

73万起的7座MPV，五菱星光730上市

来源：吴美惠 发布时间：2025-11-14 18:53:18

10万预算，7座布局，三种动力，五菱又一次听懂了人民的需求。

11月12日，五菱汽车正式宣布“全能舒享大7座”星光730上市，以7.30万元至10.98万元的指导价切入市场，甚至提供限时置换价7.10万元起的惊人优惠。

这款新车的到来，不仅延续了五菱“神车制造者”的基因，更以“一车三动力”的独特策略，精准指向中国家庭多元化的出行场景。



截至上市前，星光730的订单已经突破30000台，可见其市场热度之高。这款车究竟有何魅力，又能给行业带来怎样的思考？

•五菱的自我颠覆与进化

从五菱宏光到星光730，上汽通用五菱正经历着从“工具车”到“家用车”的战略转型。

作为五菱第800万辆MPV里程碑之作，星光730肩负着沉重的使命。上汽通用五菱市场总监思行表示：“40多年来，我们一直坚持‘人民需要什么，五菱就造什么’的理念”。

这款车的推出，是五菱对超过800万MPV用户数据反馈与制造经验的结晶。

五菱星光730明确指向了多人口家庭的出行痛点。官方数据显示，参与预售的用户中二

胎家庭占比高达55%，精准命中了多人口家庭的出行场景。

这款车以“全能舒享大7座”为定位，试图在10万元级MPV市场中，将竞争维度从“性价比”拉升至“场景适配能力”。

在战略规划上，五菱正依托“新空间、新科技、新动力、新底盘、新研发、新智造”六大全新标准，向“精准开发”转型。

从“国民神车制造者”向“家庭出行方案提供商”转型，星光730无疑是五菱品牌向上的关键一步。

• “不对称竞争”策略

五菱星光730以“燃油+插混+纯电”三动力布局，打破了传统家用MPV市场的竞争规则。

在10万级MPV市场，传统燃油车型如五菱佳辰、大通G50等占据该细分市场62%份额，但均无新能源选项，跟不上绿牌与免购置税的政策红利。

而新能源车型如比亚迪宋MAX DM-i起售价达14.78万元，比星光730插混版贵了4万以上。

星光730巧妙抓住了市场空白，十万元级、三动力、真七座。这种“不对称竞争”策略，让它在竞品中脱颖而出。

比如，比亚迪宋MAX DM-i一直被大家公认为好车，从销量就能看出，续航方面很有优势，达到了1090km。但现在星光730的续航比这车还优秀，达到了1100km。

传祺M6、吉利嘉际L等车型起售价均超过10万元，比星光730燃油版贵3万元以上，但在空间尺寸上却不如于星光730。

星光730的2910mm轴距，比宋MAX DM-i长125mm、比嘉际L长105mm、比大通G50长110mm，真正实现了“价格更低、空间更大、选择更多”的竞争优势。

• 多元动力或成MPV行业新趋势

五菱星光730的“一车三动力”策略，为行业提供了全新的发展思路。

在新能源渗透率快速提升但基础设施仍存差异的当下，单一动力路线显然已无法全面覆盖中国复杂的市场需求。五菱没有强迫用户迁就动力形式，而是提供多种动力选择，显示出对基层市场复杂性的理解。

这种策略很可能引领未来MPV市场的发展方向。竞争对手们将不得不重新思考产品策略，加快推出更具价格竞争力的新能源MPV车型。

我们可以预见，未来将有更多品牌跟进“多动力布局”策略；10万级MPV市场的配置标准将被提升，电动侧滑门、大容量电池等原属高端车型的配置将逐渐下放；县镇市场的新能源汽车普及将加速，依托五菱全国2800+服务网点的渠道优势。

•星光730的“爆款”基因解析

星光730的产品力同样可圈可点，从空间、动力到配置，都体现了五菱对用户需求的深刻洞察。

空间方面，星光730拥有4910/1850/1770mm的车身尺寸，轴距达到2910mm。

采用“2+2+3”真7座布局，第三排至顶棚高度超过1.2米，成年人坐进去也不显局促。第三排座椅支持4/6分比例放倒，后备厢容积可在315L至1202L之间灵活变换。

动力方面，星光730提供燃油、插混与纯电三种选择。插混版满油满电综合续航达1100km，亏电油耗仅5.3L/100km；纯电版CLTC续航500km，每公里电耗成本仅7分钱；燃油版搭载1.5T发动机，最大功率130kW，峰值扭矩290N·m。

配置方面，星光730在同级中首次提供电动侧滑门选装，选装价3000元。

配备12.8英寸中控屏，支持车机互联，还搭载了540°全景影像。全车配备4个儿童安全座椅接口，对于多孩家庭来说极为贴心。

安全方面，星光730采用“六环高强钢笼式车身”，并搭载满足2026年新国标的神炼电池，结合“300万新能源销量零自燃”的记录，强化家庭用户对安全性的信心。

•电动EV：

五菱星光730的到来，不只是简单增加一款新车，更是对10万级家用MPV市场的重新定义。

它打破了“一款车一种动力”的传统思路，以燃油、插混、纯电三种动力组合，满足不同用户群体的需求。

从五菱宏光开启的家用MPV普及时代，到星光730的“场景化创新”，五菱始终在探索中国家庭出行的最优解。

正如五菱所言：“人民需要什么，五菱就造什么”。在多元化的中国家庭出行生态中，真正的“全能”不是面面俱到，而是给用户选择的权利，无论是动力形式、空间组合还是用车场景。

HTML版本：[73万起的7座MPV，五菱星光730上市](#)