

大六座 SUV 成车市新赛道

家庭结构变化促大六座 SUV 需求旺盛 将来还会涌现出更多细分产品



近日,想买一辆大六座 SUV 的消费者一定是挑花了眼,因为自 9 月以来有腾势 N9、银河 M9、问界 M7、极氪 9X、腾势 N8L……十余款车型密集上市。这些大六座 SUV 的一个普遍特征就是“大”,瞄向家庭出行的需求,采取的是 2+2+2 的座位布局模式。记者采访发现,众多车企瞄向大六座 SUV 的新赛道,主要原因是家庭结构的变化催生了消费者的旺盛需求。



■消费者在了解一款 SUV 的空间大小。新华社记者 赵子硕 摄

□本报记者 王力

大六座 SUV 卖得特别好

“这段时间带着孩子和父母试乘体验过多款汽车,还是觉得大车空间宽敞,全家坐着也很舒服。”为满足全家出行的需求,市民刘先生这几天和家人一起,频繁在各家汽车 4S 店试乘试驾,最终将购车目标锁定在车长超 5 米的“大块头”车型上。刘先生告诉记者,自己最近一直在关注大六座 SUV 车型,一方面是空间足够大,带老人、孩子全家一起出行更方便,另一方面则是“怎么都是买车,还不如一步到位。”

在一家新能源汽车 4S 店,记者遇到了前来购车的王女士。她已经有一辆小型的新能源汽车,最近随着孩子的出生,此前小型新能源汽车已经不够用了,需要换一台空间更大、更舒适、续航里程更高的新能源汽车。经过多轮比较,她最终确定了一款刚刚上市的大六座 SUV,“有了这辆车,我就可以带着父母和孩子共同出行,孩子的用品也可以装下了。”王女士说。

这家汽车 4S 店的销售经理张先生告诉记者,这款大六座 SUV 刚上市就已经卖完了一个月的产能,预计最快也是 12 月中旬交付。他说,今年以来以大六座 SUV 为代表的“大车”卖得特别好,以前想买这类车,只有理想、问界等几个选择,而今年市场上一下多出来好多车型。张先生认为,大六座 SUV 之所以卖得好,一方面是切中了消费者家庭出行需求的痛点,另一方面是价格覆盖面也更广,以前这种中大型车一般都在 30 万元以上,而现在这种车型售价已下探至 20 万元。

“大车”满足家庭出行需求

据了解,行业内一般将车长 4.8 米以上、轴距 2.8 米以上的乘用车界定为中大型车,而车长超 5 米、轴距突破 3 米的车型则归入大型车范畴。今年以来,车市迎来了“大车”上市的风潮,多家车企都推出了车长超 5 米、轴距突破 3 米的 SUV。

目前汽车市场上的主流大六座 SUV 车型已经成了“大车”的典型,覆盖了纯电、增程、插混等不同动力模式,价格区间更是从 15 万元到 50 万元不等。记者粗略统计,这些车型包括:腾势 N8L、腾势 N9、蔚来 ES8、乐道 L90、问界 M7、问界 M8、理想 i8、昊铂 HL 增程版、领克 900 等车型。这些“大车”的一个普遍特征就是,以场景化体验吸引消费者,全方位满足家庭消费者的需求,冰箱、彩电、大沙发的“新三大件”已成为纯电六座 SUV 的基础门槛。

随着消费理念的进步,消费者对“六座”的认知发生了变化,过去被视为“鸡肋”的第三排,已逐渐成为出行刚需。大六座 SUV 采取的是 2+2+2 的座位布局模式,虽然比传统的 5 座车只多出一个座位,但能保证 5 人乘坐时足够宽敞,6 人乘坐的情况下也不局促。

值得注意的是,在“大车”市场新能源的强势并未完全挤压燃油车生存空间。9 月宝马 X5 以 88169 辆的销量蝉联燃油中大型 SUV 冠军,其成功得益于品牌溢价与进口身份带来的高端认知,而长城汽车的坦克 400 Hi4-T 与坦克 500 Hi4-T 也分别跻身销量前十,也证明硬派越野这一细分场景仍有强劲需求。

统计数据显示,今年上半年大六座 SUV 车型销量为 36.8 万辆,同比 2024 年增长了 2.2%,业内人士预计,随

着下半年主流品牌大六座新车的密集推出,今年该车型销量预计将达到百万辆左右的规模。

大六座 SUV 应避免陷入同质化竞争

采访中多位业内人士对记者表示,目前家庭结构的变化催生了消费者对大六座 SUV 的旺盛需求。随着二孩、三孩政策的持续影响,家庭出行需求发生结构性变化,中大型六座、七座 SUV 市场迎来机遇。

业内专家表示,中国家庭结构正呈现“少子化”与“多孩化”并存的趋势,传统三口之家模式逐步边缘化,直接导致 A 级轿车市场收缩,而满足多人出行的大三排车型市场快速扩张。与此同时,消费者的购车理念也在升级,从简单的“有座可坐”转向追求“每一个座位都舒适”的品质体验。

在大六座 SUV 喧嚣热闹之余,我们也必须看到,“大车”带来行车、停车的不便利和成本因素等矛盾也会日益暴露出来。记者注意到,在众多车企争相推出大六座 SUV 的同时,市场已出现明显的同质化竞争趋势。各品牌在产品配置、营销话术甚至目标客群上都呈现出高度重叠的特征。目前大六座车型普遍以“冰箱、彩电、大沙发”为卖点,技术门槛低导致行业迅速陷入“内卷”,很容易陷入“以价换量”的恶性循环。

尽管对大六座 SUV 有陷入“价格战”的隐忧,但记者还是对车市未来抱有信心,因为目前车市中大六座 SUV 车型的集中涌现,从厂家的角度看,说明了车企的产品布局越来越细分化、专业化,与消费者的实际需求契合度也在不断提升。将来随着社会、经济变化及人口结构的调整,汽车市场将来一定还会涌现出更多细分品类的产品。

前三季度电动汽车充电基础设施发展呈现三大成效

□新华社记者 王希 戴小河

国家能源局最新数据显示,截至 2025 年 9 月底,我国电动汽车充电设施(充电桩)总数达到 1806.3 万个,同比增长 54.5%,有效保障了全国 4000 万辆新能源汽车的充电需求。

国家能源局电力司副司长谭洪江在 10 月 31 日召开的新闻发布会上表示,今年以来,国家能源局秉持“适度超前、科学布局、智能高效”的原则,不断完善政策体系,持续扩大充电设施规模,加快推动技术业态创新,有力支撑了新能源汽车的推广,主要取得三方面成效。

——充电服务能力持续提升。从规模上看,截至今年 9 月底,我国电动汽车充电设施(充电桩)总数达到

1806.3 万个。其中,高速公路服务区累计建成充电设施(充电桩)6.8 万个。从服务能力上看,截至今年 9 月底,全国公共充电设施额定总功率约 2 亿千瓦、平均功率约 44.4 千瓦,分别较年初增长 59.2%、26.9%,充电服务能力和充电效率显著提升。

——新技术新业态取得突破。今年以来,单枪充电功率大于 250 千瓦的大功率充电设施加快普及,以“即充即走”为重点的大功率充电网络启动建设,全国大功率充电设施已超 3.7 万台,大大提升了充电速度。同时,智能充电技术不断突破,车网互动有效“破题”,目前已有 17 个省份开展车网互动规模化应用试点。

——政策供给持续加码加力。近期,国家发展改革委、国家能源局等部门印发《电动汽车充电设施服务能力“三年倍增”行动方案(2025—2027 年)》,明确到 2027 年

底,实现充电服务能力的翻倍增长。文件明确,支持民营经济在充电领域发展。

来自国家能源局的数据显示,截至今年 9 月底,全国前 10 大充电运营商中有 8 家是民营企业,这 8 家企业负责运营的公共充电桩数量占比达到 70.7%。

此外,据介绍,今年以来国家能源局还出台了加强充电设施安全管理、促进大功率充电设施科学规划建设等政策文件,加大政策支持力度,充分利用支持“两新”的超长期特别国债、地方政府专项债、新型政策性金融工具等,支持一大批充电设施项目建设。

“下一步,国家能源局将会同有关部门扎实推进充电设施服务能力‘三年倍增’行动方案有效落地,持续提升充电基础设施网络,不断提升运营管理水平,更好满足群众购置和使用新能源汽车的需要。”谭洪江说。