

发力混动赛道 拓展产品矩阵

车企掘金新能源蓝海市场

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在新能源汽车销量持续攀升之时，不少车企正在加速掘金蓝海市场。

《中国经营报》记者获悉，有“中国汽车定制专家”之称的上汽大通MAXUS，将在“2023广州国际车展”上发布多款MPV车型，其中，“大家庭豪华电动MPV”大家7全系车型和“五星满配家用MPV”G70将正式上市。

车企涌入混动赛道

多重因素“催化”下，保持高速增长态势的混动赛道，正愈来愈受到车企关注。

相关数据显示，在今年1—9月期间，国内插电式混合动力车型销量接近135万辆，同比增长68.2%，此外，增程式混合动力车型销量39.4万辆，同比增长164.5%。而最新数据显示，10月，插电混动销量29.8万辆，同比增长78.2%，环比增长9.9%。

乘联会秘书长崔东树近日表示，插电混合动力车型(含增程式车型)今年以来呈现出“超强增长态势”，为新能源车销量贡献了巨大增量，是拉动整体车市增长的“核心增长动力”。

“从市场规模来看，2030年前，插电式混合动力和增程式混合动力，作为传统燃油汽车的节能升级路线有很大的发展机会。”在日前举行的上汽集团最新一期“智咖汇”中，上汽集团副总裁、总工程师、创新研究开发总院院长祖似杰近日如此表示。

“我们预测到2025年新能源所占市场的比例将接近50%。其中大概60%的纯电，40%增程式以及插电等情况。”在祖似杰看来，除了市场因素外，从用户角度而言，混动车型覆盖率高、解决里程焦虑、良好的电感化体验等，是促进混动车型销

量增长的重要因素。瞄准新能源MPV市场机遇的不仅仅有上汽大通，在“2023广州国际车展”上，小鹏汽车首款纯电MPV X9、理想汽车首款纯电MPV MEGA、江淮瑞风RF8等新能源MPV迎来集中亮相，车企对新能源MPV细分市场的角逐正引发外界广泛关注。

不仅仅是谋求拓展产品矩阵，近期以来，荣威D7 DMH、捷途山海L9等混动车型的上市颇受行业关注，而在本届车展上，更有荣威



车企正密集推出产品角逐新能源MPV市场，图为上汽大通MAXUS MPV产品。 本报资料室/图

杰更透露，未来两年，上汽会加快推出十余款混合动力的整车产品，全面覆盖轿车、SUV、MPV等车型，“满足不同细分市场、不同国家需求，赋能上汽新能源汽车三年行动计划”。

祖似杰同时认为，相比纯电车型，混动车型覆盖率更高，在其看来，按目前市场数据，南方市场纯电车型渗透率比较高，但西北和东北渗透率比较低。“因为天气原因，实际续航里程还没达到标准。”

瞄准混动市场机遇的上汽集团，正在加速布局混动赛道，如11月8日，上汽荣威品牌全新序列“D家族”的首款产品——荣威D7正式上市，新车定位中高级轿车，推出纯电EV车型和插电混合动力DMH车型两种版本。

“荣威D7是第一款搭载DMH超级混动系统的产品，未来上汽将把DMH超级混动系统全系适用到自主品牌，且面向全球市场，”祖似

D5X、捷途山海L6、风云A8等混动车型集中亮相，混动赛道未来或将迎来激烈竞争。

“广州国际车展对今年四季度销量拉动作用将非常大，”中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉在接受记者采访时表示，新车型入市是拉动车企销量增长的最直接因素之一，“广州国际车展诸多新车型的发布，对于四季度车企提振销量是‘及时雨’，也助力了今年汽车行业的‘收官之役’。”

杰更透露，未来两年，上汽会加快推出十余款混合动力的整车产品，全面覆盖轿车、SUV、MPV等车型，“满足不同细分市场、不同国家需求，赋能上汽新能源汽车三年行动计划”。

不仅仅是上汽集团，11月14日，捷途山海L9上市。据悉，作为捷途山海序列下首款量产的SUV，山海L9定位“大家庭大七座超混SUV”，而按照规划，捷途所属的奇瑞集团将在未来两年内发布24款超能混动3.0产品。

“2023年主机厂计划推出的新车型仍将集中在新能源，自主品牌新能源车将占绝对主力，”中信建投证券研报认为，插电混动新车型成为长城、吉利、长安等强势自主车企的发力重点。

加速开拓细分品类

不少车企正瞄准机遇加速开拓新能源MPV市场。

在新能源汽车销量持续攀升的大背景下，MPV等细分市场新能源渗透率也在逐步走高。“近年来MPV市场迅速崛起，深耕多人出行领域十多年的上汽大通MAXUS，早已成为高端乘用车多人出行市场的引领者。”上汽大通方面介绍，目前，上汽大通MAXUS全面细化中型、中大型、大型家用及商务MPV产品布局。

相关信息显示，目前上汽大通已推出大家9、G90、大家5等多款高端MPV产品，覆盖全能源动力领域，在备受市场关注的销量层面，上汽大通方面介绍，10月，上汽大通MAXUS MPV家族畅销近4000辆，同比大增44%，全年累计销量超3.6万辆，同比

持续加码硬核技术

竞相角逐蓝海市场的背后，技术正成为支撑车企持续扩张的最关键因素之一。

如极氪日前对外发布纯电猎装车跑——极氪001 FR，官方零售价为76.9万元起，极氪官方认为，该款车型千万级超跑的性能、最顶级智能座舱和智驾体验等独特亮点于一身，极氪CEO安聪慧更声称，“友商们五年内也造不出来”。

“极氪001 FR 最难的，是把猎装的颜值，超跑的性能，轿车的舒适，SUV的空间和脱困能力，以及最顶级的智能体验，多种功能集成在一辆车上，这是一个企业造车基础、综合能力的体现，是需要有底层的实力做基础支撑的。”安聪慧此后如此解释。

在安聪慧看来，吉利从1997年开始造车，就一直在为产品研发、技术研发方面大量投入，“极氪的浩瀚架构是在CMA架构的基础上，优化开发的原生纯电架构，整个过程不是那么简单，需要大量的积累和投入，所以001 FR 这样一款将多款功能集成在一起的车型，它的研发、制造过程并不容易”。

增长24%。

在新能源MPV市场迎来扩容机遇之时，上汽大通亦在进一步加码高端MPV赛道。

如在成都国际车展亮相的“大家庭豪华电动MPV”大家7，将在广州国际车展正式上市。在上汽大通相关负责人看来，上汽大通旗下高端MPV产品——大家7、G70的正式上市，“将进一步完善品牌MPV家族矩阵，全面展现上汽大通MPV‘千人千面’的高端乘用车属性”。

进一步梳理可发现，在上汽大通之外，近年来不少车企纷纷进入新能源MPV市场，如今年10月13日，合创旗下全新中大型纯电MPV—合创V09正式上市，

10月18日，魏牌首款MPV品类产品——魏牌高山正式上市，而在此前，极氪009、岚图梦想家、腾势D9等新能源MPV产品的发布，早已成为MPV市场的“搅局者”。

记者注意到，在本届车展上，小鹏首款纯电MPV X9、理想首款纯电MPV MEGA以及江淮瑞风RF8等新能源MPV产品也迎来亮相，车企角逐中高端新能源MPV市场正成为行业关注焦点。

德邦证券研报认为，伴随着新能源汽车崛起，新能源MPV也成为各大车企不可忽视的细分市场，其同时认为，“目前市场具有竞争力的MPV售价普遍在30万以上，其占比的提升有利于提升车企的均价以及盈利能力”。

对发动机技术、变速箱技术耕耘了一辈子。上汽自主研发获得过全国十佳发动机、世界十佳变速器等奖项。”

“这些奖项只是从一个侧面证明了上汽集团在这些领域技术上，完全实现了自主掌控，完全能够覆盖从硬件到软件。”祖似杰同时强调，“上汽集团在混动领域十余年的技术积累，技术路线始终是在不断发展。”

除了上汽集团外，近日喊出“没有奇瑞的混动市场是不完整的”口号的奇瑞也颇受外界关注，奇瑞方面认为，其“踏实地积累了18年混动技术，迎来了最佳发力时机”，将把“技术奇瑞”最扎实的积累变成后发优势，为市场“带来最佳技术和产品”。

在颜景辉看来，近些年来，传统自主品牌一直在坚持不懈地推出新能源产品，在智能化等技术领域深耕且形成自身特色，“这显示出自主品牌厚积薄发的实力，目前也取得了很显著的成绩”。

沃尔沃汽车骆文襟：中国市场非常庞大不会通过低价赢得市场份额

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“我们选择在中国市场首发上市沃尔沃EM90，因为中国市场非常庞大，也是非常好的一个市场，特别是高端MPV这个细分领域。”11月12日，沃尔沃汽车总裁

抓住高端MPV市场机会

新能源汽车渗透率不断提升的情形下，新能源MPV市场正成为诸多车企争相掘金的新蓝海市场。

申港证券分析师认为，“过去被别克GL8、丰田赛那、本田奥德赛等车型所垄断的高端MPV市场，正涌入越来越多的新玩家。高端家用MPV已经成为比亚迪腾势、极氪、理想等车企密集争夺的新战场。”

来自乘联会的数据也显示，今年10月，MPV销量为9.3万辆，同比增长13.1%，环比下降8.4%，而在1—10月期间，MPV累计销量90.6万辆，同比增长17.6%。

而在MPV市场快速增长的背后，高端新能源MPV愈发受到行业关注，国泰君安研报认为，“高端新能源MPV市场虽然起步较晚，但在高渗透率下销量上涨明显，2021—2022年分别实现销量0.02、2.1万辆，而仅2023年1—6月便实现销量8.2万辆”。

瞄准市场机遇的不仅仅有比亚迪、长城、理想等国内车企，豪华品牌沃尔沃亦推出旗下首款纯电MPV，抢夺市场份额。

“我们选择在中国市场首发上市沃尔沃EM90，首先是因为中国市场是非常庞大，也是非常好的一个市场，特别是高端MPV这

兼首席执行官骆文襟(Jim Rowan)在沃尔沃汽车首款纯电豪华MPV EM90全球首秀上表示，沃尔沃EM90将来会继续推出到国际市场。

《中国经营报》记者注意到，在发布旗下首款纯电豪华

个细分领域。”骆文襟同时表示，“我们看到越来越多的成功人士之前选择轿车出行，现在则更愿意选择SUV或者MPV，舒适度更高，品质体验会更好。”

骆文襟进一步分享，“特别是买MPV的成功人士，他们很多时间都是在路上通勤。因此，中国市场是让我们感到格外兴奋的一个市场”，其同时表示，在中国市场，“除了商务出行，这些成功人士也有家庭出行的需求”。

“我们在中国看到很多三代同堂、祖父祖母一起出行的场景有很多，这个时候，对于信息娱乐系统的要求就会比较高，所以我们搭载了多块屏幕，让车里的每个人都能够享受自己的娱乐。如果是全家出行，对于车内的空气质量要求很高，对于安全要求很高。这些特质使得沃尔沃汽车MPV在中国首发成为最恰当的选择。”骆文襟如此表示。

进一步梳理可以发现，以旅行车、SUV等产品闻名于世的沃尔沃汽车，其实对MPV概念并不陌生，早在1953年，沃尔沃汽车尝试MPV车型的开山之作杜埃特(Duett)就已推出。

“杜埃特是我们尝试MPV车

MPV EM90的背后，沃尔沃正加速电动化转型步伐，最新数据显示，10月，沃尔沃汽车全球销量超5.98万辆，纯电动车型占比升至18%。

“汽车行业并不是只有电气化这么一个简单的趋势，它只是

冰山一角。”在骆文襟看来，汽车行业未来3—5年发展最重要的技术，表现在软件、芯片、数据等领域，其同时强调，“沃尔沃汽车有很好的盈利能力，基于现在非常充足的资金实力，能够为未来发展提供资金的支持”。



沃尔沃汽车总裁兼首席执行官骆文襟(Jim Rowan)在沃尔沃汽车首款纯电豪华MPV EM90全球首秀发布会上。 本报资料室/图

型的开山之作，是在上世纪50年代推出的，已经过去很长时间了。我们看到MPV细分市场发展速度非常快，就像十几二十年前SUV刚刚开始流行的时候一

样。所以我们希望在这个趋势变得更明显之前尽快布局，抓住这个市场机会。”骆文襟强调，“沃尔沃EM90对于沃尔沃汽车有着十分重要的意义。”

沃尔沃不单纯追求销量

在竞争愈发激烈的新能源MPV市场，沃尔沃EM90的竞争力又体现在哪里呢？

“对于沃尔沃汽车来说，安全至上、可持续、环保的理念，以及斯堪的纳维亚设计风格，是我们品牌最核心的，我们希望保持原汁原味，一直坚持这样的理念。”骆文襟同时表示，除此之外，沃尔沃也会跟随市场发展和技术发展的趋势，持续不断去提升自己的产品，在智能座舱、信息娱乐系统等方面不断发力。

以备受消费者关注的安全为例，沃尔沃提供的信息显示，沃尔沃EM90搭载世界树智能安全体系(Safe Space Technology)，“致力于为车内车外人员的安全保驾护航”。

“在沃尔沃汽车96年发展历程中，我们坚持深入研究、分析真实情况，并不断深化安全技术的积淀。沃尔沃EM90的问世，标志着我们将近百年的安全基因注入到了一个全新的领域。”沃尔沃方面如此强调。

在性能层面之外，作为沃尔沃旗下首款纯电豪华MPV，沃尔沃EM90官方直售价81.8万元，该款车型定价策略颇受市场关注。

“我们的定价策略主要是基于沃尔沃汽车是一个豪华品牌，在过去近百年时间里我们一直坚持豪华定位，而且我们在汽车制造方面有非常悠久的历史 and 非常好的传承经验，像传统的燃油车、汽车架构等方面，我们都积累了非常深厚的专业经验。”骆文襟如此介绍。

骆文襟进一步表示，“除此之外，我们还有自己非常独特的‘安全至上’的品牌基因，并且非常注重环保、可持续以及以人为本，还有斯堪的纳维亚独特的设计风格。沃尔沃汽车希望能够秉承豪华品牌的传统，同时能够吸引引

同我们这些价值的消费者。”

引发外界关注的是，在当下汽车行业“价格战”延续、竞争日益激烈的情形下，沃尔沃又是如何应对市场挑战的呢？

在骆文襟看来，“沃尔沃汽车不是单纯追求销量的品牌。中国的市场足够大，消费者足够多，可能并不是所有客户都会选择我们，但这是一个非常大的市场，认同我们设计和理念的消费者对沃尔沃汽车来说，在绝对数量上是足够的。”

“不会通过低价去赢得市场份额”，骆文襟同时强调，“我们对自己产品的价值主张是充满信心的，也希望去吸引认同这样价值观的消费者。我们尊重每一位消费者的选择，会为认同、选择沃尔沃汽车的消费者提供最好的产品。”

同时，具备丰富的跨国企业管理经验的骆文襟也在推动沃尔沃软件方面的开发和投资。“上任之后我做了很多重要决定，其中一个非常重要的决定是要加速沃尔沃汽车对于软件的开发及投资。我之前在戴森担任过CEO，在其他行业积累了非常丰富的经验，对于我在汽车行业很有帮助。”

在骆文襟看来，汽车行业并不是只有电气化这么一个简单的趋势。“如果说电气化就是未来汽车行业的趋势，那可能我们只需要去谈电池、电池管理系统、逆变器、电机这些，但未来趋势并不只是这些，实际上远远不止。我认为汽车行业未来3—5年发展最重要的技术是在这些领域：软件、高性能的芯片，互联技术，除此之外还有数据，这些将会是下一代出行最重要的驱动力。电气化和传统的内燃机一样，只是动力系统的一个基础和平台。在此之上，如果在未来十年想要取得成功，品牌必须在软件、高性能芯片、互联、数据方面取得更大的成果。”