

重庆推动汽车行业发展  
探新路

# 增程车“遇冷” 销量下滑 从车市冷热看重庆造汽车晋级之路

曾经凭借“无续航焦虑”走红车市的增程车，今年迎来明显市场分化。

8月1日，在汽博中心一家新能源门店，售价不到15万元的增程轿车鲜有打动消费者。

隔壁问界门店完全是另一番景象。多位用户专程试驾高端增程车型，市民陈茂林试驾后当即咨询交付时间。家住两江新区的他，常带家人自驾川西、贵州：“平时市区用电安静好开，长途加油即走，不用焦虑充电桩。多花钱，买的是全家出行省心不折腾。”

深耕本地车市十余年的经销商周颀直言市场变局：“便宜增程越来越难卖，高端大车反而稳得住。”

告别全民热销，增程车究竟是“不香了”，还是正在褪去平民标签、转向高端细分赛道？



两江新区的长安数智工厂，市民正在拍摄刚下线的深蓝L06增程版车型。

## 低价增程承压 过去优势变薄

“总量下滑，并不意味着各个价格带同步退潮。”市场研究机构负责人冷兵告诉记者，增程市场渗透率呈现清晰梯度：10万~15万元区间仅2%，15万~20万元约6%，20万~30万元约12%，40万元以上高端区间可达20%~30%，价格越高，增程竞争力越强。

终端表现十分直观。深蓝S05、SL03、零跑C10、C11等低价车型，纯电版销量已反超增程版；即便是此前爆火的理想L6，今年也销量遇冷。反观问界M9、M8、零跑D19等六座高端车型，增程版持续热销。

在冷兵看来，行业早期，增程靠“用电省钱、用油兜底”彻底解决补能焦虑，快速圈粉。但如今市场环境巨变，单一优势已不足以支撑消费决策。

成本账最先改写。随着碳酸锂价格从峰值回落，稳定在10万~16万元/吨，低端纯电与增程车成本价差仅余数千元。但增程车必须搭载增程器、油箱、热管理、排放系统，不仅挤占车内空间、增加整车重量，还带来持续维保成本。对预算敏感的普通家庭而言，性价比优势彻底消失。

补能短板也基本补齐。当前全国高速快充覆盖率接近100%，800V高压、4C/5C超级快充持续下沉，“十分钟充电、三百公里续航”成为常态。消费者的困扰，从“找不到充电桩”变成“充电排队、速度放慢”，纯电日常使用体验大幅提升。

保值率进一步压缩低价增程车生存空间。“部分低端增程车三年保值率跌破40%，部分车型不足35%，低于同价位纯电车，不少车商已经拒收。”周颀说。

政策门槛也在抬高。乘联会秘书长崔东树表示，过去大小新能源车享受同等购置税减免，存在制度短板。2026年实施的新规，明确插混（含增程）纯电续航不低于100公里、亏电油耗更严苛，技术落后的小电池低端增程，生存空间持续被挤压。

## 仍有家庭愿意买单 山地长途放大价值

低价市场降温，高端增程为何屹立不倒？核心是高端用户的用车场景，依然离不开增程的兜底价值。

“大电池覆盖日常通勤，油箱兜底节假日拥堵、低温掉电、山区绕行。”本地车企营销部门负责人告诉记者，中大型SUV搭载空气悬架、高阶智驾、车载大屏、冰箱等高能耗配置，用电需求更高。而增程车型既能实现市区纯电静谧舒适，长途、户外露营又可燃油补能、对外供电，这种全场景从容体验，是高端家庭愿意付费的核心。

市场倒逼产品升级。记者注意到，新一代高端增程车型彻底告别“小电池凑续航”，转向“大电池、高快充、高效增程”。阿维塔“昆仑增程”搭载宁德时代神行4C超级增程电池，最高容量52.4千瓦时，纯电续航突破320公里，10分钟即可完成快充，彻底扭转传统增程“满电有力、亏电乏力”的短板。

持续的迭代，让新能源路线之争更加清晰。清华大学欧阳明高院士判断，2030年纯电、插混及增程比例将稳定在7:3。在绿电全面普及前，大电池混动车型，仍是长途出行、无固定家充群体的最优解。简言之，纯电走大众化通勤，增程走高负荷、长距离、复杂场景。



观众在重庆展馆体验乘坐赛力斯新能源汽车

## 从卖技术到卖体验 本地车企向高端晋级

市场结构性变局，为重庆车企敲响警钟：不能再简单赌赛道、低价走量，必须把增程做成场景明确、技术过硬、体验高端的差异化产品。

赛力斯是重庆高端增程车的标杆。2025年，其新能源车销量超47万辆，归母净利润接近60亿元，毛利率达26.88%。公司董事长张兴海认为，高端化的底色是安全，企业坚守“非安全不智能、非安全不电动、非安全不豪华”理念，未来不再单纯拼销量，重点沉淀安全、智能、服务的品牌价值。

长安汽车采取分层精准布局。阿维塔锚定30万~50万元新豪华市场，深蓝深耕15万~25万元中高端市场，双线共享研发和供应链资源。中国长安汽车集团董事长朱华荣介绍，长安每年研发投入占比不低于5%，已突破400余项三电核心技术，阿维塔更以50万元级高定价成功出海中东、东南亚，打响重庆高端新能源名片。

两条路径殊途同归：增程绝不能再做低价走量工具。

冷兵分析，15万~25万元市场虽然体量最大，但已是红海内卷。未来重庆车企要跳出“堆续航、拼参数”的套路，重点布局中大型五座、六座SUV及高端MPV，聚焦山地通勤、户外自驾、长途穿越场景，将主流增程纯电续航提升至250~350公里。

“高端市场比拼的早已不是动力路线，而是整车综合体验。”冷兵说，下一阶段竞争核心是智能驾驶、底盘控制、全域静谧性、制造精度、售后服务。

得天独厚的重庆山地工况，就是最好的产品试验场。满载连续爬坡、亏电高速、长下坡能量回收、山城坡道通勤、成渝双城往返、山区长线自驾，这些真实场景，不应只是营销话术，更要转化为可量化、可复现、可感知的硬核产品能力。

上游财经综合重庆日报