

广汽丰田“油电同强”战略落地，双车发布重塑行业竞争格局

来源：蔡修梅 发布时间：2025-11-23 07:30:06

2025年广州国际车展期间，广汽丰田以一场持续24小时的“双车发布会”，向整个汽车行业宣告其“油电同强”战略的全面落地。全新换代威兰达与丰田鸿蒙座舱豪华旗舰D级纯电轿车铂智7的同步亮相，不仅展示了广汽丰田在燃油与电动两大领域的硬核实力，更标志着其“油电双线并进”战略进入实质性推进阶段。

一、双车齐发：不是补充，而是全新“品类”

全新换代威兰达作为原汁原味的全球车型，延续了纯正的全球车基因，更开创了丰田首台“域控”燃油SUV的技术革命。其搭载丰田全新电子电气架构，以“域控架构”重构燃油车底层技术基因，显著提升计算能力与通信效率，开启了燃油车的域控时代。威兰达不仅具备与纯电车相当的智能化基础，更实现“入门即豪华”，将“高价值油车普惠”进行到底，被誉为“20万内最好的油车”。



铂智7则以其“均衡全能”的产品力，首次深度诠释了丰田对豪华纯电的独特理解。该车以“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。通过对华为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，铂智7实现了“中国智电技术+丰田全球技术底蕴”的双向赋能，成为“合资最好的电车”，肩负着开拓纯电新局和树立“合资豪华电车”新旗帜的使命。

二、“油电同强”不是口号，而是现实

在当前汽车产业转型的关键节点，敢提“油电同强”的车企不少，但能拿出油电双向硬核产品与市场佐证的，唯有广汽丰田。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。

市场表现印证了这一战略的正确性。铂智3X在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，成为丰田纯电突围的首要车型。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。全新换代威兰达在延续全球车基因的基础上快速智能化迭代，证明广汽丰田从未放弃对油车产品的持续革新。

三、“融合共创”：全球底蕴与中国智慧的基因重组

广汽丰田的“油电同强”，本质上是“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。

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”不仅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。

四、用户导向：从“实用主义”到“情感共鸣”

广汽丰田的转型之道，始终锚定在回归用户需求原点。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。

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，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。

五、未来展望：从“油电同强”到“百万目标”

如果说2025年的广汽丰田已然蜕变，那2026年将实现更大突破。广汽丰田力争在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，最终于2028年向百万产销目标发起全面冲击。

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%。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。

结语：广汽丰田重塑合资新范式

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。通过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”，广汽丰田实现了最深刻的一次形象重置。

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，为整个行业提供了一个值得深思的发展范式。

HTML版本：[广汽丰田“油电同强”战略落地，双车发布重塑行业竞争格局](#)