

以“油电同强”破局，打造合资20全新广丰

来源：许湖娥 发布时间：2025-11-23 04:11:59

当大部分车企还在“all in电动化”与“死守燃油车”之间剧烈摇摆时，广汽丰田已用精准的产品布局、颠覆性的技术迭代与清晰的市场成绩，证明了“油电双线并进，且双双强大”并非不可能。正值2025广州国际车展期间，广汽丰田以24小时“双车发布会”，向行业宣告其“油电同强”战略的全面落地。

全新换代威兰达作为原汁原味的全球车型，不仅延续了全球车的纯正基因，更开创丰田首台“域控”燃油SUV技术革命；丰田鸿蒙座舱豪华旗舰D级纯电轿车铂智7，则以“均衡全能”的产品力，首次深度诠释了丰田对于豪华纯电的独特内涵。这两款车不是产品序列的简单补充，而是两个全新的“品类”，更可以看作是当下产业发展的缩影：“油电同强”不是遥不可及的口号，而是正在发生的产业现实，这是一次行业革新的“预演”。



全新换代威兰达延续了纯正的全球车血统，不仅保留了全球版的外观设计，更在核心技术上与全球车保持一致：搭载丰田全新电子电气架构，以“域控架构”重构油车底层技术基因，显著提升计算能力以及通信效率，开启油车域控时代，也定义了下一代油车的诞生。这也让全新换代威兰达既有全球车的基因，也具备与纯电车相当的智能化基础，并做到入门版就是豪华版，大幅提升了整车入门价值，将“高价值油车普惠”进行到底，是20万内最好的油车。

铂智7则用“豪华新三件”——双腔空悬、激光雷达智驾和鸿蒙座舱，正面打入智能电

车核心战区，证实合资不仅有好电车，还有更好的豪华电车。其中，对华为Drive ONE电驱、鸿蒙座舱5.0、Momenta R6大模型智驾、小米生态等中国本土顶尖技术资源的整合，做到了“中国智电技术+丰田全球技术底蕴”的双向赋能，俨然就是合资最好的电车。这也让铂智7肩负着开拓纯电新局和树立“合资豪华电车”新旗帜的使命。

市场表现则印证了这一战略的正确性。铂智3X 10月销量首次破万，创单月交付历史新高，累计销量超5万辆，是丰田纯电突围的首要车型。此前2026款全球车焕新上市，智能化全面升级，入门价值大幅提升，进一步强化了全球车竞争力，稳住了油车基盘。全新换代威兰达延续全球车基因的基础上快速智能化迭代，这也说明广汽丰田从未放弃对油车产品的持续革新。让油车更智能，电车更实用可靠，这就是广汽丰田“油电皆可强，强得不一样”的地方。

广汽丰田的“油电同强”，是行业最强的“融合共创”

广汽丰田的“油电同强”，本质是“全球底蕴”与“中国智慧”的基因重组，区别于部分车企的“全栈自研”或“供应商打包”，广汽丰田走的是第三条路：“育成式采购”与“丰田式融合”，这是行业内最强的“融合共创”。

以铂智7为例，丰田首次采用华为鸿蒙座舱不是简单的“拿来”，而是与丰田标准深度融合，确保体验的流畅与可靠。华为作为广汽丰田的全链路伙伴，从Hicar、TSS4.0智驾模块到华为电驱与鸿蒙座舱，这种深度合作为其长期竞争力奠定基础，也体现了广汽丰田在智能化转型上的坚定决心。

全新换代威兰达采用丰田自研的全新电子电气架构，并为中国量身开发了智能座舱，这是“中国创新，全球标准”的反哺模式。这种“融合共创”解决了用户长期吐槽的油车智能化短板，更证明油车的智能化天花板远未被触及，“蓝牌新势力”将成为不可忽视的新品类。2027年，汉兰达、赛那增程动力车型也将由中方联合研发，油车的“智强”之路才刚开始。

丰田式“融合共创”解决了合资车企在智能化时代的身份焦虑。广汽丰田的角色也正从“丰田全球制造支点”向“丰田全球智能技术策源地”跃迁。显然，广汽丰田的“油电同强”已经是行业的新范式。

聚焦用户需求原点，广汽丰田2026年大有不同

合资的转型之困，在于路径依赖与革新速度，但在过去8个月，广汽丰田打了一场名为“智能化”的闪电战：不仅推出“3大行业革新爆款”，更是做到“3个智能化首次”。这种颠覆性的改变，是一次自我革命的大决心。

铂智3X将业内激光雷达首次打入15万内，堪称合资纯电的一次“智能化革命”，证明了广汽丰田在电车领域也能打“硬仗”。铂智7是丰田首次搭载鸿蒙座舱的车型，实现了“生态融合革命”，透露着广汽丰田拥抱中国顶尖智能科技的开放姿态。全新换代威兰达则是丰

田首次在燃油车上搭载域控架构，是一次“油车底层技术革命”，也开创了油车新品类。

除了产品层面的快速迭代，广汽丰田还持续强化用车全周期的保障能力，为油电用户提供同等优质的兜底政策，包括但不限于油车动力总成/双擎混动电池终身质保、冬季续航守护行动、电车厂家三担责即电池自燃担责、泊车事故辅助担责和电池衰减担责等，有效解决油电用户全场景出行的诸多顾虑。在当前油车市场份额仍居高位的背景下，广汽丰田是少数有实力、有资格真正做到“油电同强”的车企，这更是广汽丰田肩扛的责任。

如果说，2025年的广汽丰田已然蜕变，那2026年将实现更大突破——力争在2026年实现年产销超80万台，并以此为基石在2027年达成10%以上销量增长。最终，广汽丰田将于2028年向百万产销目标发起全面冲击。为此，广汽丰田的突围之道锚定在回归用户需求原点，坚定聚焦“为你而造”的核心理念。

在日益复杂的市场竞争中，广汽丰田选择构建更加精准的用户需求转化机制。通过“用户需求清单”和现地化研发体系，融合丰田全球标准与中国市场洞察，推动产品从“实用主义”迈向“情感共鸣”。铂智7作为首款搭载鸿蒙座舱的合资豪华纯电轿车，正是这一开发思路的体现；2027年推出的新一代汉兰达、赛那也将搭载增程动力。随着电动化产品序列不断完善，广汽丰田预计2026年新能源车型销量占比将突破20%，2027年有望超过40%。

在用户服务层面，广汽丰田正构建更加立体的服务体系。现有620家经销店和近万名专业顾问将逐步转型为“响应更及时、服务更前瞻”的贴心管家。渠道模式上，将通过“经销+直销”并行与1000家县级铂智体验店的建设，一同增强市场覆盖。用户沟通方面，则通过RCE深度交流、用户共创等活动，建立更加开放、平等的对话机制。

从新车智能化突破实现“油电同强”，到与顶尖科技伙伴深度融合，再到重回百万产销的规模目标，广汽丰田正在用一场彻底的革新，证明“合资不一样”的可能。这场体系化的改革不仅关乎产品与技术，更是对用户服务、渠道创新的全面重构，也让大家看到广汽丰田坚定打造合资2.0模式的新形象、新身份。

在广州车展这个中国汽车产业的风向标舞台上，广汽丰田以“油电同强”为支点，诠释了电动化转型不是对过去的否定，而是对百年造车精髓的传承与创新，也抓住用户需求定制全面的体验升级，而不笼统强调“油电之同”。这是广汽丰田最深刻的一次形象重置，也为整个行业提供了一个值得深思的发展范式。

HTML版本： [以“油电同强”破局，打造合资2.0全新广丰](#)