

传祺E8全运版限时上市，广汽摸透了MPV销冠该怎么做？

来源：陈怡婷 发布时间：2025-11-14 17:58:59

宽敞的后排空间瞬间变成移动观赛厅，17.3英寸大屏正播放着全运会的精彩赛事，这已不仅仅是辆交通工具，而是广汽传祺为中国家庭打造的全场景出行伴侣。11月10日，广汽传祺E8全运版正式上市，以限时补贴价20.98万元切入市场，仅限量419辆。

这款车作为传祺E8系列的两周年限量车型，不仅免费赠送价值12500元的“全运版限定舒享礼包”，更凭借其“可油可电”的黄金动力组合和灵活多变的大空间，进一步强化了其“中国家用车超优选”的市场定位。在连续15个月稳居中型MPV销量冠军之后，为何广汽传祺会选择E8在全运会节点推出特别版？这款车型对传祺品牌后续发展又意味着什么？



MPV的破局者

近年来，MPV市场正经历深刻变革。曾经由合资品牌主导的格局已被打破，自主品牌在MPV市场的渗透率已达到68.7%。传祺作为这一变革的引领者，从2017年推出首款豪华MPV传祺M8开始，逐步构建了覆盖“从入门到高端、从家用到商用”的完整MPV矩阵。

而为了进一步巩固了传祺在家用智能MPV市场的领先地位，传祺选择推出E8全运版，他

们选择通过不断丰富产品线，提升配置水平，传祺正推动整个MPV市场向高端化、智能化、新能源化方向发展。

为什么是E8？

在传祺MPV产品矩阵中，从10万级的M6到25万以上的M8家族，覆盖了不同价格区间的用户需求。而传祺之所以会选择E8推出全运版，背后有着清晰的产品与市场逻辑。传祺E8处在20万级价格区间，正是家用车市场最主流的消费地带。其“可油可电”的特性解决了用户的多场景出行需求。

150km的纯电续航满足日常通勤，1200km的综合续航则消除了远行观赛的里程焦虑。E8全运版在保留原车优势的基础上，为了契合如今全运会的观赛热情，新增了17.3英寸二排吸顶屏和航空级铝地板，这两项配置直击家庭出行痛点。后排娱乐屏让孩子在观赛途中也能享受视听乐趣，铝地板则便于清洁打理，这么看来传祺选择E8再合适不过。

销冠的自我修养

传祺E8自上市以来，已收获超过9万“满爱家庭”的认可，这一数字在竞争激烈的中型MPV市场堪称亮眼。连续15个月销冠的业绩，不仅彰显了产品实力，更反映了广汽传祺对家庭用户需求的精准把握。在自主插电混动MPV领域，传祺E8还拿下了一年保值率第一，成为有口皆碑的中国家用车最优选。市场销量与口碑的双重认可，为传祺E8推出特别版车型奠定了坚实基础。在车市竞争日益白热化的环境下，站稳20万级价格区间对自主品牌来说意义非凡，也体现了传祺在读懂家庭用户刚需方面的深厚功底。

品牌与热点的完美结合

第十五届全国运动会首次由粤港澳三地联合举办，作为扎根广州的本土车企，广汽集团成为这一盛会的官方合作伙伴不足为奇。而传祺E8全运版的推出，则更说明传祺对于市场的深刻思考。全运会作为国家级体育盛事，与“家庭”、“健康”、“活力”等关键词紧密相连，而传祺发现，这与传祺E8主打的家用车定位高度契合。

传祺发现，“全家组团观赛”成为秋日高频出行场景，而传统座驾的空间局促、续航焦虑恰恰成为这一需求的痛点。传祺E8全运版的推出，正是针对这一特定场景的精准解决方案。广汽传祺商品总监黑晶在上市直播中表示：“做到比传统MPV更智能，比SUV更舒适，比轿车更能装，让‘E8’的幸福感和出行延伸到出行的每一公里。”这种产品设计理念，与体育赛事带来的活力形象相得益彰。

汽车网评：传祺E8全运版犹如一座连接产品与场景、品牌与热点、现在与未来的桥梁。在竞争日益激烈的汽车市场，广汽传祺通过E8全运版告诉我们，真正的市场智慧，在于将产品实力与时代契机巧妙融合，让用户在特定场景下感受到产品之外的品牌温度。

HTML版本：[传祺E8全运版限时上市，广汽摸透了MPV销冠该怎么做？](#)