责编 刘洋 美编 李烝 责校 杨志强 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

吉利银河星舰7陷芯片罗生门



在龙鹰芯片真假纠纷持续半年后,2025款吉利银河星舰7的车主们终于等到了一份说明。吉利方面近日发布《关于2025款银河星舰7车机芯片的说明》(以下简称《说明》),称车型设计之初确实规划了两款芯片:一款为龙鹰一号,另一款内部代号为E02,两款芯片均在2024年完成申报并对外公示。但原计划搭载龙鹰一号的版型,其辅助驾驶表现未达预期,吉利在2025年上市前重新申报了新品。

然而,车主们对此并不认可。他们指出,吉利在《说明》中提到了两款芯片,但自己下单时被告知的却一直是龙鹰一号芯片。不仅如此,直播回放显示,在发售前几日的一次公测中,吉利汽车集团副总裁李传海亲自驾驶星舰7路测时,也明确提到"这款车采用的芯片是龙鹰一号"。

由于两款芯片的宣传信息存在代际差距,吉利这份拒不承认以龙鹰一号为噱头销售的说明,反而激起了车主们更大的不满。

实装E02

在吉利发布《说明》前,周先生已因芯片问题,与吉利从销售部门到客服反复沟通、拉扯超过半年。

2024年12月,周先生在广西一家门店购入了一辆次顶配的吉利银河星舰7 EM-i。周先生回忆,2025款星舰7在预售阶段的宣传中,强调车辆搭载7nm车规级龙鹰一号芯片和智能座舱。正是看重这些,他选择成为首批车主。

提车后不到一年,周先生就发现,一些车机功能使用并不顺畅:车机多次死机、卡顿、黑屏,车辆搭载的停车守卫功能也几乎不起作用。车辆甚至经历了几次"开门杀",停车守卫完全没有识别,周先生遂于今年3月开始向官方投诉。

周先生遇到的问题并非个例。多名2025款星舰7车主向北京商报记者反映,自己的车辆也出现过类似问题。其中一名车主提供的视频显示,他多次用力敲打车身多个部位,均未触发停车守卫提示。

由于座舱的各项功能与车机芯片性能高度相关,周先生怀疑,自己的车机芯片并非宣传中的龙鹰一号。于是他安装第三方软件查询,发现车辆实际采用的芯片为亿咖通E02。在多次向吉利方面求证后,吉利银河官方客服才迟迟给出答案:2025款星舰7搭载的车机芯片确为亿咖通E02。

对于这两款芯片,吉利汽车方面在10月31日辩称,银河星舰7在研发之初就设计了"龙鹰一号"(内部代号E04)和(内部代号E02)两套座舱平台方案,对应不同等级的辅助驾驶能力,并按产品节奏依次推出;搭载上述两套平台方案的车型均于2024年完成公告申报并对外公示。但原设计搭载"龙鹰一号"(E04平台)的版型,因辅助驾驶体验未达预期,在2025年新申报产品公告后,于2025年四季度随新年款上市。

吉利在《说明》中首次公开了2025款银河星舰7(包含55km启航版、55km探索版、120km启航+版、120km探索+版、120km领航版)的芯片情况:全系搭载E02座舱平台。

吉利方面将两款芯片的差距归结为"技术传播和产品传播的节奏不同给用户带来的疑惑",但车主们对此并不认可。

官方信息显示,龙鹰一号芯片于2021年12月发布,2023年3月正式量产供货。"作为一款早已量产的芯片,既然未搭载到2025款星舰7上,却迟迟不公开说明,让车主们反复沟通数月;这期间有的4S店还在以龙鹰一号为宣传点卖车,导致越来越多的消费者因龙鹰一号下单,存在明显的误导。"周先生表示。

直播留证

从目前尚存的宣传物料中可以发现,吉利官方在2025款新车发布前夕,曾在多渠道宣传车辆搭载龙鹰一号芯片,却并未提及"双芯片并行申报"。周先生等车主认为,这样的宣传节奏明显指向即将上市的2025款星舰7,因为彼时2026款车型还远未上市。

周先生等多位车主提供的吉利官网宣传截图显示,龙鹰一号——中国第一颗7nm车规级SoC芯片,已搭载于银河E5、银河星舰7等车型。但北京商报记者回访截图对应的官网链接时,页面已显示"404"错误。"这张宣传图我最早在2024年12月就看见过,上市后数月里仍存在。"周先生回忆称,他预约试驾的页面,也曾出现车辆搭载龙鹰一号的字样。

"当初宣传的内容基本都被删掉了。"周先生向北京商报记者直言。随后,记者经多方检索,暂未找到仍标注星舰7搭载龙鹰一号的宣传页面。当前,吉利银河官网中关于龙鹰一号芯片的介绍并未列明具体装车车型,仅表述为:2023年实现量产上车,已搭载于吉利银河多款车型。

不过,北京商报记者辗转获取的一场吉利高管直播回放,成为利用龙鹰一号芯片作为宣传噱头的铁证:2025款星舰7于2024年12月6日正式发布。发售前几日,吉利官方针对该款车型进行了一场全民公测活动。当时,李传海亲自驾驶星舰7在哈尔滨路测。直播回放中可以明确听到李传海强调:"这款车采用的是车规级芯片龙鹰一号,在北方的极寒天气下,绝对不会出现死机、黑屏的情况。"

目前,吉利银河官方账号仍保留着部分直播内容的切片视频,但李传海上述关于龙鹰一号的宣传内容并不在内。

8项差距

搭载E02芯片的车辆出现各种车机故障,也是车主不满情绪持续发酵的原因之一。"两款芯片存在代际差距,是引发我们车机问题的关键。"周先生称,他通过第三方软件读取芯片后发现,车辆搭载的亿咖通E02版本没有独立NPU(神经网络处理器),并向北京商报记者列举了包括制程工艺、CPU架构、标配内存与存储等在内的8项差距。

官方信息显示,龙鹰一号是中国首款车规级7nm智能座舱芯片,内置8个CPU核心、14核GPU以及8 TOPS AI算力的独立NPU,吉利方面将龙鹰一号芯片代称为"E04"。

作为对比,亿咖通E02采用12nm制程工艺,CPU中央处理器采用8核设计,算力相比前代产品提升3.3倍。但吉利方面并未披露其具体算力,也未披露搭载于2025款星舰7的版本是否具备独立NPU。

针对银河星舰7的芯片问题,以及E02芯片与龙鹰一号在算力和其他性能上的差距,北京商报记者向吉利汽车发送了采访提纲,但截至发稿暂未获得回复。

对于两款芯片之间的差距,一位汽车行业芯片专家向北京商报记者介绍称:"纳米是用来衡量芯片工艺先进程度的指标。在芯片架构不变的前提下,纳米数更小的芯片集成度更高、功耗控制更好,在座舱上的表现为:反应延迟更低、画面渲染更稳,UI动画和多任务同时运行时更流畅。"

上述专家进一步解释称:车机卡顿、黑屏可能与芯片算力有关,但座舱域控制器是一整套系统,内存、存储、接口等元器件发生故障,也有可能导致上述问题;停车守卫的识别效果,则主要取决于算法、传感器逻辑和触发阈值。NPU专门用于深度学习AI运算的加速,芯片若无独立NPU,AI运算就只能交给CPU、GPU执行,复杂场景下容易出现车机卡顿、AI识别不准、多任务处理能力不足的情况。

两款芯片存在如此巨大的差距,以龙鹰一号为卖点被吸引下单的车主们,无法接受吉利的所谓《说明》。对于已交付车辆存在的明显"芯片性能导致的故障",车主们表示将继续维护自身合法权益。

北京商报记者 蔺雨葳

图片来源:吉利银河

爆款频出 芒果超媒业绩仍承压

10月30日晚间,芒果超媒股份有限公司(以下简称"芒果超媒")旗下综艺《披荆斩棘2026》迎来总决赛直播,多个相关话题登上微博热搜,带动节目舆情热度走高。据云合数据发布的《2026Q3综艺网播表现与上新观察》,该节目周均有效播放2436万;在全舆情热度维度,该节目登顶长达21天,位列音乐竞演类综艺热度首位。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,综N代提供稳定流量与广告基本盘,可降低爆款的不确定性;创新综艺挖掘新受众、储备IP。二者搭配,既能稳住平台声量,也能持续拓展内容边界,是芒果差异化竞争的核心抓手。

《披荆斩棘2026》收官的同时,芒果超媒另一档新综艺《后会友期》在云合榜单上呈现接续态势。云合数据显示,10月31日,《后会友期》正片有效播放市场占有率为32.6%,位居全网综艺榜首位。芒果超媒旗下的《后会友期》《披荆斩棘2026》《花儿与少年2026》《你好,星期六2026》均进入正片有效播放市场占有率榜单前五。

多档节目先后登上微博热搜。10月30日总决赛当晚,#小沈阳披荆斩棘冠军#峰值冲上微博热搜第一位,#披荆斩棘2026成团名单#、#孙楠部落拿下领衔部落#跻身热搜高位;自10月22日开播更新的《后会友期》,其#张萌马天宇其实是最难和好的一对#峰值登上微博热搜第一位,#厉娜吃5个菜许飞吃1个菜#、#厉娜许飞纯恨CP#等话题相继登上热搜高位。

在业内看来,从《披荆斩棘2026》到《后会友期》,芒果超媒在三季度至四季度初的综艺排播中,保持了S+级内容与创新节目的交替上线。然而,芒果超媒最新公布的三季度财报,却与其综艺热度不断、爆款持续供给的态势形成反差。报告显示,三季度公司实现营业收入31.58亿元,同比增长1.87%;实现归母净利润1155.19万元,同比下降95.42%。前三季度,公司实现营业总收入93.51亿元,同比增长3.18%;实现归母净利润2.13亿元,同比下降79.01%。

▼ 芒果超媒2026年主要财务数据一览

报告期	营业收入	营收同比	归母净利润	归母净利同比
上半年	61.94亿元	3.86%	2.02亿元	-73.58%
前三季度	93.51亿元	3.18%	2.13亿元	-79.01%
三季度	31.58亿元	1.87%	1155.19万元	-95.42%

另据2026年半年报,公司实现营业收入61.94亿元,同比增长3.86%;实现归母净利润2.02亿元,同比下滑73.58%。对于业绩变动原因,公司表示主要在于会员收入下滑、内容成本刚性支出、投资标的公允价值变动三个方面。

对比半年报披露的情况,利润承压的核心因素在三季度仍在延续。公司在三季报中表示,利润下滑主要受以下因素综合影响:一是内容成本保持刚性,但受部分渠道端合作模式调整及重点影视剧排播节奏影响,会员收入同比下降,影响毛利率;二是投资标的公允价值变动;三是销售费用、研发费用等其他变动。

詹军豪认为,内容投入具备长期资产属性,短期利润承压是行业常态。刚性制作成本、排播节奏波动、投资公允价值变动叠加,会压制当期利润;但持续的优质内容供给,是会员与广告收入的底层支撑,收益兑现往往滞后于投入。

同时,盘古智库高级研究员江瀚也指出,长视频内容投入天然前置,先投入资金做内容,后续会员和广告收入才能逐步兑现;内容成本刚性的本质,是平台不敢随意砍掉核心制作投入。此外,短期利润承压不等于投入无效,而是用当下少赚换取S+内容和新IP的成长空间。内容行业回报周期长,单季度利润波动不能直接判定投入失败,很多项目的长尾价值要到后续几个季度才能释放。

从公司三季报对业务的表述来看,芒果超媒的内容策略延续了综N代迭代、创新节目与剧集并行的框架。综艺方面,公司持续迭代《歌手》《乘风》《披荆斩棘》《声生不息》《大侦探》等综N代,同步布局《我们来了》《后会友期》《好好生活》等创新节目。剧集方面,公司储备《美顺与长生》《何不同舟渡》《人间有味》《玉簪秋》《欢聚》等近百部作品。

江瀚进一步表示,综N代是压舱石,用户预期稳定、制作框架成熟,能稳住平台基本盘流量,不会出现大的业绩波动;创新节目是试验田,不用背负过高KPI,可以尝试新题材、新玩法,跑通了就能做成下一个综N代,失败了损失也可控。剧集储备是拉新破圈的关键,综艺覆盖的受众始终有限,真正能拉动会员峰值的往往还是头部剧集。三者平衡,才能一边守底盘,一边找新增长。

针对综艺业务规划及三季报业绩等情况,北京商报记者向芒果超媒方面发去采访函,但截至发稿尚未获得回复。

北京商报记者 卢扬 沈心语

西街观察 Xijie observation

对无厘头炒作说不

董亮

无厘头炒作之风再起。近日,A股市场中"羊字辈"股票遭遇热炒。滑稽之处在于,股票简称中不一定带"羊"字,只要是发音相同,"阳""洋"都可能成为热炒标的。

一边是大盘持续调整,一边是"羊字辈"概念股炒作的风生水起,一冷一热背后,不仅仅是阶段性的无厘头炒作。面对无厘头炒作的诱惑,如果越来越多的投资者转向投机,会对A股正常的市场生态造成负面冲击。

不看公司主营业务,无关公司经营基本面,只炒一个抽象的文字符号,这是"羊字辈"股票炒作的无厘头之处。即便公司发布股价异动公告提示炒作风险,市场的炒作热情依旧不减。

这一幕似曾相识。蛇年概念股、"龙字辈"概念股也都曾上演过类似的击鼓传花式炒作,但短期狂欢过后,只留下一地鸡毛,跟风被套的投资者追悔莫及。

资本市场是逐利的市场,哪里有赚钱的机会,资金就可能主动流向哪里。"羊字辈"概念股的无厘头炒作,很容易起到不好的示范效应。

尤其在当前市场整体偏弱的阶段,无厘头概念炒作产生的赚钱效应更容易吸引投资者的目光,跟风者越多,炒作劲头越强,甚至形成部分投机资金抱团避险的情况,进一步加剧无厘头概念股的炒作风险。

在场内流动资金有限的前提下,无厘头概念炒作还可能形成跷跷板效应。流动资金如果更多地流向无厘头炒作概念股,价值投资标的自然会面临被抽血的情形,结果可能导致优质股票被"错杀"却鲜有关注,概念股炒上天但追逐者颇多。

价值投资理念也会遭到冲击。不少投资者会因此产生错觉,认为不需要研究财报、不需要判断行业逻辑,只要踩中这类谐音题材就能快速获利,即便是在弱势中依旧能靠着无厘头概念投机赚钱。而这种认知一旦扩散,会持续挤压价值投资的生存空间。

如果市场参与者开始放弃基本面研判,转而追逐名称谐音这类虚无题材,企业的市场价值就会和真实价值持续背离,资本市场的价格发现功能会被削弱。

无厘头炒作还会扭曲市场预期,扰乱上市公司正常经营节奏。个别公司因为简称谐音被动卷入炒作,股价大幅异动,公司不得不反复发布风险提示、澄清公告,额外消耗大量信披与管理精力。

需要注意的是,在A股的震荡调整期,无厘头概念股的炒作不仅不利于市场止跌,反而可能加剧市场的波动幅度,拉长市场的调整周期。真正能够穿越市场牛熊周期的,往往都是那些基本面优秀的绩优股和成长股,只有当它们的股价企稳回升,才利于A股市场触底反弹。

资本市场的长期健康发展,依靠的是优质企业的成长,而不是文字谐音带来的短期狂欢。对"羊字辈"这类无厘头炒作说"不",既是尊重市场规律,也是在为A股市场整体降风险。