



高端竞争新焦点：车企鏖战大六座SUV



当前，大六座SUV已从细分补充品类，跃升为家庭出行刚需赛道。

大六座SUV扎堆亮相

2026北京车展将以空前的新车密度与技术高度迎来全球汽车产业的新车盛宴，无论是中国品牌高端化的突围，还是全球车企技术实力与设计理念的巅峰对决，抑或细分市场的新品爆发，都将在这里集中呈现。

目前，全球主流车企均已确认参展。从目前各大车企透露的信息来看，不少头部品牌都将在近期发布旗下全新或改款的全尺寸、中大型旗舰大六座SUV产品，覆盖30万—60万元核心高端价格区间，形成自主阵营扎堆竞争的火热局面。

具体来看，蔚来全新ES9将于4月9日正式亮相并举行技术发布会，新车也将在北京车展亮相。作为品牌全尺寸纯电旗舰车型，蔚来全新ES9凭借超5.3米的车长与超3.2米的轴距，提供六座和七座的灵活布局，主打高端

商务与家庭出行双重场景。市场普遍预计，若结合电池租赁服务，其起售价有望进入50万元以内。

理想汽车也将于今年二季度正式发布全新L9，其中L9 Livis版本定价为55.98万元。新车定位具身智能旗舰SUV，在原有大空间、舒适座舱的基础上，进一步升级智能座舱与底盘技术。比亚迪首款D级旗舰SUV大唐也将于近期亮相，纯电版搭载第二代刀片电池与高压快充技术，可以实现CLTC续航950公里，补能效率也大幅提升。零跑D19全尺寸旗舰SUV将于4月16日上市，预计售价在30万元级。此外，问界新款M9、小鹏首款大六座SUV GX等车型也将与上述车型同场竞技。

值得注意的是，大六座SUV市场即将迎来全新“玩家”。4月7日，奕境品牌方宣布，奕境首款车型——家庭旗舰大六座SUV已顺利完成极寒测试，计划于2026北京车展正式亮相，并将于年内上市。

智驾再提升技术路线分化

在空间、家庭出行方面占据优势的大六座SUV，在智能化方面也将迎来新一轮突破。

今年2月，相关路透图片显示，小鹏GX车型已在广州开放道路启动L4级自动驾驶实测。L4的上车离不开技术的迭代，3月2日，小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏宣布，历经近4个月的迭代，第二代VLA将于3月起正式迎来全量推送。“小鹏第二代VLA是面向完全自动驾驶的第一个版本，它将以小鹏从未有过的速度快速迭代。”

与此同时，合资车企也正在智驾领域奋力追赶。3月30日，上汽大众ID.ERA 9X开启预售。新车搭载了行云智能底盘、云栖智舱、行云智能辅助驾驶等技术。其中，智能辅助驾驶系统由Momenta提供，搭载了Momenta R7强化学习世界模型。

在智驾技术路线上，不同品牌也给出了

不同的选择。小鹏GX选择坚持走纯视觉智驾路线，配备4颗自研图灵AI芯片，总算力达3000TOPS，为L4级自动驾驶预留了硬件能力。

多数品牌则选择了激光雷达融合方案。例如，理想L9搭载4颗激光雷达，首发搭载马赫100双芯片，总算力达到2560TOPS；蔚来ES9标配3颗激光雷达，实现全域感知覆盖；新款问界M9升级到华为896线双光路图像级激光雷达，分辨率较192线产品提升4倍。

2026年被业界公认为L3级自动驾驶规模化商用关键节点与AI大模型上车爆发年，智能化技术已从概念验证转向工程落地，这一趋势将在2026北京车展集中呈现。官方信息显示，2026北京车展吸引了芯片与半导体企业、雷达与ADAS解决方案商、自动驾驶技术公司以及动力电池领军企业等数百家科技企业，涵盖从核心元器件到系统集成的完整技术链条。

市场需求与技术升级双驱动

当前，大六座SUV已从细分补充品类跃升为家庭出行刚需赛道。第三方机构数据显示，2025年大六座SUV全年累计销量约为728712辆，同比增长近一倍。

“随着生育政策的调整与家庭规模的扩容，中国家庭的多人结构趋势日益显著。对于这类家庭的出行，选择新能源大六座SUV较为经济便利。”经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，市场需求的攀升促使大六座SUV成为车企关注的重点，自然人局者众多。

科方得咨询机构负责人张新原表示，除家庭出行需求增长外，新能源技术的升级和成本下降也使车企能够推出更具竞争力的高端电动SUV。同时，品牌高端化趋势促使车企通过旗舰SUV提升形象，智能化技术的快速发展则为这类车型提供了差异化卖点，如高级别自动驾驶和AI大模型应用，进一步刺激了市场集中爆发。

大六座SUV市场下一步的竞争焦点则将集中在智能化体验、续航与充电效率以及成本控制方面。随着硬件预埋和芯片升级成为趋势，智能驾驶系统的实际表现和用户体验将成为关键差异点。此外，电池技术和快充能力的提升也会影响消费者选择。“车企仍需在高端配置与价格之间找到平衡，以扩大市场份额。”张新原指出。

盘和林则认为，大六座SUV未来的竞争焦点将聚焦于舒适性和智驾，一方面，要通过智能化的方式增强舒适体验。同时，SUV车型较大，为适应更多用车场景，灵敏的辅助驾驶甚至自动驾驶便尤为重要。

在2026北京车展上，智能化、安全性设计以及电池续航均会成为大众关注的焦点。“尤其是新车的智能座舱方面，交互屏的芯片配置和长期使用体验将成为用户关注的重点。”盘和林指出。北京商报记者 蔺雨薇/文并摄

两年亏掉营收4倍 癌症早筛企业艾米森再闯港交所

成立多年仍未走出亏损局面

艾米森最新的招股书显示，尽管已在癌症检测赛道深耕十余年，但近两年艾米森的营收仅在千万量级。2024年及2025年，该公司分别实现营业收入723.8万元、1541.9万元。

与有限营收形成鲜明对比的是持续扩大的亏损。2024—2025年，艾米森净亏损分别达到3863万元、4897.9万元，累计亏损近9000万元，相当于同期营收总和的近4倍。即便2025年营收实现了翻倍增长，亏损额仍同比扩大26.79%。

从增长动力来看，2025年营收翻倍主要依赖新产品获批后的集中放量。2024年9月，结直肠检测产品艾长健获国家药监局批准；2025年1月，肝癌检测产品艾馨甘与食管癌检测产品艾思宁相继获批上市。三款产品销售收入增加，直接带动整体业绩增长。

产品布局上，艾米森已构建覆盖多癌种的检测矩阵，多款产品获得国家药监局三类医疗器械注册证，当前商业化收入主要来自艾长健、艾长健、艾思宁以及艾馨甘。

北京商报记者注意到，艾长健一度是艾米森的营收支柱，在2024年为其贡献了72.2%的营收。不过，在2025年，艾米森的营收结构发生了较大的改变。艾长健营收占比下降到了29.7%，而艾长健、艾思宁与艾馨甘三款产品的营收占比分别达到了18.4%、15%以及29.1%。

北京中医药大学卫生法医学教授、博士生导师邓勇指出，艾米森的盈利困局，并非技术短板所致，而是商业化路径全面偏差与战略定位失误叠加的结果。公司拥有全球首创的qPCR甲基化检测产品，技术具备一定壁垒，III类证布局也体现出研发功底，但产品上市节奏严重滞后，核心肠癌检测产品获批时，

年营收仅千万，净亏损却近5000万元，武汉艾米森生命科技股份有限公司（以下简称“艾米森”）带着这份仍在亏损的成绩单再次冲刺港交所。在招股书失效后，4月7日，艾米森再次向港交所主板递交上市申请。这家成立超十年的癌症早筛企业，虽已手握多款国家药监局批准的III类医疗器械产品，但商业化表现并不理想。2024年及2025年，公司营收合计仅2200余万元，亏损却累计近9000万元。不仅如此，在这有限的收入中还有相当比例来自关联交易。

此外，艾米森主打的“早筛”叙事似乎也与监管定义存在偏差。市场上有声音质疑其产品的注册预期用途均为“检测”或“辅助诊断”，并非面向健康人群的早期筛查。从关联依赖到定位模糊，艾米森能否借IPO打破僵局，仍是未知数。

赛道已被诺辉、艾德等企业抢占，失去先发优势。同时，产品定价偏高、医保覆盖有限，直销与分销渠道建设滞后，终端营销能力薄弱。更关键的是，研发、销售、管理费用持续高投入，营收规模完全无法覆盖成本，导致亏损逐年扩大，规模化盈利遥遥无期。

就相关问题，北京商报记者向艾米森发送了采访函，不过截至发稿未获得回复。

市场化拓展不足依赖内部输血

在营收规模本就不大的情况下，艾米森的销售收入还曾高度依赖关联交易，其营收真实性与独立性备受关注。

艾米森招股书显示，武汉艾诺医学实验室（以下简称“艾诺实验室”）是公司的核心关联方，由执行董事、控股股东张良禄全资拥有，主营医学检测与合同研究服务。2024—

2025年，艾诺实验室分别为艾米森第一大与第二大客户，2024年交易金额达377.4万元，占当年总收入的52.1%，贡献过半营收。

除艾诺实验室外，艾米森另一大客户为凯普生物。凯普生物不仅是艾米森的重要合作伙伴，更持有其11.58%的股权。根据招股书披露，凯普生物由广东凯普生物持有61%股权，而在2024年，广东凯普生物为艾米森第三大客户，交易金额占总收入的5.2%。仅这两家关联方合计贡献近六成营收。

邓勇认为，这本质是股东体系内部消化产品，而非第三方市场的真实认可。这一收入结构直接暴露了公司市场化拓展能力的严重不足，依靠股东“输血”维持营收增长。

邓勇进一步指出，这种模式暗藏三重风险。一是港交所对关联交易定价公允性、非利益输送的严格审核，或成为上市拦路虎；二是上市后关联交易若被规范缩减，收入大概率

断崖式下滑，持续经营能力存疑；三是投资人会按扣减关联交易后的真实营收估值，企业估值将大幅缩水，彻底失去资本吸引力。

北京商报记者注意到，到了2025年，艾米森关联交易占比有所回落，艾诺实验室交易金额降至265.6万元，占比17.2%，而广东凯普生物则不在2025年前五大客户的名单之中。

“早筛”还是“辅助诊断”

对于艾米森这类企业而言，核心业务的成长空间是资本市场关注的焦点。艾米森对外主打的“癌症早筛”叙事，正是其吸引投资的核心逻辑，但这一定位在第一轮递交招股书时就饱受市场质疑。

根据国家药监局注册信息，艾米森目前已取得了五项III类医疗器械证书，涵盖血液、尿液等多个样本类型，针对肝癌、结直肠癌等

多个癌种检测。此前，有声音称艾米森获批产品预期用途均为针对特定癌症的“检测”或“辅助诊断”，而非严格意义上的“筛查”。这也意味着艾米森现阶段服务对象主要是“已出现症状的人群”，而非“主动进行健康筛查的普通人群”。

医药行业分析师朱明军告诉北京商报记者，若产品用途仅为辅助诊断，市场空间将大幅收缩。辅助诊断只覆盖就诊人群中的可疑病例，而早筛面向庞大的无症状人群，规模相差几个数量级；此外，估值逻辑也会重构，早筛被视为消费级市场，估值倍数远高于传统IVD产品；商业化路径亦将受限，无法直接向体检中心、健康人群推广。

据了解，目前，国内获得癌症“早筛用途”批准的产品较少，诺辉健康的结直肠癌早筛产品常卫清、觅瑞的觅小卫都在其中。常卫清在推出初期一度迎来爆发式增长，不过曾经风光一时的“癌症早筛第一股”诺辉健康因财务造假，已于2025年10月底被强制退市。

更值得关注的是，癌症早筛的监管门槛还在持续提高。2025年8月，国家药监局器审中心发布《癌症筛查体外诊断试剂临床评价注册审查指导原则》，文件明确了癌症筛查产品的受试者为无症状人群，同时，要求申报企业应选择不少于3家临床试验机构开展多中心临床试验，这无疑为艾米森未来的产品定位增加了难度。

邓勇表示，此番递表，艾米森虽交出营收翻倍的短期数据，但核心问题未改。对于这家十年磨剑却始终“跑不起来”的企业而言，上市并非终点，若不彻底切割关联交易、重建商业化体系、厘清产品定位，即便成功登陆港股，也难以摆脱长期亏损的泥潭，更无法兑现资本市场的期待。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈

