

10万级市场风云突变，日产N6比N7更威胁国产车

来源：郭建宇 发布时间：2025-11-17 11:45:10

预售价不到11万元起，标配21.1度电池包，纯电续航180公里，亏电油耗每百公里2.79升，采用合资品牌首个中央超算架构……继日产N7在纯电市场取得突破后，N6也试图将这一成功模式复制到插混市场。

从日产N7开始，日产将产品主导权交由中国团队，以“低价+高配”重构家用价值，将城市通勤、电驱经济性和舒适空间作为首要考虑。如今，N6沿袭这一路径，以更低的入门价格、更长的纯电续航里程和B级车的尺寸，瞄准10-15万元的主要市场，与比亚迪、吉利等品牌展开激烈竞争。



与宏大的叙事不同，N6强调“一周一充”的便捷性、油电无焦虑的使用体验，以及12万元级别即可享受的高速NOA功能，为家庭提供一辆真正实用的汽车。

合资品牌若想赢得市场认可，关键在于掌握中国式的造车节奏：以“中国优先”的定义权、快速迭代的工程能力和将使用者感知价值做到极致。N6能否复制N7的成功？答案将体现在接下来三个月的订单结构和市场口碑中。

N6能否复制N7的爆款逻辑？

日产N6的定价从一开始就低于合资插混车型的底线，官方预售价为10.99-12.19万元，权益价可达10.69万元起。这使得“合资插混”首次直面10万元级别的国产车型。

上个月，国内新能源乘用车市场的渗透率首次突破50%。其中，10-15万元区间成为新能源车尤其是插混和增程车型的主要战场。数据显示，今年前9个月，这一区间的新能源车销量达到235.1万辆，同比增长77.5%。插混车型因其兼顾通勤和长途的优势，成为家庭首次购买或换购的首选。N6正是切入这一快速增长的市场。

在这个主流市场中，插混车型的份额长期被比亚迪DM-i家族、吉利银河等国产品牌占据，合资品牌的存在感较弱。日产N6的推出，填补了合资品牌在10万元级别插混家轿市场的空白。

从配置上看，日产N6与比亚迪秦L DM-i、吉利银河L6、长安启源A07等国产品牌的插混和增程车型相比，入门价格更低，或者在同级别中配置更高。

最重要的是，日产N6搭载了日产全球首款乘用车插混系统——AI云擎电混，配备1.5L发动机和155kW电机的动力组合，纯电续航里程达180公里，零百加速仅需6.8秒，亏电油耗低至2.79升/100公里以下，且测试工况更为严格的WLTC标准。

与同级的国产品牌车型相比，日产N6的电池电量超过18度，明显高于平均水平。此外，N6的亏电油耗也优于比亚迪和吉利的相关数据。例如，比亚迪第五代DM技术将亏电油耗降至2.6升，但测试工况为NEDC标准。

日产N6的轴距为2815毫米，官方宣称其空间利用率高达86.4%。这与N7所主打的“B级尺寸C级享受”空间理念一脉相承。N7顶配车型搭载了Momenta端到端智驾大模型，将城市NOA的门槛降至14万元以内。

在N7之前，除了部分新势力品牌，很少有车型能够在15万元内配备城市NOA功能。在“低价+高配”的策略下，N7上市后迅速成为小鹏M03的强大竞争者。

在N6上，顶配车型搭载了高通8775芯片，全球首发与Momenta飞轮大模型舱驾融合方案，将高速NOA的门槛降至12万元级别。这进一步体现了东风日产“中国式造车”的逻辑：当国产品牌将高速NOA功能引入10万元级别的车型时，合资品牌也要紧跟这一趋势，打造全面均衡的车型。

N7的市场表现也证明了“对的产品+对的价格”策略的威力。近几个月来，N7的终端销量始终保持在6000辆以上。

当合资品牌学会中国式造车

在最近的东京车展上，来自中国的日产N7成为全场唯一的左舵车型。当本土参观者仔细端详这款由中国团队主导研发的电动车时，标志着日产新时代的序幕已经拉开。

从N7开始，日产放弃了“全球车型本地化”的旧模式，将产品规划、设计、工程开发乃至市场定价权最大程度下放至中国本土团队。N7和N6的“低价高配”及本土化舒适性设计（如大沙发、NISSAN OS）正是这一策略的具体体现。而这正是N7凭借“低价+高配”策略取得成功的关键。

N6的推出打破了合资品牌插混车型价格普遍高于国产品牌的局面。15万元以内的主流插混车型，纯电续航里程多在80-135公里之间，如比亚迪秦L和荣威D5X DMH。N6则以21.1kWh电池和约180公里的纯电续航里程，再次提升了这一门槛。

三年前，比亚迪凭借合资燃油车颠覆者的身份，切入10万元级别的家轿市场。借助政策红利和电驱经济性的优势，开启了新能源车替代燃油车的加速进程。反观在这一领域缺乏相应布局的合资企业，只能眼看着市场份额被国产品牌不断蚕食。

日产N6的发布，是继比亚迪秦系列将插混车型价格降至9.98万元后，合资品牌对10万元级别家轿市场的一次具有里程碑意义的冲击。尤其是对于日系品牌而言，当竞争领域回归插混，其在先进发动机技术上的优势将更好地体现。这一点从N6将亏电油耗控制在2.8升以内也可见一斑。

通过将10万元级别家轿的价值定位为“一周通勤纯电+更大空间”，N6将这一市场的竞争从“谁更便宜”转向“同价谁的体感价值更高”（通勤经济性、空间舒适性、油电无焦虑）。这也将消费者心中重塑“10万元级别也能购买合资新能源车”的认知。

同样掌握先进发动机技术的大众、丰田和本田，一旦学会中国式造车，新能源格局或将再次发生重大变化。

HTML版本：[10万级市场风云突变，日产N6比N7更威胁国产车](#)