

中国における車内サービスや販売店における最新レポート

- テクノロジー主導で進化する中国モビリティ体験と販売現場



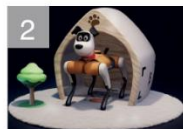
日本経済新聞社やYahooニュースと連携、最新の中国ニュースをリアルタイム発信



ランキング



中国通信企業、特許確保に注力
ファーウェイとシャオミが契約



ペット型ロボット、AI時代の「新しい家族」に。寄り添いや教育・防犯機能も備える「BabyAlpha」



上海汽車がスタートアップと固体電池開発、航続距離1000km実現 搭載車は24年量産化へ



中国で水素エネルギー企業の上場や資金調達相次ぐ、北京からは新たなユニコーン誕生



アリババクラウド、最強の大規模言語モデル「Qwen-14B」をオープンソース化 無償で商用利用可

日本経済新聞 お申込み ログイン

トップ 朝刊・夕刊 速報 マーケット

36Kr フォローする

日本経済新聞社は、中国をはじめアジアの新興企業の情報に強みをもつスタートアップ情報サイト「36Kr」を運営する36Krホールディングスに出資しています。このコラムでは同サイトが発行するスタートアップやテクノロジーに関する日本語記事を日経電子版に週2回掲載し、中国における最新の技術発展を追いながら中国の経済成長動向や今後の見通しについてお伝えします。

30分で乗れる子供用自転車 補助輪なしでバランス養成

アジアBiz スタートアップ... 9月28日



子供の頃、どのようにして自転車に乗れるようになったのだろうか。最初は補助輪付きの自転車練習した人がほ...

「何メートル泳いだ？」も表示 中国の水産ARゴーグル

アジアBiz スタートアップ... 9月26日



消費者向け拡張現実（AR）デバイスを開発する「光粒科技」は2017年に設立された中国のスタートアップ企...

「スマート運動場」で生徒を評価 中国の学校で導入進む



Y!ニュース

毎日引けるくじ 今すぐ挑戦

ログイン

中国で売れまくった日本車、人気急落 EVシフトの遅れに対策急ぐ

9/28(木) 8:02 配信

188

36KrJapan



日本にも進出しているBYDの電気自動車

日本車は燃費がよくコストパフォーマンスの高さに定評がある。しかし中国では国産ブランドの新エネルギー車が存在感を増すにつれ、日系メーカーのガソリン車は徐々にシェアを失いつつある。

中国では東風汽車集団と日産自動車の合併会社・東風日産が販売する「軒逸（シルフィ）」が長期間にわたり販売台数最多を誇っていた。燃費の良さ、快適性などから、2020年には54万1000台、21年には51万3000台を販売し、中国の自動車販売台数ランキングで首位を保ってきた。

2025年は、中国モビリティ業界・ディーラーの進化を体感する視察を実施

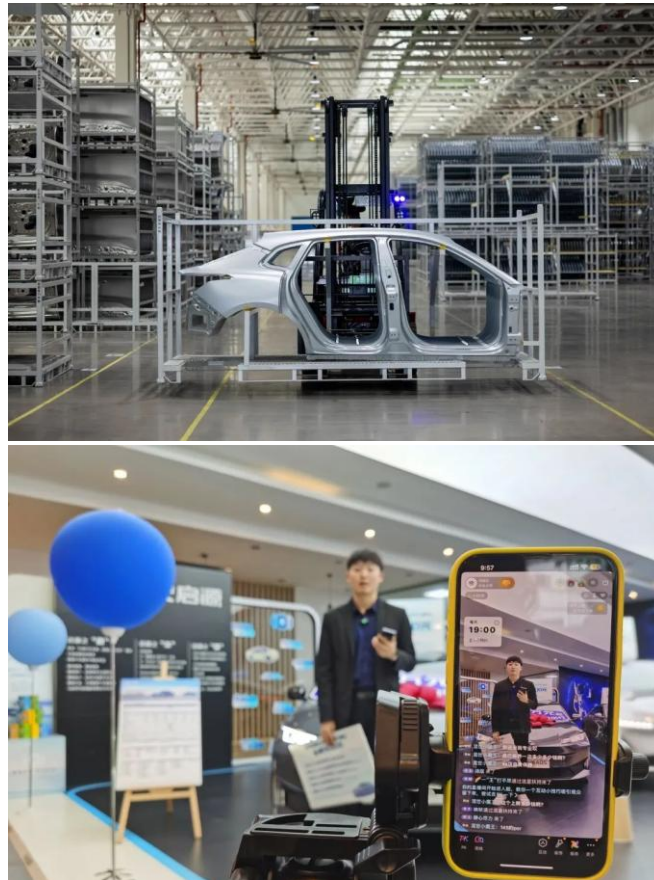
新興EVメーカーの
SDV担当者との意見交換



最新の自動運転機能で
市街地を乗車体験



スマート工場や
マーケティング現場の見学



新興EVメーカーの
カー・オーナーとの交流

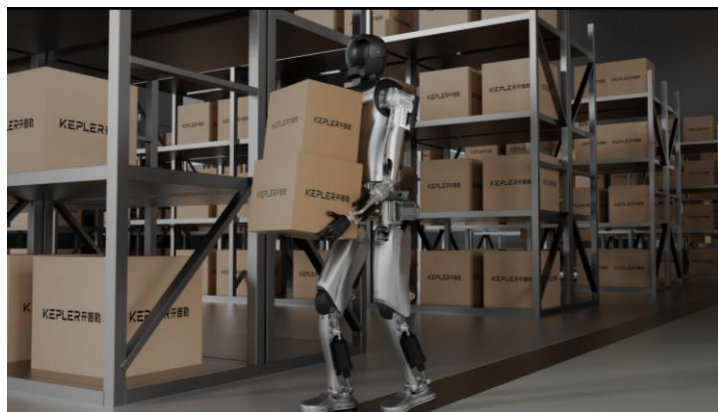
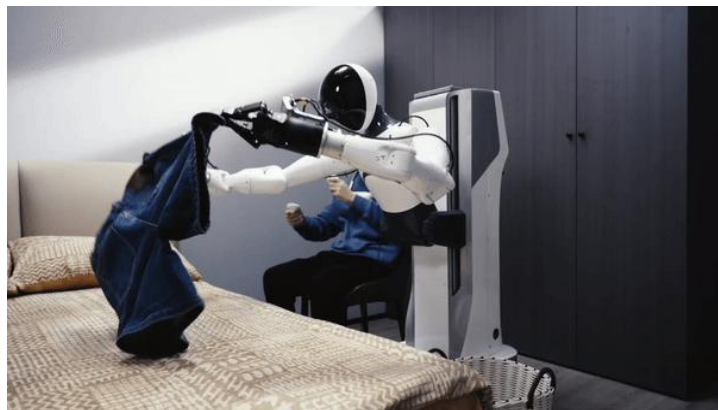


価値ある中国視察・交流プログラムを企画しています

製造業でも導入が始まったエンボディドAIの最前線

中国EV業界の最前線（第3弾）

下期中の実施を予定



企画中

中国における車内サービスや販売店における具体的な最新事例

徹底したAI・テクノロジーの導入で目指す“モビリティ産業”と“顧客体験”の再定義

テクノロジーが「車づくり」「売り方」「体験」を変えている

- 開発の起点がマーケットイン

- ・ ライブコマースで顧客と繋がり、ニーズ・SNSの声をAIで分析、車の仕様に反映

- SDV (Software Defined Vehicle) 化

- ・ ソフトウェア主導開発が主流に。アリババやファーウェイなどIT大手も車載OS・クラウド・自動運転に関与。
- ・ 大規模アップデートを年4回実施、それ以外の小規模なアップデートも都度実施。

- AI・自動運転・コネクティビティが商品力に

- ・ 優れた内外装以外、「AIアシスタント」「スマートコックピット」なども差別化に。

- ディーラーが変化：データドリブンの経営・役割は「UXデザイン拠点」に

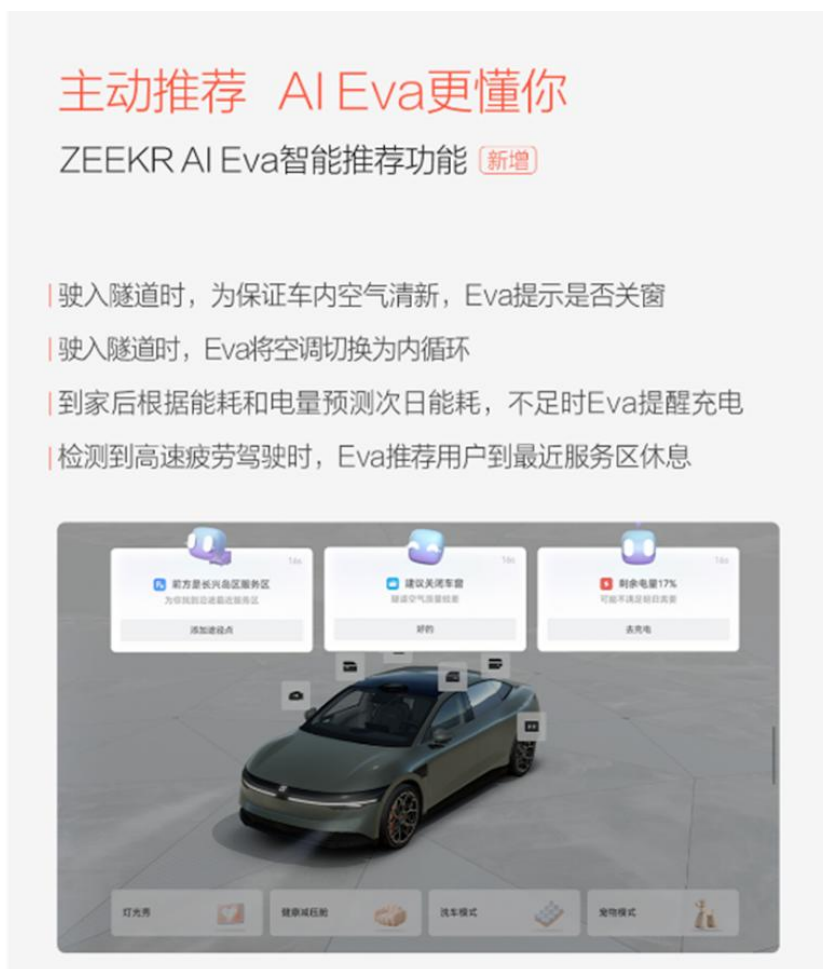
- ・ ディーラー来店者の行動・嗜好データを分析し、販売後の行動（アプリ利用・再来店）まで最適化
- ・ HuaweiやXiaomiではスマホ×家電×車販売を統合。シームレスな体験を追求。

- アフターサービスも無人化・AI化

- ・ 洗車・給電の無人化や自動化サービス。24h稼働・キャッシュレス・顔認証連携で効率化

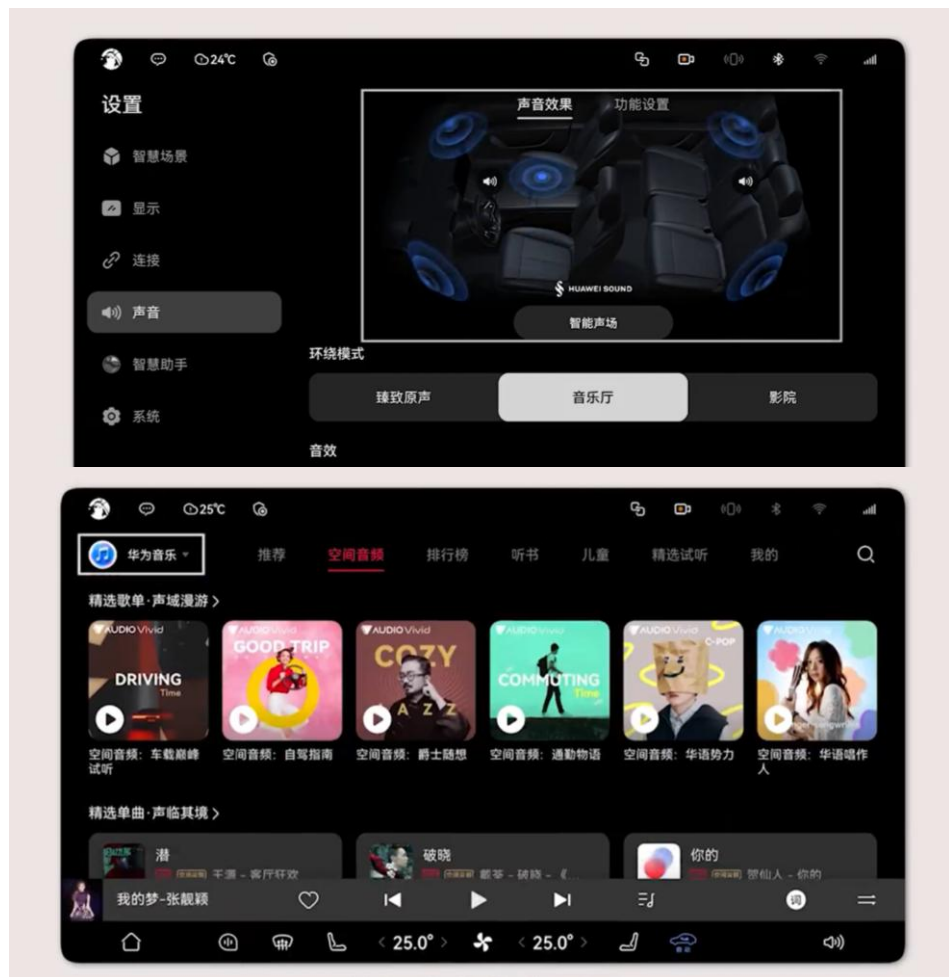
ユーザーを理解し、先回りで提案する“共感型AIアシスタント”が登場

吉利は業界初となる「自動車全域AI技術体系」を発表し、コックピットをAIの中心領域に据えた。車載AIは運転者の表情や音声トーン、環境条件（天気・時間・走行ルート）を読み取り、疲労や気分の変化に合わせて照明・音楽・走行モードを自動調整する。運転中のストレスを減らす“気づかい型インテリジェンス”として、AIが感情と行動の間を補う体験設計が始まっている。



車を「音楽体験の延長線」に位置づけ、家と移動の境界をなくす

ファーウェイはAI時代のマルチデバイス連携を掲げ、スマホや家庭用スピーカーと車内音響を統合するネットワークを構築。家庭で聴いていた音楽が車に乗るとそのまま続き、運転中も自動的に環境に合わせたサウンドシーンへ移行する。また、子供向けコンテンツを保有する外部パートナー連携も進み、家族全員の「音でつながる体験」を拡張している。



車が“家庭の遊び空間”かつ“共感の場”へと進化している

NIOの無マイクK歌（カラオケ）機能は、家族で過ごす時間を車内に持ち込み、移動中を「共に楽しむ空間」に変える試み。長城汽車はテンセントと連携し、AIが感情を読み取り、会話調で楽曲を選曲する「パーソナルDJ」を実装。音声認識・感情生成・環境制御が統合され、車は“移動する部屋”から“人の気分を共にする空間”へ変貌している。テクノロジーが人の感情を媒介する、新しいモビリティ文化が芽生え始めている。



車を“家庭IoTの一部”に取り込む新しい自動化体験

理想の「任務大師」は、ユーザーが条件を自由設定し、それに応じて車の動作を自動化できる仕組みだ。たとえば「夜間に駐車する際は自動でライトON」「日中はアンビエントライトをオフ、暗くなると自動でオン」など、コードを書かずに生活と車を連携できる。車は単なる移動手段ではなく、スマートホームの延長として日常動作を最適化する“生活のOS”へと進化している。

Dream Life

(n.) 任务大师，带你玩转理想生活

智能座舱

任务大师上线，智能空间由你安排。

自研的任务大师，可以自定义产品功能组合，座椅、驾驶、灯光等十余个领域功能联动，执行操作一键直达，再也不用担心手机落在车上。任务组合车友间还能互相分享，满足你对智能空间的个性化需求。

*任务分享仅适用于理想ONE车型。

快捷索引：

- 01.长途高速自动切换油电混合 [101 015 862](#)
- 02.接近目的地自动切换纯电 [100 553 778](#)
- 03.高速模式 [101 015 057](#)
- 04.日常驾驶 [101 015 058](#)
- 05.驻车等人关灯 [101 015 863](#)
- 06.行车开灯 [101 015 864](#)
- 07.自动开启强制纯电 [101 015 865](#)
- 08.手机充电遗忘提醒 [100 414 591](#)
- 09.低温自动除雾 [101 015 866](#)
- 10.回家下车重置设置 [101 015 867](#)
- 11.档位播报 D [101 015 869](#)
- 12.档位播报 P [101 015 870](#)
- 13.档位播报 R [101 015 871](#)
- 14.驻车自动解除童锁 [101 015 872](#)

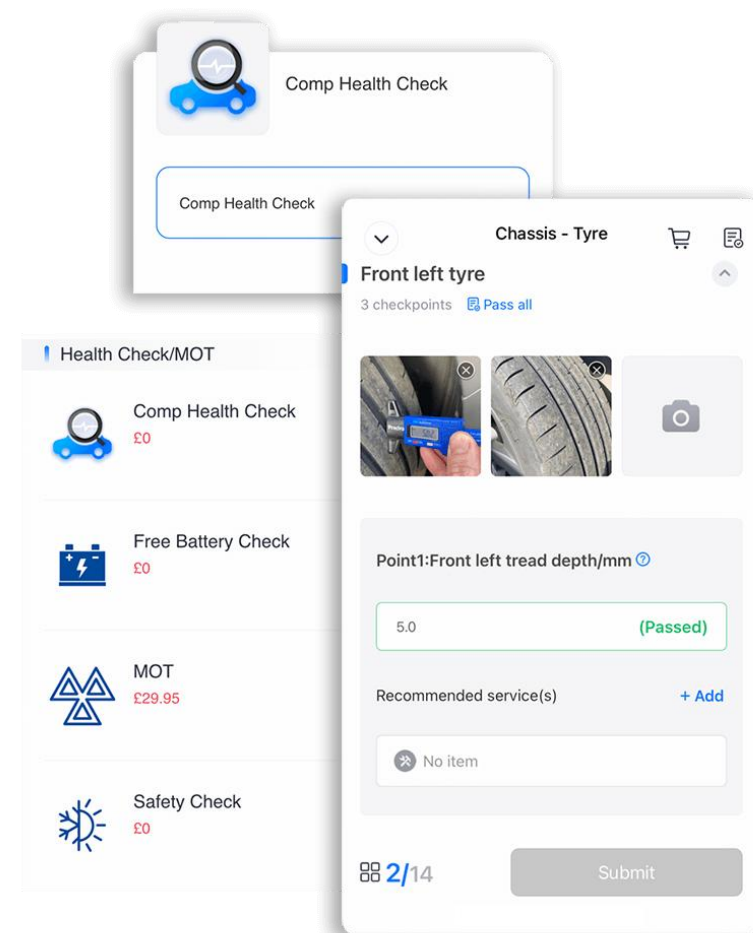
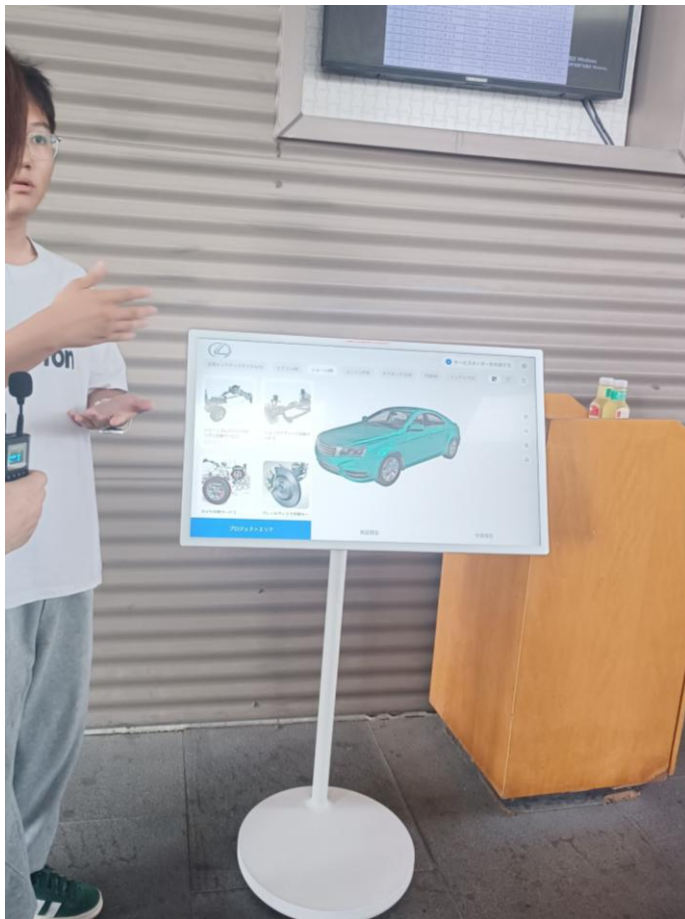
AI同士が自律協働する新たなUX、外部サービスとシームレスに繋がる

ユーザーが「朝食を注文したい」と車に話しかけるだけで、理想汽車のAIがKFCのAIと連携し、店舗検索・注文・決済・受け取り予約までを自動で完了する。車内のAIエージェントと外部サービスのAIが“対話”しながら行動を完結させるA2A（Agent to Agent）モデルが実現。AIが社会の裏側で静かに連携する未来を示している。



新車販売は赤字でも、アフターサービスと体験で関係を維持する時代へ

中国では新車販売の採算が厳しく、1台あたり数万元の赤字が常態化している。代わりに各社は、メンテナンス・アップデート・イベント体験など“継続的接点”を重視する。ファーウェイ問界は「透明性×信頼性×体験価値」を軸に、顧客との関係を維持するアフターエコノミーを推進。車を売ることがゴールではなく、ユーザーのライフサイクルを共に設計する段階に入っている。



販売現場がメディア化し、AIが顧客との対話を支える

新興EVブランドの店舗では、1日3回・各2時間のライブコマース配信を行い、来店者の約6割がデジタル経由で接触している。販売員が商品説明を配信するだけでなく、AIアバターが担当不在時に代行して接客する仕組みも普及。大型モールの店舗には専用スタジオが常設され、“売る”よりも“語る”活動が日常化。車をメディアとして活かす、リテールの新しい形が生まれている。



AIとカメラ分析により、顧客理解が販売・教育・開発へ循環

Whaleなどディーラーテック企業は、店内カメラと音声AIを用いて顧客の反応・会話を解析し、販売員教育や店舗戦略にフィードバックしている。生成AIが接客内容を解析して改善点を提示し、成功パターンを横展開。さらに得られた顧客データは、車両開発にも還元される。販売の現場が“人の感覚をデータ化する場”となり、顧客中心の改善サイクルが加速している。

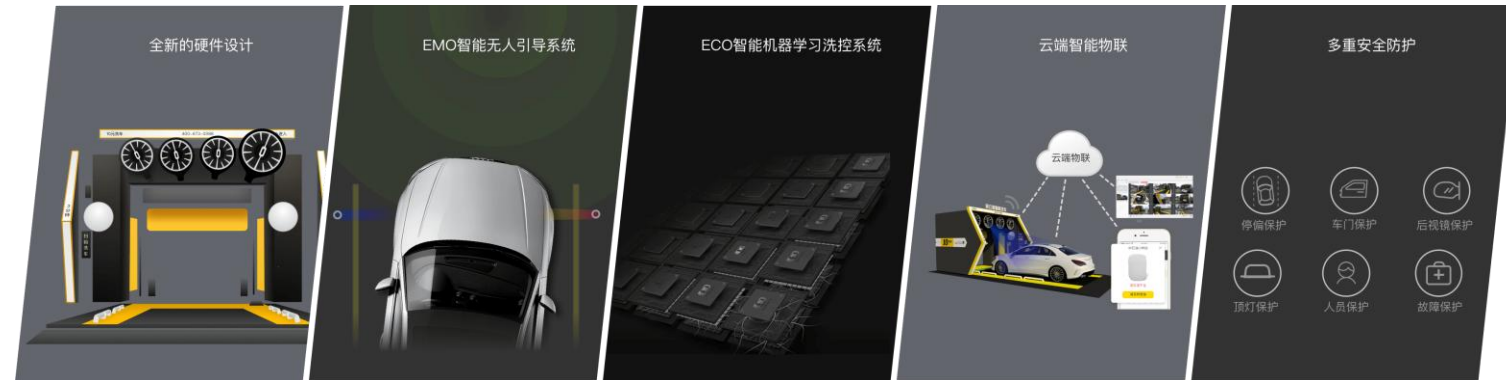
自動車ショールームの DX

whale



モビリティ社会を支える無人運営インフラの整備を目指す

無人洗車サービスから出発し、給油・給電・メンテナンスまで自動化する取り組みが登場。利用者はスマホ1つで予約・決済・完了まで行え、各拠点はIoTで遠隔監視。1人のオペレーターが500拠点を管理できる体制を実現する。自動運転車両が日常化する未来に向け、これらの無人ステーションが都市の“裏方インフラ”として機能し始めている。



36Kr Japan

ありがとうございました

担当者

株式会社36Kr Japan

取締役 公文（くもん）

Mobile: 09070175214

Mail: kumon@36kr.com

WeChat: gongwen30

担当名刺



36Kr
メディア



36Kr
Facebook



36Kr
Twitter

