

荣威M7 DMH



# 上汽多品牌新车发力 传统巨头突围战启幕

## 豪华纯电的“破局者”

在豪华品牌电动化转型的赛道上，上汽奥迪并未简单复制燃油车的成功路径，第四季度推出的 E5 Sportback 以独特的产品定位，试图在 20-30 万元高端纯电市场开辟新阵地。这款被用户调侃为“跨界瓦罐”的车型，打破了传统轿车与旅行车的边界，低矮修长的车身比例在同级别车型中极为少见，既有奥迪 RS 系列的运动基因，又融合了猎装车的优雅线条，甚至能看到奥迪 TT 概念车的设计影子。

动力性能是其核心竞争力之一。顶配版本搭载双电机电子 quattro 四驱系统，综合功率达到 787 匹马力，延续了奥迪在四驱技术上的优势——从传统机械托森差速器升级到电子调控后，系统能实时根据路面抓地力调整动力分配，反应速度更敏捷，高速过弯时车身稳定性堪比“轨道车”。对于日常驾驶而言，单电机后驱版本已能满足需求，而双电机版本的爆发力则能带来更强烈的驾驶乐趣。

纯电底盘的先天优势让该车在驾乘质感上表现突出。实测中，悬架振动、轮胎噪音及底盘传递的路面杂音都被控制在极低水平，静谧性远超同价位燃油车型，这成为不少用户认可的核心亮点。续航与补能方面，该车提供不同容量电池版本，CLTC 续航覆盖 600-700km 区间，配合主流的快充速率，能缓解多数用户的里程焦虑。

内饰设计延续了奥迪的简约豪华风格，用料扎实且细节处理细腻，但未采用过度堆砌的科技配置，更侧重实用性与质感平衡。价格方面，其主力车型售价控制在 30 万元以内，这一定价让豪华品牌纯电车型的门槛显著降低，精准击中那些追求个性化与品牌质感，同时注重实用性的中产阶级消费者。

## 家用混动的“实用主义标杆”

荣威品牌在第四季度的核心发力点，仍是深耕多年的家用市场，M7 DMH 作为改款主力车型，以“解决家庭用户核心痛点”为导向，进一步强化了续航与经济性的优势。这款中型混动轿车的实测表现，印证了其“实用至上”的产品逻辑。

满油满电状态下，该车综合续航突破 2000km，按家庭用户常见的跨城出行需求计算，从北京到上海单程仅需补能一次，彻底打消了长途出行的里程焦虑。纯电续航方面，160km 的 CLTC 续航在日常通勤场景中实用性极强——多数家庭日均通勤距离不超过 50km，意味着工作日可完全依赖纯电模式，每周仅需充电 1-2 次。能耗控制同样亮眼，实测亏电油耗低至 2.9L/100km，按当前油价计算，每公里使用成本不足 0.3 元，长期使用能为家庭节省不少开支。空间设计围绕家庭需求展开，4940mm 的车长与 2820mm 的轴距带来了宽敞的驾乘空间，后排腿部空间充裕，配合可调节角度的座椅与后排出风口，即便长时间乘坐也不易疲劳。针对家庭用户关注的安全问题，该车配备了 6 安全气囊、胎压监测及车身稳定系统，部分版本还新增了后排儿童座椅智能锁止功能，细节处贴合家庭出行场景。

价格策略延续了荣威的亲民路线，指导价维持在 10-13 万元区间，叠加各地“以旧换新”补贴后，实际入手门槛进一步降低。售后方面，“三电终身质保”政策减少了用户的长期用车顾虑。从市场反馈看，这款车凭借续航“反向虚标”、使用成本低等特点，已成为注重实用性和性价比的家庭用户的热门选择。

## 合资新能源的“技术突围者”

作为上汽通用别克推出的高端新能源子品牌，至境虽属新晋玩家，但却凭借雄厚的技术底蕴和错位竞争的价格赚足消费者的眼球，成为合资新能源转型的关键落子。这款定位中型纯电轿车的产品，依托别克“逍遥”架构打造，以 900V 高压平台为核心技术标签，瞄准 17-22 万元主流新能源市场。

补能效率是至境 L7 最具竞争力的亮点。其搭载的 900V 高压超快充平台支持 6C 充电技术，由通用与宁德时代联合开发，官方实测 10 分钟可补充 350km 续航，这一速度在同价位车型中处于领先水平。更难得的是，该车在 -10°C 低温环境下充电效率仍能提升 15%，解决了北方用户冬季补能慢的痛点。电池安全性方面，通过 1000°C 高温测试和 80 吨侧压考验，配合多面液冷技术，极端条件下的稳定性得到保障。

动力与续航表现均衡，后置后驱布局带来了更优的前后配重比，单电机最大功率 170kW，零百加速约 7 秒，满足日常驾驶的动力需求同时兼顾能耗经济性。CLTC 纯电续航可达 650km，综合续航能力经实测超过 1400km，无论是城市通勤还是长途出行都能适配。智能配置上，该车搭载全球首发的骁龙 8775P 芯片，车机系统操作流畅，支持语音交互、导航联动等基础功能，高配车型还提供进阶的驾驶辅助功能。

从产品定位来看，至境瞄准高端新能源市场，首款车型便标配智能大健康座舱与行业最高安全标准，后续还将推出百万级超豪华新能源 MPV 别克“世家”，形成覆盖不同细分市场的产品梯队。上汽通用总经理卢晓明确表示，至境产品的目标必须是盈利，这一底气既来自技术储备，更源于对中国新能源市场需求的深刻洞察。

值得一提的是，至境首款车型 L7 的定价过程堪称“诚意之作”，因外方团队的激烈反对，价格讨论持续至发布会前 4 小时，最终由上汽通用总经理卢晓拍板确定，以极具竞争力的价格切入市场，彰显了品牌“以用户为中心”的决策逻辑。

## 华为赋能的“智能普惠者”

上汽与华为联合打造的尚界品牌，在第四季度以首款车型 H5 完成市场首秀，15.98-19.98 万元的售价叠加丰厚权益，迅速成为 15 万级 SUV 市场的焦点。这款车型的核心竞争力，在于将高端智能技术下放至主流消费市场，重新定义了该价位的智能汽车标准。

华为乾崮智驾 ADS 4 的全系标配是其最大亮点，也是 15 万级唯一解锁“车位到车位”

全场景领航辅助的车型。硬件上配备华为 192 线激光雷达、3 颗 4D 毫米波雷达等旗舰级感知设备，构建起全向立体感知网，能精准识别雨雾尘等复杂天气下的障碍物。实际使用中，车辆可自主应对小区闸机抬杆、旁车加塞、无保护左转弯等城市路况，窄路会车时能提前减速礼让，商场机械车位自动泊车成功率接近 100%，极大降低了驾驶难度。

主动安全配置同样越级，同级首发的 eAES 增强型自动紧急转向辅助，在 50-130km/h 时速区间可实现“边刹边让”；后向横穿碰撞制动功能能在倒车时自动识别行人并紧急刹停，碰撞后断电应急开门功能更保障了逃生安全。座舱体验上，鸿蒙系统带来了流畅的交互感受，15.6 英寸中控屏支持超级桌面功能，手机应用可无缝流转至车机，语音助手能听懂“打开儿童座椅加热”等场景化指令，贴合家庭用户需求。

续航方面提供增程与纯电两种选择：增程版纯电续航 235km、综合续航 1360km，满足长途出行需求；纯电版长续航车型可达 655km，适配城市通勤场景。底盘调校融合了上汽 70 年的制造经验与华为 XMOTION 数字底盘技术，操控稳健且乘坐舒适。首销期间，电动遮阳帘、HUAWEI MagLink 车载屏等赠品叠加价值超 4 万元，再加上三电终身质保政策，进一步提升了性价比。

余承东在品牌发布会上直言“尚界 H5 销量会大爆”，而上汽“all-in 尚界”的资源投入，也为其产能保障与市场交付提供了有力支撑。

## 突围时刻已然到来

这场新车盛宴背后，是上汽应对市场挑战的战略布局，更藏着其第四季度能否实现突破的关键密码。

先从产品矩阵的梯度覆盖能力上看。上汽奥迪 E5 Sportback 卡位 20-30 万元高端市场，以品牌与设计吸引品质用户；荣威 M7 DMH 坚守 10-13 万元家用阵地，用续航与性价比巩固基本盘；至境 L7 在 17-22 万元区间以合资新能源身份开辟新赛道；尚界 H5 则以 15-20 万元价格带的智能普惠策略引爆主流市场。四大品牌形成覆盖 8-30 万元区间，涵盖纯电、混动、增程全动力形式的完整攻击体系，能精准匹配不同层级用户的核心需求。

数据层面的回暖信号更为明确。上汽月度销量连续九个月同比增长，9 月单月销量更是突破 44 万辆，同比增长 40.4%，环比增长 21%。上汽奥迪 E5 Sportback 上市后 30 分钟内订单突破 10153 辆，创下 BBA（奔驰、宝马、奥迪）电动车销售新纪录；尚界 H5 上市首周订单突破 1.2 万辆；荣威 M7 DMH 改款后终端到店量环比提升 40%，多款新车的市场热度已转化为实际订单增量。

这个曾经以燃油车为核心的传统巨头，如今已构建起多品牌、全技术路线的新能源产品体系。从与华为的深度绑定到自主品牌的技术突破，从合资品牌的本土化革新到新能源赛道的全面发力，上汽正在重新定义“中国汽车巨头”的内涵。

## 闻言培

2025 年的车市已渐近尾声，当“金九银十”的冲刺号角吹响，上汽集团无疑是赛道上最活跃的身影。从豪华阵营的上汽奥迪到国民品牌荣威，从华为加持的尚界到合资新贵至境，四大品牌携重磅新车密集登场，在第四季度的传统旺季中掀起产品攻势。

作为前三季度以 319.3 万辆销量稳居行业头部的传统大厂，上汽正以“跪着学习，站着创新”的姿态加码转型，9 月 44 万辆的单月销量更彰显其底气。但在比亚迪领跑、头部车企分化加剧的竞争格局下，这场年末新车盛宴既是其冲击全年目标的关键一搏，更藏着传统巨头能否在电动化浪潮中成功突围的答案。