

# 20万元以下MPV遭遇滑铁卢

MPV的蓝海市场“蓝”在哪，估计现在车企也想知道。乘用车市场信息联席会（以下简称“乘联会”）近日发布数据显示，今年上半年MPV累计批发量为56.3万辆，相比2019年下滑近两成，依旧未恢复至疫情前的水平。此前，随着二孩、三孩政策落地，家庭出行市场带来的潜在增量，让各车企开始涌入MPV“蓝海”。然而，事与愿违，目前中低端MPV销量“腰斩”，上汽通用别克GL8的高端市场也未见成效，固定的“四强”格局也非后来者能够轻易打破。

## 中低端销量几近腰斩

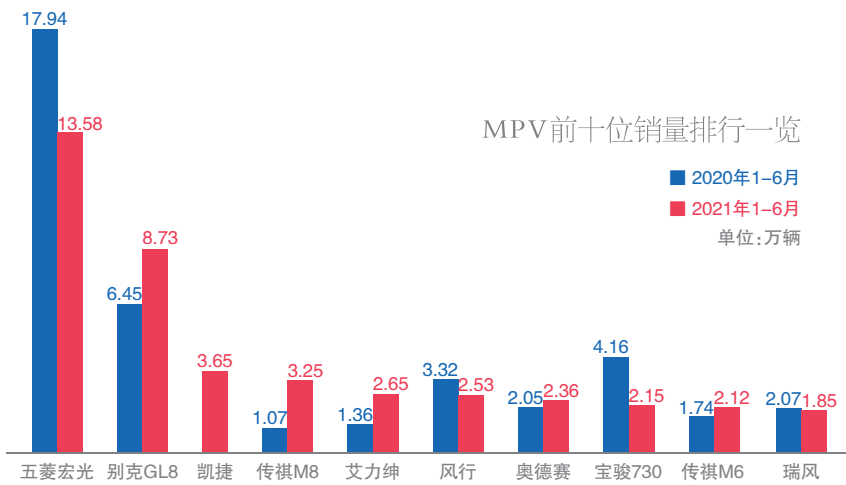
曾被认为是继SUV下一个风口的MPV，销量折戟。

据统计，今年上半年MPV累计市场规模为823.7亿元，相比2019年下降1.3%。同时，今年上半年MPV销量也未恢复到2019年的水平。数据显示，今年上半年MPV累计批发量为56.3万辆，相比2019年下滑17%。而今年上半年MPV的渗透率也降至仅4.6%，相比2018年的7.5%下降近3%。

其中，中低端车型的低迷成为MPV整体下滑的直接原因。乘联会方面表示，中低端MPV已跑输车市大盘。数据显示，中端、低端MPV销量分别为2.21万辆和26.35万辆，相比2019年分别下滑28.5%和47.2%；高端MPV销量为18.47万辆，相比2019年增长50.2%。

从各车型看，今年6月中低端MPV销量同比均不同程度下滑。

从各车型数据上来看，今年6月中低端



MPV车型同比销量均有不同程度的下滑。在低端MPV中，五菱宏光销量同比下滑13.4%、东风风行销量同比下滑31%、江淮瑞风销量同比下滑8.9%、宝骏730销量同比下滑42.4%。而在中端MPV中，上汽大通G50销量同比下滑5.2%、比亚迪宋MAX销量同比下滑31.03%、长安欧尚科尚销量同比下滑96.58%、吉利嘉际销量同比下滑65.57%。

2016年，国内MPV排名前十位均为自主品牌中低端车型，其中五菱宏光、宝骏730等均持续增长。然而，今年上半年，20万元以下MPV销量接近“腰斩”。

## 车企误判市场增量

国内MPV发展曾形成两级分化格局，10万元以下的低端MPV市场中，自主品牌间“厮杀”激烈，20万元以上的中高端MPV市场，则由合资及进口品牌车型主导。其中，自主品牌低端工具车型占据MPV市场多数份额。彼时，轿车与SUV仍为车市主导

车型，MPV并未引起车企重视。

随着“二孩政策”落地及消费需求转变，近年来MPV成为各车企追捧的细分市场。同时，消费者对MPV消费观念的转变，也让最初MPV打造的“宜家宜商”概念向更加家用化、乘用化方向倾斜，这也让各车企进入产品升级、转型期。基于此，10万-20万元MPV车型形成的“真空地带”被认为是家庭MPV车型的增长空间，一时间引得众多车企入局。2017-2019年，比亚迪宋MAX、吉利嘉际、上汽大通G50等自主与合资品牌车型集中杀到。

然而，“真空地带”的增量空间却并未转化为销量。一位自主品牌经销商负责人对北京商报记者坦言，自主品牌推出的中端MPV，上市后曾热销过一段时间，但随后便开始下滑。

在该负责人看来，这与MPV购买人群的特殊性有一定关系。相比轿车与SUV车型，MPV的购买人群相对固定，购车用途分为商务用车和家庭用车两类。其中，商务用车的消费者对于车辆品牌、尺寸和定位要

求更高，往往会选择高端车型或进口车型；家庭用车的消费者则多为换购或增购，车型选择价位也多在20万元以上车型。

近年来，20万元以上MPV市场已出现需求增长趋势。数据显示，今年上半年MPV市场销售均价（累计）达17.5万元，与2019年同期相比上涨4.8万元。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示，购买MPV的多为四口或五口家庭，家庭用车对乘坐舒适度、品质有更高要求，需要能够满足家庭出行和商务洽谈的全能舒适车型，使得高端MPV的需求量反而增加，中低端车型则陷入尴尬局面。

除价格上移，近期各车企密集推出的大七座SUV也瓜分了MPV份额。随着二孩、三孩政策落地，2018年开始各车企借助SUV市场的火热提出大七座SUV概念并推出多款SUV，不仅提供五至七座的不同选择，还支持多种座椅布局方式，满足消费需求。颜景辉认为，相比MPV车型，大七座SUV车型无疑更容易满足消费者需求。“SUV外观设计更加年轻时尚，也更能满足消费者对车辆驾驶和通过性的需求，大七座SUV成为MPV车型的‘拦路虎’。”

## 高端格局难破

事实上，中低端MPV销量陷入低迷，部分车企也将目光转投20万元以上的高端MPV市场，试图打破上汽通用别克GL8、广汽本田奥德赛、东风本田艾力绅和广汽传祺M8组成的“四强”格局，但也并非易事。

北京商报记者梳理发现，今年广汽丰田赛那、东风悦达起亚第四代嘉华、北京现代库斯途等多款高端MPV有望集中投放，

这意味着合资车企将带动高端MPV“打新”热潮。不过，在业内人士看来，虽然20万元以上MPV市场消费需求较大，但能否打破现有格局成为新入局者的难题。

乘联会方面表示，今年上半年国内高端商务MPV销量高速增长。其中，上汽通用别克GL8、东风本田艾力绅和广汽传祺M8三款车型的销量占MPV市场的28.9%，同比上升7.9%。乘联会发布数据显示，今年上半年上汽通用别克GL8销量为8.7万辆，同比增长61.8%；广汽传祺M8销量为3.3万辆，同比增长217.2%；东风本田艾力绅销量为2.7万辆，同比增长76.9%；广汽本田奥德赛销量为2.4万辆，同比增长39.9%。

值得注意的是，高端MPV市场的“欺生”现象依然明显。据统计，国内MPV“四强”月销均破5000辆，目前新入局者仍未能打破现有格局。其中，今年上半年上汽大众威然和上汽荣威iMAX8销量分别为4257辆和3663辆。乘联会方面认为，商务MPV销量高速增长，与一个地区的经济水平、对车的接受程度都有密切关系。

乘联会对今年上半年MPV区域流向分析显示，进入前十名的区域均为经济较发达且人口众多的省市。其中，上汽通用别克GL8在上海市、广汽传祺M8在广东省均存在区域优势，包括网点多、维修方便、信息反馈迅速等；山东省和江苏省则成为上汽通用别克GL8和东风本田艾力绅的第二、三大销售区域。

“高端MPV存在市场潜力，但并不会迎来爆发期，高端MPV主要还是以商用需求为主，而消费者的家用使用场景则更多选择SUV。”乘联会秘书长崔东树表示。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

## 智能进阶 乐行无忧 全新别克威朗Pro搭载多项领先智能安全技术

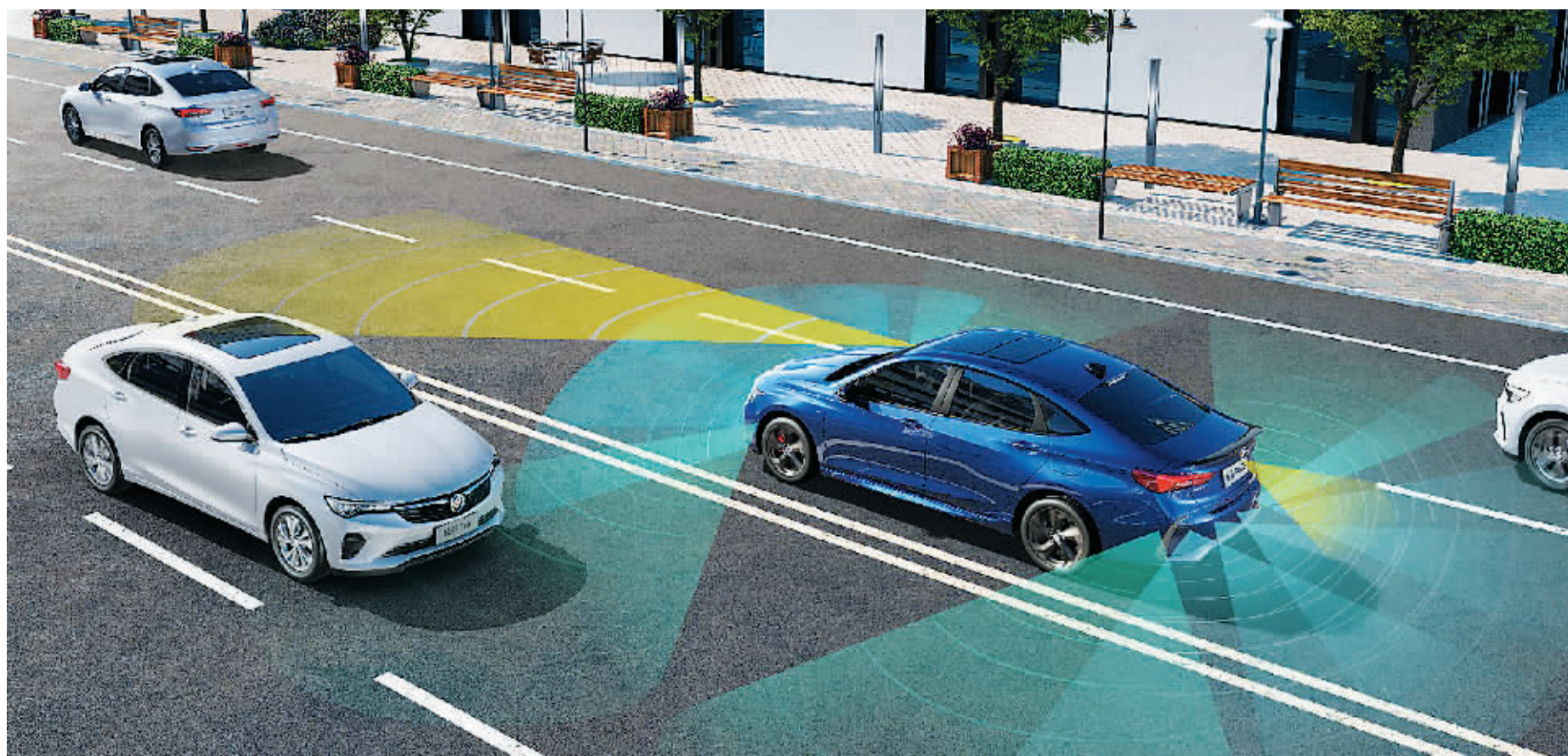
上汽通用汽车别克品牌近日公布全新威朗Pro安全科技信息。作为别克汇聚全球优势资源打造的新一代战略车型，全新威朗Pro基于C-NCAP五星安全碰撞标准开发，并搭载先进的主被动安全科技，不仅延续了“安全”的别克产品DNA，更为“Z世代”年轻人的乐趣出行保驾护航。

在被动安全方面，全新威朗Pro无疑是一个功底扎实的“尖子生”。新车采用高标准、高强度的结构设计，拥有BFI车身一体化结构和激光钎焊一体化车顶。同时，全新威朗Pro还针对小偏置碰撞进行充分优化，经过100多轮次的迭代分析，显著提升车身左右两侧乘员舱结构的安全性能，有效减轻碰撞所造成的车身形变，为驾乘者生命安全再添保障。

随着城市道路交通环境日益复杂，驾驶辅助功能成为了年轻人购车时考虑的重要因素。全新威朗Pro通过搭载更多主动安全科技，为消费者带来全新智能出行方案。

新车配备12个超声波雷达，能够对车身周围1.5米区域进行全方位实时监测，大幅扫除驾驶者的视觉盲区。而基于硬件的支持，全新威朗Pro更搭载多项同级领先的智能驾驶辅助科技，包括PD行人识别系统、FCA前方碰撞预警系统、LKA车道保持系统、LDW车道偏离预警系统、FDI前车距离提示系统、CMB碰撞缓解系统、SBZA侧盲区预警系统和APA自动泊车辅助系统，让用户在享受出行乐趣的同时没有后顾之忧。值得一提的是，威朗Pro的主力车型配备的CMB碰撞缓解系统，其自动制动反应时间低于0.5秒，更支持夜间模式，全天候为出行保驾护航；同时，PD行人识别系统可识别80厘米以上的行人和自行车等目标，必要时可提前进行预警以避免或减轻碰撞伤害。而作为确保驾驶安全的另一项重要辅助功能，全新威朗Pro还配备了远近光一体透镜式LED大灯，提供了更佳的夜间照明效果和远光功能。

一直以来，卓越的安全表现始终是别克品牌的重要标签。全新威朗Pro不仅为年轻消费者带来时尚潮流的高颜值和驾驭快乐的加速度，更依托最新智能安全科技和高规格整车安全标准，为消费者的每一次出行守护到底。



全新别克威朗Pro搭载多项同级领先的智能驾驶辅助科技



全新别克威朗Pro采用高标准、高强度的结构设计



全新别克威朗Pro搭载先进的主被动安全科技