

【汽车人】埃安i60必胜信念来自哪里

来源：梁雅文 发布时间：2025-11-20 13:36:54

埃安i60的出现，填补了“插混续航不足、高端增程价格过高”的市场缺口。

文 / 张婕

11月16日，广汽埃安首款增程+纯电双动力车型——埃安i60正式上市，提供两个增程版本和四个纯电版本。



这款定位“国民刚需大五座SUV”的产品，限时焕新价10.48万元起，10万元级可买增程款200公里纯电续航，并且承诺“烧一赔三”。

在10万元级SUV市场，尚未有一款真正“爆款”的增程车型。同样配置的增程车型，价位大多在20万元以上，当埃安i60的价格定格在10.48万元起时，整个新能源汽车市场都感受到了这场“价格革命”的冲击力。

埃安i60不仅填补了10万元级高品质增程市场的空白，更标志着中国新能源汽车市场

从“高端内卷”走向“国民普惠”的新阶段。

兑现改革成果

从去年11月开始，广汽集团开启了全面改革。在“番禺行动”指导下，广汽打响了“三大战役”。

自广汽“番禺行动”启动以来，广汽埃安的动作很多，产品密集发布，产品力呈现爆款潜质。广汽埃安快速转型成功，是技术积累、用户基础、机制改革和体系进化共同作用的结果。

特别是以用户为中心的理念贯穿到产品开发、营销服务等各个环节，让企业能够更精准地把握市场需求，推出真正满足用户期待的产品。

“i60比较集中体现了改革理念落地成果。”广汽集团品牌营销本部埃安营销本部负责人、首席用户官杨龙在接受采访时道出了这款车背后的深层逻辑。

广汽推进的IPD与IPMS体系改革，打通研发与营销的双向链路。从设立首席用户官制度，让用户声音直接接入产品定义环节，到采购、供应链的一体化改革带来的成本优化。改革积淀，终于在i60身上得到反馈。

埃安下半年密集动作背后是广汽集团数十年的战略蓄力与近一年的深度变革。作为最早洞察新能源趋势的车企之一，广汽埃安率先建成智能产业园与全球唯一新能源汽车“灯塔工厂”，EV、ICV全栈自研能力让品牌成为最快达成百万销量的新能源车企。

更重要的是，埃安成立四年来积累了180万用户和3000万广汽保有用户的1560亿公里行驶数据，这些数据不仅验证了其在B端市场积累的品质口碑，更为C端转型奠定了坚实基础。正如杨龙强调的：“从产品定义到需求满足，我们实现了前所未有的突破。”

如果说改革是i60的根基，那么技术就是它的灵魂。这款车最让人惊喜的，是把原本属于昊铂高端品牌的星源增程技术直接下放。

i60增程版终结了“亏电油耗高、加速慢、噪音大”三大痛点。

1.5L增程专用发动机搭载“火山型燃烧系统”，实现3.73kWh/L的行业第一油电转化率，百公里亏电油耗低至5.5L。这个数据意味在满油满电状态下，i60增程版可以轻松完成从北京到上海的单程旅行，中途无需加油充电。

210km的纯电续航，刚好踩中了2025年购置税减免政策的节点——纯电续航100公里以下将失去免税资格，而i60不仅保留了政策优势，更让用户实现了“城市用电、长途用油”的理想状态。按照每天通勤50公里计算，充一次电可以用4天，每周只需充电一次，彻底告别了里程焦虑。

在智能化方面，i60搭载了广汽GSD智驾辅助系统，3R7V硬件方案（3个毫米波雷达+7个

摄像头)支持高速领航、智能泊车、代客泊车等功能。这些配置,放在一年前的10万元级市场是不可想象的。同时,超100项科技舒适配置全系标配,让智驾、智能座舱等原本专属高端车型的配置,成为国民车型的标配。

纯电版车型同样诚意满满,根据配置不同提供最大功率150千瓦和165千瓦两种驱动电机;电池则提供容量为47.829千瓦时、62.268千瓦时和75.26千瓦时磷酸铁锂电池组可选,CLTC纯电续航里程分别为400km、530km和650km,满足不同用户的需求。

埃安重磅推出“烧一赔三”,远超行业“烧一赔一”的标准,更是对产品安全的自信。

这种自信源于i60在安全上的真金白银投入:弹匣电池2.0技术加持,实现500亿公里0自燃纪录;车身热成型钢占比72%,配合同级最长侧气帘,构建起全方位防护体系。在碰撞测试中,i60的多项指标远超国标要求,展现出了超越同级的安全实力。

“国民好车就意味着这个车首先性价比要拉满,第二是科技平权,第三是安全,第四是品质。”杨龙对“国民好车”的定义,在i60身上得到了完美诠释。

在品质方面,广汽合资出身的生产管理经验,让产品在实验认证环节多项指标远超国标。从零部件采购到整车组装,从路试到品控,每一个环节都严格把控,确保交付给用户的每一辆车都经得起时间考验。

冲击10万级增程蓝海

“20万元以下、200公里以上增程车,这个市场未来一定是一个好的增长点。”广汽埃安i60产品总经理凌新新对市场的判断精准而直接。

当前新能源市场呈现纯电、混动、燃油“三分天下”的格局,大概是3:4:3的占比。i60纯电和增程一起,在此背景下占了至少70%的市场比例。

但市场呈现明显的两极分化:20万元以上有理想、问界等品牌主导,而10万-15万元主流价格带却长期缺乏“体验与品质双优”的产品。

埃安i60的出现,恰好填补了“插混续航不足、高端增程价格过高”的市场缺口。尤其是100公里以下插混购置税减免优势取消后,插混必须做到100公里以上。i60增程版续航直接做到210公里起,却做到插混价格,核心目标就是用200公里的续航与100公里的插混直接竞争,用“插混价格、增程体验”形成降维打击,精准吸引充电不便、有长途需求的刚需用户。

更聪明的是,埃安采用了双车协同战略。i60主打主流实用,主攻三四线城市与北方市场;AION V Home定位新潮个性,聚焦一二线纯电市场。两款车共享平台技术,降低了研发与制造成本,这也是i60能做到10万元级定价的关键之一。

从具体设计来看,埃安i60采用了与V Home不同的全新设计语言,融合了传祺向往系列

和AION纯电系列的设计元素。前脸采用封闭式格栅设计，搭配贯穿式灯带，与两侧“Y”形灯组相连，拉宽视觉宽度的同时，彰显出纯电车型的独特气质。车身尺寸方面，长宽高分别为4685/1854（1876）/1660mm，轴距2775mm，全系采用5座布局，空间表现优于同级竞品。

产品再好，也需要渠道和服务的支撑。按照规划，2026年6月前，埃安将建成600家广汽融合站，实现县域市场渠道下沉，让用户“买车方便、用车省心”。

在补能方面，埃安自营充电桩已突破2万根，覆盖能力“已是行业第一”。同时，通过UT super与宁德时代、京东的换电合作，丰富补能选择。从充电到换电，从城市到乡镇，埃安正在构建一个全方位的补能网络。

在用户服务方面，全新改版的“安友汇”社群、“AI上生活好状态”用户IP的打造，以及7×24小时在线客服，让用户感受到了超越产品本身的价值。这种以用户为中心的服务理念，正在成为埃安的核心竞争力之一。

月销过万的底气

“i60至少月销1万辆，如果加上AION V Home系列车型，我们目标是要做到月销1.3万辆。”凌新新的目标明确而大胆。

这个目标的底气来自于多个方面：首先是产品力的绝对自信，i60上市3小时订单就突破5160辆，展现了市场的热烈反响；其次是10.48万元的起售价让竞品压力山大，性价比优势明显；再者是210km纯电续航+5.5L亏电油耗的组合拳精准击中用户痛点，产品定位清晰。

“我们在i60这款车上必有必胜的决心和信念，要把20万元级以下、200公里以上的增程市场打爆。”凌新新自信表示。

但挑战同样不容忽视：该细分市场聚集了比亚迪、零跑、深蓝等强敌，竞争异常激烈；当前增程车型销量同比增速放缓，市场热度有所降温；如何平衡i60与AION V Home的同平台竞争关系，考验着埃安的智慧。

更重要的是，国民车的定位意味着更高的品质要求。一旦出现质量问题，影响的将是数百万潜在用户的信任。因此，“烧一赔三”的承诺既是信心的体现，也是巨大的压力。但埃安既然如此承诺，意味产品品质是经得起考验的。

埃安i60的上市，用10万元级的价格，让普通消费者也能享受到增程技术的便利；用“烧一赔三”的承诺，重新定义了新能源汽车的安全标准；用改革的成果，证明了传统车企转型的可能性。

正如杨龙所说：“i60要成为国民家庭最信赖的出行伙伴。”这不仅是一款车的使命，更是一个品牌对时代的回应。在这场国民增程革命中，埃安i60已经打响了第一枪。

未来几个月，市场将给出最终答案。但无论结果如何，i60都将在中国新能源汽车发展

史上留下浓墨重彩的一笔——它让增程技术不再是少数人的专属，而是真正走进了千家万户，成为国民出行的新选择。

这场关于“国民”的革命，才刚刚开始。【版权声明】本文系汽车人传媒原创稿件，未经授权不得转载。

HTML版本：[【汽车人】埃安i60必胜信念来自哪里](#)