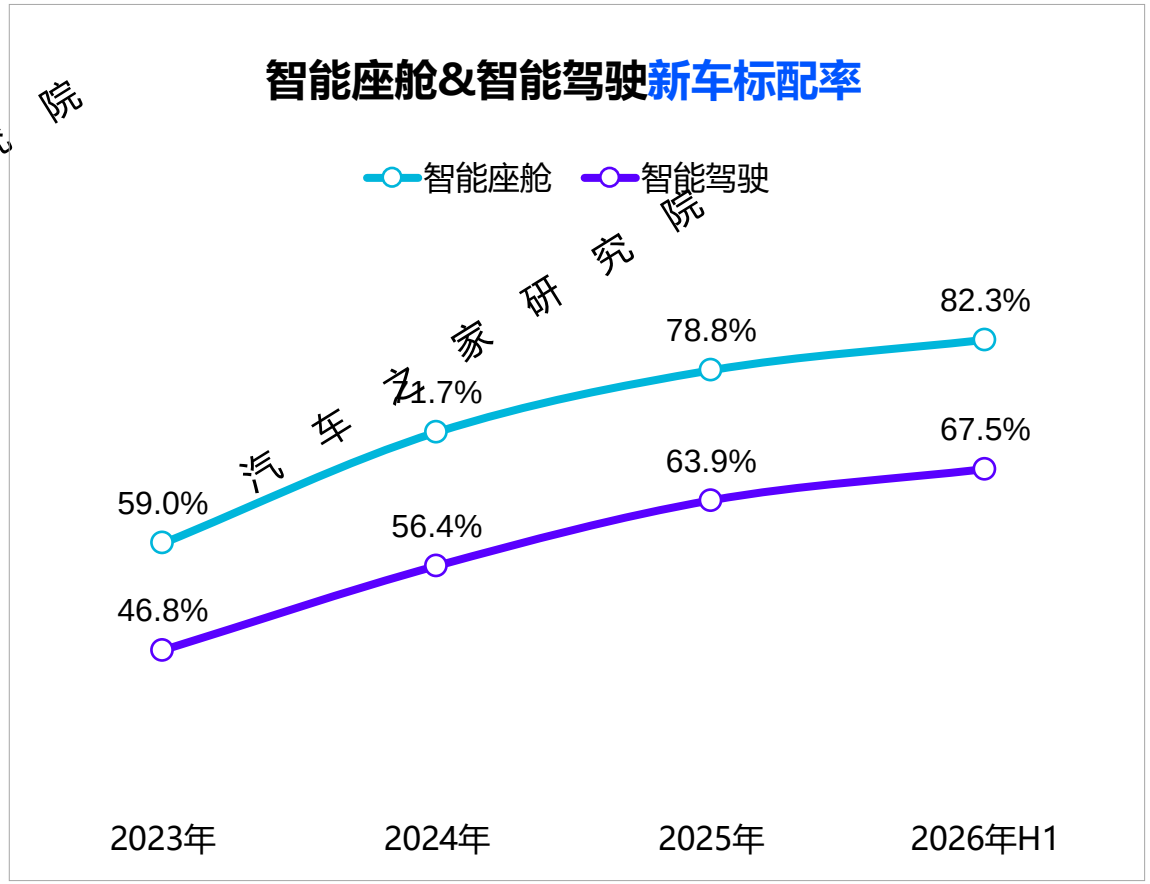


数据来源：汽车之家研究院调研

中国市场乘用车的智能化水平稳步迈进，渗透率预期保持增长

- 整体来看（含燃油车与新能源车），无论是市场渗透率还是新车标配率，智能座舱和智能驾驶均呈现持续上升的趋势
- 不论智舱还是智驾，新车标配率均领先于在售车渗透率，预计智能化渗透率仍将保持增长趋势





数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出，智能驾驶是指标配L2以上智能驾驶的车型，包括ACC自适应巡航和车道保持辅助系统；智能座舱是指标配10英寸以上中控屏、语音交互、车联网、OTA功能的车型

CHAPTER 01

新能源智能化：深度调整，驶入下半场

汽车之家研究院

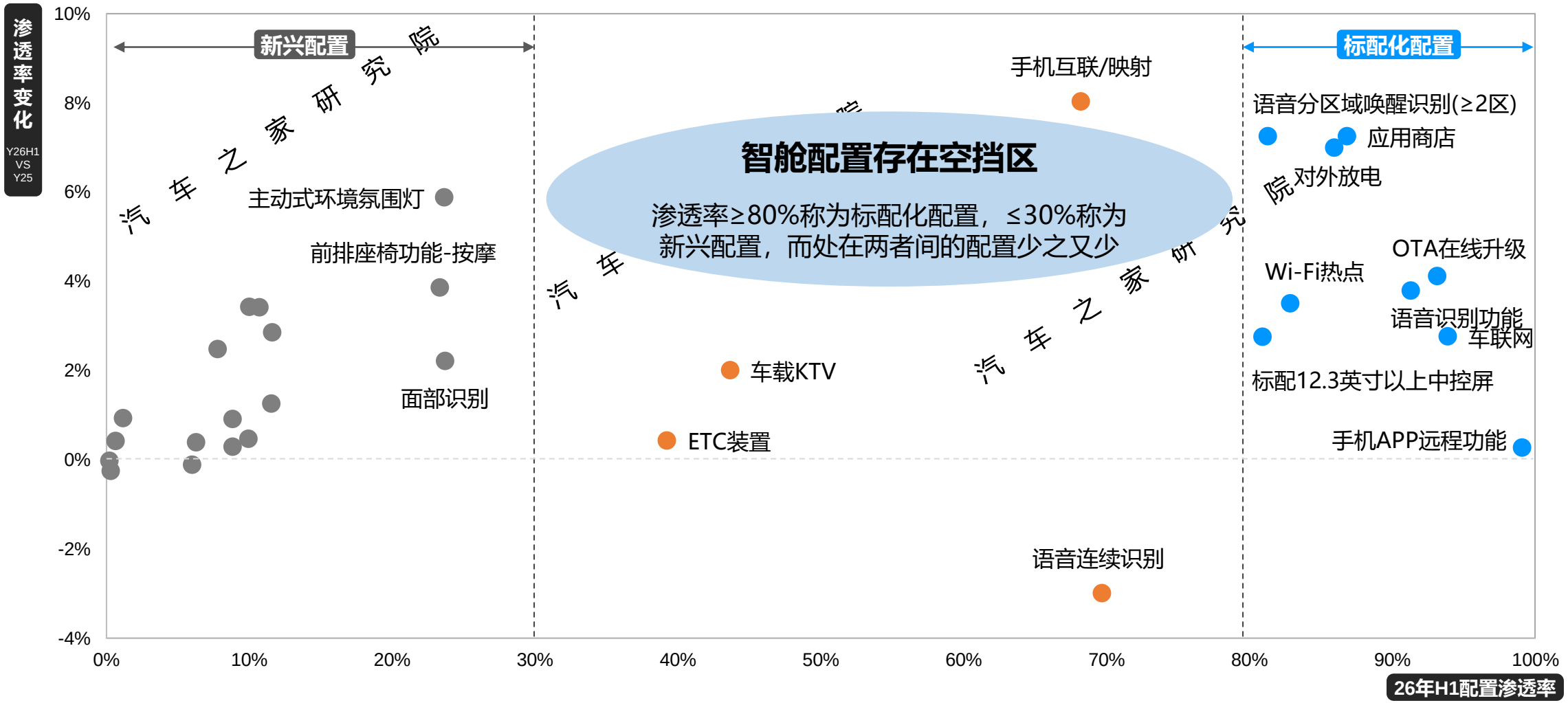
趋势一　红海突围

同质化竞争下的智能车生存战役

汽车之家研究院

新能源智能座舱配置“一分为二”，标配化与新兴配置间存在明显空挡区

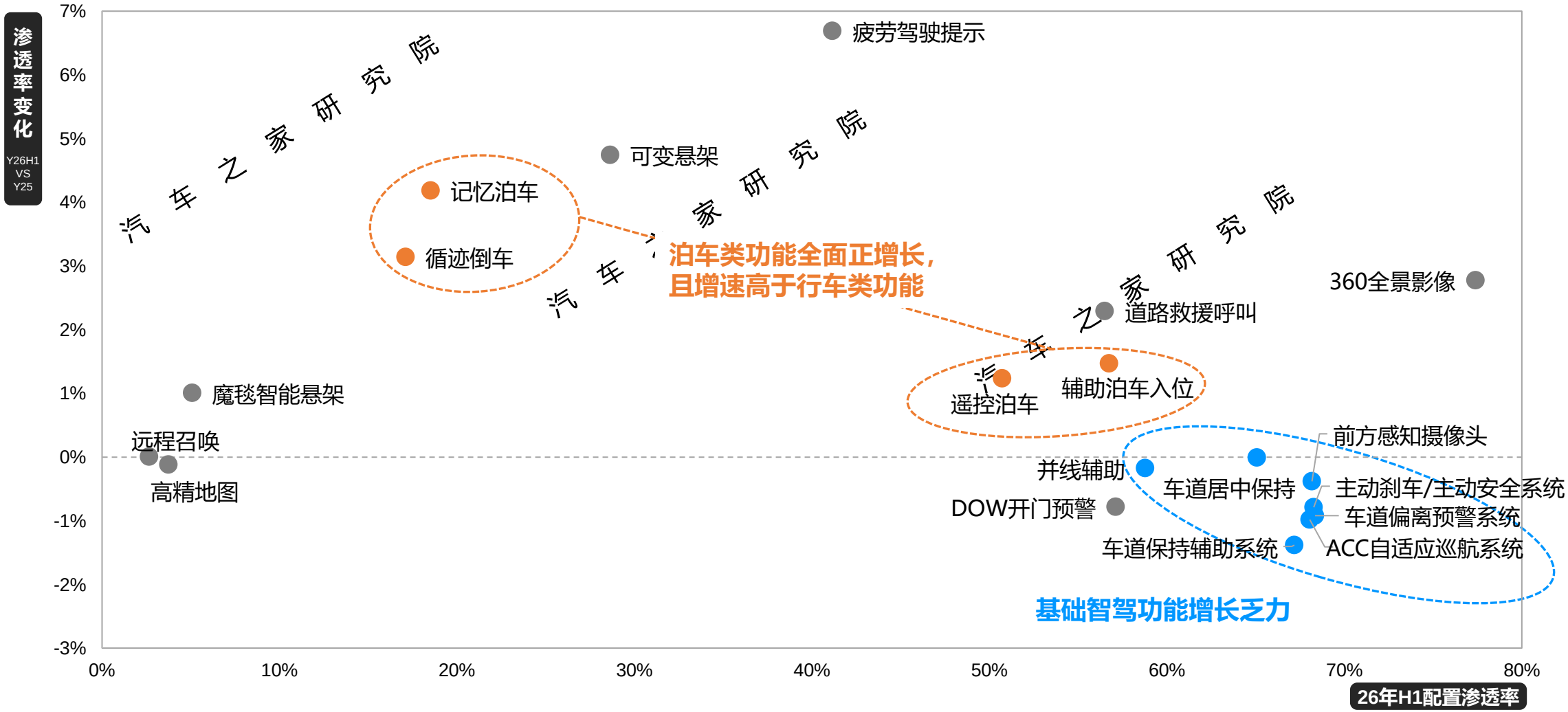
2026年H1新能源智能座舱配置渗透率



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

新能源基础智驾功能渗透率增长乏力，泊车功能成增长新引擎

2026年H1新能源智能驾驶配置渗透率

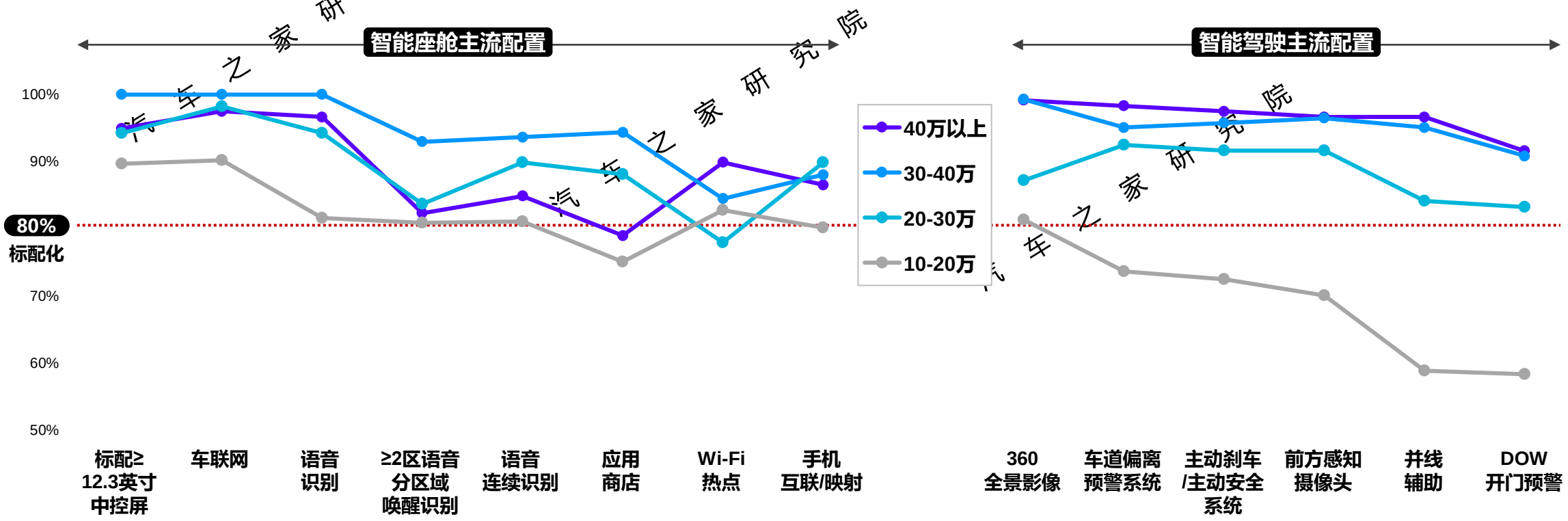


数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

新能源智舱与智驾主流配置在中高价位带已高度同质化，产品卖点难寻

- 新能源智舱主流配置在10万以上市场、智驾在20万以上中高端市场标配率基本达80%以上，已高度同质化。新车型的配置军备赛给车企带来更大成本压力，却无法带来差异化的产品优势

2026年H1新能源智能座舱&智能驾驶主流配置标配率



数据来源：汽车之家大数据，车型标配率=搭载该配置的车型数量÷车型总数×100%

趋势二　价值重构

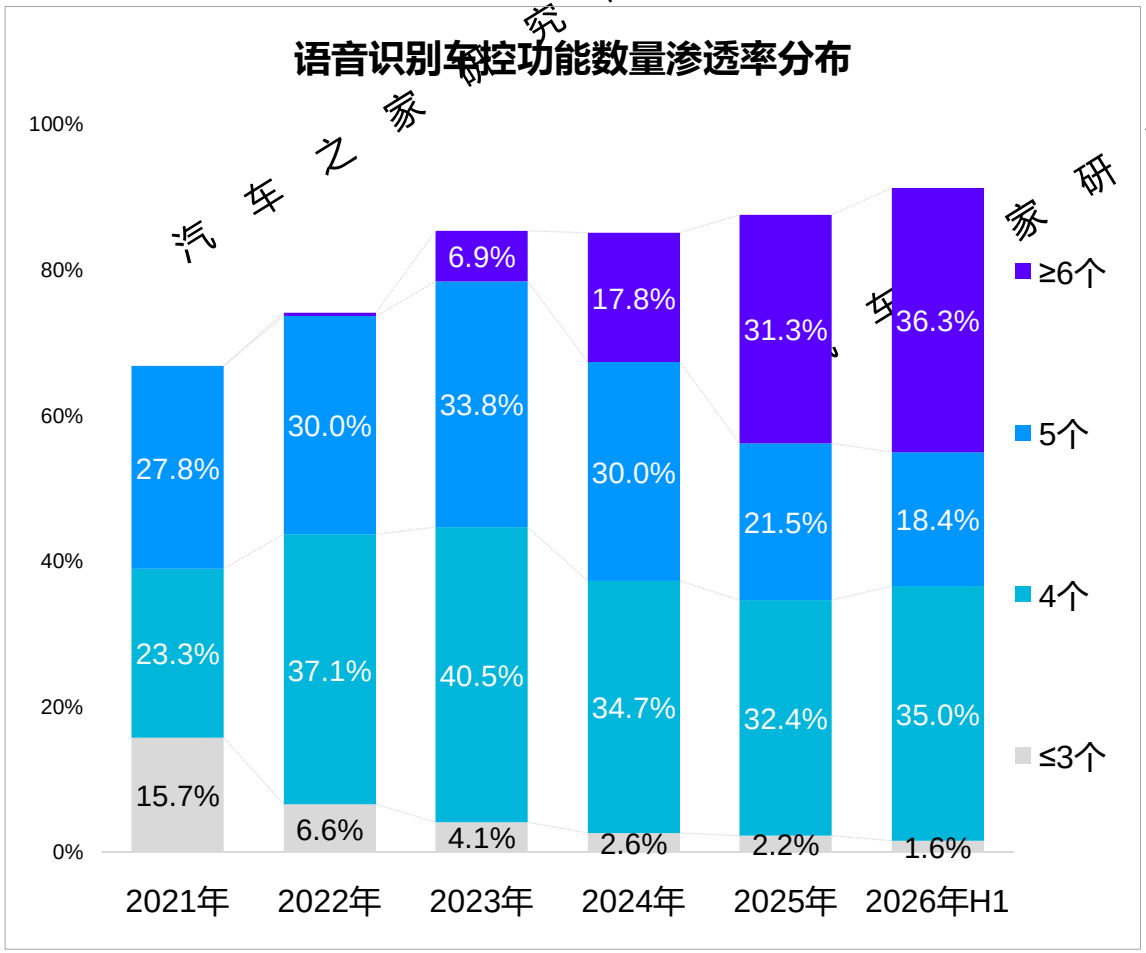
座舱发展从功能堆砌到体验升维

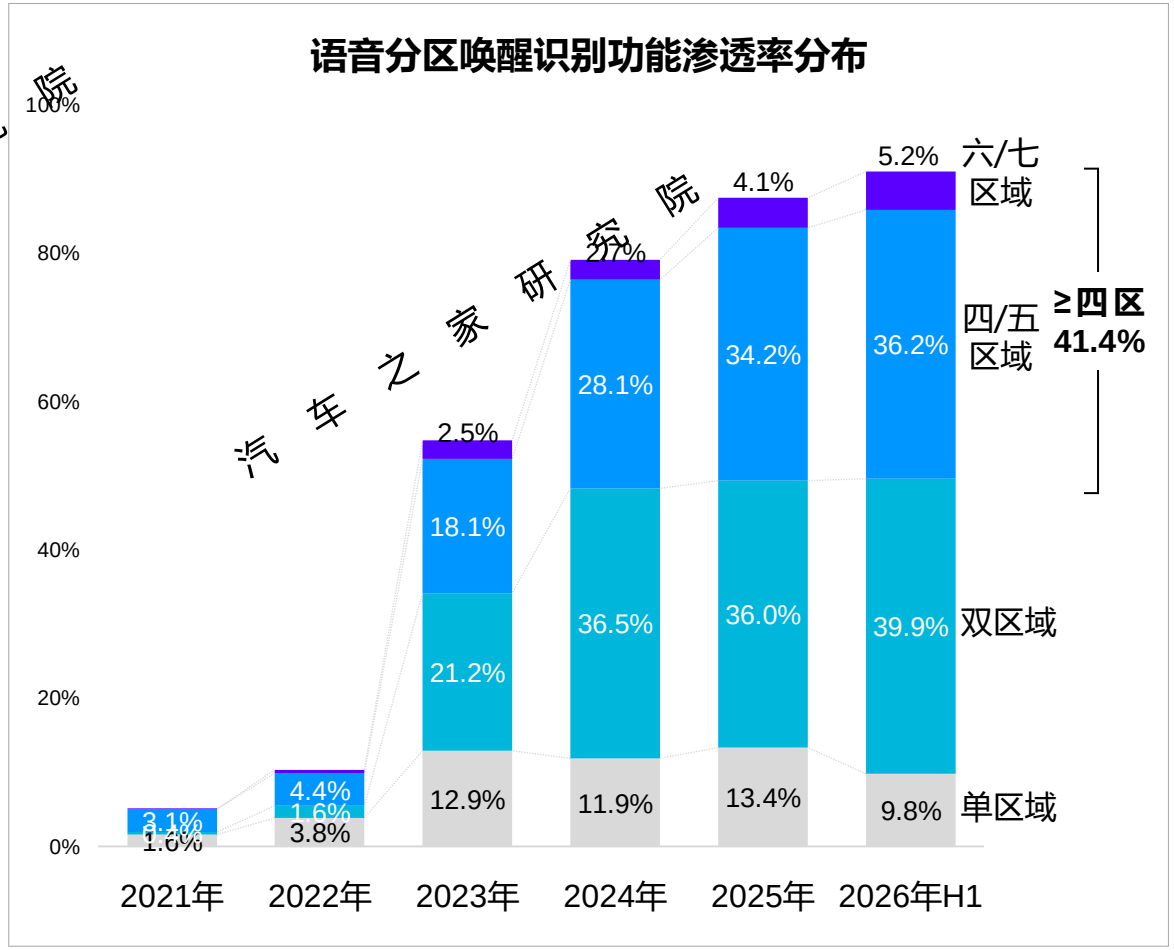
汽车之家研究院

语音车控功能不断拓展，语音车控区域向后排延伸

- **可实现语音车控的功能更加丰富**，语音车控数量从少量向多个不断拓展，6个以上车控功能渗透率快速提升，2026年上半年占比已突破三分之一

- **语音车控的唤醒区域更加广阔**，语音分区唤醒向后排延伸，二排&三排分区唤醒渗透率达41.4%，并且率先在中高端市场标配化，20~50万价位段渗透率已突破80%



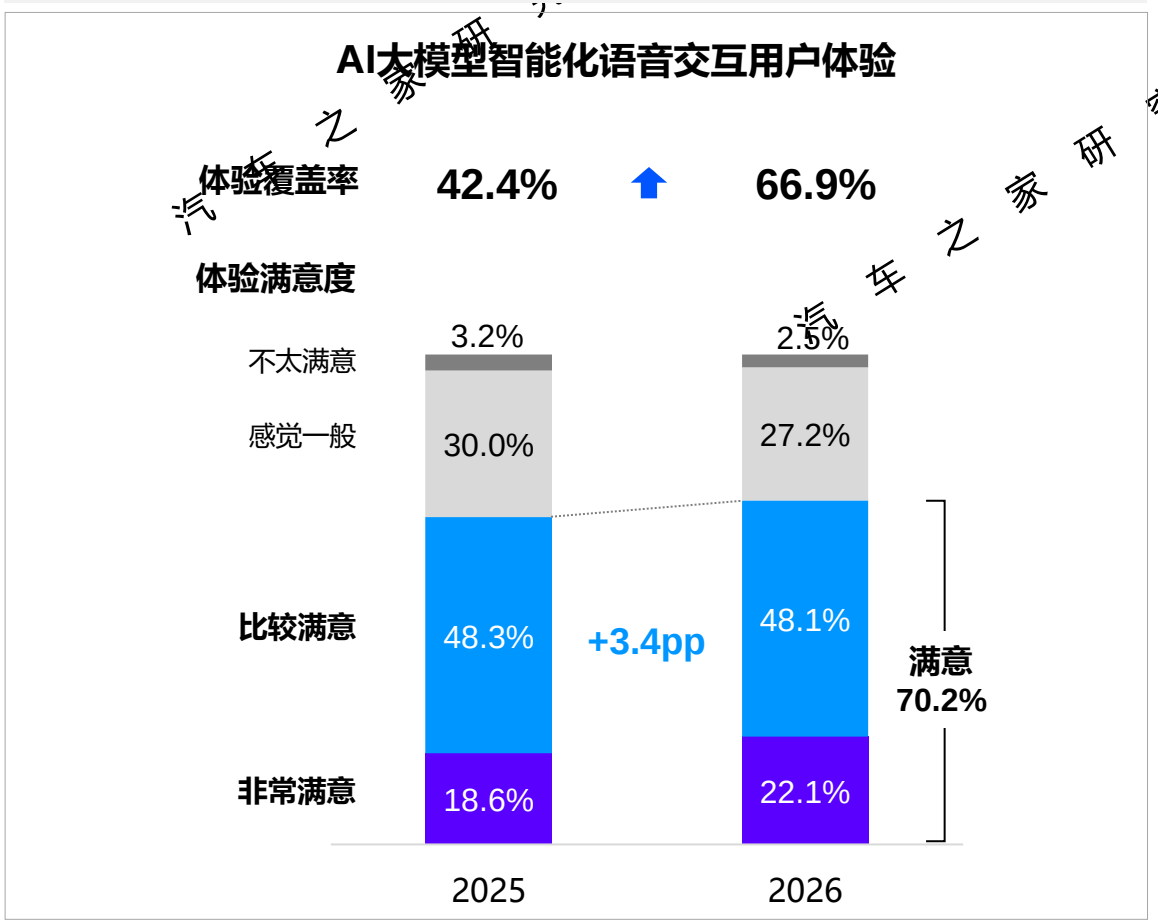


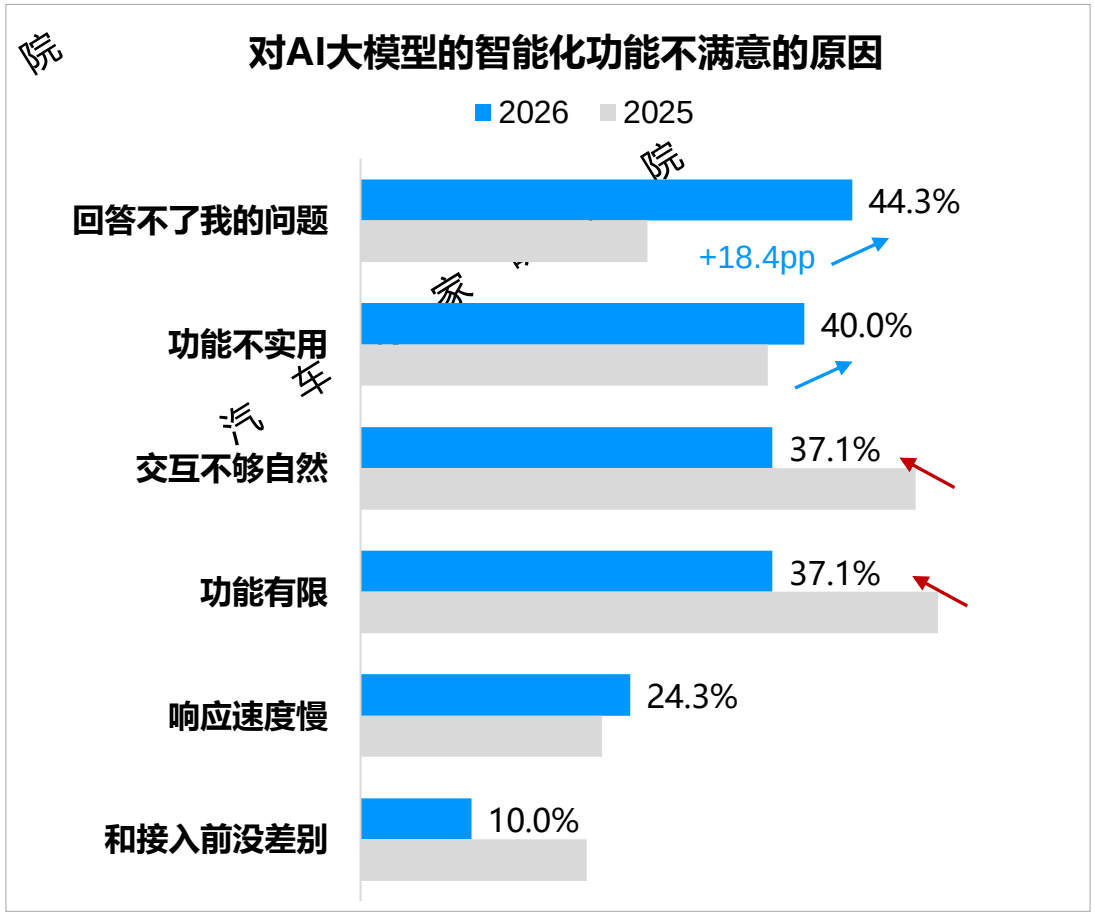
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

AI大模型赋能的语音交互，用户体验覆盖度和满意度双提升
对智能化功能要求已从“能用”升级为“好用”

- 更多用户开始体验AI赋能的智能化语音交互，且70%用户对语音交互的体验表示满意

- “回答不了我的问题”跃升成为不满第一原因
- 交互自然及功能有限等基础功能已得到改善

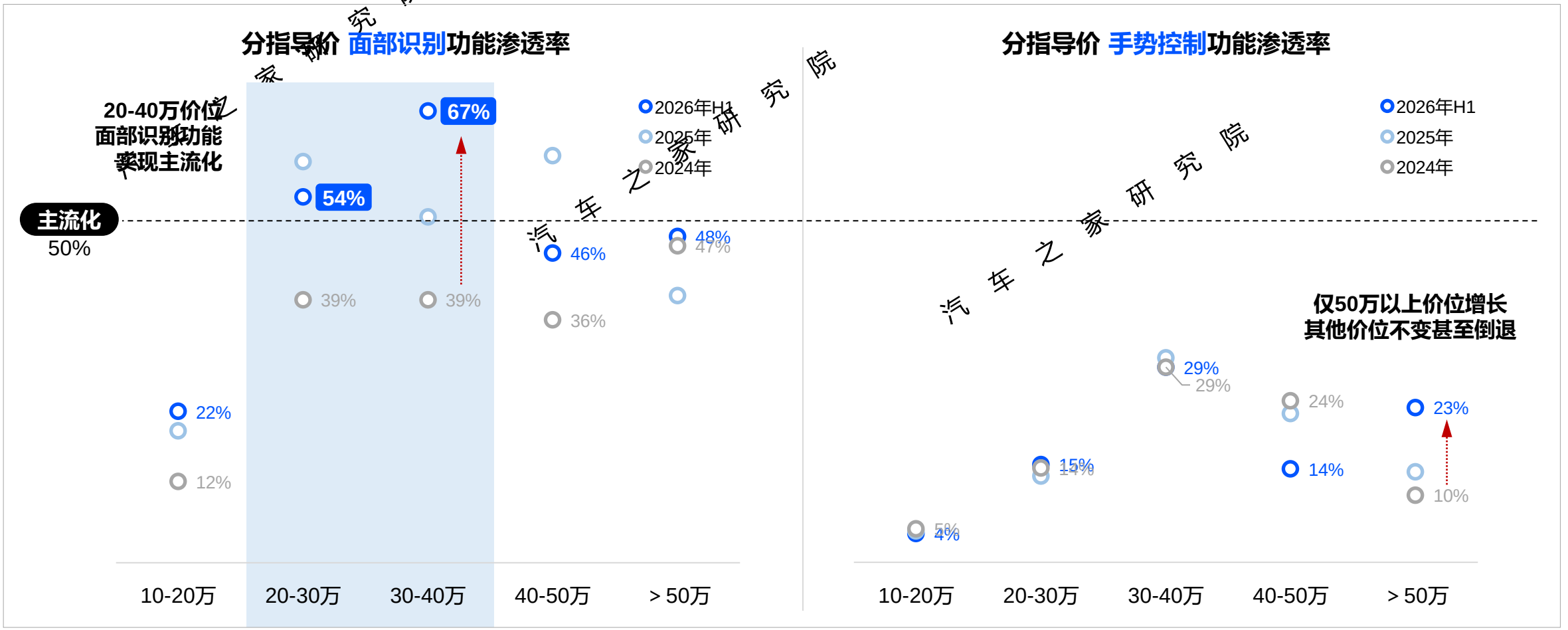




数据来源：汽车之家研究院用户调研

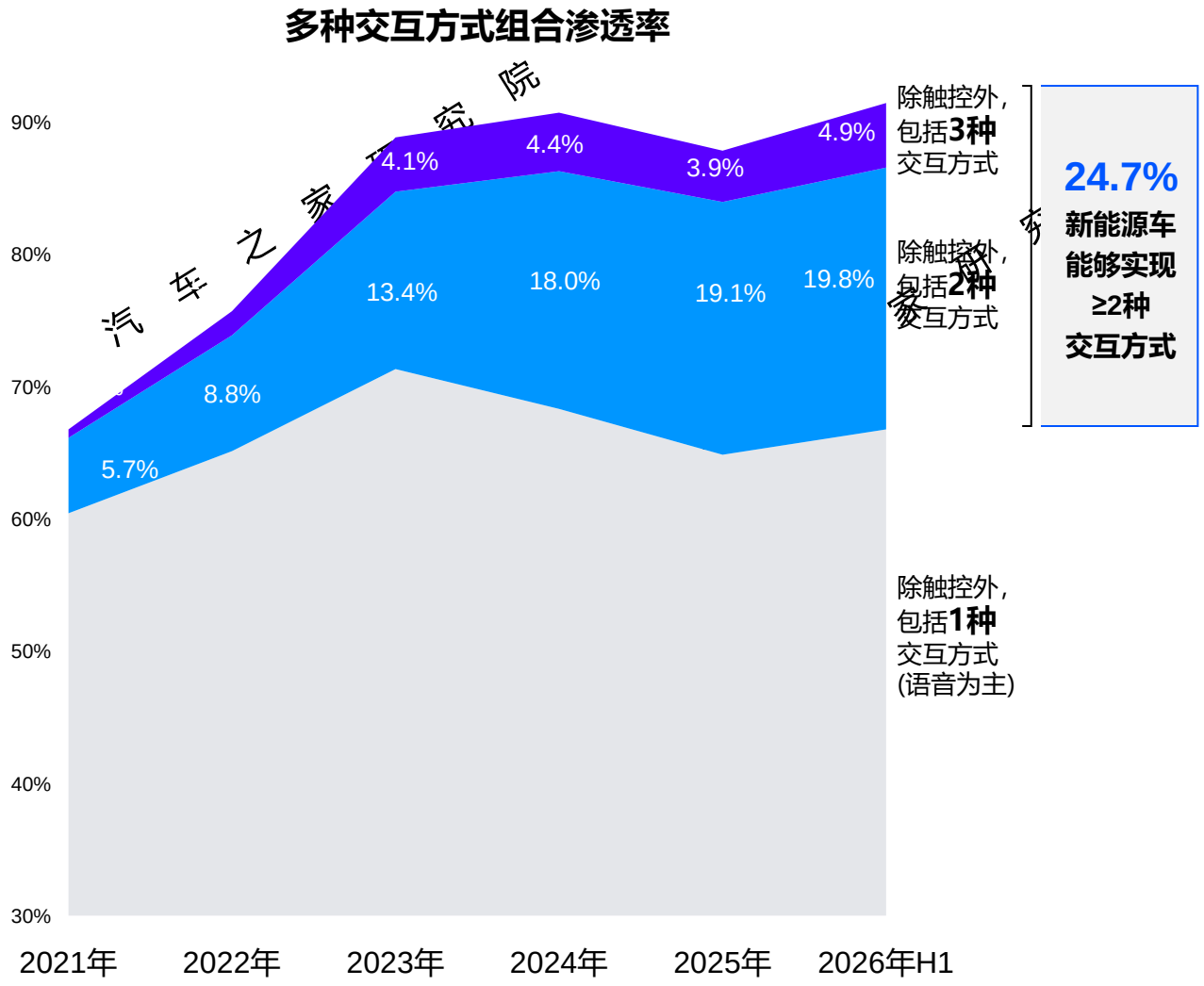
除语音外的其他车控方式中，面部识别功能实现中坚价位主流化

- **面部识别率先在20-40万价位主流化**，尤其在30-40万价位段渗透率连续两年大幅提升，渗透率水平显著领先其他价位
- **手势控制在多个价位渗透率增长停滞**，仅在50万以上价位实现增长，其他价位渗透率基本不变，40-50万价位甚至出现倒退



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

1/4新能源车可实现多种交互方式，但“真实”的多模态交互才刚刚起步

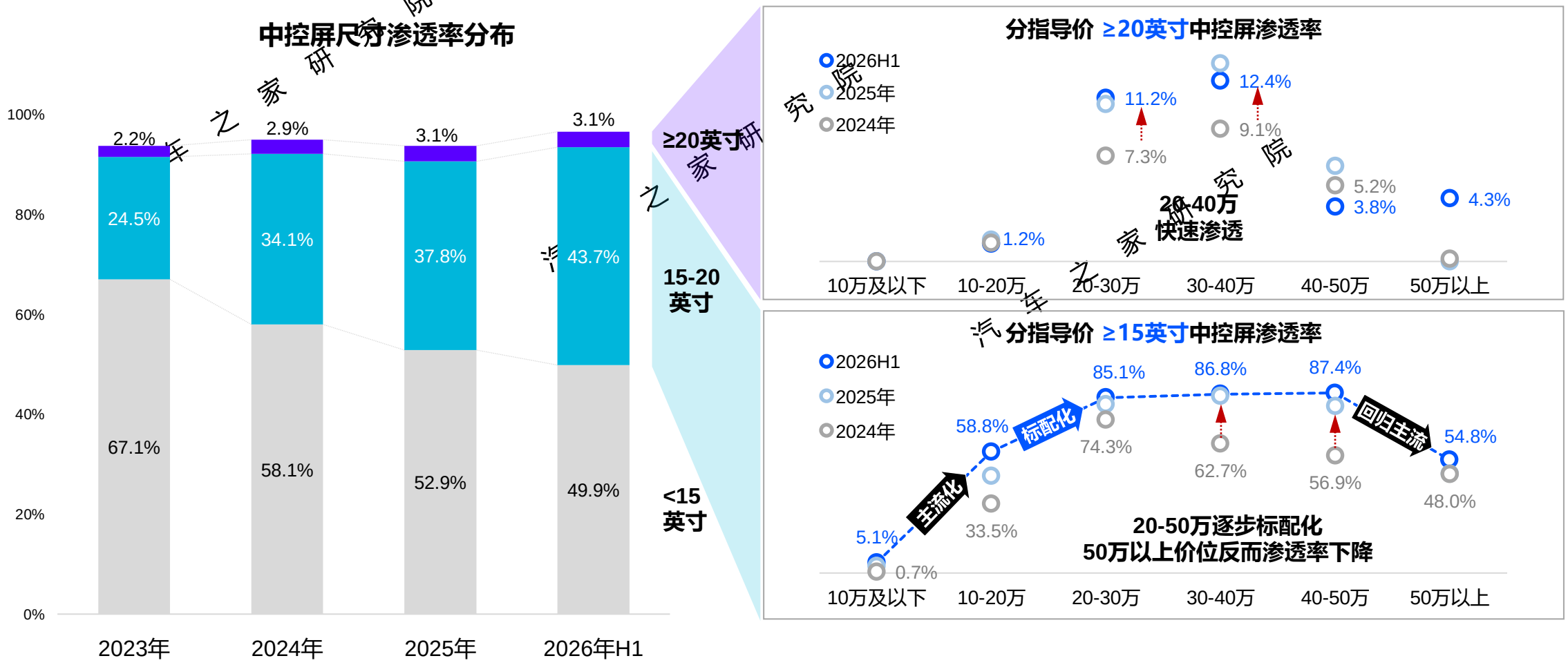


- 2种及以上交互方式往往以语音车控为主，搭配手势控制或面部识别中的1-2种交互方式，渗透率已近25%
- 但因**面部识别在多模态交互中目前存在部分功能性缺失**，仅能实现身份与状态识别和少量功能的主动式服务，几乎没有车型可以实现与其他模态的协同触发操作
- 故目前能够**达到所谓“多模态交互”的功能项更多为语音识别及手势控制**，但局限于手势控制的低渗透率，目前多模态交互的**“真实”渗透情况只能说才刚刚起步，两种功能的组合渗透率仅6.3%**

数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

中控屏尺寸向15英寸以上扩大，20-50万中高价位“大尺寸”屏幕已成标配

- 中控屏在标配化之后迎来了尺寸的进一步扩大，2024年起尺寸快速向15英寸以上发展，2026年上半年15英寸以上中控屏渗透率接近50%，在20-50万市场实现标配化。而20英寸以上更大尺寸中控屏则在20-40万价位渗透率更高，反超40万以上高端市场。

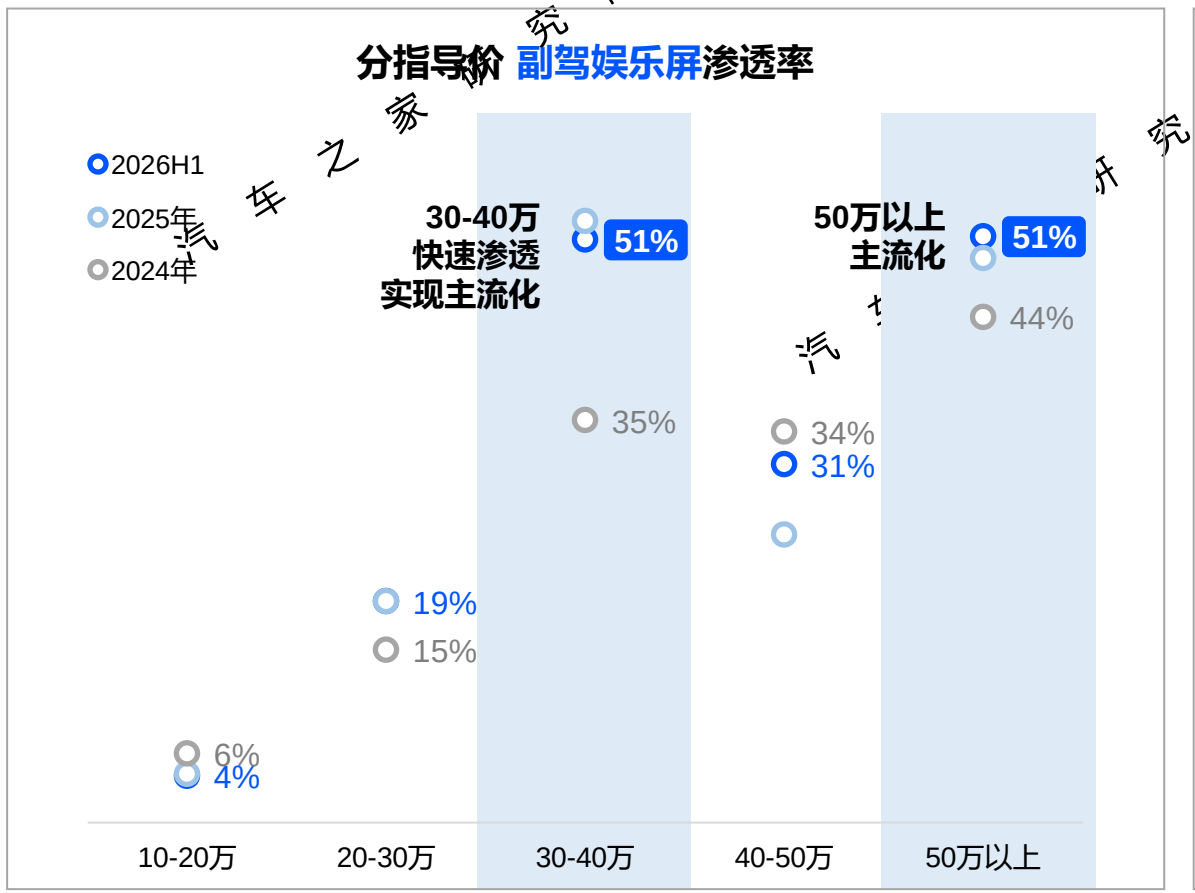


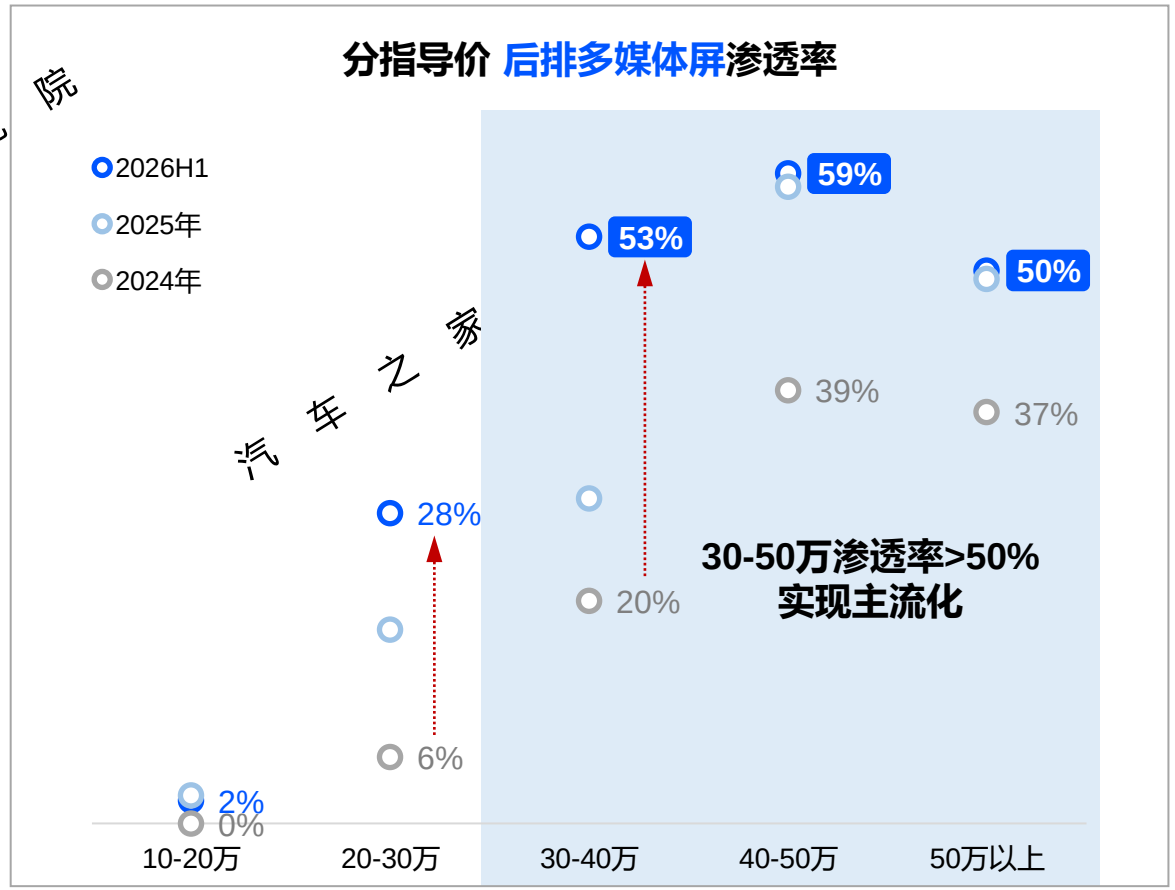
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

高端市场是“多屏娱乐”主战场，副驾娱乐屏和后排多媒体屏快速实现主流化

- 副驾娱乐屏在30-40万以及50万以上市场渗透率突破50%，实现主流化搭载，但26年提升幅度有所放缓，进一步增长动力不足

- 后排多媒体屏在30万以上市场均已实现主流化，尤其在30-40万市场实现连续快速增长；20-30万市场虽然目前渗透率仅28%，但增势良好，2024至2026年上半年渗透率提升22个百分点





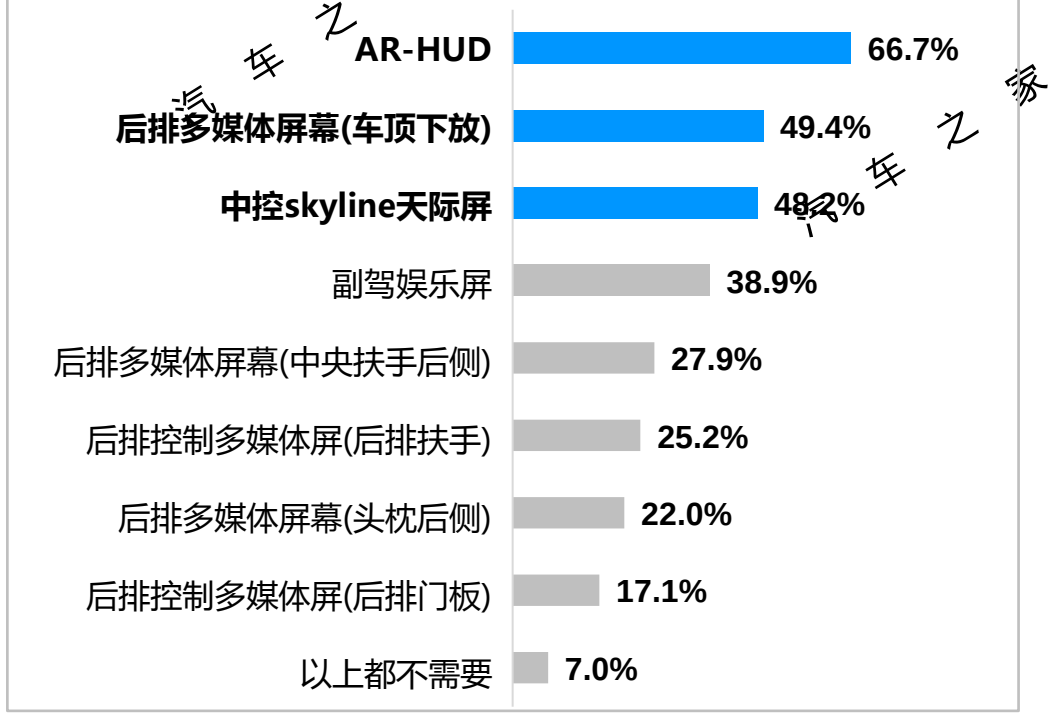
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

屏幕竞争已从数量战转向体验战，主驾位功能性屏幕需求受期待

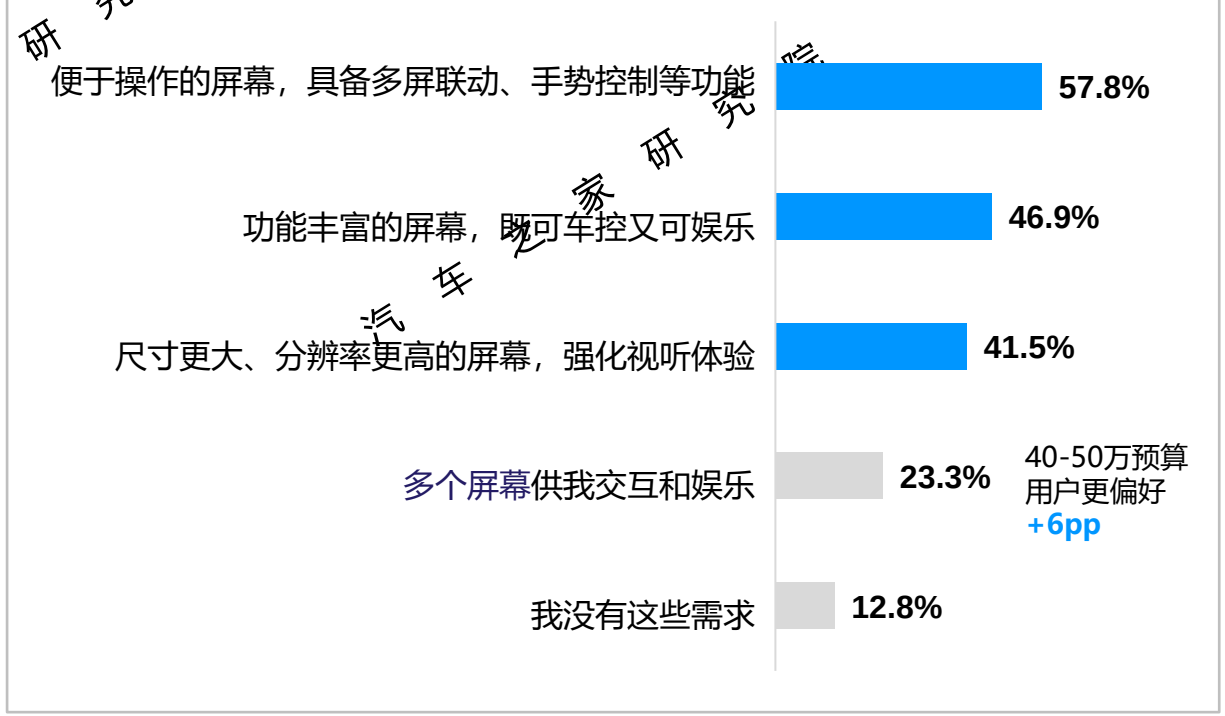
- 主要服务于主驾驶位、展示驾驶与车辆信息的**AR-HUD**和**中控天际屏**需求旺盛，娱乐之外车辆屏幕应更多为驾驶服务

- 对于屏幕功能，用户追求**多屏联动**与**功能丰富**（可车控、可娱乐），同时**更大、更高分辨率的屏幕**能够强化用户视听体验

用户需要哪些屏幕



用户对屏幕的功能需求



数据来源：汽车之家研究院用户调研

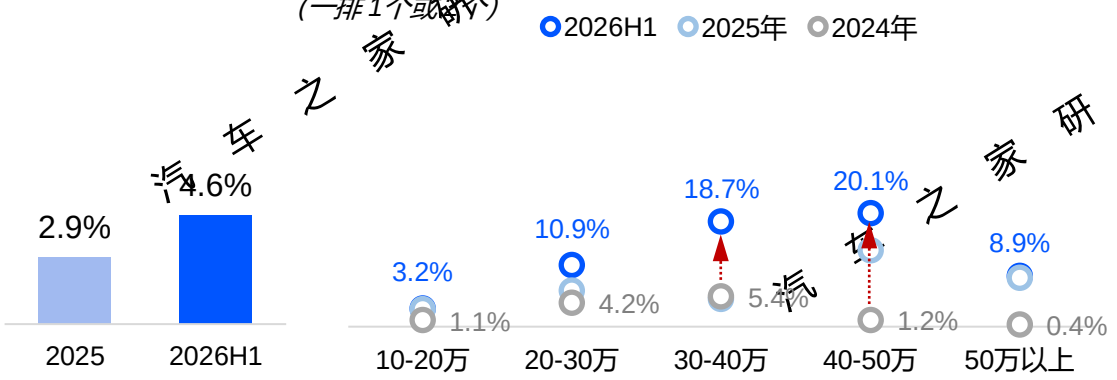
30万以上高端市场二排零重力座椅迎来爆发，座椅按摩功能已基本触顶趋稳

- 二排零重力座椅在30万以上高端市场迎来爆发式增长，自25年起渗透率快速提升，尤其在40-50万价位渗透率已接近50%；一排座椅舒适性同样在30万以上价位有所提升；而座椅按摩功能在各价位段渗透率基本稳定，增势相对缓慢，目前市场更聚焦于按摩舒适度的提升

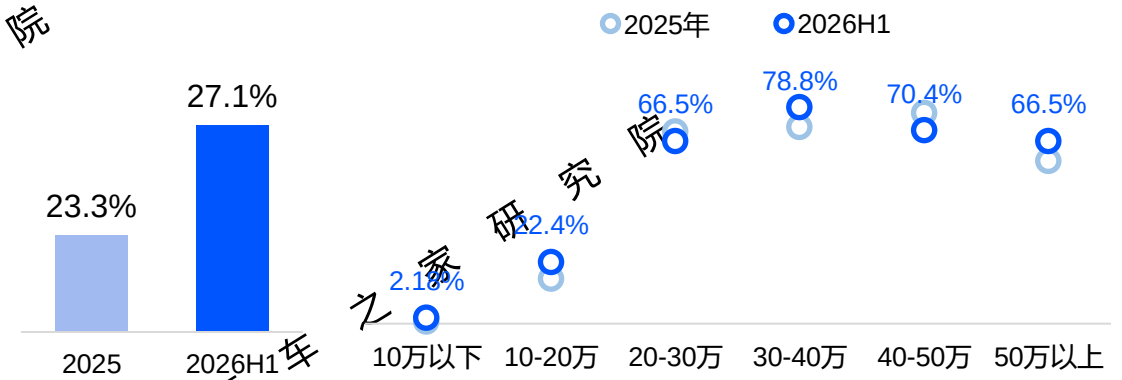
第一排

一排零重力座椅* 年度及分指导价渗透率

(一排1个或2个)



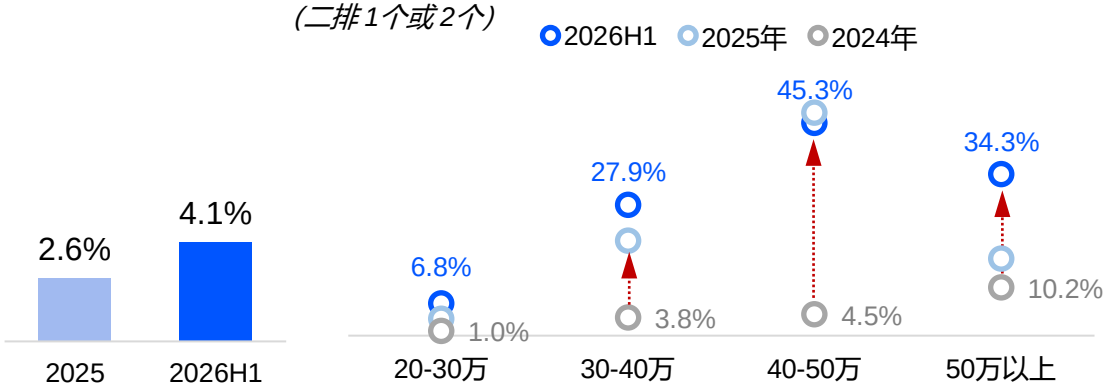
一排座椅按摩 年度及分指导价渗透率



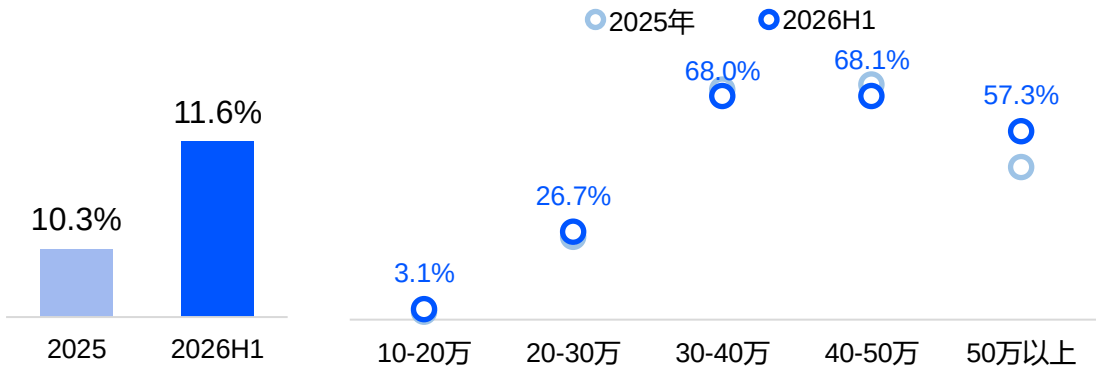
第二排

二排零重力座椅* 年度及分指导价渗透率

(二排1个或2个)



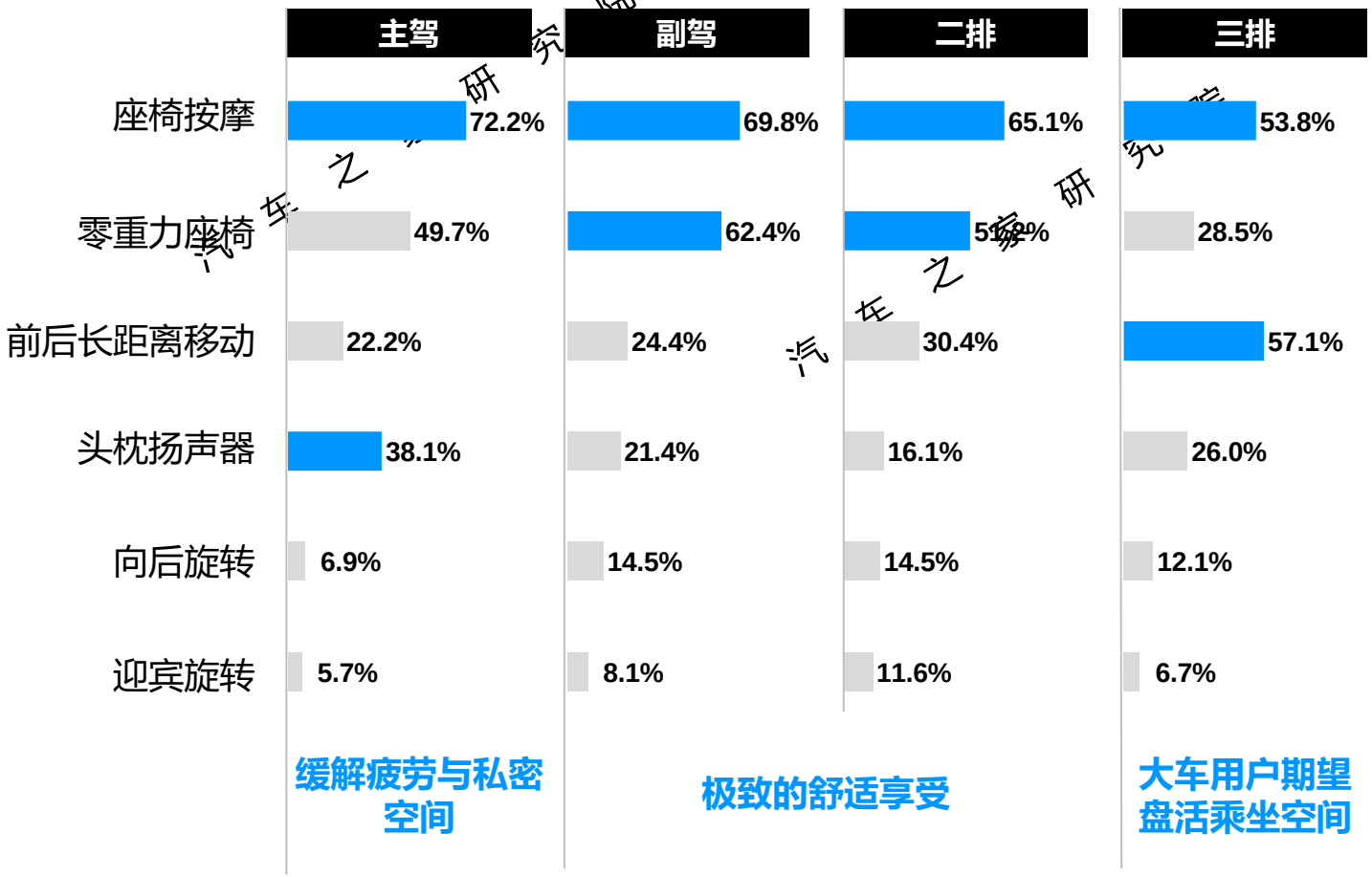
二排座椅按摩 年度及分指导价渗透率



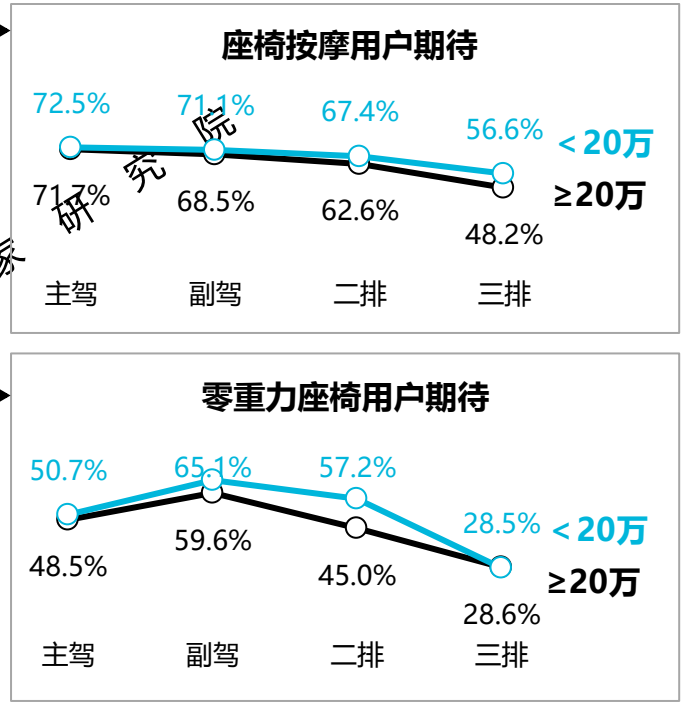
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

舒适、私密、空间释放，不同乘坐位各有需求，低预算用户亦追求舒享平权

用户期望增加的座椅功能



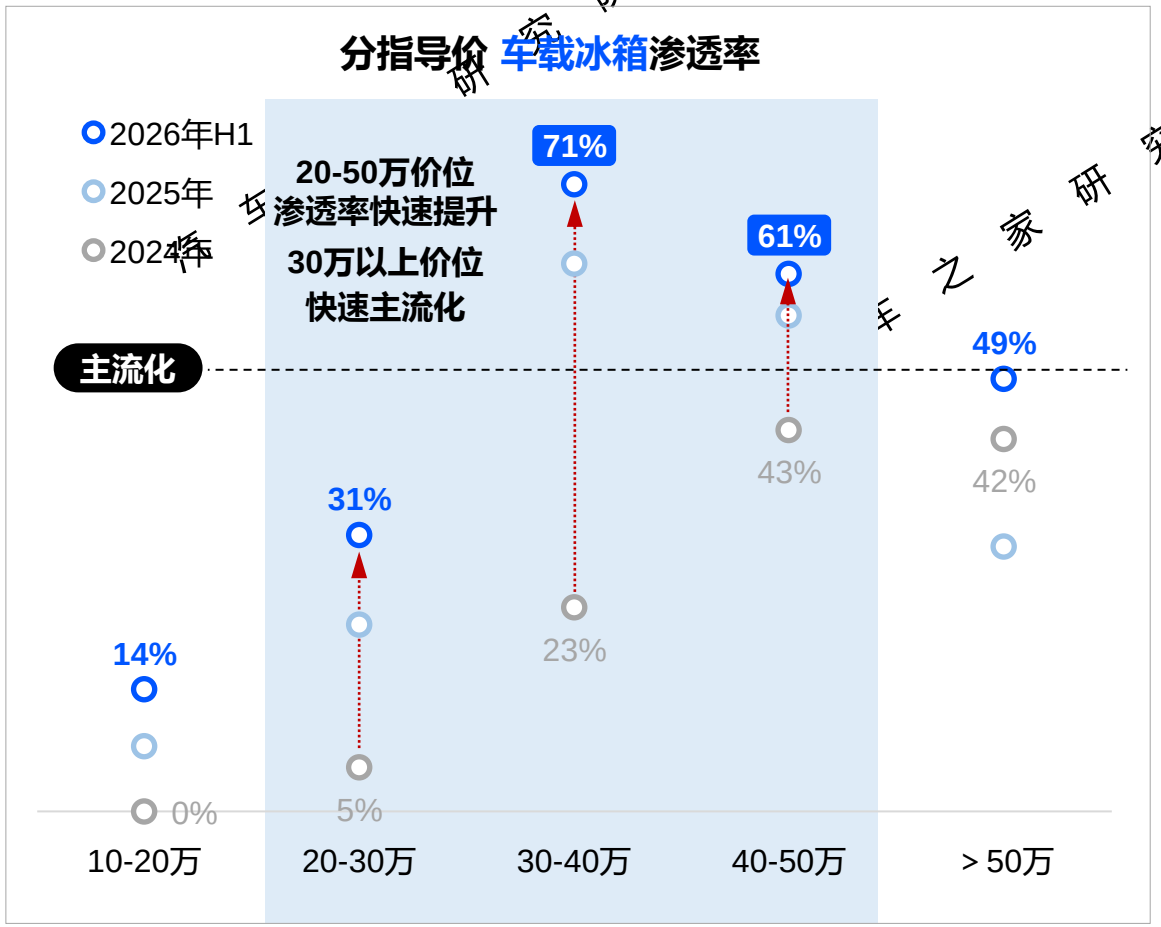
20万以下用户对座椅按摩及零重力座椅期待均高于20万以上用户，而现阶段渗透率低，车企可以用**“越级舒适”的差异化卖点撬动增量**

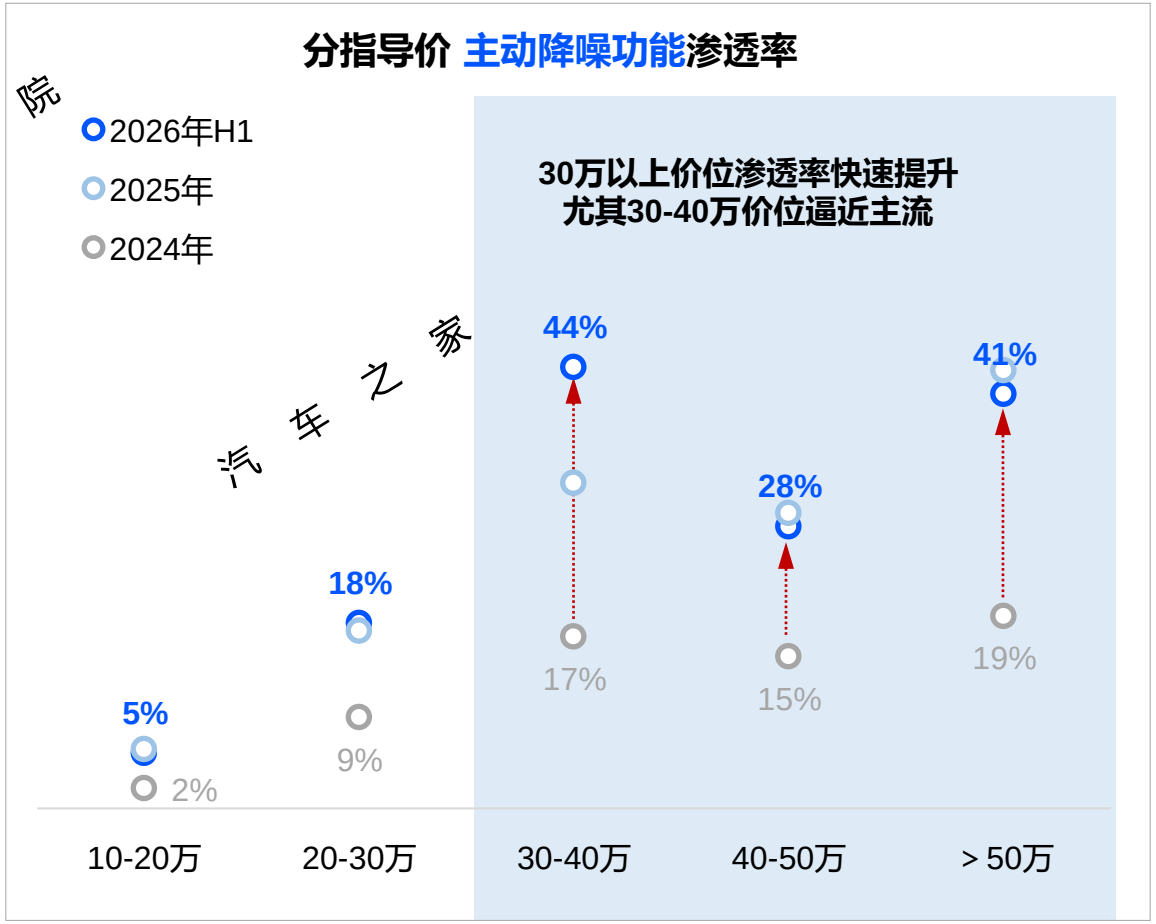


数据来源：汽车之家研究院用户调研

车载冰箱高价位率先主流化、中端市场持续快速渗透，主动降噪高端化明显

- 车载冰箱在20-50万价位段渗透率快速提升，尤其是在30-50万高端市场快速主流化
- 主动降噪功能主要在30万以上高端市场快速提升，尤其是30-40万市场，渗透率已达到40%，逼近主流配置项





数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

趋势三　冷热交替

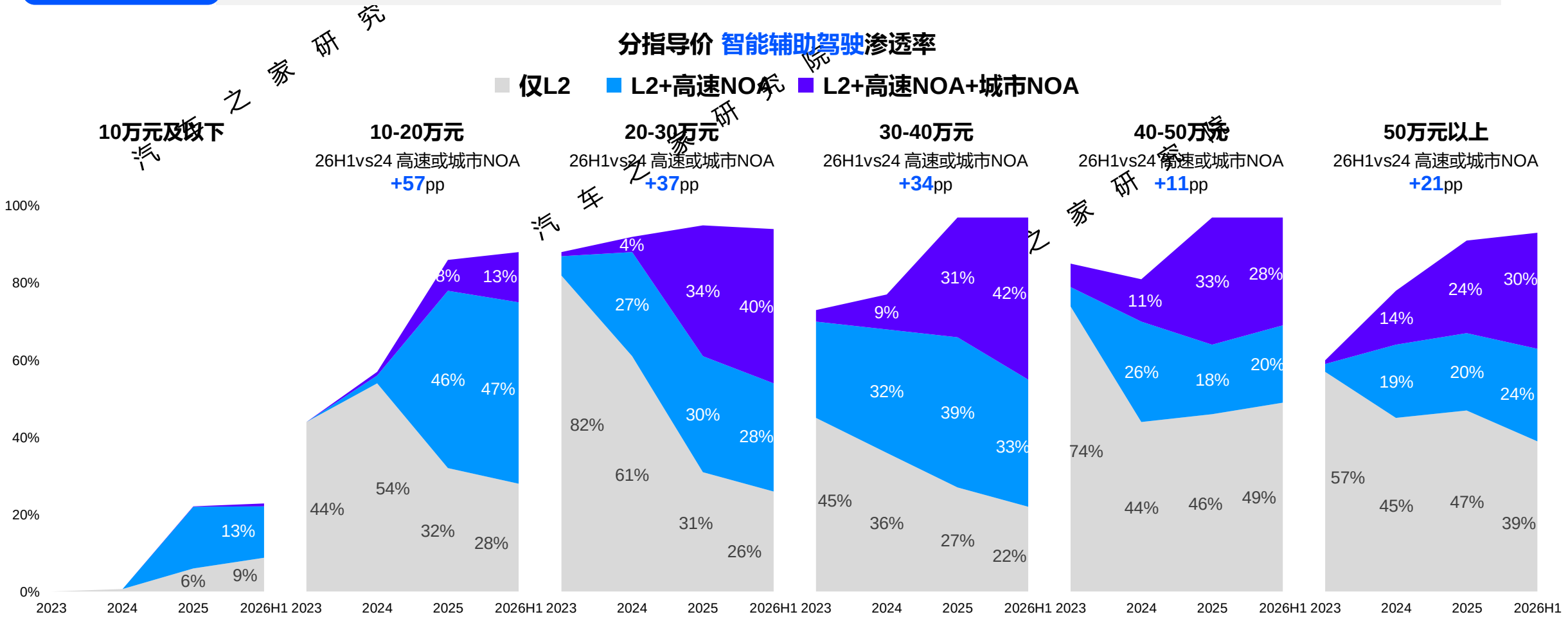
高阶智驾持续渗透，但体验降温

汽车之家研究院

智驾平权持续落地，30-40万价位段高阶智驾渗透仍领跑

2026年H1
新能源智驾渗透率
67.3%

- 10万以下市场智驾仍未普及，10万以上市场26年智驾渗透率未见明显提升，主要体现为高阶智驾对L2级的替换
- 20-40万是高阶智驾渗透率最为突出的价位段，甚至超越40万以上价格带

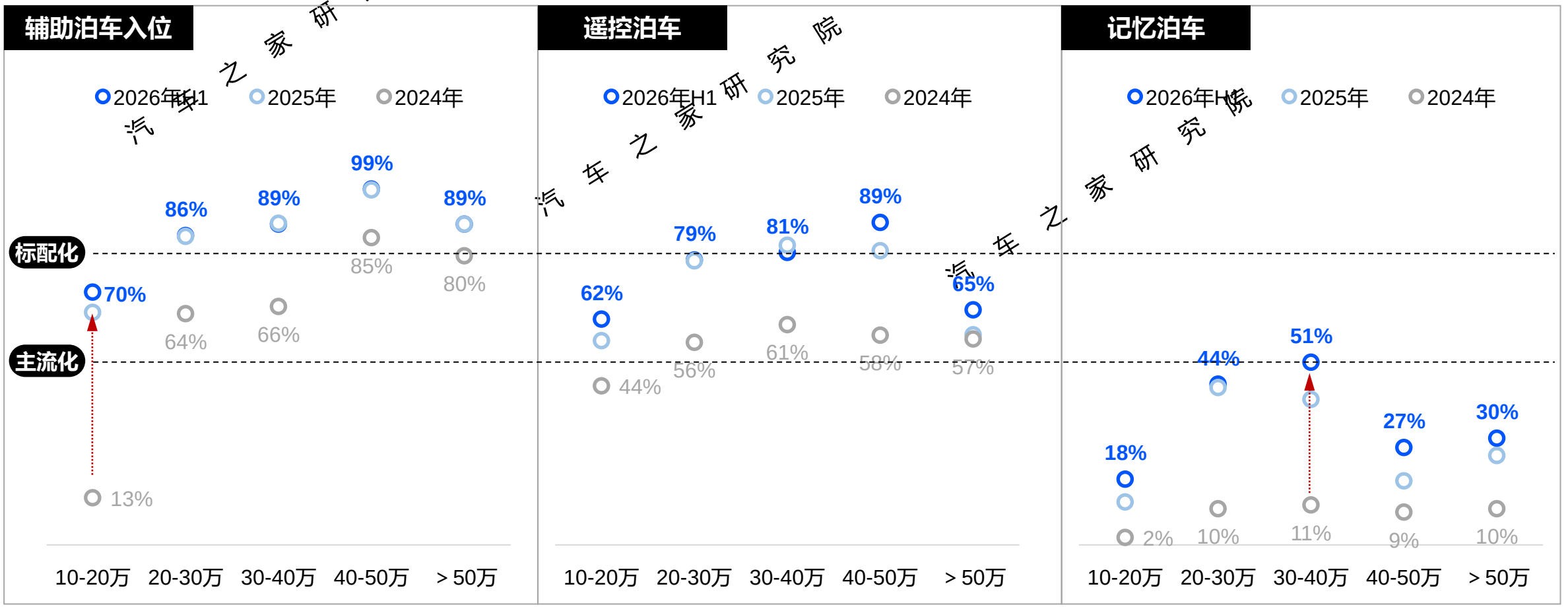


数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

辅助与遥控泊车在中高价位实现标配化，记忆泊车仅在30-40万成为主流配置

- 20万以上车型基本标配**辅助泊车**及**遥控泊车**功能，25年渗透率大幅提升后，26年仅微增
- 26年渗透率增长主要集中在**记忆泊车**功能，并在最卷价格带30-40万率先成为主流化配置

分指导价 泊车类功能渗透率



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

车企积极推进L3智驾方案落地，30万以上上市新车超四成可支持L3硬件需求

- 25年底开始，多家车企获得L3准入/路测牌照。基于获批车型的相关硬件配置，我们设定出L3智驾的基础入门硬件标准；基于此标准，2026年上半年上市新车中，30万以上车型超四成可支持L3智驾硬件需求

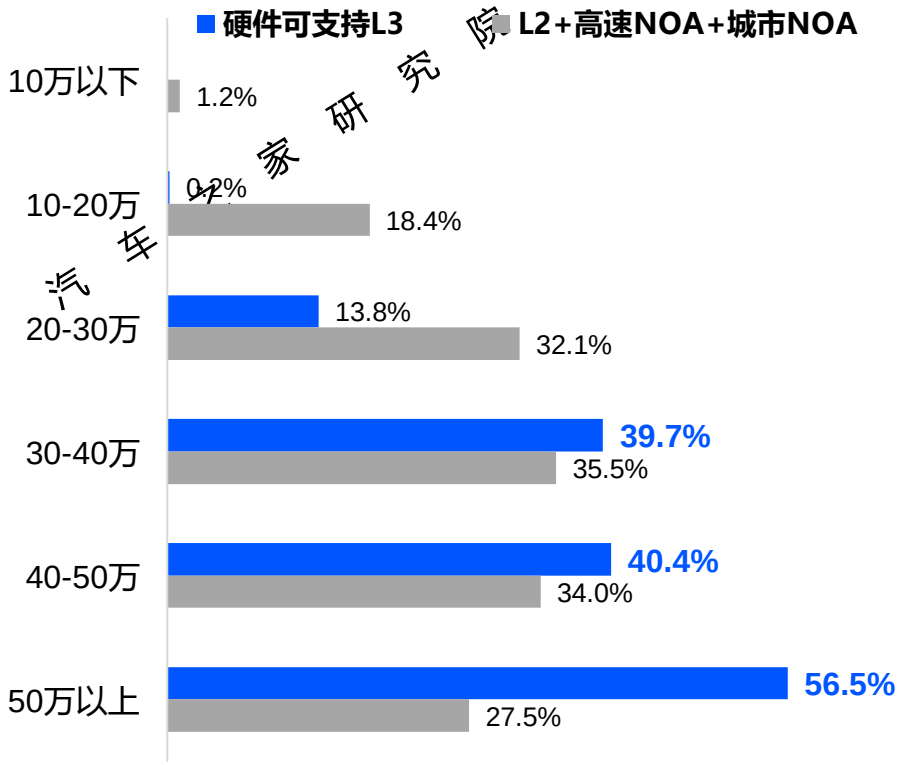
2025-2026年 获批L3智能驾驶有关牌照车型硬件配置

车型	牌照类型	前视摄像头	毫米波雷达	激光雷达	获批/发放时间
深蓝 SL03 (渝 AD0001Z)	工信部 L3 准入号牌	单目	5颗	-	2025年12月
极狐阿尔法 S L3 (京 AA0001Z)	工信部 L3 准入号牌	双目	6颗	3颗	2025年12月
广汽昊铂A800	广州L3 路测牌照	双目	5颗	4颗	2025年12月
理想L9（Livis版）	北京 L3 路测牌照	双目	1颗	4颗	2025年12月
小米 SU7	北京 L3 路测牌照	双目	1颗	1颗	2025年12月
极氪9X（Hyper版）	杭州 L3 路测牌照	三目	5颗	5颗	2026年1月
岚图泰山Ultra/黑武士	杭州 L3 路测牌照	双目	5颗	4颗	2026年3月
启境GT7	广州L3 路测牌照	双目	5颗	2颗	2026年6月
长安阿维塔11	重庆 L3 路测牌照	双目	6颗	3颗	2026年7月
享界G9	北京 L3 路测牌照	双目	5颗	3颗	2026年7月
尊界S800	合肥 L3 路测牌照	双目	5颗	6颗	2026年8月
智界RX	重庆 L3 路测牌照	双目（推测）	5颗	4颗	2026年9月

基于获批车型，整理L3智驾入门硬件标准（粗略版）：

双目摄像头 + 5颗毫米波雷达 + 1颗激光雷达

2026年H1 上市新车L3入门硬件标配率

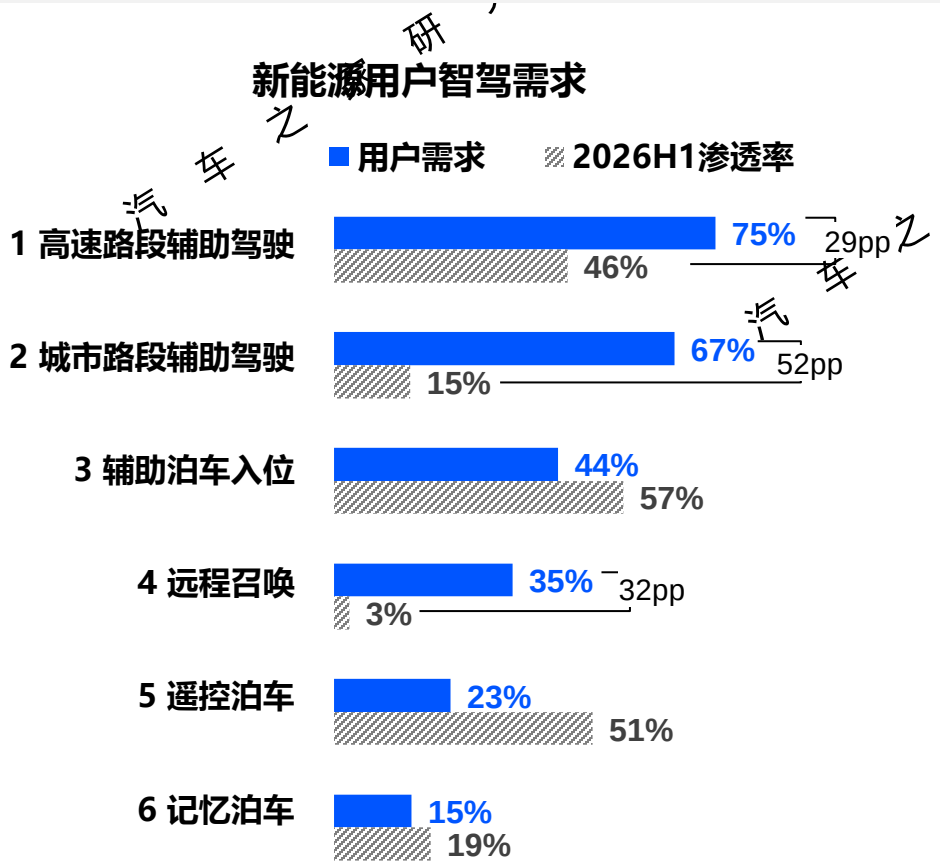


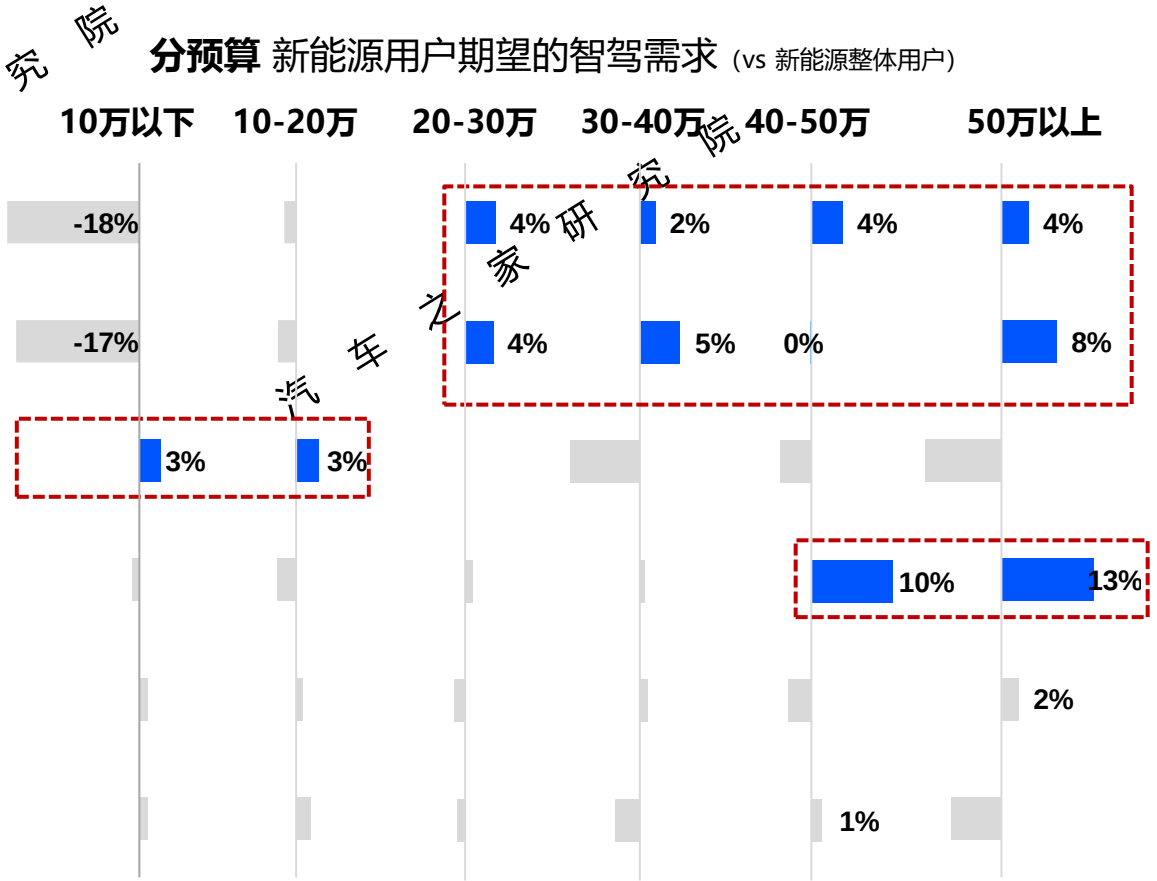
数据来源：公开信息整理，汽车之家大数据，车型标配率=搭载该配置的车型数量÷车型总数×100%

新能源用户智驾需求尚未满足，尤其是高阶辅助驾驶功能

- 当前**高速&城市NOA**、**远程召唤**渗透率仍低于用户期待。特别是**高速&城市NOA**，作为用户需求最高的两项智驾功能，**全价位段的高阶智驾**仍应是车企推进的方向

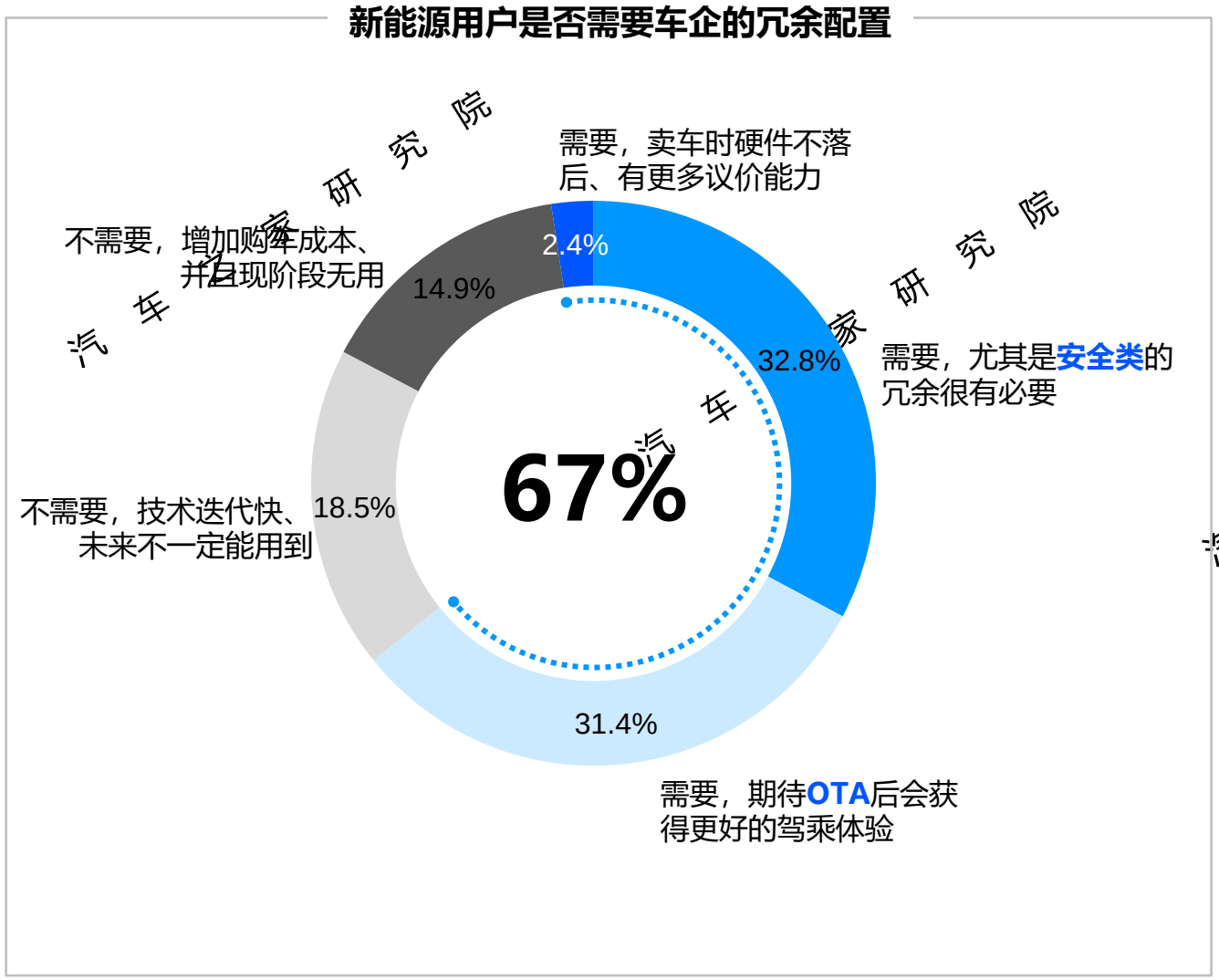
- 低预算用户：更偏好**辅助泊车入位**功能
- 中高预算用户：**高速&城市NOA**是共同期待；40万以上用户追求**远程召唤**带来的尊贵感和便利性





数据来源：汽车之家研究院用户调研，Q：您期望您的车具备哪些智能辅助驾驶功能？[多选题]

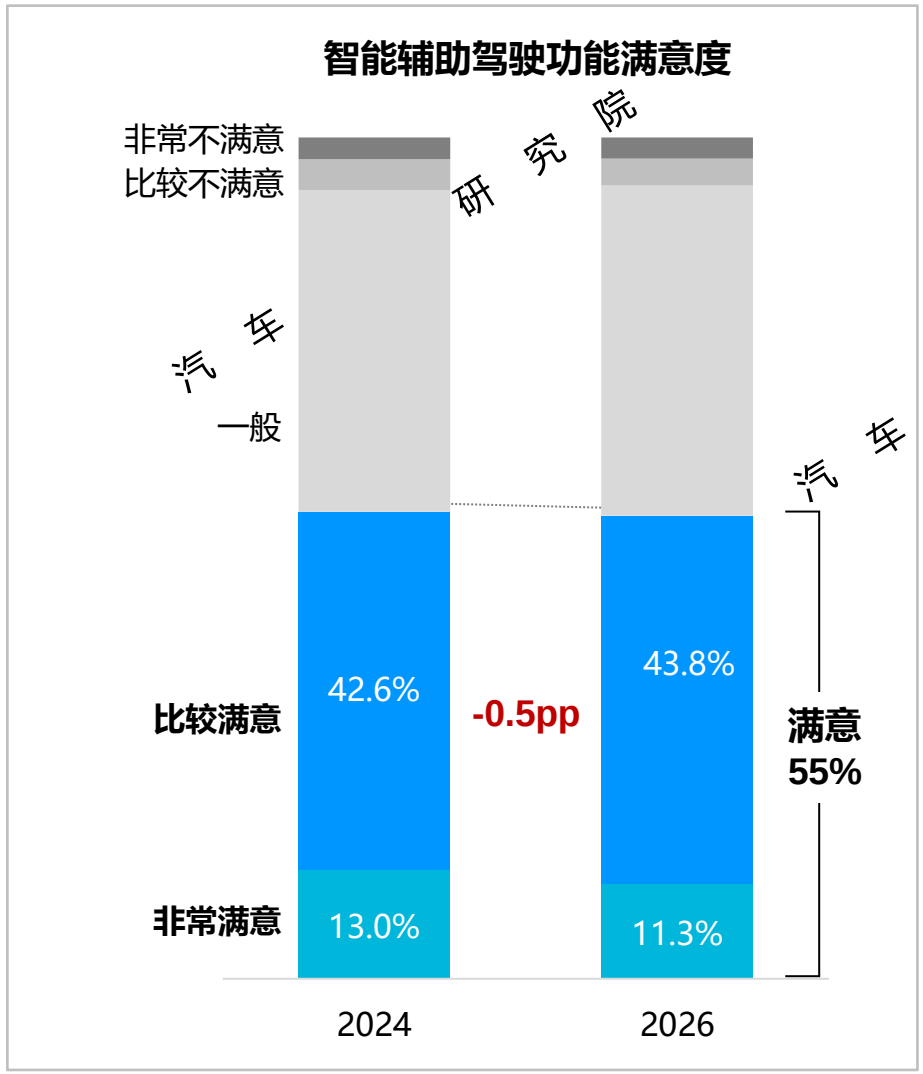
近七成新能源消费者愿意为“安全冗余、长期体验”买单

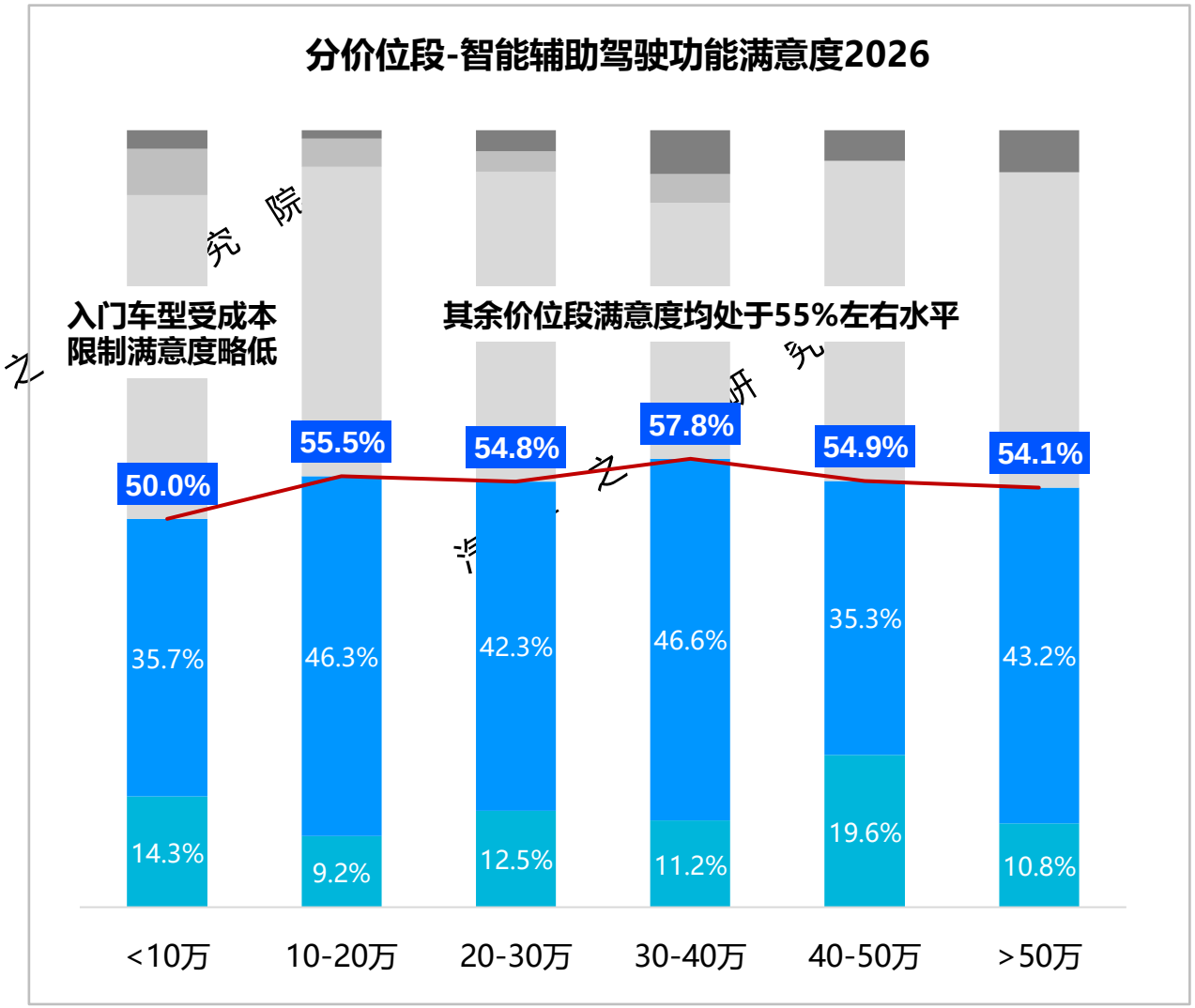


- 用户不排斥堆硬件，但**要求硬件能带来切实的安全感或可见的进化潜力**
- 车企营销宣传上可以将硬件预埋、硬核参数翻译成用户更能理解、更愿意买单的“安全保命”与“常用常新”

数据来源：汽车之家研究院用户调研，Q：现在很多车企会在车上预装硬件(如多个激光雷达、远超需要的算力等)，便于软件升级时进行适配，您如何看待这种冗余和超配？[单选题]

但近两年用户智驾体验满意度未见提升，各价位段也未呈现显著差异





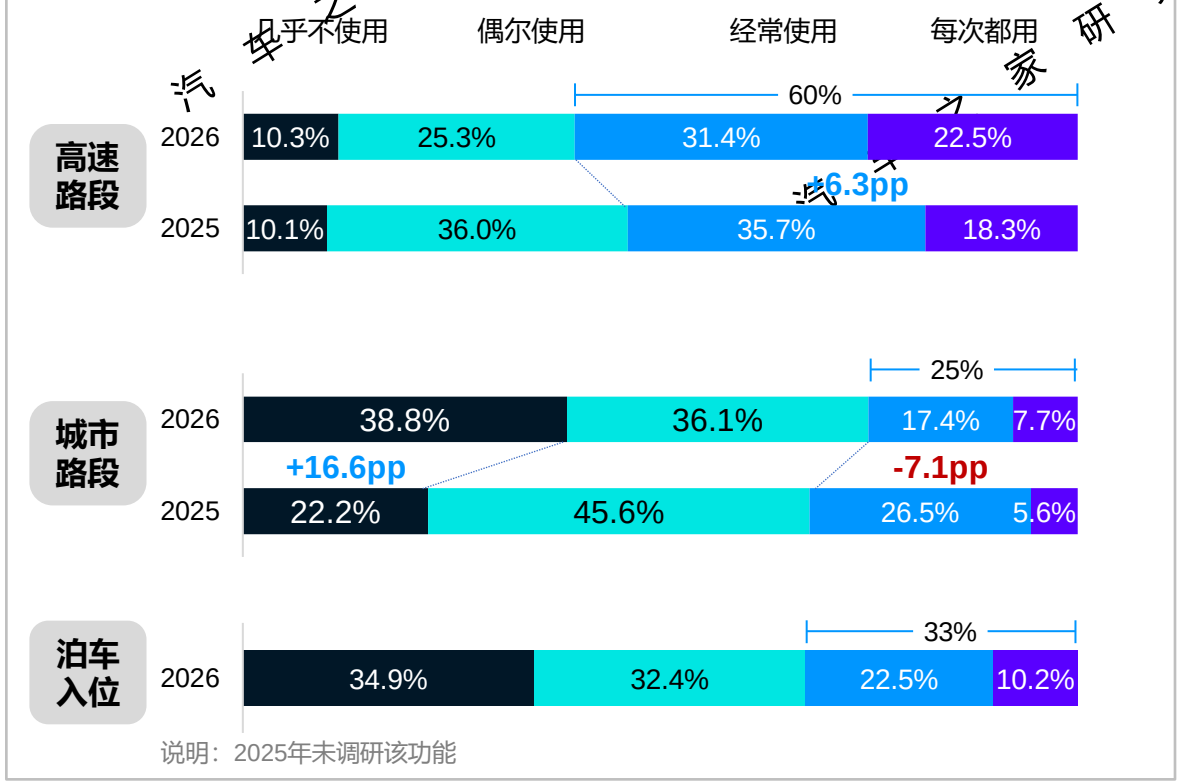
数据来源：汽车之家研究院用户调研，Q：您对于自己目前车辆的智能辅助驾驶功能满意度如何？[单选题]

使用场景上呈现高速依赖加深、城区使用度大幅回退，痛点集中在技术成熟度上

- 高速NOA高频使用人群增长到60%，而城市NOA高频使用人群缩小到仅1/4，甚至低于泊车入位的高频使用人数占比

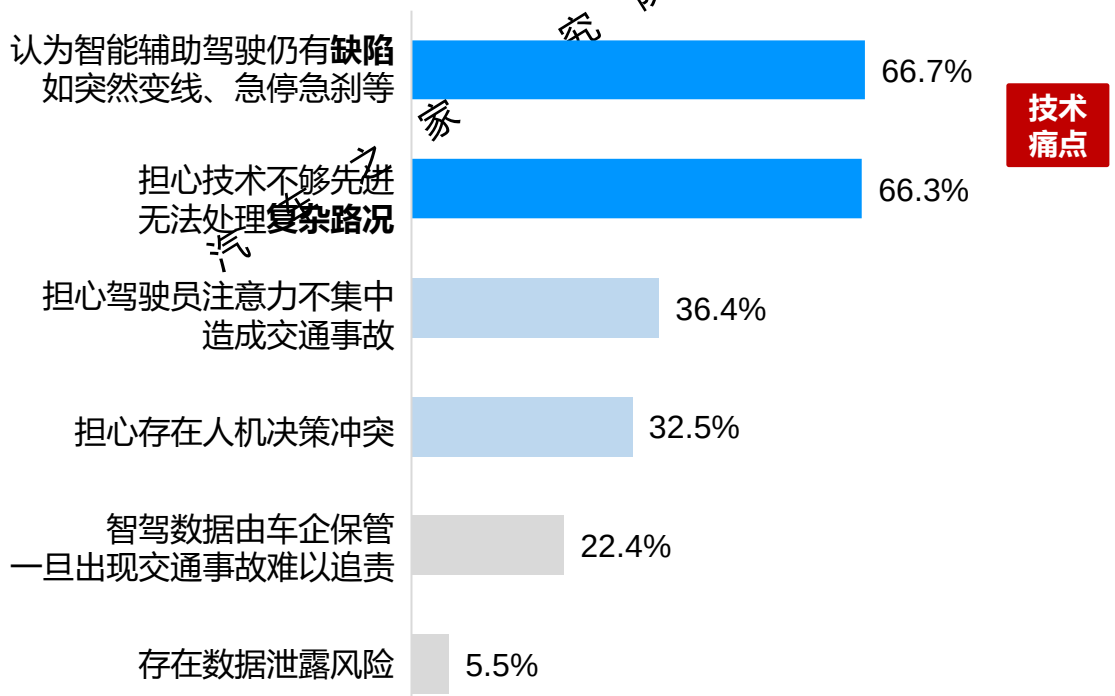
- 用户不愿使用智驾的原因核心原因来自对技术成熟度的不信任，66%用户对加塞、鬼探头、急停急刹等复杂路况场景下智驾的安全性仍有顾虑

新能源用户-智能辅助驾驶功能使用频率变化



说明：2025年未调研该功能

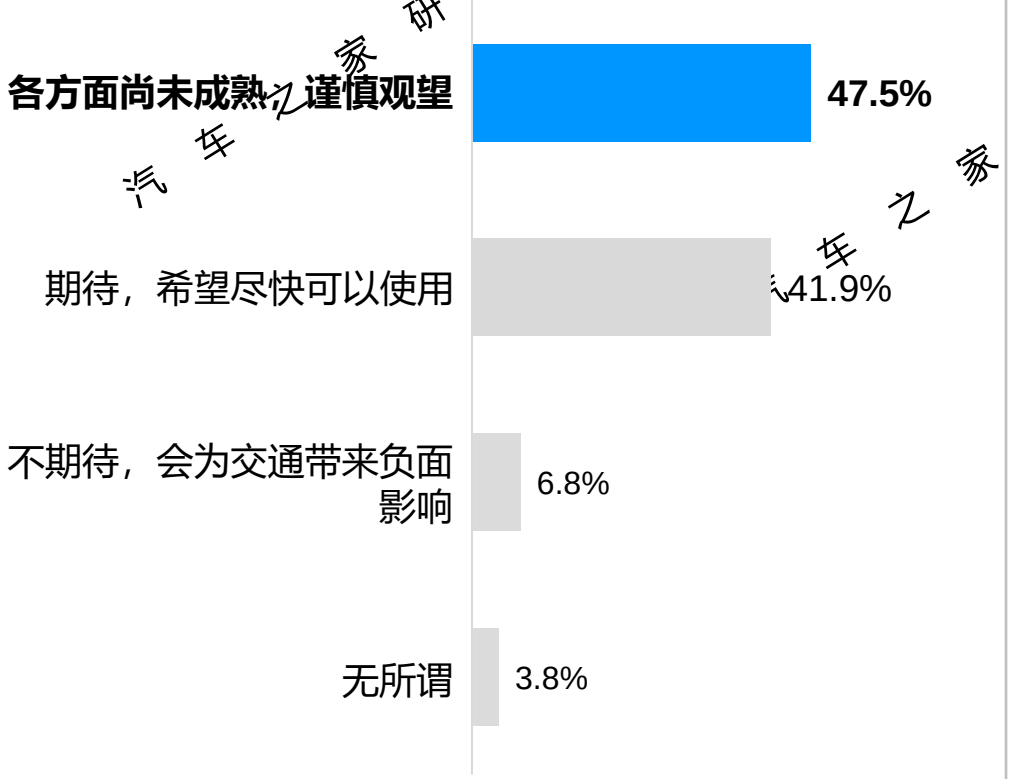
用户几乎不用或低频使用智能辅助驾驶的原因



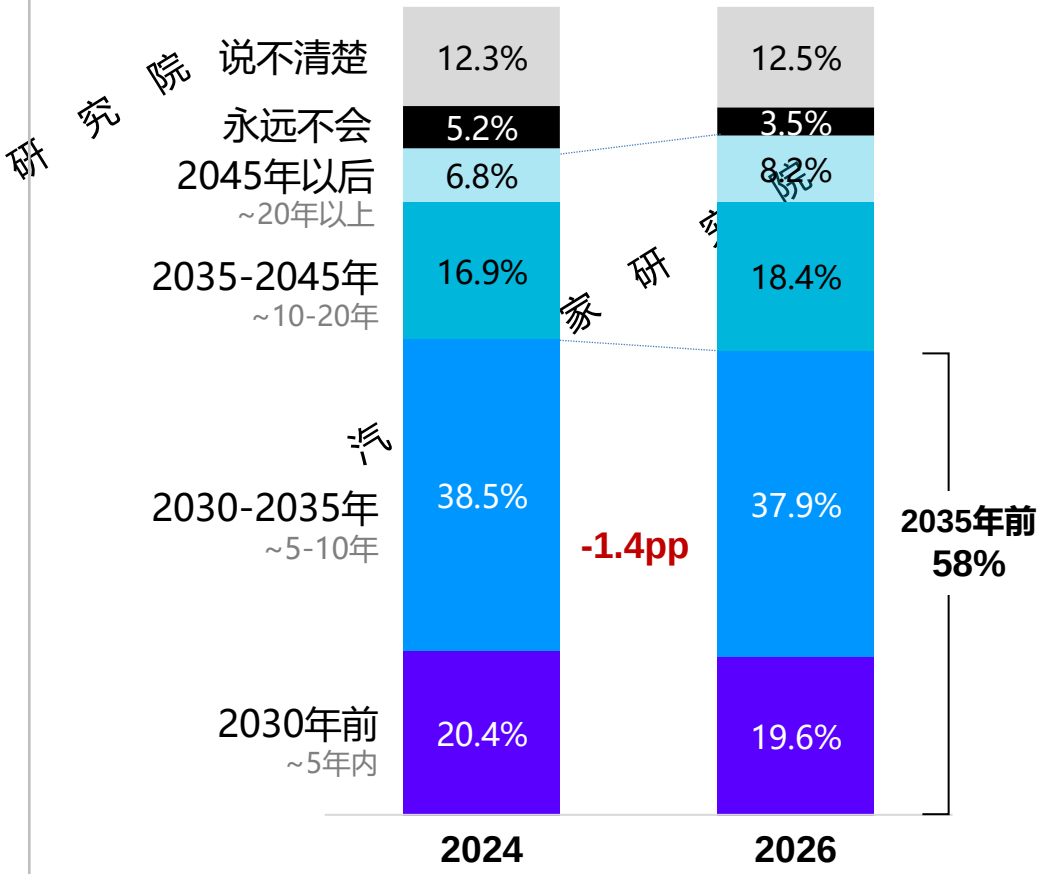
数据来源：汽车之家研究院用户调研

受当前智驾技术满意度不高影响，用户对未来L3和L5发展持谨慎观望态度

用户对L3有条件自动驾驶的态度



用户认为最快在多长时间后可以实现L5完全自动驾驶



数据来源：汽车之家研究院用户调研

趋势四　高端重塑

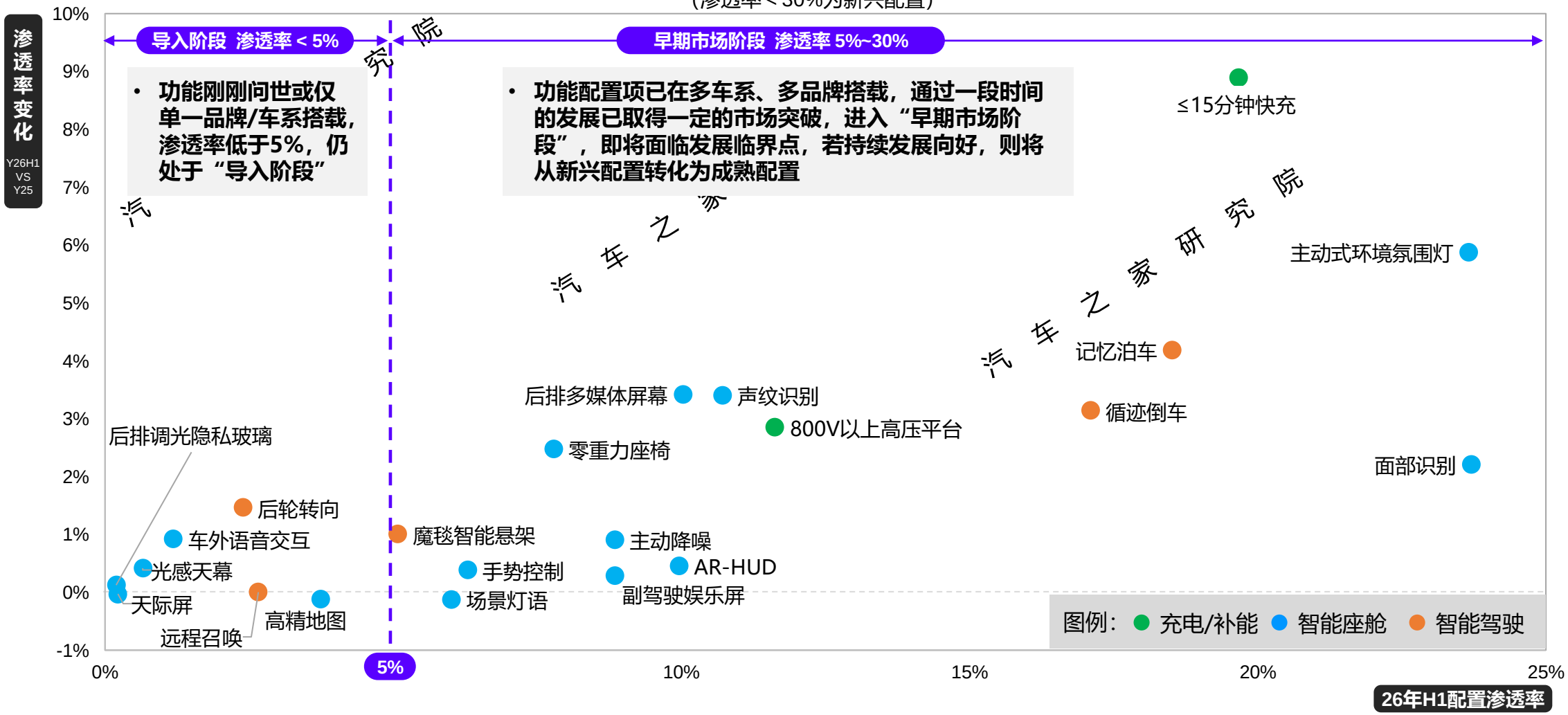
硬核技术＋显性溢价定义新高端

汽车之家研究院

新兴配置：部分新兴配置已跨越导入期，进入早期市场阶段

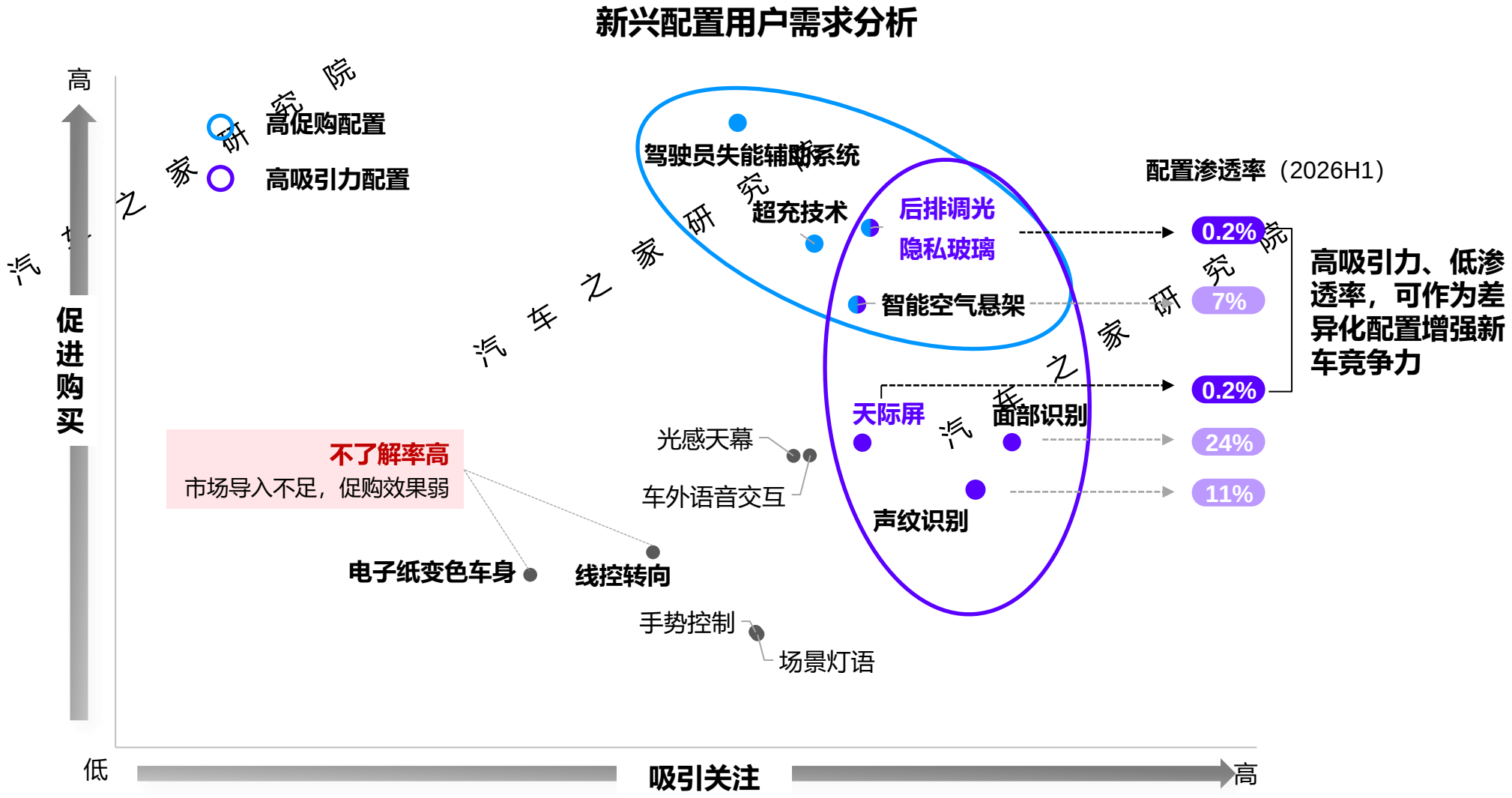
2026年H1新兴配置新能源市场渗透率及其变化

（渗透率＜30%为新兴配置）



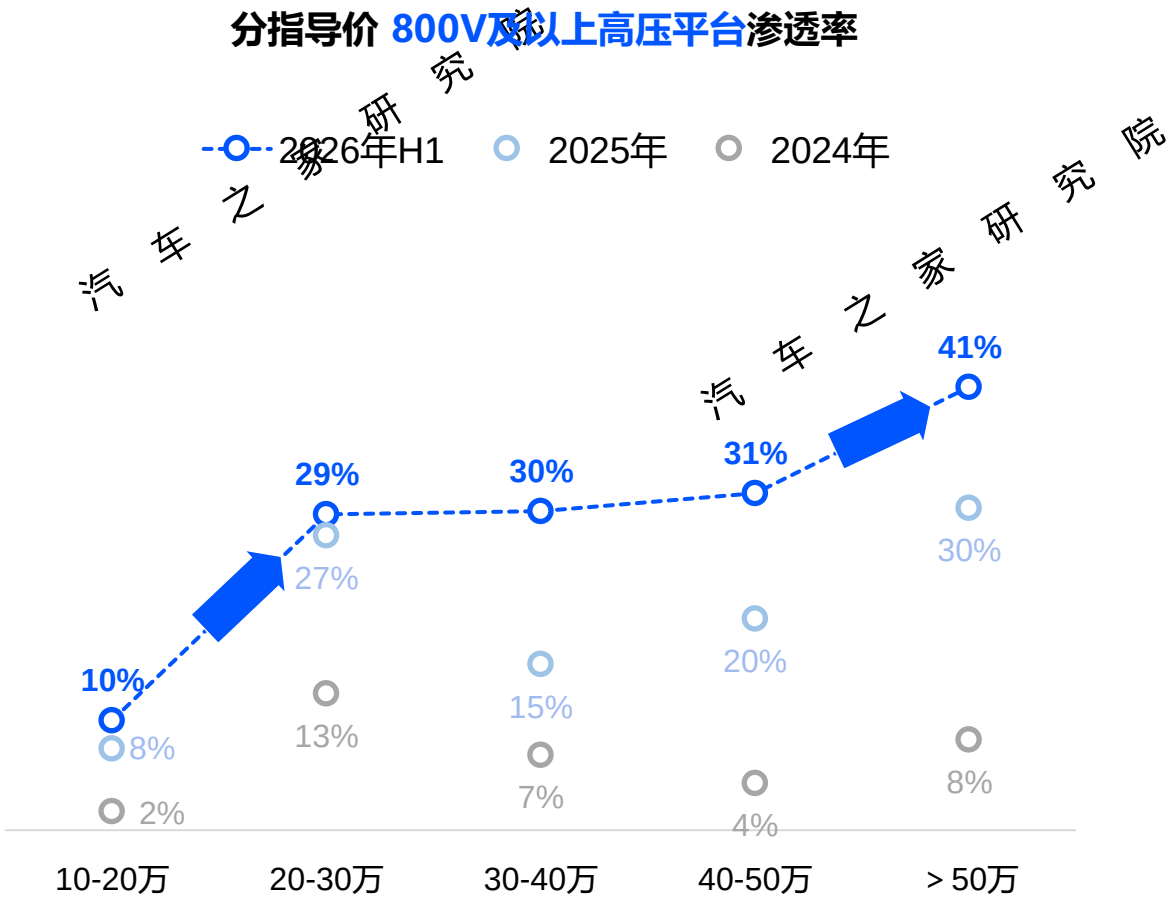
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

“交互与私密”配置吸引用户关注，“安全与体验提升”配置促进用户购买



数据来源：汽车之家研究院用户调研，Q：您对以下新兴配置功能的看法和态度是（配置该功能的车型能否能吸引你关注或购买）？[矩阵单选题]

800V及以上高压平台仍在高端市场渗透最快

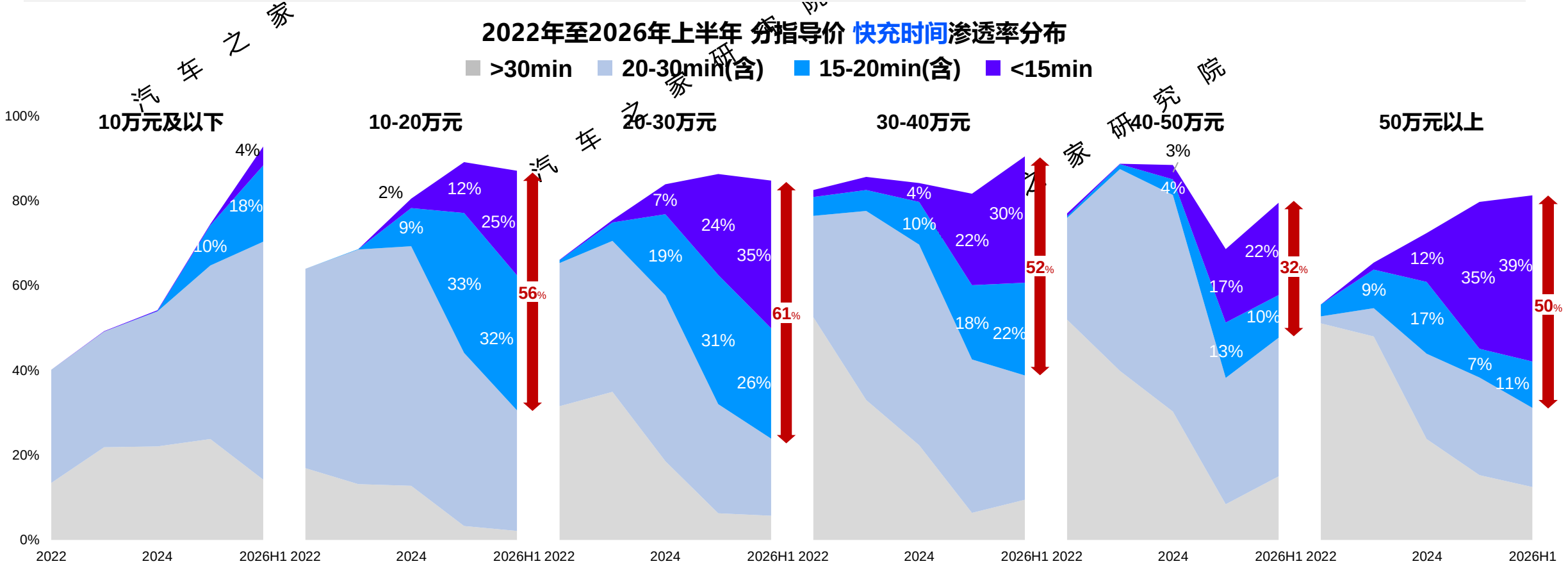


- **800V及以上高压平台随车价呈阶梯化渗透：**10-20万价位渗透率仅10%，20-40万渗透率提升至30%左右，50万以上价位超过40%
- **各价位渗透率均有明显增长：**其中30万以上连续两年大幅提升。若继续保持这一涨势，800V及以上高压平台将率先在高端市场实现主流化

数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

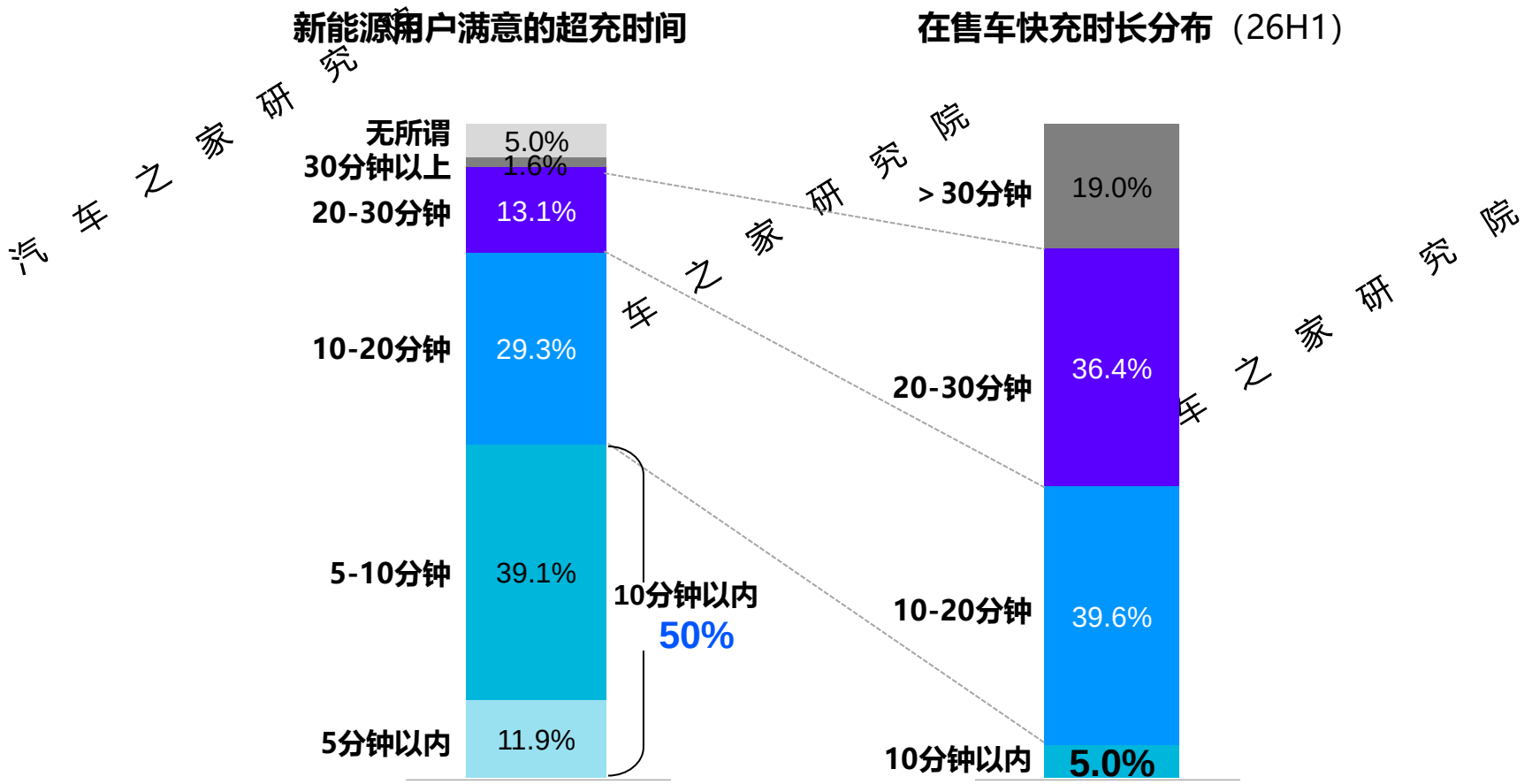
“快充平权”更先到来，10-30万市场显著提升，高端市场则非“刚需”

- **2025年起，各价位快充时间向20分钟以内缩短。尤其是在10-30万元中坚价位**，15-20分钟以及15分钟以内的快充渗透率都有明显增长。这一价位以家庭用户为主，对补能更易产生焦虑，故厂商在产品策略上将“快速补能”打造为核心卖点；此外，中低价位实现快充的方式更多采用具备快充功能的电池，800V高压平台并非必要条件，随着电池成本的下降使“快充平权”成为可能
- **高端市场中，补能效率并非“刚需型”卖点，20分钟以内快充渗透率不及中坚价位。**其中，50万以上特点更加明显，15分钟以内的快充快速扩张；40-50万价位虽也有提升，但提升幅度和渗透率表现明显不及其他中高端价位



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

但用户期待充电时间能够更快，10分钟内完成的期待与现实水平存在10倍差距

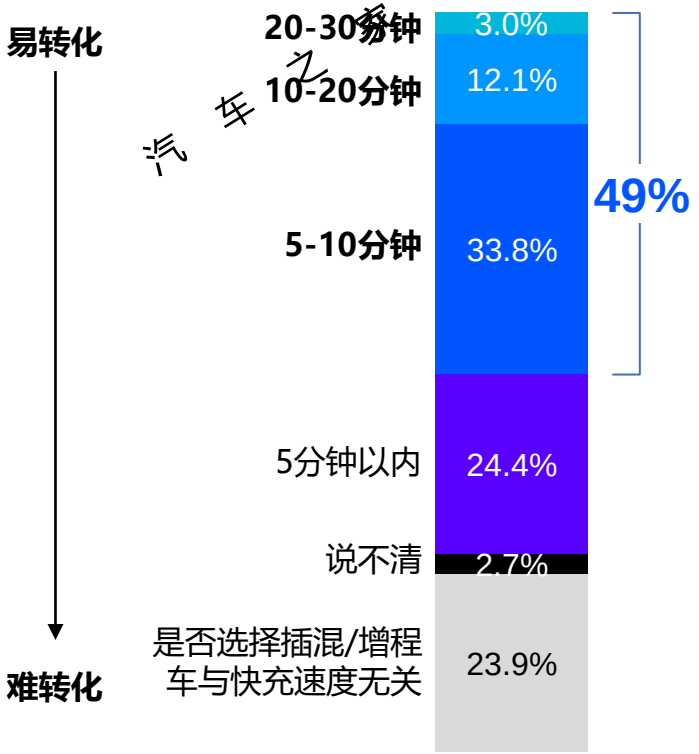


数据来源：汽车之家研究院用户调研，Q：您满意的超充/快充时间是？[单选题]

当快充时间大幅提升后，可促使插混/增程用户向纯电转移，也会撬动燃油用户向新能源转移

快充提升到5-10分钟时

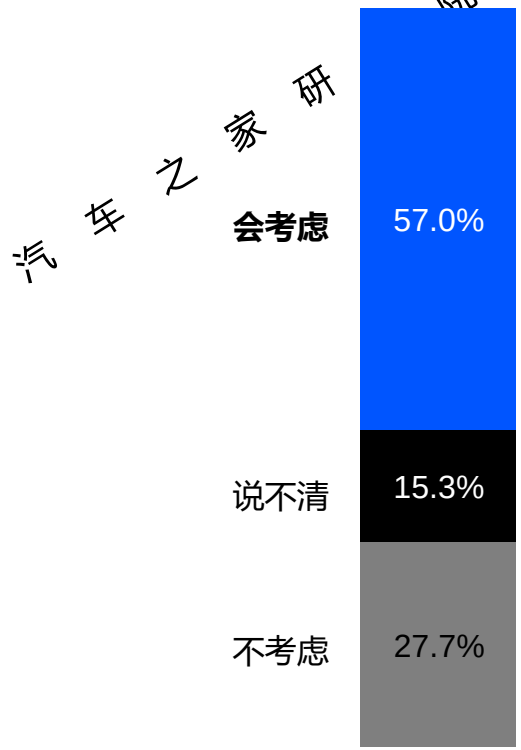
约半数插混/增程用户向纯电转移



Q：当新能源车快充速度达到哪种程度，您就不会再考虑插混或增程车型了？

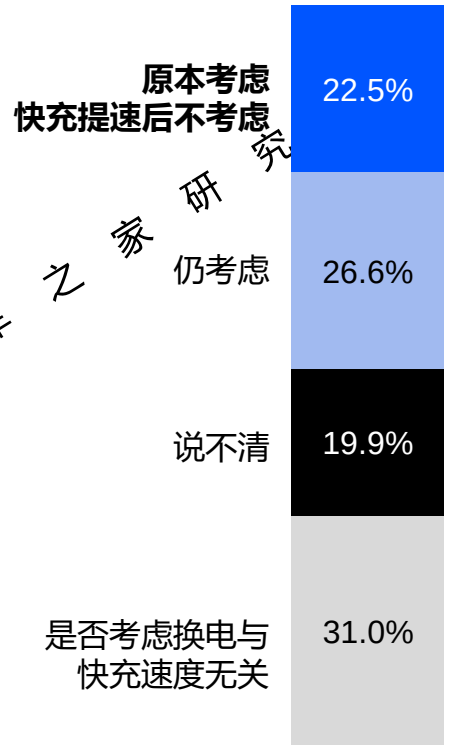
快充提升到5分钟内

六成燃油用户考虑新能源



Q：当新能源车快充速度和燃油车加油速度（5分钟内）基本一致时，会考虑新能源车吗？

约20%用户不再考虑换电



Q：当新能源车快充速度与换电速度（5分钟内）基本一致时，还会考虑换电车型吗？

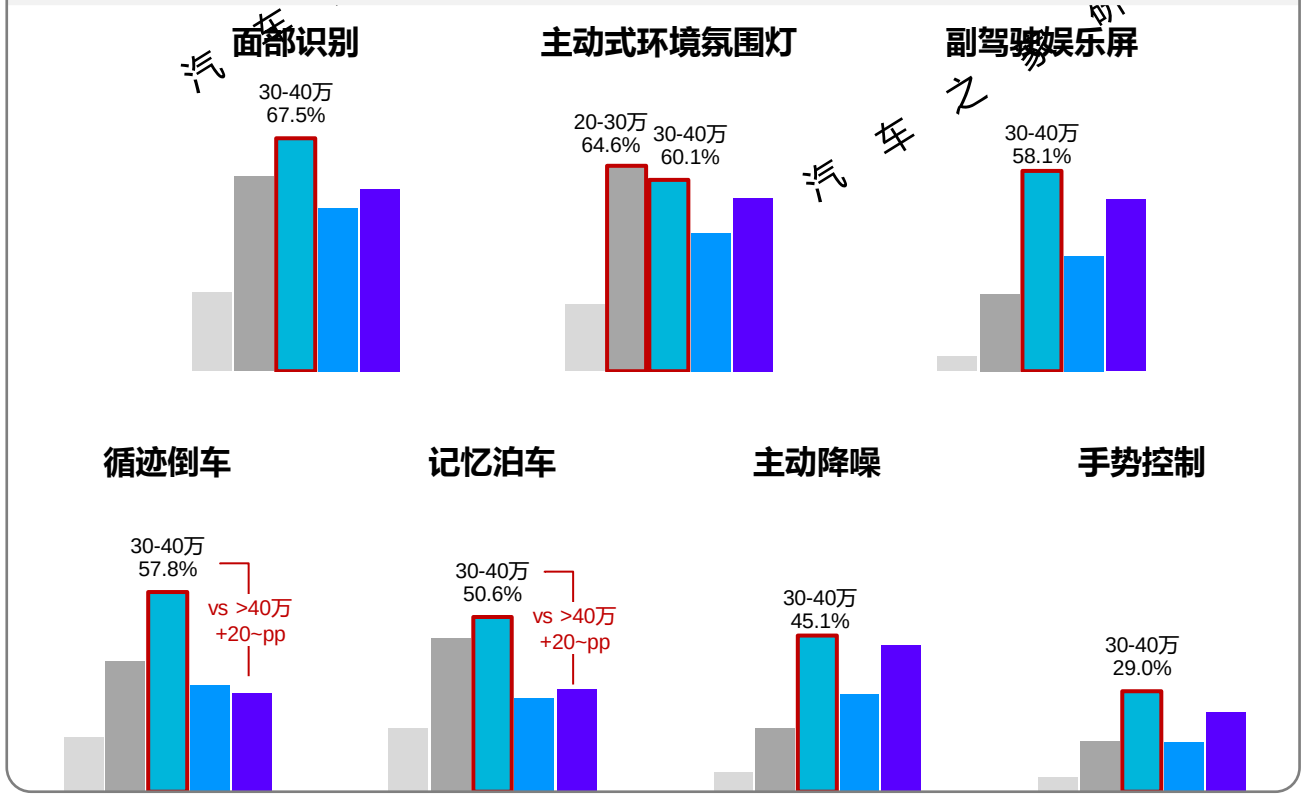
数据来源：汽车之家研究院用户调研

新兴配置并非一定从高价位切入，30-40万市场成为“上新试验田”
具备“显性溢价能力”的新兴配置更具高端化特质

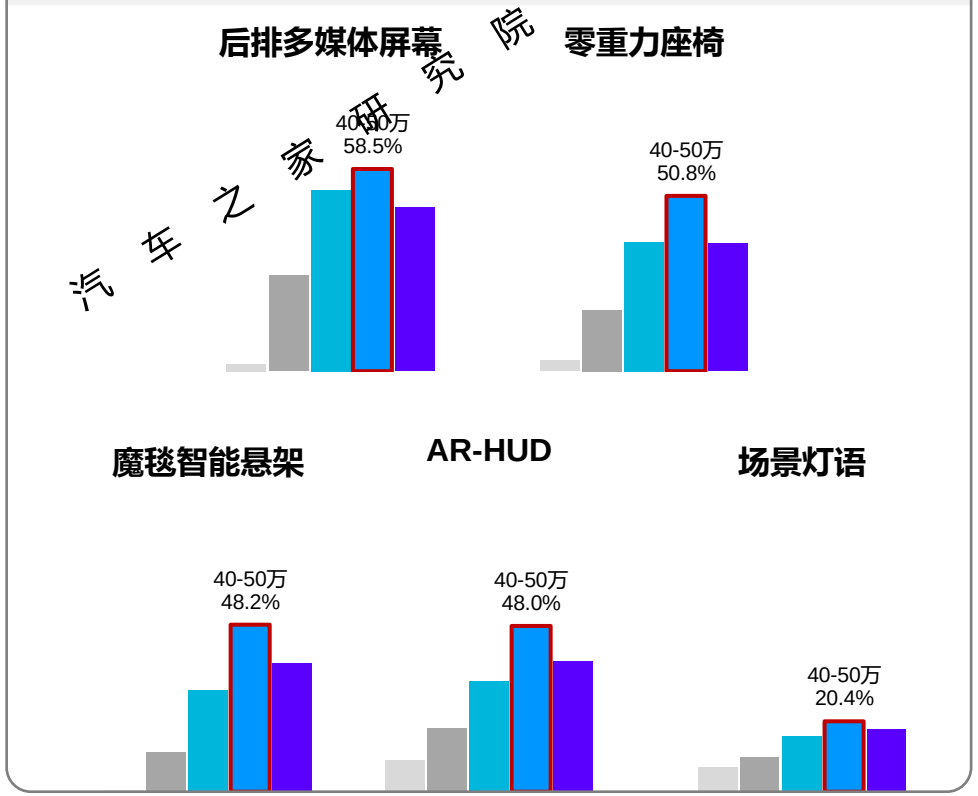
2026年H1智舱智驾新兴配置新能源市场分指导价渗透率

10-20万 20-30万 30-40万 40-50万 50万以上

- **多项新兴配置在30-40万价位段的渗透率水平超越40万以上高端市场**，其中，循迹倒车、记忆泊车两大泊车类功能在30-40万渗透率领先更高价位超20pp



- **40-50万则是具备“显性溢价能力”的新兴配置的主力渗透区间**，高感知舒享配置和硬核底盘技术在这一价位段优先渗透



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

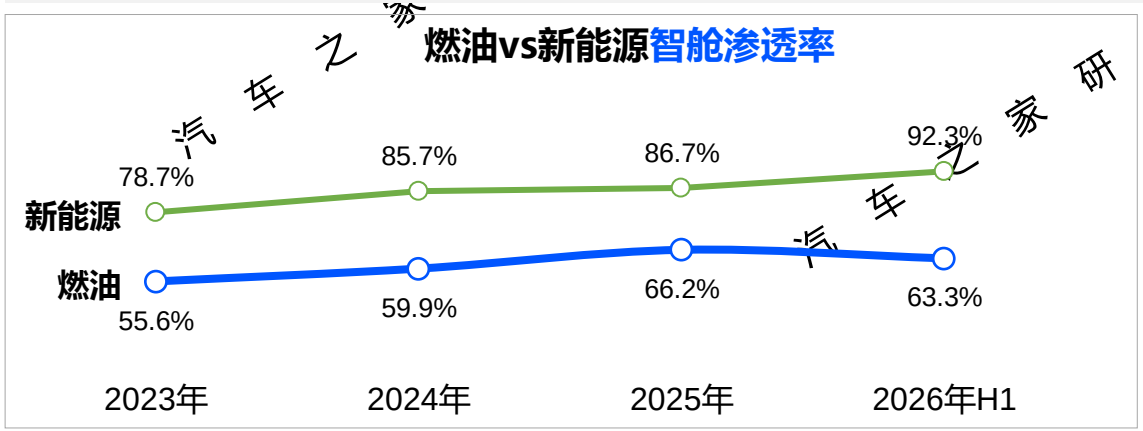
CHAPTER 02

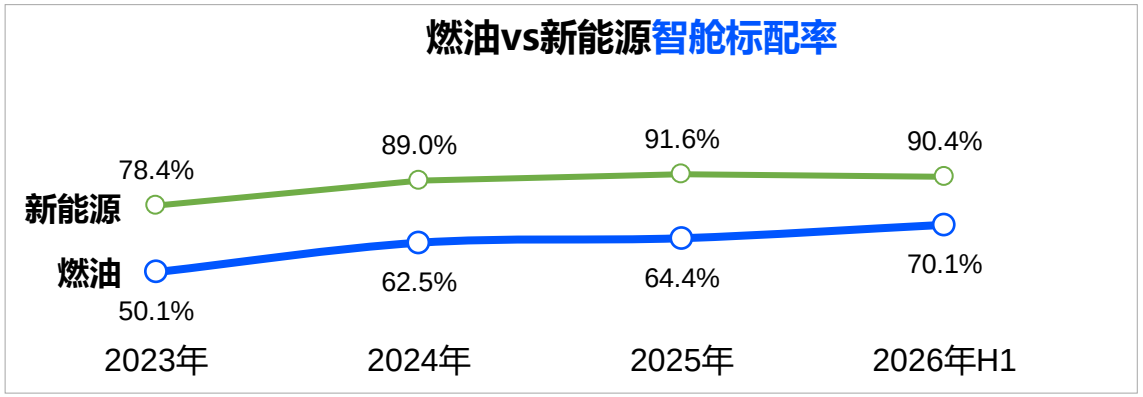
燃油车智能化：与新能源仍存“代际鸿沟”

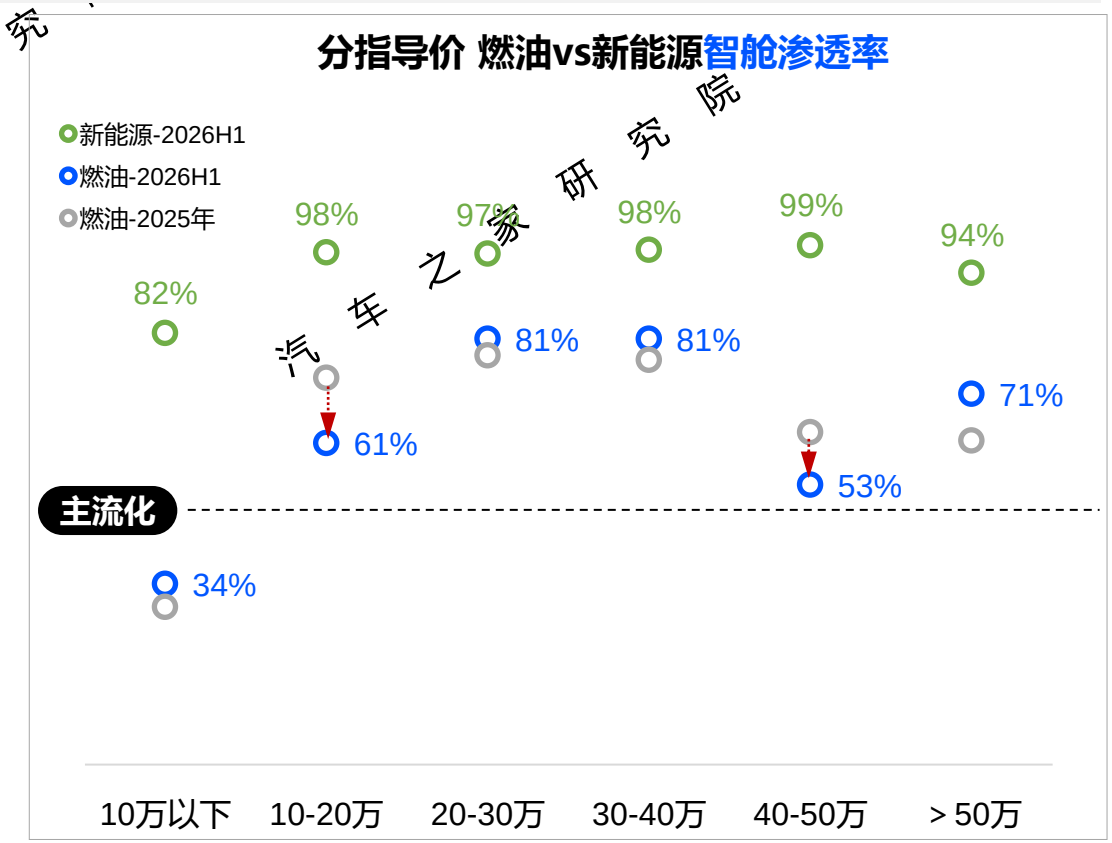
汽车之家研究院

燃油车智舱渗透率仍在60%-70%徘徊，与新能源差距大

- **油电同智之路尚远：**燃油车智舱渗透率仍在60%-70%徘徊，甚至在26年出现回落（受10-20万渗透率下滑影响），同期新能源智舱渗透率已达90%以上；
- **新能源智舱已实现全价位平权，油车在低价位仍未达到主流化**：新能源各价位渗透率已达80%以上，全面碾压油车，而油车在10万以下仍是智能化洼地，10-20万&40-50万市场渗透率在26年甚至出现下滑；
- **但燃油车也在积极拥抱智能化：**燃油车智舱标配率持续稳步上升，从2023年的50%一路攀升至2026H1的70%







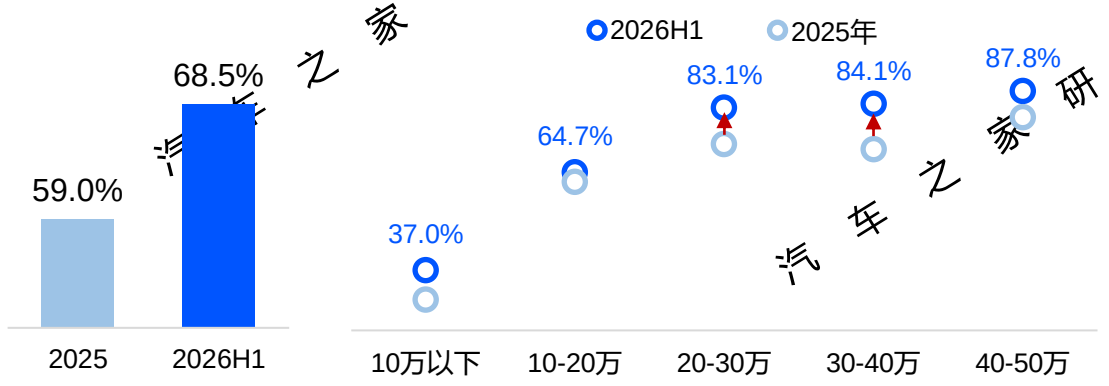
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出，智能座舱是指标配10英寸以上中控屏、语音交互、车联网、OTA功能的车型

20-30万市场成为燃油智舱体验竞争最卷地带

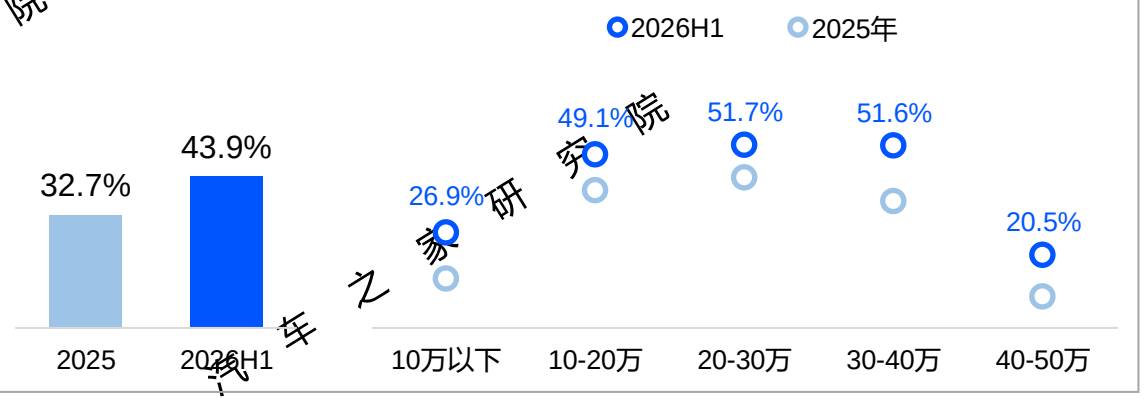
- **交互体验**：燃油车多功能语音控制渗透率增速显著，各价格段均呈上升态势，正处于快速普及期；
- **视听体验**：市场整体向大屏化演进，但副驾娱乐屏与后排多媒体屏渗透率不足10%和1%，仍属小众配置。此外。20-30万价格区间已成为燃油车智能化竞争最“内卷”地带，无论是语音分区、中控大屏还是副驾屏，该区间的渗透率均处于领先水平

交互体验

语音识别车控功能数量（≥4个）年度及分指导价渗透率

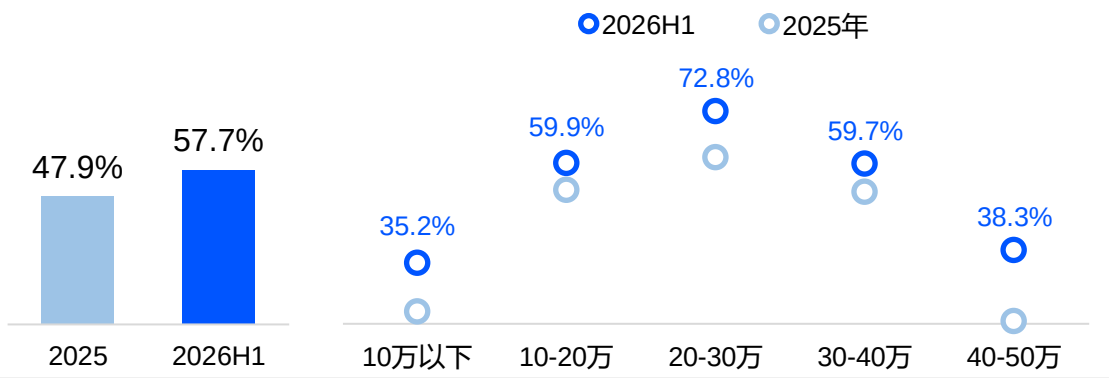


语音分区唤醒识别功能（≥双区）年度及分指导价渗透率

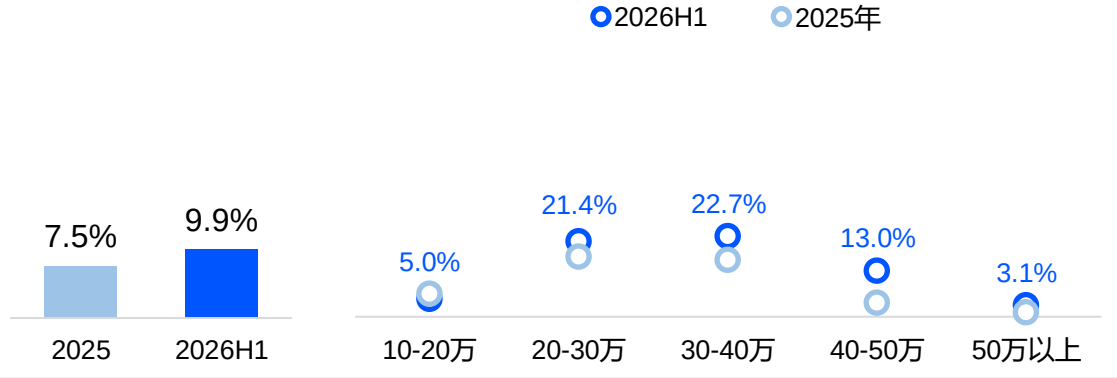


视听体验

中控屏幕尺寸（≥12.3寸）年度及分指导价渗透率



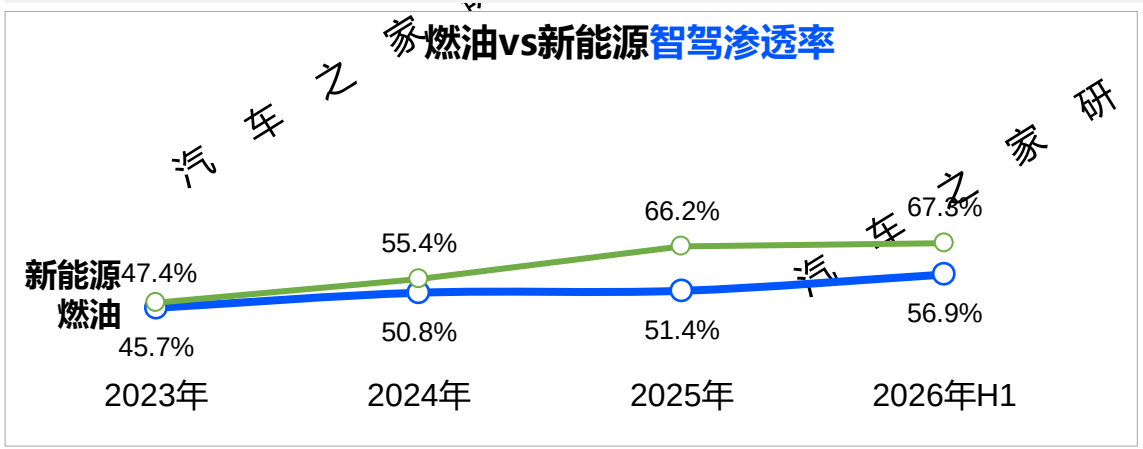
副驾娱乐屏 年度及分指导价渗透率

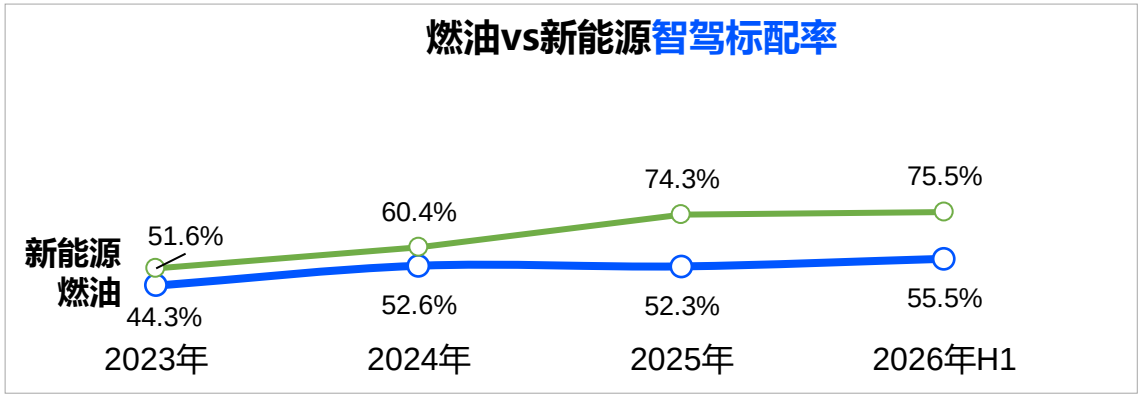


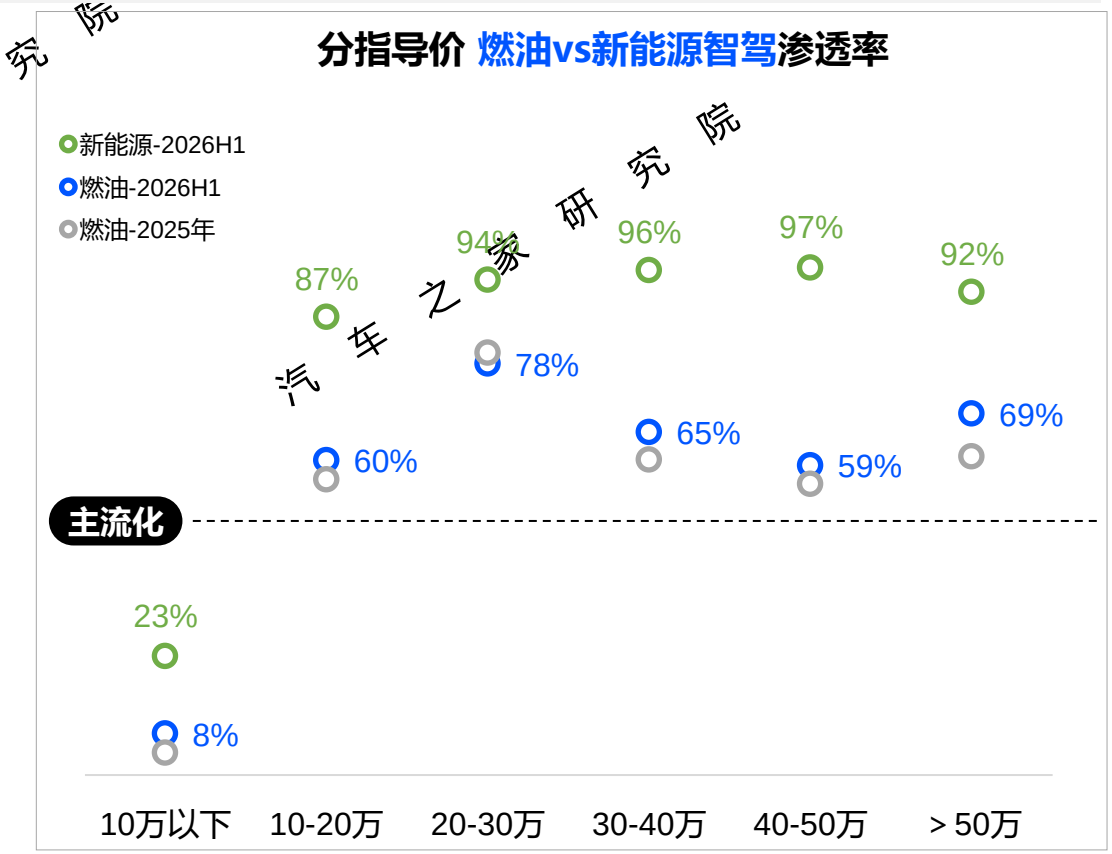
数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

燃油车智驾稳步发展，整体处于“主流化初步达成、全面标配尚远”的阶段

- **燃油车智驾渗透率与标配率稳步提升**，2026年H1双双突破55%，但26年上市新车并未见进一步推高渗透率的趋势；
- 分价位看，10万以下燃油车几乎均未配置智驾；10万以上市场仅有20-30万的最卷价格带接近标准化配置（80%）的水平，**与新能源车均存在2-3年的发展代际差。**20-30万燃油车的高渗透由大众、丰田等车企带动，作为传统车企为抵御新能源科技化冲击、在该利润腹地联手供应商“补课”智驾能力



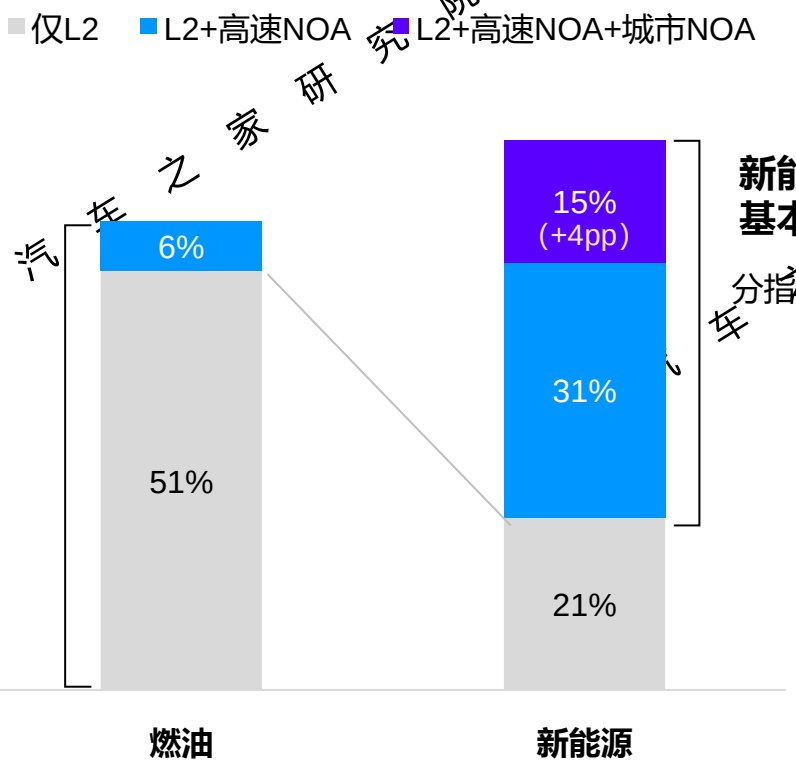




数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出，智能驾驶是指标配L2以上智能驾驶的车型，包括ACC自适应巡航和车道保持辅助系统

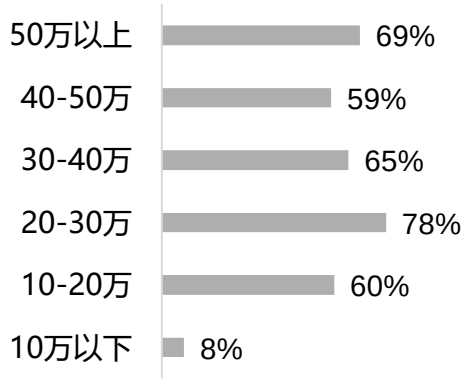
剔除10万以下低端车，新能源已进入高阶智驾普及期，而燃油车仍在基础智驾标配化的突破期

2026年H1燃油vs新能源智能辅助驾驶渗透率



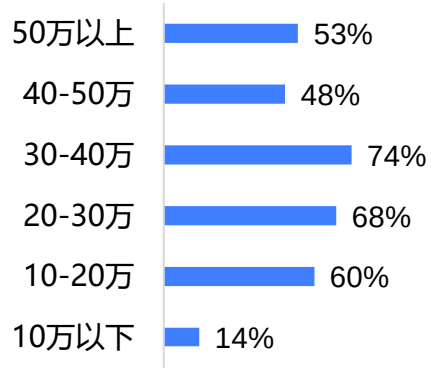
燃油在10万以上基础智驾实现主流化、尚未标配化

分指导价 燃油L2及以上智驾渗透率



新能源在10万以上高阶智驾基本实现主流化

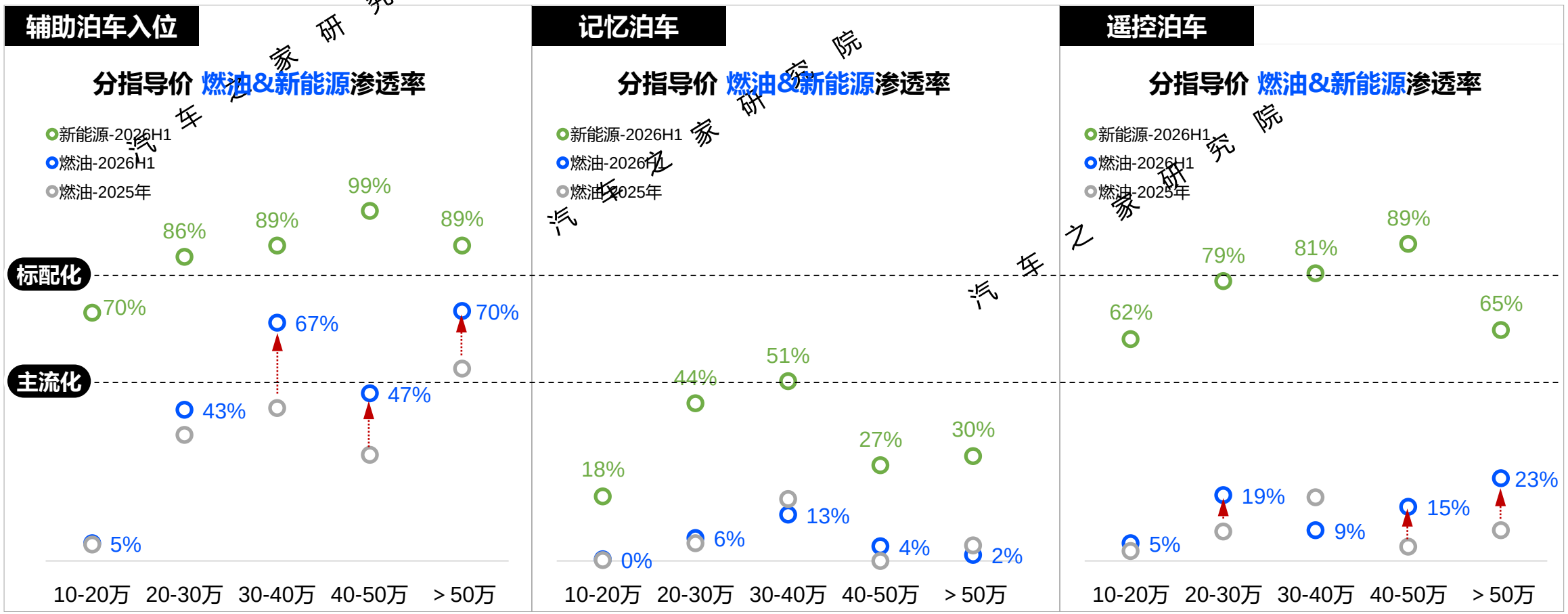
分指导价 新能源高速或城市NOA渗透率



数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

油电在泊车智能化上的差距远大于行车智驾，燃油车更专注在辅助泊车入位功能

- 燃油车基础辅助泊车入位功能快速普及，30万以上加速配置，而在高阶泊车功能（记忆泊车、遥控泊车）上仍处于初步发展阶段，渗透率偏低

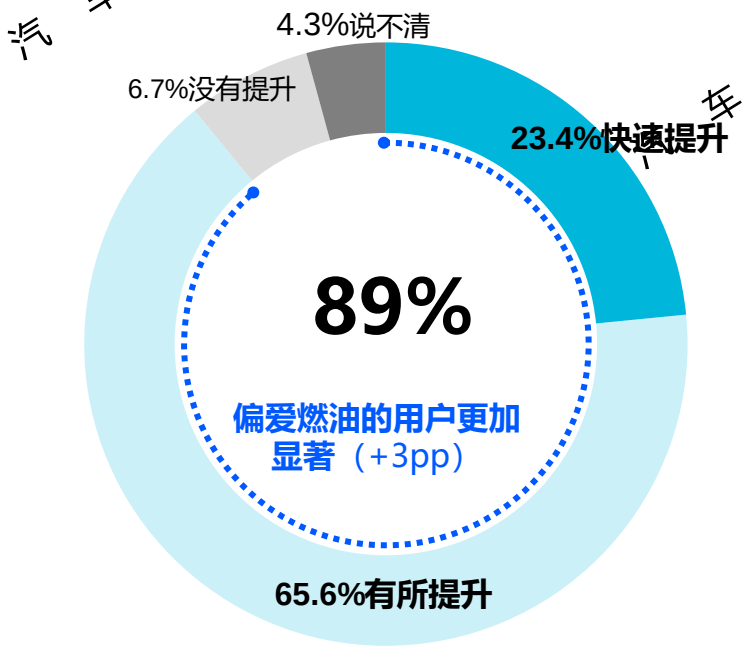


数据来源：汽车之家大数据，市场渗透率以车型标配率为基础加权线索量计算得出

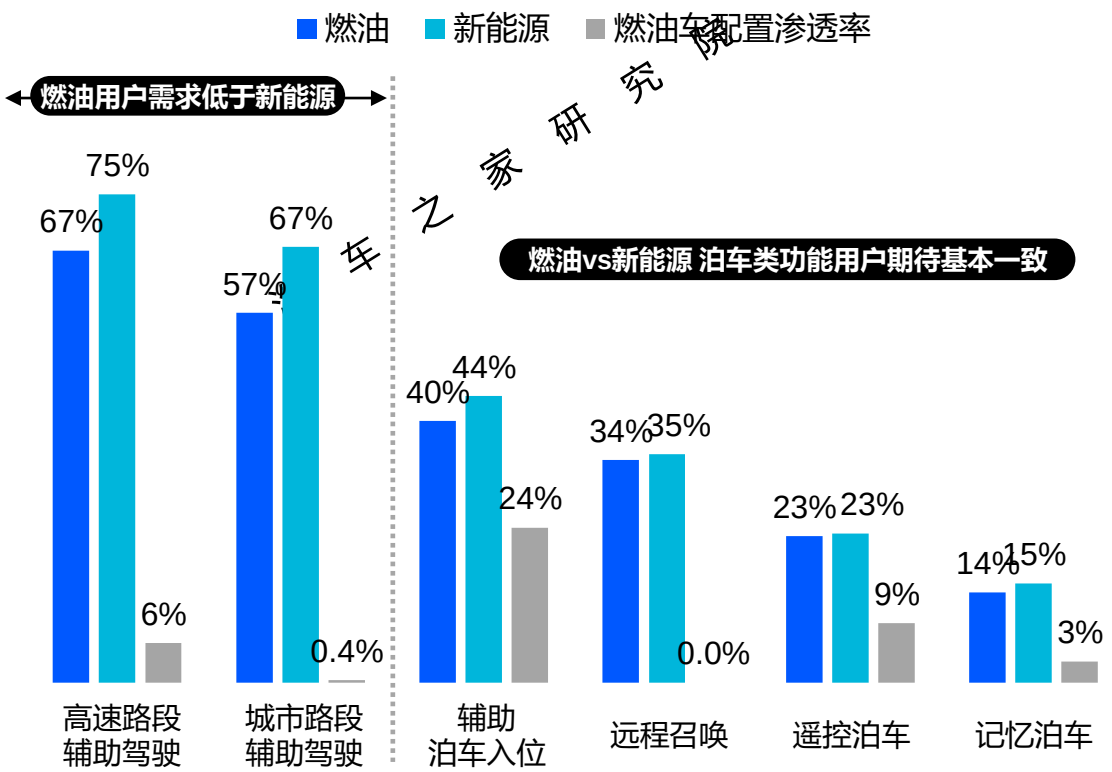
尽管与新能源智能化仍有明显差距，用户也肯定了燃油车近两年的显著提升且燃油用户智驾需求旺盛，当前配置水平远低于用户期待

- **认知拐点已现：**近90%的用户感知到近两年燃油车智能化水平在提升，燃油车智能化不足的痛点有所缓解
- 虽燃油用户对高阶智驾功能的期待低于新能源用户，但目前燃油车高速NOA、城市NOA渗透率极低，仍不能满足用户需求

用户认为近两年燃油车智能化水平提升情况



用户期望拥有的智能辅助驾驶功能



数据来源：汽车之家研究院用户调研

CHAPTER 03

RoboTaxi：盈利拐点未现，体验阵痛凸显

汽车之家研究院

全球RoboTaxi行业虽盈利仍遥遥无期，但更多资本加码押注

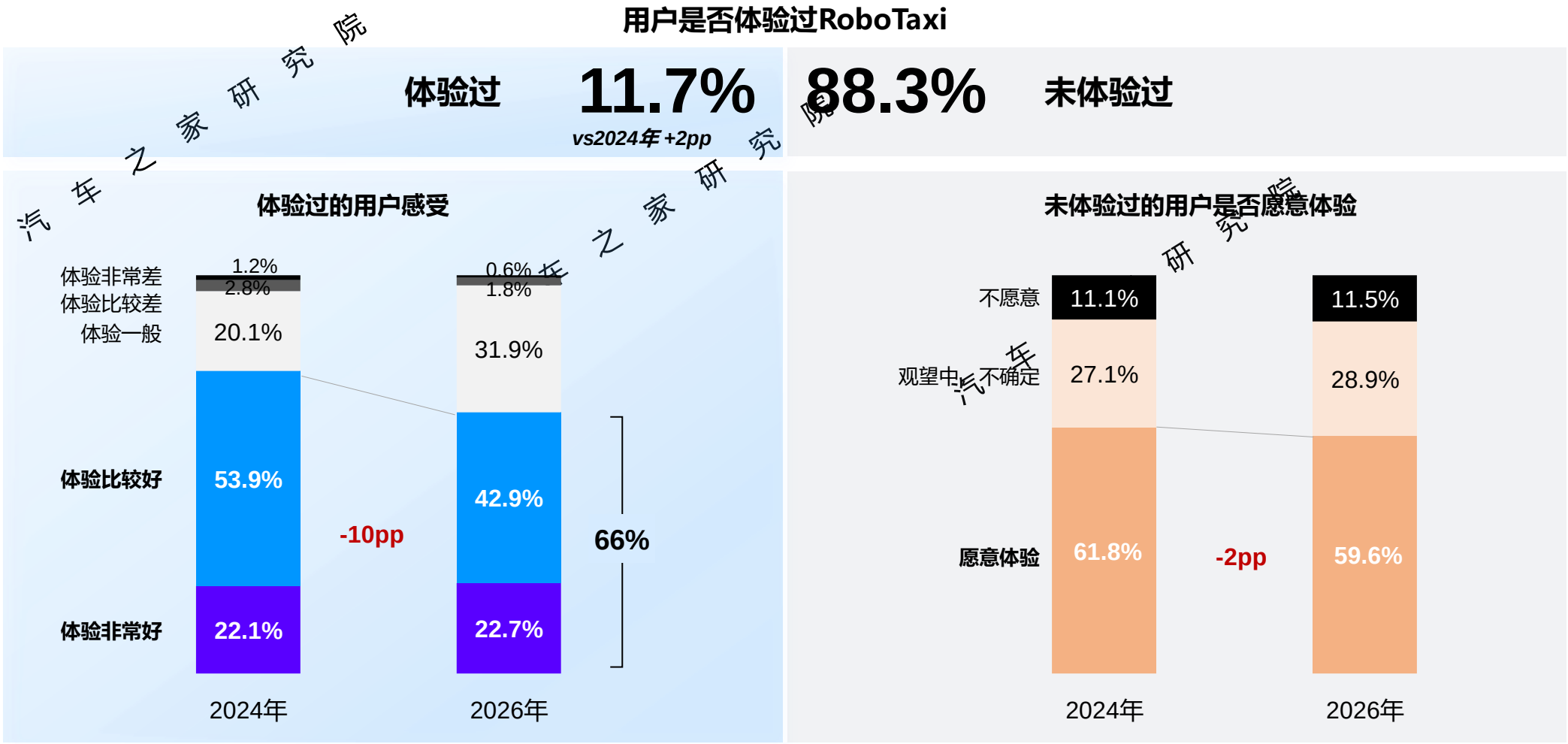
- 2026年全球RoboTaxi行业**规模在涨、城市在扩、钱还没赚到，但玩家仍在加注**
- 2026年3月武汉超100辆萝卜快跑集体“趴窝”，触发中国RoboTaxi全行业安全审查与新牌照暂停发放。安全事件带来的监管波动，正在成为推迟行业盈利窗口的隐性成本

		萝卜快跑	文远知行	小马智行	Waymo	特斯拉Cybercab	其他玩家
车队规模翻倍增长	2025	>1000	~400	>500	~1500	-	**2026年，RoboTaxi新玩家仍在加速入场** 小鹏入局、哈啰融资、Momenta获深圳牌照、吉利发布RoboTaxi原型车
	2026	~2000 （截止26年5月）	1800辆 （截止26年7月）	1975辆 （截止26年6月）	4000辆 （截止26年9月）	运营45辆注册420辆 （截止26年9月）	
运营城市快速开拓	2025	2国15城	9国30城	北上广深	美国10城	-	
	2026	全球28城（1年增加13城）	13国60城	深耕一线城市， 预计年底覆盖20+城	美国15城 计划开拓至新加坡/慕尼黑/ 东京/伦敦	核心4城	
盈利窗口尚未打开	2025	Q1完成140万单	25年营收6.8亿元 亏损12.5亿	25年营收6.3亿元 亏损12.2亿	-	-	
	2026	Q1完成320万单（+120%） 武汉单车收支平衡， 但业务整体仍亏损	26H1营收3.5亿元（+73%） 亏损7.9亿元（收窄0.2%）	26H1营收4.8亿(+99%) 亏损6.7亿元（扩大9.1%）	车队持续增加但单季订单量稳定，约600万单 亏损	华尔街预测约营收不到1亿美元	

数据来源：公开信息整理

RoboTaxi体验渗透率增长停滞，现有用户满意度大降，潜在用户体验意向下滑

- 历经两年运营推广，RoboTaxi并未实现破圈，仍然停留在少数极客和特定区域的尝鲜阶段，行业亟需从技术秀肌肉转向服务体验深耕



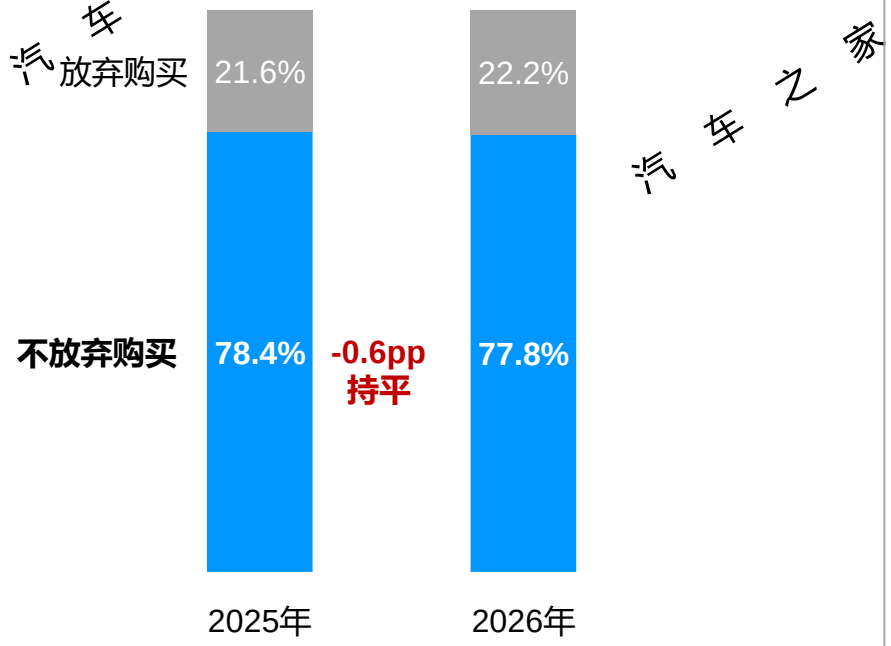
数据来源：汽车之家研究院用户调研

私家车的“第三空间”属性，仍然隔绝着私家车向RoboTaxi的迁移

- 近8成用户不会放弃私家车，且两年间不放弃的用户比例基本持平。主要因为私家车更灵活，具有私人空间属性

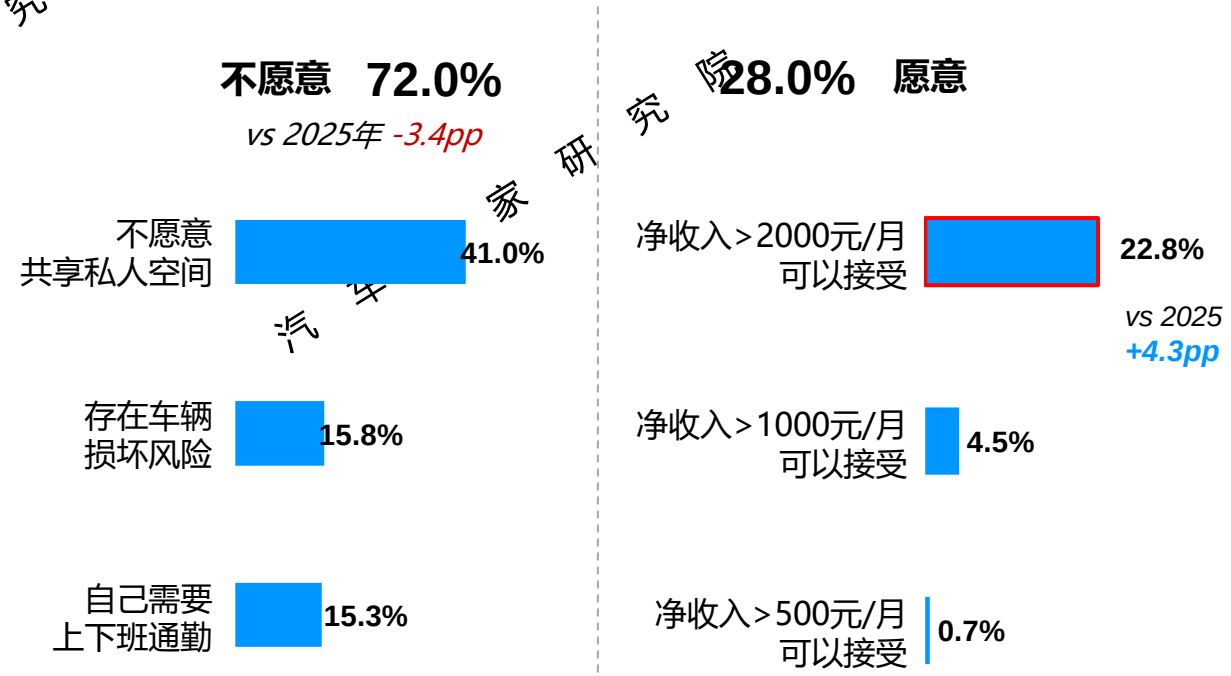
- 超7成用户仍不愿意共享私家车进行营运，不愿共享私人空间
- 在网约车月收入2000元以上时，可以接受的用户比例小幅上升

RoboTaxi对私家车购买意愿的影响



Q：若出行完全依靠RoboTaxi 的总花费与私家车成本相当，您是否会放弃购买私家车？

私家车主将自动驾驶车辆用于网约车运营的意愿



Q：您是否愿意在早晚高峰时段，让自己的私家车自动驾驶去跑网约车赚钱？

数据来源：汽车之家研究院用户调研

打造研究智库　赋能汽车行业

专　业 | 权　威 | 深　刻

汽车之家研究院



— 扫码关注 —