

# 上汽通用别克至境世家上市 重塑高端MPV市场格局



2025年是MPV大年。仅最近两个月，就有十余款新车密集上市。

过去，别克GL8是MPV市场的“常青树”，如今这一细分市场已是自主品牌群雄逐鹿的新战场。腾势D9 DM、传祺M8、理想MEGA、岚图梦想家等纷纷入局，凭借差异化优势抢占市场份额。前不久，鸿蒙智行方面已明确表示，将于明年上半年推出MPV车型……更多玩家正加速布局这一赛道。

作为深耕MPV市场26年的领军品牌，上汽通用别克以新能源子品牌“至境”的第二款车型——至境世家完成年度收官。

这款车定位中大型MPV的新车起售价43.99万元，既承载着品牌电动化、智能化转型的信心，更旨在开辟高端新能源MPV的新赛道。

“至境世家不仅是我们年度收官车型，更代表着上汽通用在电动化与智能化转型上的信心与实力。”上汽通用汽车总经理卢晓的表态，点明了这款车型的战略分量。

## 市场红海突围

虽然起售价接近44万元，但至境世家在尺寸与配置上展现出较强竞争力。车身长度超5.2米、轴距3160毫米，看齐理想MEGA与极氪009的尺寸水准，却在价格上形成明显优势——较MEGA起步价低近10万元，比四驱版极氪009更具竞争力。依托大尺寸车身、座舱实际使用长度超3.6米、行业首个全车三排悬浮层座椅进一步提升乘坐舒适度。

在续航方面，至境世家搭载插电混动系统，综合续航里程达1320公里，纯电续航里程224公里，并支持20分钟从电量30%充至80%。其“真龙插混系统”在亏电状态下仍能保持良好高

速表现，缓解了用户的里程焦虑。

真正的差异化体现在其提出的“五恒”大健康座舱——恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒静。车内采用松下nanoe™X净化技术，配备获南德TUV护眼认证的1.1米超长智慧顶灯，前后排屏幕均通过莱茵TUV低蓝光认证。座椅皮革达到OEKO-TEX婴儿级标准，电磁辐射值甚至低于手机。

由此，至境世家试图将新能源MPV的价值主张，从“冰箱彩电大沙发”升级至“家庭出行大健康”。

## 征战MPV市场

2025年MPV市场正迎来结构性变革。据乘联会数据，2025年前七个月，MPV市场前十强企业共销售52.1万辆，虽然整体市场份额仍相对较小，但新能源MPV的渗透率正在不断提高。今年全国MPV零售销量榜中，排名前10位的车型里有6款为新能源车型。丰田赛那、岚图梦想家PHEV、腾势D9、别克GL8 PHEV等新能源车型进入了销量榜前列，传统MPV相比表现

一般。值得注意的是，上汽通用别克GL8 PHEV系列销量占比已经超过燃油车型。高端MPV逐渐受到家庭用户追捧，也成为MPV市场爆发的新增长点。

有专业人士认为：“MPV市场竞争稳定在100万辆左右，但中高端商务和家用市场的增量空间正在释放，这一细分赛道已成为车企完善产品矩阵、实现品牌向上的关键布局。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树指出：“动力技术的革新使MPV从‘商务专属’走向‘家庭普惠’。”

至境世家是基于别克“逍遥”超级融合架构打造的第二款车型。这一架构也是上汽通用角逐市场的底气：“逍遥”架构于今年4月发布，融合了上汽通用最新的车身、底盘、动力总成和电子电气架构等技术，支持纯电、插电混动、增程式电动三大技术路径和各类车型开发。

“我们在这个架构基础上可以做到像乐高积木一样不断去迭代，低、中、高不同价格区间都可以覆盖。只要

市场有需要，我们会用最快速度迭代。”上汽通用汽车总经理卢晓此前透露，基于这一架构，上汽通用的产品迭代速度可以快到18个月，甚至可以快到12个月。

据了解，目前基于“逍客”超级融合架构，上汽通用的产品导入速度较此前已有大幅提升。今年9月，上汽通用推出了搭载这一架构的轿车至境L7，明年将推出至境的SUV产品。

随着至境世家的推出，别克在MPV赛道的布局更加清晰：2025年别克GL8系列累计销量已超12万辆，仍稳居细分市场前列。GL8家族守护基本盘，而至境世家则以更贴近家庭需求的产品力向上突破。

至境世家的市场表现，不仅关乎单一车型成败，更是对“逍客”架构技术实力与中国团队决策能力的一次检验。在自主品牌已占据先发优势的新能源MPV红海中，别克能否凭借品牌形象积淀与体系化架构构筑竞争壁垒，并最终转化为销量胜势，仍需等待市场的回答。

(丁楠)

## 奥迪E7X亮相： 豪华品牌电动化战略再提速



12月6日，奥迪在上海正式公布第二款纯电车型E7X的外观设计，这款车长超5米的大型电动SUV，不仅是奥迪继E5 Sportback后的又一力作，更成为其电动化转型与本土化战略的关键注脚。计划于2026年北京车展亮相并上市的E7X，标志着奥迪在华新能源布局从轿车赛道向主流SUV市场的重要跨越。

奥迪全球CEO高德诺将E7X定义为“专属中国的新奥迪品牌里程碑”，这背后是其“在中国，与中国共进”战略的深化。不同于传统豪华品牌的技术输出模式，奥迪通过与华为、宁德时代等中国企业的深度协作，在三电技术、智能驾驶等核心领域实现突破。E7X搭载的109千瓦时电池与800伏高压平台，正是本土化技术整合的成果——充电10分钟可补充320公里续航里程，700公里续航里程匹配中国用户长途出行需求。这种扎根本土生态的模式，使奥迪将中国从最大市场升级为创新策源地，研发响应速度较传统模式提升40%。

据了解，未来两年，奥迪全球战略是2026年起仅推纯电新车，2027年前实现核心细分市场纯电全覆盖。E7X的推出不仅呼应全球战略，更向市场展示其电动化布局正在从单一车型向产品家族有序推进。今年9月，AUDI E品牌首款

(阙静雅)

## 电动化战略“下海” 宁德时代亮出零碳航运全域布局

近日，上海海事展现场，宁德时代发布了全球唯一的“船一岸一云”零碳航运及智慧港航一体化解决方案。这一动作标志着这家以车用动力电池称霸的企业，正式将电动化版图从陆路延伸至水路，其“全域增量”的新能源野心已跳出汽车赛道，指向了更广阔的水上交通零碳转型市场。

长期以来，船舶电动化进程受制于多方面瓶颈，传统模式下，船舶动力、补能、维修分属不同供应商，30年运营周期内协调困难、责任界定模糊。同时，初始购置成本高、补能设施不足、续航焦虑以及水域环境严苛、技术标准不统一等问题，让船东陷入“买不起、充不上、算不赢”的运营困局，也制约了零碳航运的规模化落地。且船舶高温、高盐雾、长航时、大功率的运营场景，决定了电动船舶无法简单照搬陆上电动车技术。

此次宁德时代推出的一体化解决方案，相当于为零碳船舶提供“全生命周期全屋定制服务”。在船端，集成电池、动力、智能航行等系

统，筑牢船舶航行的安全与续航根基；在岸端，依托充换电网络与“船电分离”模式，既解决补能难题，又大幅降低船东初始投入；在云端，“云帆”智能管理平台与“北辰”智能航行系统实现远程监控、调度与优化，让船舶运营像开电动车一样便捷高效，彻底打破多供应商协作的传统痛点。

事实上，宁德时代布局水上电动化早已起步。2017年，企业便切入船舶领域，2019年实现首艘电动船舶下水。截至目前，其电动船舶累计安全交付量近900艘，稳居全球电动船舶电池配套市场首位，还创下多个行业标准：打造全球最大电量纯电内河客船“长江三峡1”、全国首艘入级CCS的纯电海上客船“屹见77”、全国首个独立运营货船换电示范项目“济宁6006”，核心软硬件产品获全球五大船级社认证。

从车用电池到船舶动力，从陆路电动化到水上零碳化，宁德时代正以全产业链优势构建全域新能源生态。

(丁延吉)

## 特斯拉上海超级工厂 第400万辆整车下线

12月8日下午，一辆星光金色Model Y L缓缓驶下生产线，特斯拉上海超级工厂正式迎来第400万辆整车下线的历史性时刻。从2019年首批车辆交付至今，这座全球最高效的电动车工厂仅用6年时间，便实现了从0到400万辆的跨越，其中从300万辆到400万辆仅耗时不到14个月。

据乘联会12月2日公布的最新数据，11月特斯拉上海超级工厂交付Model 3和Model Y共计86700辆，同比增长10%，较10月环比增长40%。10月，特斯拉上海超级工厂出口超3.5万辆，创2年来单月最高出口纪录。

“每30多秒就有一台整车下线”的生产速度，成为这座工厂的鲜明标签。其核心秘诀在于“同一屋檐下”整合的冲压、焊装、涂装四大工艺，配合超95%的自动化生产体系，构建起行业标杆级的制造效率。这种高效直接转化为市场优势：Model 3与Model Y在中国市场的售价不仅低于全球其他区域，还通过持续的OTA升级与产品焕新提升价值，近期叠加5年0息金融政策后，全国交付中心订单火爆，Model Y车型2025年内已无现车可交付。

产能与销量的双重爆发，离不开成熟的本土供应链支撑。目前工厂产业链本土化率已达95%，在长三角地区形成覆盖苏州、宁波、南通的4小时供应链朋友圈，400余家一级供应商中，超60家已进入特斯拉全球供应链体系。特斯拉副总裁陶琳指出，这种同生共赢的合作模式，正是中国市场性价比优势的核心来源。

作为特斯拉全球出口枢纽，上海超级工厂产品除了满足中国大陆消费者的需求，还畅销欧洲和亚太市场。这里下线的特斯拉不仅要符合全球不同市场的安全标准，还要经得起不同气候、路况环境的考验。目前，这座工厂已贡献特斯拉全球近一半的电动车交付量，成为全球新能源汽车产业格局的重要支点。

值得关注的是，特斯拉目前在沪布局已从整车制造延伸至储能领域。今年2月投产的上海储能超级工厂，规划年产1万台Mega Pack商用储能系统，3月便实现首批产品出口澳大利亚，再次复制“特斯拉速度”。从电动车到储能设备，上海超级工厂正以双轮驱动模式，书写中国智造与全球产业链融合的新样本。

(阙静雅)

# 车企“兜底”购置税 年末车市蓄力求稳



2025年12月，新能源汽车市场迎来政策切换关键节点：实施十年的新能源汽车购置税免征政策，将于12月31日正式终止。据财政部、税务总局联合发布的新规，2026年1月1日起，新能源汽车将执行购置税减半征收政策，单车新能源乘用车减税额最高不超过1.5万元。

近日，理想、蔚来、智己、小米等十多家车企集中推出“购置税兜底”补贴计划，为在年底前锁单的用户承担2026年可能产生的购置税差额，以此冲刺年度销量、抢占政策窗口期。

## 十余家车企自掏腰包“兜底”

为抢抓政策红利窗口期，理想、蔚

来、智己、小米等十余家主流车企近期密集推出“购置税差额补贴”政策，以企业买单形式为消费者消除顾虑。

梳理各车企政策发现，其核心条款高度统一：2025年12月31日前完成大定并锁定车辆配置的用户，若因非个人因素车辆在2026年交付开票，车企将全额补贴新政下的购置税差额，补贴金额上限均为1.5万元。“这相当于给消费者吃了一颗‘定心丸’，确保年内订车用户能享受到与免税期间等的购车福利。”某车企市场部负责人表示。

从补贴形式看，车企多采用灵活方案，包括购置税差额补贴券抵减车价、尾款现金减免、提车后返还现金

等。不过在补贴覆盖范围上，不同品牌呈现分化：理想L6、极氪9X等刚上市的新车成为部分车企的补贴重点，以此带动新品销量；长安深蓝、上汽MG、小米汽车则将补贴范围扩大至全系车型，全面激活市场需求。

大规模“兜底”补贴背后，是车企承担的高额成本。以小米汽车为例，据第三方机构测算，其主力车型SU7、YU7的单车购置税补贴差额约1.1万至1.4万元，仅这两款车型的补贴支出就预计超20亿元。

## 年末“翘尾行情”难现

补贴政策已初步带动市场回暖。中国汽车工业协会乘联会(以下简称“乘联会”)最新数据显示，11月国内新能源汽车零售销量达135.4万辆，同比增长7%，环比提升6%，政策窗口期的消费潜力逐步释放。

为乘势冲刺，更多车企近期跟进促销。12月2日，零跑汽车推出组合优惠，涵盖购车现金直降、选装减免、回购补贴及低首付分期方案；12月4日，深蓝汽车加码政策，明确12月31日前锁单客户可享受购置税差额全额保障。日前，已有近20家车企推出相关促销措施。

值得注意的是，与往年年末“价格战”相比，今年新能源车市促销力度明

显温和。乘联会秘书长崔东树在最新行业分析中指出，11月仅2款纯电动车型推出降价政策，较去年同期减少10款；综合促销幅度较10月微增0.3%，处于全年正常促销水平中高位，未出现大规模“以价换量”现象。

“促销力度可控，让消费者决策更理性，有充足时间对比选择，往年集中抢购的‘翘尾行情’，今年大概率不会出现。”崔东树表示。但对车企而言，这一局面加剧了年度销量压力。数据显示，东风汽车、广汽集团、理想汽车、蔚来等多家主流车企，当前年度销量目标完成率不足85%，年末冲刺任务艰巨。

业内普遍认为，新能源汽车购置税从“全免”到“减半”的过渡，标志着行业正从政策驱动转向市场驱动。短期看，车企“兜底”补贴能缓冲政策退坡冲击，但长期来看，这种模式不可持续。未来市场竞争将更聚焦产品力、技术实力与服务体验的核心比拼。

对消费者而言，当前政策窗口期确有购车成本优势，但需理性决策。乘联会建议，消费者应结合自身用车需求、提车周期综合判断，无需盲目“赶末班车”。而对车企来说，如何在控制成本的同时平稳度过政策切换期，并为2026年市场竞争积蓄力量，将成为年末至明年初的核心课题。

(徐崇闻 丁楠)

# 不到80天2万台交付达成 上汽华为联手的尚界H5刷新智能车交付速度

党委书记、董事长王晓秋也透露了交付端的进展：目前仍有大量已下定车辆等待交付，上汽已联动整条供应链全力保障产能，力争让用户在新年到来前开上新车回家过年。为打消用户购车顾虑，上汽还为尚界首席车主推出三电(电池、电驱、电控)终身质保政策，这一举措既是对自身技术与品控的自信，也为行业树立了售后保障新标杆。

在产品力层面，尚界H5实现了“平价高配”的突破。余承东强调，尽管售价亲民，但该车的制造标准没有下降。安全方面，依托华为的通信技术与上汽的制造实力，车辆即便碰撞断电也能顺利开启车门，为驾驶者筑牢安全防线；智能驾驶领域，新车搭载华为麒麟智驾ADS 4，配备192线激光雷达、4D毫米波雷达等感知硬件，支持端到端领航辅助、驾驶员失能辅助等同级稀缺功能；续航方面，增

程版综合续航里程最高达1360km，纯电版续航里程也达到655km，兼顾了长途出行与城市通勤需求。

为回馈市场支持，尚界方面还推出限时购车福利，12月下旬可享十大权益，跨年交付还能享受购置税兜底，进一步降低了用户购车门槛。

对于品牌未来，双方也释放了明确的产品规划。王晓秋表示，明年尚界品牌将至少推出两款新车，继续担任鸿蒙智行生态的“颜值担当”；余承东则透露，其中一款高端轿跑将对标“百万级、销量领先的欧洲品牌”，预计明年春天首次亮相，有望填补品牌在高端运动车型市场的空白。

尚界的快速起势，也是上汽集团高质量发展的缩影。数据显示，今年1—11月上汽集团累计销售整车410.8万辆，同比增长16.4%，销量已超去年全年。其中自主品牌、新能源车、海外市场销量分别同比增长25.7%、

