

岚图梦想家10月销售6632台，蝉联高端MPV市场销冠

来源：黄伟成 发布时间：2025-11-12 01:36:15

11月11日，10月高端MPV销量榜单出炉，岚图梦想家以6632辆的成绩再度卫冕冠军，自2022年上市以来累计交付已突破15万辆。这一数据背后，不仅是一款车型的成功，更标志着中国品牌彻底改写了高端MPV市场长期由合资主导的格局。尤其值得关注的是，越来越多BBA用户选择“升舱”岚图梦想家，这款车究竟凭什么实现销量与价值的双向奔赴？

一、产品力精准破局：重新定义高端MPV的核心标准

高端MPV用户的核心诉求从未改变——空间、舒适、可靠性，但岚图梦想家给出了超越期待的答案。作为全球首款800V智能超混MPV，其产品设计直击用户痛点：3200mm超长轴距带来宽敞三排空间，二排航空座椅配备通风/加热/按摩功能，三排座深与腿部空间完全不逊于主流B级车，后备箱扩展后可达2680L，商务接待与家庭出行场景无缝切换。

在核心技术层面，岚图梦想家实现了代际领先：350km纯电续航满足日常通勤零油耗，综合续航彻底告别长途焦虑，5C超快充技术让20%-80%补能仅需12分钟；华为乾崮ADS 4智驾系统+鸿蒙座舱5的组合，不仅解决了MPV车身庞大、泊车困难的痛点，更让智能交互媲美高端新能源车。对比别克GL8的扭力梁悬架和有限智能化，岚图梦想家全系标配的魔毯空气悬架+CDC、智能后轮转向，将舒适性与操控性提升到新高度。



更关键的是，这款车打破了“高端即高价”的魔咒。32.99万起的售价，却能提供

40 万级产品力，乾崑 Ultra 版订单占比超 50%，单车均价突破 40 万元，证明用户愿意为真实价值买单而非品牌溢价。

二、用户升舱逻辑：BBA 车主为何转身选择中国品牌？

岚图理想家的用户构成中，BBA 车主占比持续提升，这背后是高端用户需求的深层转变。传统豪华品牌 MPV 普遍存在技术迭代缓慢、智能化不足、燃油经济性差等问题，而岚图理想家恰好补齐了这些短板。

对于商务用户而言，2000MPa 超高强度笼式车身 + 全面的安全配置，搭配图书馆级静谧性，接待客户时既显档次又能保障隐私；华为智驾系统在复杂路况下的精准表现，让长途驾驶更轻松，大幅降低商务出行的精力消耗。对于家庭用户，3.3kW 外放电功能支持露营、野餐等场景，三排独立空调与丰富的储物空间，完美适配二胎家庭的出行需求。

这种“宜商宜家”的全场景适配能力，正是 BBA 用户“升舱”的核心原因——他们追求的不再是单一的品牌标签，而是更贴合实际使用场景的产品价值，岚图理想家恰好提供了这种“无短板”的解决方案。

三、市场格局重塑：中国品牌的高端化突围样本

岚图理想家的持续热销，印证了中国品牌在高端 MPV 市场的全面突围。此前，高端 MPV 市场长期由别克 GL8、丰田赛那等合资车型主导，但随着新能源转型加速，传统合资品牌步伐迟缓，给了中国品牌机会。

岚图背靠东风集团五十余年造车积淀，将央企的品控优势与新能源技术深度融合，打造出兼具可靠性与创新性的产品。累计 15 万的交付量，不仅体现了市场对产品的认可，更形成了良好的口碑循环——上市 18 小时大定破 1 万台的成绩，正是口碑发酵的直接体现。

在新能源 MPV 赛道，岚图理想家与腾势 D9 等车型共同推动市场渗透率提升，2024 年新能源 MPV 已成为市场增长主力。而岚图理想家凭借 800V 超混技术、华为智能生态加持的差异化优势，成功站稳第一梯队，为中国品牌高端化提供了“技术 + 场景”双驱动的发展范式。

结语：高端 MPV 的竞争，终究是价值的竞争

岚图理想家蝉联销冠、累计交付破 15 万的成绩，并非偶然。它精准抓住了高端用户从“品牌崇拜”到“价值务实”的心态转变，用空间、舒适、智能、效率的全面均衡，重新定义了高端 MPV 的标准。对于 BBA 用户而言，“升舱”岚图理想家是理性选择；对于中国品牌而言，这款车的成功证明了高端化的核心不是堆砌配置，而是解决用户的真实痛点。

随着新能源技术的持续迭代和用户需求的不断升级，高端 MPV 市场的竞争将更加激烈。但岚图理想家凭借已建立的技术优势、用户基础和口碑壁垒，有望继续领跑市场。未来，中国

品牌能否在高端 MPV 市场实现更大突破，岚图梦想家的表现值得持续关注。

HTML版本：[岚图梦想家10月销售6632台，蝉联高端MPV市场销冠](#)