人民日报海外版

2026年11月12日 星期四

责编：张星冉 邮箱：hwbjjb@163.com

乘用车市场承压的背景下，SUV仍保持增长态势——

# 中国市场偏爱SUV

本报记者 **徐佩玉**

细心的人会发现，路上的新能源SUV（运动型多用途乘用车）越来越多了。销售数据印证了这一点：近期中国国内汽车市场波动，轿车、MPV（多功能乘用车）等品类均有所下滑，SUV则保持增长；进一步看，SUV市场增长的核心驱动力来自新能源——中大型及大型新能源SUV持续热销，市场渗透率已处于高位。

从燃油车时代到电动车时代，中国市场为何始终偏好SUV？车企为何更倾向布局这一品类？未来SUV竞争的重点会是什么？






▲ 在江西省南昌市一家新能源汽车企业车间内，一批新能源SUV汽车欧洲订单正在进行检测。

**李 劼**摄（人民视觉）

▶ 观众在第26届武汉国际汽车展览会现场体验新能源汽车。

**马二虎**摄（人民视觉）

## 销量稳定增长，中大型卖得更好

乘用车市场承压的大背景下，SUV仍保持增长态势。

中国汽车工业协会数据显示，今年前9个月，SUV产销保持增长，其他乘用车品种产销呈两位数下降。其中，销量排名前十位的SUV生产企业共销售833.5万辆；销量排名前十位的轿车生产企业共销售462.7万辆；销量排名前十位的MPV生产企业共销售59万辆。

10月份延续了这一趋势。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会（以下简称“乘联分会”）最新数据显示，今年10月，SUV零售94.8万辆，环比增长3.5%，同期轿车和MPV零售环比均有所下降。

北京车主刘女士刚刚换了一辆SUV。她告诉记者：“我家之前有一辆燃油轿车，今年买电车的时候特地选了SUV。过去选轿车有一部分原因是为了节省成本，SUV比轿车更费油。现在电车就没这个顾虑了，SUV空间大、视野好，我会更喜欢SUV。”

哪些类型的SUV在中国卖得好？

先看价格，SUV市场中20万—30万元的车型增长更稳定。乘联分会数据显示，前三季度，按车型起步指导价划分的20万—30万元SUV零售达到147万辆，同比增长2.8%。从市场供给看，小鹏G9L、启境GX7、改款理想i6等SUV产品近期接连上市，产品起售价多在20万元左右。

同样是SUV，大车型更受欢迎。乘联分会负责人崔东树介绍，从2024年至2026年的数据来看，SUV新车数量远超轿车和MPV，是上新最密集的品类。其中，SUV大型化趋势明显，车长5—5.5米车型占比从2024年的17%升至2026年的56%；4.5—5米的中型SUV新品占比从72%跌至45%。这说明SUV新品结构向中大型集中。不少车企随之做出调整。本田全新冠道将于近期上市，与上一代中国特供大5座SUV不同，全新冠道转型为面向东南亚市场的7座混动SUV。

MPV与SUV内部空间接近，为何销量差距如此大？中国汽车战略与政策研究中心高级研究员刘锋对本报记者表示，过去7座市场基本由MPV主导，MPV本身商用属性更强，多用于接待、长途商务出行。但普通家庭在多成员出行需求下，更看重日常驾驶便利性、通过性，SUV更贴合家用场景，7座SUV第三排多为应急使用，适合兼顾日常代步和偶尔全家出行，更契合国内多数家庭的实际使用节奏，因此分流了部分MPV的潜在用户。

## 新能源开发优势突出，成为核心驱动力

如何理解SUV热销趋势？

在业内看来，消费端与供给端的共同作用推动了SUV市场的持续升温。

消费端，家庭用车场景更趋多元。刘锋分析，近年来，中国国内市场上用户需求场景发生了迁移。自驾游、露营、轻越野等出行方式快速增长，消费者对空间装载能力、座椅布局灵活性、通过性和坐姿视野提出了更高要求。同等价位下，SUV在这些方面比轿车有优势，乘坐体验更好，能够适应更加多元的出行场景，对家庭用户的吸引力更强。

供给端，车企在产品投放上更偏向SUV。刘锋分析，首先SUV的市场需求基础好，受众更广，单车溢价空间更高。有调研显示，某车企同款平台下的SUV利润比轿车高出30%以上，这使得企业在资源分配上更倾向于布局SUV。其次，新能源开发优势突出，SUV车身高度便于布置电池包，更容易实现长续航。对于低矮的掀背车或轿车，在底部铺设电池包会牺牲垂直空间；但在车身更高的SUV里，电池包对车内空间的影响较小。这一工程层面的适配性，使SUV在电动化时代获得了更明显的产品优势。此外，SUV产品拓展灵活，可以衍生5座、7座版本，覆盖更多细分家庭场景。

值得一提的是，中大型及大型SUV保持增长的核心驱动力主要来自新能源。汽车之家研究院数据显示，从购买车险量看，今年上半年，中大型SUV市场销量达到88万辆，同比增长28%，全年预计有望突破200万辆；大型SUV市场销量达到35万辆，同比增长97%，全年有望突破90万辆。其中，中大型SUV上半年新能源销量73万辆，同比增长52%，新能源渗透率82%。大型SUV市场上半年新能源销量33万辆，同比增长110%，新能源渗透率更是高达97%。

可以说，在大型SUV市场，赛道已由新能源全面替代。智驾、底盘、整车架构等前沿科技持续赋能旗舰大型SUV，构筑起差异化价值壁垒，使其价格更具韧性。

刘锋表示，这一市场特征，是消费需求结构变化叠加电动化转型共同作用的结果。从价格结构看，SUV产品线覆盖更广，既有20万元以内产品，也有大量20万元以上中高端车型，能够对冲低端市场短期下滑压力，整体销量更稳，也成为车企发力这一赛道的重要原因。

## 从拼空间迈向智能化、新技术

从燃油车到新能源，SUV在中国市场为何赢得更多青睐？

据介绍，燃油车时代，SUV高坐姿、视野好、底盘通过性强，能够满足家庭出行、自驾等多元需求，受到国内消费者青睐。但SUV燃油车使用成本相对更高，在不少购车人眼中，这影响了其综合优势。进入电动化、智能化阶段，更经济的出行成本、更舒适的驾驶体验，进一步放大了SUV产品优势。不少车主在换车时，从轿车转向SUV。

未来SUV在中国市场的竞争重点会是什么？

刘锋认为，一是细分场景差异化竞争。拼尺寸、拼空间的阶段正在逐步过去，产品的使用场景会进一步分化，覆盖城市日常通勤、长途自驾、户外露营、轻越野等不同需求，面向特定场景的定制化产品会持续增多。比如，面向专业越野、日常自驾可提供底盘配置不同产品，而且同类产品也可以推出更细分的售后定制改装。二是智能化能力竞争，智能座舱、自动驾驶功能正成为中高端SUV核心卖点。三是成本与能效竞争，尤其是20万元以内的SUV，能耗、性价比将是其争夺市场的优势。四是产品精细化体验，包含驾乘质感、空间利用效率，7座车型第三排实用性等细节。

更多车企深耕SUV，也带来了更多新技术新应用。中汽测评中国汽车消费者研究与评价发布的《2026新能源中大型及以上SUV市场洞察》报告显示，中大型及以上新能源SUV市场已进入技术成熟期与竞争深水区。三项曾被忽视的“感知技术”正成为高端新能源SUV的核心差异化能力，即防晕车技术、静谧性和气味舒适性。对此，报告建议，车企可从第三排乘坐体验、科技体验、防晕车、气味舒适性与静谧性这五点出发，构建差异化的产品体验壁垒，实现用户口碑的提升与产品的溢价。

专家认为，新能源SUV市场的竞争正在进入一个更贴近家庭真实使用场景的阶段。谁能把安全功能做得更扎实、把空间用得更好、把体验做得更细，谁就更有可能在新的市场环境下站稳脚跟。

十一月一日起，全国成品油零售加油站实现『交易即开票』——

# 加油、开票『无缝衔接』

本报记者 **汪文正**

自今年11月1日起，全国成品油零售加油站全面推广“交易即开票”，实现加油交易与发票开具无缝衔接。对车主和加油站而言，“交易即开票”有哪些好处，又要注意些什么？记者进行了采访。

何为“交易即开票”？据了解，为提升成品油消费者开具发票便利度、降低企业经营管理成本、强化成品油零售领域税收监管，国家税务总局在前期试点基础上，于今年6月印发《关于在成品油零售领域全面推广“交易即开票”有关事项的公告》。依据公告，“交易即开票”是指成品油零售加油站完成销售成品油交易后，按照交易数据通过税务部门乐企平台即时向购买方开具全面数字化电子发票。“交易即开票”覆盖成品油零售领域不同交易场景，包括购买方通过第三方支付平台、互联网平台等形式支付加油款以及通过加油卡、现金等形式支付加油款等。

“交易即开票”有何好处？

从消费端来看——长期以来，消费者加油开票普遍存在每次均需提供信息、事后补票难度大等问题。国家税务总局征管和科技发展司有关负责人介绍，推广“交易即开票”模式，可以深度绑定加油交易全流程，消费者完成加油支付后，自动生成发票并直接推送至消费者，可有效杜绝加油站拒开票、漏开票、错开票行为，打通消费开票“最后一公里”，方便消费者开票，也保障消费者合法权益，让每一笔成品油零售消费都有据可查、有票可依。

成品油零售开票端也有好处——由于成品油零售行业客流集中、高峰期交易量大、客户流动性强，传统的开票模式需要人工录入。上述负责人介绍，“交易即开票”新模式打通了系统间数据壁垒，实现开票流程自动化、智能化，全程无需工作人员人工录入、审核信息，减少了加油站人员工作量。

此外，依托“交易即开票”等新技术、新手段，在给消费者和开票方带来便利的同时，也有助于税务机关进一步规范行业税收秩序、夯实行业税源管理基础，营造公平公正、合规遵从的税收营商环境。

税务部门还提醒消费者，申请“交易即开票”过程中需注意两点事项：

一是备好开票资料，事前核对基础信息。个人需预填好个人姓名及身份信息；企业报销需备齐单位名称、税号等基础信息；付款前仔细核对信息，交易完成、发票生成后，如需修改抬头可办理换开。

二是及时收存票据，做好发票查验归档。收到数电票后尽快下载，并进行备份，以备后续查询、下载使用，还可在国家税务总局发票查验平台核验发票信息。

税务部门还针对部分老年车主、不熟悉线上操作的群体，推出了便民举措。加油站依旧保留人工协助服务，不会完全取消人工服务窗口。老年人不会操作手机接收电子发票，可由站点工作人员协助查询、下载、打印。如果遇到发票漏推、系统异常等问题，除联系加油站外，也可以通过12366纳税缴费服务热线进行咨询反馈。

连接全球700多个港口——

# 宁波舟山港年内集装箱吞吐量再破4000万标准箱

**本报杭州电**（记者**窦瀚洋**）11月10日，宁波舟山港年集装箱吞吐量突破4000万标准箱。这是继2025年首次跨越这一里程碑后，宁波舟山港连续第二年突破4000万标准箱，较去年提前22天。

今年前三季度，我国货物贸易进出口总值达39.94万亿元，同比增长18.8%。外贸规模持续扩大，集成电路、电动汽车、锂电池等产品出口保持较快增长，既为港口带来充足货源，也对物流通道的效率和稳定性提出了更高要求。面对外贸发展和产业升级带来的新需求，宁波舟山港持续拓展集疏运网络、织密全球航线、提升运营效能，不断增强枢纽服务能力。

港口通，腹地活。宁波舟山港全港海铁联运线路达115条，辐射16个省份、71个地级市，今年业务量已超180万标准箱。在义乌，新能源汽车零配件搭乘海铁联运班列，经宁波舟山港出海，最快8小时即可完成从发货到出海；在新疆阿克苏，货物通过“一箱直达”模式，跨越4910公里抵达港口。海铁、江海联运协同发力，让更多内陆货物便捷走向世界。

深耕腹地，更要联通全球。目前，宁波舟山港集装箱航线超310条，连接全球200多个国家和地区的700多个港口，港口连通性指数位居全球第二。今年，中欧北极快航进入常态化运营阶段，通航季已完成8个航次，单程约20天即可抵达欧洲，较传统苏伊士运河航线航程缩短近半。

吞吐量持续增长，也离不开强大的基础设施和运营能力。宁波舟山港拥有万吨级以上深水泊位220余座，建成全球唯一的双“千万箱级”单体集装箱码头集群。在梅山港区，130余台智能集卡有序穿行，依托自主研发的码头“双芯大脑”，船舶配载、集卡调度、设备运行实现智能协同。今年第三季度船舶在泊效率同比提升4.5%。

从拓展内陆腹地到联通全球市场，从基础设施建设到智慧化转型，连续两年突破4000万标准箱，折射出中国外贸通道的持续拓展和港口综合服务能力的不断增强。



安徽省亳州市谯城区因地制宜发展中药材黄菊花种植产业，拓宽农民增收渠道。图为谯城区观堂镇贾庄村农民在农田里采摘黄菊花。

**张刘艳**摄（人民视觉）