

下。在它们看来，传统品牌的转型不是“杀死燃油车”，而是不再怠慢电动车。

值得关注的是，在本届广州车展上，上汽集团与奥迪将正式达成合作的消息传出，双方联合开发的纯电车型按计划推进中。而广汽丰田发布的新能源品牌铂智，也是抱住了广汽的“大腿”，将导入中方股东的新能源汽车技术，进行“一场体制机制的自我革新”，目的是推进智电领域的迭代转型。

合资企业采取的战略举措，也进一步验证，中国新能源产业已逐渐成为全球新能源变革的技术输出中心。当前中国汽车产业在电动化、智能化等领域具备技术和成本上的优势，同时中国车企开发和迭代速度也远胜于传统外资车企，在与外资品牌的合作中也逐渐拥有话语权，合作模式由“市场换技术”变为“技术输出”，这是创新能力和产业生态的制胜。

## 争相发力小众市场

轿车和 SUV 一直是国内市场最大的两个细分市场，相较之下 MPV、越野车、跑车等产品一直被认识为小众细分市场。以其中 MPV 为例，2022 年 MPV 整体市场规模仅 94.3 万辆，远低于千万辆级的轿车和 SUV 产品。今年前三季度，国内 MPV 累计销量为 81.4 万辆，占乘用车总销量的 5.34%。

“今年广州车展，MPV、越野车这些我们过去认为的小车细分市场，赚足了眼球。”某新能源车企业规划部总监说。在 SUV、轿车卷无可卷的情况下，不少车企将目光投

向了过去竞争相对不激烈的小众细分市场，开始争相发力，于是我们看到了新能源车市场的竞争也变得愈加品类化，仅仅在纯电 MPV 市场，就有 80 万元级的沃尔沃 EM90，60 万元以内的理想 MEGA 以及 40 万元以内的小鹏 X9。

造车新势力小鹏汽车在广州车展上正式发布了自己的首款 MPV 产品小鹏 X9，38.8 万元的起售价是小鹏汽车产品矩阵中最贵的车型。而另一边，理想则发布了造型有点科幻的 MPV——理想 MEGA。不仅仅是新势力车企，大众汽车再次展出了已经在欧洲上市的 MPV ID.Buzz，要知道，上汽大众在最高年销量达到 200 万辆级时，也仅仅推出了途安和威然两款 MPV 产品。

除了上述几款纯电 MPV 外，目前已经在新能源汽车 MPV 市场站稳脚跟的腾势，推出了 D9 PREMIER 四座车型，意图进一步冲高；沃尔沃此前发布的首款 MPV 产品 EM90 也在广州车展首次面向公众；上汽通用、上汽大通也发布了别克世纪、大通 G70 等新 MPV 车型。

根据乘联会最新数据，今年 1-10 月，MPV 市场累计销量超 90 万辆，同比增长 17.6%，是今年增长最快的细分市场。作为对比，同期轿车市场同比增速为 -2.3%，SUV 市场同比增速为 7.8%。

威尔森的研报认为，相对于轿车和 SUV，长时间以来 MPV 市场的竞争程度似乎没有那么激烈，直到腾势 D9、岚图梦想家以及极氪 009 等车型的上市，高端纯电 MPV 市场逐渐进入大家视野，如今新势力头部的理想和小鹏的下一款旗舰新车都是纯电 MPV，这将正式拉开纯电

高端 MPV 市场激斗的帷幕。

拥有埃尔法、威尔法等 MPV 车型的丰田，则卷向了另一个小众细分市场，在 2020 年停产之后，今年的广州车展上，一汽丰田重新推出了国内知名度极高的越野车普拉多车型，据悉该车将在 2024 年导入一汽丰田渠道。

福特则展出了 Bronco 烈马，这款产品是当前美国最畅销的越野车之一，有望被引入江铃福特国产。此外，福特游骑侠 Ranger 也在本次车展公布全系配置和售价。福特汽车公司副总裁、福特中国总裁兼首席执行官吴胜波表示，“福特纵横将会把福特 F-150 猛禽、福特游骑侠 Ranger 和 Ford Bronco 这样顶级硬派越野产品逐步导入中国市场”。

比亚迪首次向外界展示新能源越野车仰望 U9，尽管售价超过百万元，但观展者依旧让仰望展台围得水泄不通。仰望的兄弟品牌方程豹，则复制了仰望在上海车展的盛况。此外，坦克品牌推出了预售价超过 70 万元的混动越野车坦克 700，东风猛士则展出了指导价超过 60 万元的猛士 917。

中研产业研究院的报告还指出，预计到 2025 年，新能源越野车的销量将占新能源车总销量的 22.7%。硬派越野 SUV 已经成为城市 SUV 之后，车企又一个集体发力的细分市场。目前国内车市内卷严重，此前由海外车企主导且体量不大的越野车市场，被认为是一个新的蓝海市场。

然而，一位业内专家发出疑问，现在来看，MPV、越野车等还没有和轿车、SUV 一样杀得“血流成河”，但是随着国内外车企的先后布局，这种“不那么卷”还能维持多久？