

# 掘金中大型车扩容红利 岚图泰山X8预售火爆

4月22日,岚图泰山X8开启预售,30.29万元起的价格直指竞争最激烈的30万元级SUV市场。当六座SUV已占据中大型车市场近七成份额,理想L8、问界M8牢牢锁定家庭出行刚需时,岚图却将旗舰资源押注于一款大五座车型。

发布会后,岚图汽车董事长卢放与CBO邵明峰接受记者专访时表示,岚图泰山X8预售开启53分钟订单即突破1.5万辆,市场热度很高,也让“大五座究竟是精准卡位还是窄门突围”成为行业焦点。

● 本报记者 龚梦泽



视觉中国图片

## 大空间成消费升级核心方向

当下中大型车市场快速扩容,各家车企集中入局,但是市场的真实容量如何?是否具备可持续性?卢放对中国证券报记者给出直白判断:“老百姓一直觉得‘大为美’,以前住小房子觉得能住就行,现在都换大房子了,车也一样。未来大车会不断替代小车。”在他看来,停车难、操

## 智驾路线回归理性

岚图泰山X8的核心标签之一是“四激光雷达配置”,以896线激光雷达为核心,配置3颗盲区检测激光雷达,在智驾领域的高强度竞争中,岚图的诚意是足够的。但如此豪华的硬件配置,是否又是一场让消费者过度买单的“配置冗余”呢?卢放对此给出了辩证性的回答——场景为王。

“我们希望用户不要特别关注参数,因为参数制造了某种焦虑,关注点还是要放在整车的综合体验上。我更多强调

## 全链条能力决定长期竞争力

预售开启53分钟订单破1.5万辆,但首发热度仅是准入门槛,真正分水岭在于交付爬坡。问界M8首月大定8万辆,200天交付12万辆,今年1月销量骤降至7381

控笨重等障碍正被后轮转向、智能驾驶等技术逐一瓦解,更大的车身体积会带来更多元化的用车场景体验。“现在大家对美好生活的追求是不变的,我们就需要通过‘大为美’的车型来不断满足用户需求。”卢放表示,未来大车的市场容量将建立在目前小车的市场保有量之上。

的是四激光雷达,特别是3颗补盲雷达的作用,以及它能够帮你去解决哪些问题。”卢放解释称,所有的配置均是为用户在实际使用中所面对的不同需求而产生的。

面对行业中热议的“跳过L3直抵L4”观点,卢放给出了截然相反的判断。他在采访中明确表态:“我个人还是坚定地认为,如果想走向高阶的智能驾驶,L3还是需要的。”

辆,原因指向内耗与技术新鲜感消退。卢放对此似有预判:“产品表现不是营销团队决定的,而是依靠研产供销全链条打通。”邵明峰力荐33.99万元超混版

岚图以此判断为基础,催生了“622空间标准”,即6平方米以上舱内面积、2.1米纯平大床、2把零重力座椅。“不满足这三项只能叫紧凑级。”邵明峰直言。

但岚图泰山X8作为中大型SUV中极少的五座车型,市场容量依旧存疑。2025年大六座SUV在中大型汽车市场占比已

在他看来,L3不仅是一个技术标签,更是构建责任闭环的必经阶段。“连续变化的过程才能实现技术迭代。从对社会运转和交通安全负责的角度看,L3是一个必要的过程。”

卢放特别强调了一个被行业忽视的维度——执行机构的智能化。“聪明的大脑一定要配合强健的四肢。以前说最重要的硬件指激光雷达、算力,但转向、制动、动力这些执行硬件的智能能力同样至关重要。”这一判断呼应了岚图的实践:今

Ultra:“科技猛兽,四激光、一键成床、后轮转向全给到,买它不担心过时。”

从梦想到泰山X8,岚图向上路径清晰。卢放的“大为美”是对出行品质升级的坚

超70%,六座车型设计精准、锁定多孩刚需家庭。邵明峰表示,泰山X8的逻辑是“不为一年用不到两次的第三排牺牲日常空间”,定位没错。卢放也坦言:“短时间内不会有哪款五座SUV比我们更好,基本做到极致了。”前半句是产品自信,后半句则暗示了赛道本身的容量边界。

年3月发布的泰山Ultra版本已基于L3智能架构,其硬件具备相关能力,但开放节奏严格遵循法规进度。

“我们每个人都有不同的观点或者不同的意见,我觉得这是很正常的,因为很多事情就需要我们在实践中不断地去探讨、讨论,甚至是争论,这样才能把路径真正地弄清楚。”卢放的渐进路线与跳级论形成鲜明对比——后者用硬件冗余绕道责任模糊期,前者以责任前置推动法规与技术的同步进化。

定判断。但规则能否被改写,答案不仅在预售数据中,更在接下来的交付报表里。泰山X8不是来参与排位赛的,它是来试图改写规则的,市场会用脚投票给出最诚实的回应。

## 董事长化身首席产品官 张建勇携北京81引领北汽产品新变革

● 本报记者 龚梦泽

4月20日晚,在北京举行的一场创新产品品鉴会,成为北汽集团自主品牌转型的关键注脚。北汽集团党委书记、董事长张建勇以首席产品官身份登台,发布北京81战术方盒子与北京·城市猎人高姿态SUV两款新品,既亮出军工基因硬实力,也宣告北汽从传统制造向用户导向、品类创新的经营逻辑彻底转向。这场发布会不只是一次新车亮相,更是老牌国企以产品尊严重构竞争力的奋力一搏。

当前汽车市场竞争日趋激烈。2025年上市新车达1827款,日均三款新车推向市场,用户“既要、又要、还要”的需求被进一步放大:车企扎堆堆配置、拼尺寸、比加速,陷入“不跟进怕落后、跟进则无利润”的困境。方盒子赛道更是硝烟弥漫,年销量已破百万辆,成为自主品牌必争之地,但多数品牌仍停留在外观模仿与配置堆砌的阶段,缺乏真正的差异化壁垒。北汽作为拥有军工底蕴的老牌车企,技术积淀深厚、车型矩阵完善,却长期面临有产品无爆款、有口碑无爆款的尴尬——近四千万老用户换购无承接产品,新用户对车型印象模糊,品牌声誉被信息洪流稀释。

“优秀的公司赚取利润,伟大的公司赢得人心。好产品是最大的营销,也是一家公司的最大尊严。”张建勇的开篇论断,直指行业核心矛盾:财务利润代表过去,用户口碑决定未来,而口碑的唯一载体是精准匹配需求的好产品。这也是他主动扛起首席产品官职责的底层逻辑,即跳出战略、资本等宏观层面,躬身扎进产品定义与用户洞察的一线,用产品力打破内卷僵局。

## 拒绝堆配置内卷 开创战术方盒子新品类

面对行业困局,北汽没有盲从推行“供给侧高端化”,包括不盲目堆砌星空顶等,不单纯拉长车身、对标豪车,而是转向需求侧创新,从用户真实场景与情感价值出发,开辟全新赛道。

本次发布的北京81,正是这套逻辑的落地成果。“新车定位战术方盒子,深挖北汽独有的军工基因,将军车的可靠、耐造、硬核品质民用化,精准锁定数亿军迷与军事题材爱好者,在同质化方盒子市场中开辟战术越野专属赛道。”张建勇告诉记者,依托BIP共创造车模式,用户从产品定义阶段就深度参与,收集海量用户建议,最终打造出宽体车身、专业越野配置兼具城市通勤舒适性的全能车型,实现“军工品质+情绪价值”双重赋能。

按照计划,北京81于4月24日在北京车展开启盲订,8月1日正式上市,成为北汽深耕越野存量市场的核心武器。

如果说北京81是存量基本盘的深耕,那么北京·城市猎人则是北汽开拓增量赛道的关键落子。数据显示,2025年国内SUV总销量接近1200万辆,是越野车总销量的12倍,中高端SUV更是品牌向上与利润提升的核心抓手。北汽摒弃堆料式高端,以“高姿态SUV”为定位,主打“一看就显贵、满满高级感”的用户感知,坚持用户定义高端、体验决定价值,计划于2027年上半年上市,填补北汽中高端SUV产品空白,拉动品牌价值与整体销量跃升。一硬派一高端、一存量一增量,两款新品形成双线作战格局,支撑北汽自主品牌2027年百万辆销量目标落地。

## 从听劝到共创 以用户思维重塑造车逻辑

从BJ40增程版的“听劝造车”,到北京81的BIP共创,北汽的破局路径清晰可辨:先贴近用户,再定义产品,最后开创品类。张建勇表示,针对用户吐槽越野车费油,北汽便推出增程版本;用户需要公路智驾省心,随即搭载了高阶NOA;用户热衷合规改装,就推出了官方赤兔版,每一步迭代都直击痛点。

也正是凭借“用户要什么,我们造什么”的务实思路,让BJ40增程版上市即热销,验证了用户导向的有效性。而BIP模式更将用户共创升级为全流程参与,从“听建议”到“一起造”,彻底颠覆传统车企闭门造车的开发模式,让产品从源头就贴合市场需求。

对整个汽车行业而言,北汽的转型极具启示意义。当下车市竞争早已超越参数与价格,进入品类竞争与用户心智竞争阶段。特斯拉Model Y凭精准产品定义热销,小米SU7靠懂用户与高颜值破圈,都证明内卷不是无解,而是要跳出同质化陷阱,回归用户本质。北汽的价值在于,作为老牌国企,没有躺在军工底蕴上吃老本,而是主动革新产品逻辑,以用户思维+品类创新在红海中开辟蓝海,为传统车企转型提供可复制的路径。

从董事长变身首席产品官,从堆配置到听劝造车,从深耕越野到冲击高端SUV,北汽变革的本质是从以企业为中心到以用户为中心的范式转移。北京81的登场,不仅是一款战术方盒子车型的亮相,更是北汽重拾产品尊严、重塑品牌竞争力的宣言。在北京车展启幕之际,这款承载军工基因与用户共创的新品,将成为检验北汽转型成效的试金石,也将为白热化的车市竞争注入一股回归产品、尊重用户的清流。

# 阿维塔:保持独立运营 赴港上市计划按节奏推进

● 本报记者 龚梦泽

2026年4月21日,中国长安汽车集团举行全球战略发布会,正式发布“1445”全球战略,宣布阿维塔与深蓝开启全面战略协同,合力打造中高端品牌群。4月22日,阿维塔06T正式上市,阿维塔科技总裁陈卓携管理团队接受媒体访谈,基于长安汽车战略部署,围绕战略协同、品牌运营、IPO进展、产品技术逻辑及成本优化等核心议题作出系统回应。本次访谈精准回应市场关切,清晰传递阿维塔长期发展定位与战略方向,全面夯实用户、股东及合作伙伴的长期信心。

## 坚守“三个不变”原则 战略协同聚焦中后台效率提升

陈卓在访谈中表示,阿维塔作为长安汽车“1445”全球战略的重要组成部分与关键承载主体,将严格遵循长安汽车董事长朱华荣提出的“三个不变”原则:高端新豪华品牌战略不变,品牌经营模式不变,渠道

运营与用户服务体系不变。本次协同并非品牌合并,亦不涉及前端业务调整,效率提升重点集中于中后台,核心围绕产品开发协同与供应链降本展开。

通过资源整合与体系协同,阿维塔与深蓝将实现规模扩容、覆盖拓展与运营效率提升,对两大品牌、员工、合作伙伴及股东均构成长期利好。陈卓表示,阿维塔将持续深耕豪华车细分市场,以智美新豪华为标准打造智能化产品,不断完善智美七星高端专属服务体系,推动品牌向上发展,落地集团整体战略。

针对市场高度关注的港股IPO进程,陈卓回答中国证券报记者提问时表示:“阿维塔科技赴港上市计划不受影响,仍会按当前节奏推进,择机完成上市。”这一表述明确了阿维塔独立资本化路径保持稳定,战略协同未对上市安排产生影响。

关于协同带来的成本优化,陈卓透露,经财务团队测算,通过开发协同、供应链整合与中后台效率提升,整体成本可有效降低。降本主要来自规模集成、研发资源共

享、供应链集中管理与运营效率提升,不涉及产品配置与服务标准的下调。

## 以安全为核心导向 左右双驱技术重构运动车型逻辑

阿维塔06T定位“智美全场景运动轿车”,全系标配太行分布式电驱,在行业普遍采用前后四驱的技术路线下,坚定选择左右双驱方案,成为本次发布的核心技术亮点。

陈卓在现场阐释产品定义逻辑:“四驱和左右双驱,你怎么选?一辆车失控,是前后失速的概率大,还是左右跑偏的概率大?同样的成本,我们怎样更好地保护用户安全?”基于安全优先原则,阿维塔放弃前后四驱可带来的商业溢价,选择更能有效应对车辆左右失控风险的技术路径。

阿维塔科技副总裁雍军进一步解释,太行分布式电驱可实现毫秒级感知与扭矩精准控制,响应速度远优于人体反应,在高速爆胎、湿滑路面、侧向撞击等场景下,可

快速修正车辆姿态,降低推头、转向不足及车道偏离风险,践行“让安全为运动兜底”的产品理念。

雍军强调,阿维塔构建全维度安全体系,车辆标配9个安全气囊、高强度钢与热成型钢板,并搭载华为高阶智能辅助驾驶系统,实现主动安全、被动安全、驾控安全与健康安全全覆盖,以底层技术筑牢高端品牌的安全底线。

阿维塔科技副总裁孙百功补充道,阿维塔06T延续品牌高颜值、高智能、高价值核心标签,是首批搭载华为896线激光雷达的车型,搭配太行智控底盘2.0,在同级产品中形成显著差异化优势。

在行业整合提速、高端竞争加剧的背景下,阿维塔以“三个不变”坚守高端定位,以中后台协同释放效率红利,以极致安全定义新豪华标准,在保障用户体验的同时实现高质量发展。随着战略协同稳步落地、IPO进程有序推进,06T等新品持续投放,阿维塔将进一步巩固高端智能电动赛道地位,助力长安汽车完成全球化中高端品牌群建设目标。

## 北京产权交易所挂牌项目信息表

1	项目名称	中国纺织机械(集团)有限公司10.275%股权
2	经营范围	开发、制造、销售纺织机械成套设备和零配件;开发和经营高新技术和其他机电产品;经营生产用原材料、配套件;进出口业务;房地产开发与经营;纺织品及纺织原材料、化工产品(不含危险化学品)的销售;与上述项目有关的技术咨询和技术服务;承包国外纺织机械行业工程及境内国际招标工程。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
3	注册地址	北京市朝阳区建国路99号
4	挂牌价格	547.18万元
5	挂牌期限	20个工作日
6	联系人	牛女士
7	联系电话	010-86296626

证券代码:600114股票简称:东睦股份 编号:2026-032

### 东睦新材料集团股份有限公司

NBTM NEW MATERIALS GROUP Co., Ltd.

#### 关于证券事务代表辞职的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

东睦新材料集团股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于2026年4月23日收到证券事务代表唐佑明先生提交的书面辞职报告,唐佑明先生因个人原因申请辞去公司证券事务代表职务,辞去上述职务后,唐佑明先生将继续在公司工作。该辞职报告自送达董事会之日起生效,其辞职不会影响公司相关工作的正常开展。

公司及董事会对唐佑明先生在担任证券事务代表期间所做的贡献表示衷心感谢!

公司董事会将根据《上海证券交易所股票上市规则》等相关规定,尽快聘任符合任职资格的人员担任证券事务代表职务,协助公司董事会秘书开展相关工作。

特此公告。

东睦新材料集团股份有限公司 董事会  
2026年4月23日

证券代码:603477 证券简称:巨星农牧 公告编号:2026-046

债券代码:113648 债券简称:巨星转债

### 乐山巨星农牧股份有限公司

#### 关于向特定对象发行股票发行情况报告书披露的提示性公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

乐山巨星农牧股份有限公司(以下简称“公司”)2023年度向特定对象发行股票(以下简称“本次发行”)发行承销总结及相关文件已经上海证券交易所备案通过,公司将依据相关规定尽快完成本次发行新增股份的登记托管事宜。

本次发行的具体情况详见公司同日发布于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《乐山巨星农牧股份有限公司向特定对象发行股票发行情况报告书》等相关文件。

特此公告。

乐山巨星农牧股份有限公司  
2026年4月24日

证券代码:601990 证券简称:南京证券 公告编号:临2026-009号

### 南京证券股份有限公司

#### 2025年度第四期短期融资券 兑付完成公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

南京证券股份有限公司(以下简称“公司”)于2025年8月22日发行了2025年度第四期短期融资券,发行金额为人民币16亿元,票面利率为1.75%,期限为241天,兑付日期为2026年4月23日。

2026年4月23日,公司完成了本期短期融资券的本息兑付工作。

特此公告。

南京证券股份有限公司董事会  
2026年4月24日