

再入新境！smart上半年交付量同比增长8%，产品矩阵持续扩容，全球化布局再提速

- 2026年上半年，得益于全球市场强劲需求驱动，smart全球交付量同比增长8%，业务版图扩展至41个市场，销售网点突破700家。
- 秉承“天生爱不同”的品牌主张，smart于2026年正式启动“Change of Perspectives”品牌战役，持续打破固有认知，进一步强化新奢品牌形象。
- 2026年，依托强劲的产品发展势能，smart产品矩阵将从3款扩充至5款。其中，品牌首款豪华掀背轿车精灵6号已正式上市，备受期待的smart精灵2号即将在10月巴黎车展上迎来全球首秀。

(2026年7月3日，中国杭州) 2026年上半年，新奢个性智能电动汽车品牌smart发展强劲，依托在品牌、产品及市场运营层面的全方位战略布局，全球交付量实现同比8%的稳健增长。值得注意的是，芬兰增长了446%，中国香港增长了276%，瑞典和德国分别增长了144%和140%。这份亮眼的市场表现充分印证了smart在电动汽车产品矩阵扩容、“中欧双核”战略深化与全球用户体验升级三大维度的快速进阶。



得益于新奢产品矩阵扩容与全球化布局推进，smart上半年全球交付量同比增长8%

smart品牌全球公司CEO佟湘北先生表示：“尽管当前全球市场竞争激烈、市场环境日趋复杂，但在两大股东的坚定支持下，2026年正成为smart全面提速的关键一年。我们将依托‘中欧双核’战略，驱动全球化高效运营。通过持续扩充新奢产品矩阵、拓展全球市场版图以及迭代升级smart care服务体系，坚定为全球用户提供卓越的智能出行体验。”



smart品牌全球公司CEO佟湘北先生

smart品牌全球公司CMO康毅先生表示：“自品牌诞生之初，smart便深耕城市出行领域。今年，我们开启'Change of Perspectives'全球品牌战役，进一步强化品牌新奢内核。伴随精灵2号概念车及品牌首款豪华掀背轿车精灵6号的推出，我们在坚守品牌D.N.A.的同时拓宽产品序列，携手全球用户以开放心态拥抱多元生活方式。”



*smart*品牌全球公司CMO康毅先生

拥抱“Change of Perspectives”，锐化品牌形象

传承28年深厚品牌积淀，*smart*已成长为奔驰设计，中国智造的新奢个性智能电动汽车品牌。以“天生爱不同”的品牌主张为内核，今年启动的“Change of Perspectives”品牌战役，是*smart*进一步强化新奢品牌形象的宣言，彰显品牌不断打破常规、突破固有认知的决心。



*smart*与英国多白金唱片销量的创作歌手Jessie J达成全球合作，开启“Change of Perspectives”品牌战役

为践行这一品牌精神，将核心理念深度融入全球文化语境，smart今年以来通过多元触点联动全球用户社群，包括以Keith Haring跨界合作为核心亮点的smart times灵感大赏，与Trek 100合作的公益骑行项目，并与英国多白金唱片销量的创作歌手Jessie J达成全球合作，以“Change of Perspectives”品牌战役为核心，诠释品牌不断突破边界、持续进化的态度。这一系列跨界布局在4月的全球品牌盛典迎来集中呈现，不断夯实smart以全新视角探索世界的品牌形象。



TREK 100 安吉站骑行活动于6月启程，smart精灵5号作为领航车型全程助阵

产品矩阵扩容：备受期待的精灵2号概念车与精灵6号重磅亮相

2026年是smart产品矩阵扩容的里程碑之年。smart旗下车型将从三款扩充至五款，每一款车型均秉承品牌D.N.A.——Designed with Love（奔驰设计）、No Compromise on Safety（安全至上）与 Amazing Drives（悦享驾乘）。凭借日益丰富的产品矩阵，smart正精准回应全球用户对多元出行方式与高品质体验的期待。



smart精灵2号概念车全球首秀

继smart全球品牌之夜全球首秀后，精灵2号概念车于今年6月登陆罗马，迎来欧洲首秀，并首次公开其全新内饰设计。作为经典都市双座车型的再造之作，其量产版将于今年10月亮相巴黎车展。

与此同时，smart亦正式切入全新细分市场，率先于中国推出品牌首款豪华掀背轿车——smart精灵6号。新车兼具行政级的空间表现、流畅的空气动力学造型以及CLTC工况下高达1810公里的超长续航，充分展现了smart在设计与工程领域的不断突破，为智能豪华电动轿车树立全新标杆。



品牌首款豪华掀背轿车smart精灵6号率先登陆中国市场

持续完善产品矩阵的同时，smart还不断通过个性化、专属化车型丰富品牌内涵。以smart精灵3号Keith Haring艺术特别版为例，该车将其标志性的艺术元素与smart精灵3号的灵动轿跑基因深度融合，使smart成为全球首个Keith Haring联名量产汽车品牌。



smart精灵3号Keith Haring艺术特别版

深化本地合作伙伴关系，加速全球市场布局

今年上半年，smart携手当地合作伙伴AutoStar和Prestige Auto S.A.U.，分别进驻哥斯达黎加和阿根廷市场，进一步拓展了拉丁美洲业务版图。



smart进一步拓展全球业务版图

随着两大战略市场的相继落地，smart的全球业务版图现已遍布6大洲的41个国家和地区，覆盖逾670座城市，并建立起由700多家线下销售网点组成的全球化经销网络。



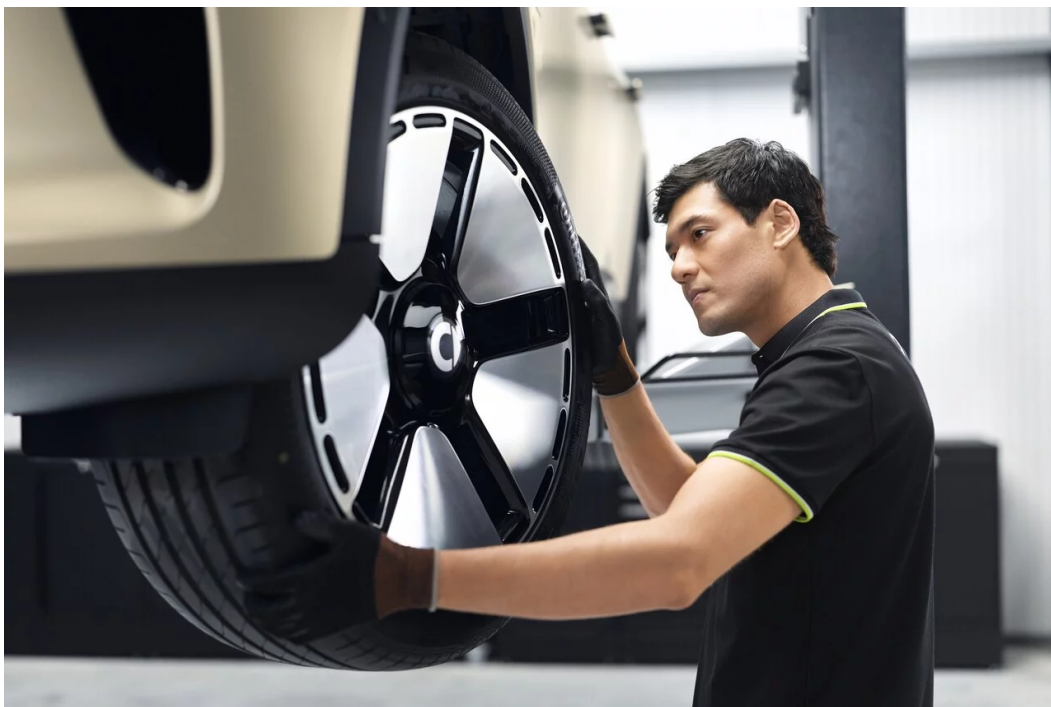
在国际市场屡获殊荣的新奢智能大五座SUV smart精灵5号

作为smart国际化战略的重要增长引擎，新奢智能大五座SUV精灵5号的市场版图持续扩大。继2025年在中国香港、新加坡及摩洛哥等地区成功上市后，该车型于2026年上半年再度拓

展，登陆新西兰、智利、哥伦比亚、阿联酋和埃及等8个全新国家市场，全球化布局进一步深化。

依托smart care与OTA远程升级，持续升级用户体验

全球业务稳步拓展的同时，smart持续深化用户服务体验，不断完善专属客户服务品牌smart care。依托全球统一标准与本土化服务能力的协同赋能，smart为各市场用户打造覆盖用车全生命周期的高品质服务，以专业、高效、贴心之举，守护每一段出行旅程。



依托客户服务品牌 smart care 持续深化用户服务体验

在线下服务进一步完善的同时，smart亦加速数字化生态建设。目前，品牌已在全球多数市场为适配车型推送OTA远程升级，重点聚焦智能座舱功能的迭代优化，不断提升数字化交互体验，让车辆常用常新，为用户带来更智能、更便捷的出行体验。



smart新奢产品矩阵扩容，全面服务全球用户

2026年，smart正式迈入“再入新境”的发展新阶段。立足持续深化的全球化布局、不断壮大的新奢产品矩阵与愈发鲜明的品牌形象，smart将秉持突破精神，与全球用户共同探索未来出行的无限可能。

关于smart

自 20 世纪 90 年代品牌创立以来，smart 始终致力于探索未来都市交通最佳解决方案。2019 年，梅赛德斯-奔驰股份公司与浙江吉利控股集团共同成立 smart 全球合资公司。此后，smart 成功实现了品牌、产品和商业模式的全面焕新，发展成为独具特色的新奢个性电动汽车品牌。目前，smart 拥有不断扩充的产品矩阵，业务版图已覆盖全球超40个国家和地区。

2026 年，smart 将聚焦于拓展新市场、升级 smartcare 客户服务体系，并推出两款战略车型 smart精灵2号和smart精灵6号。这些举措将推动 smart 在其“再入新境”迈入下一发展阶段。

联系方式

蒋征

vicky.jiang@smart.com

复制链接

<https://media.smart.com/zh-CN-CN/267790-smart-8/>