

烧一赔三，凌新新立下军令状：i60月销不过万就是失败！

来源：李佩纬 发布时间：2025-11-20 19:26:08

20万以下增程车市场一直缺少高品质选择。仅需10.48万起，广汽埃安i60以210km纯电续航、5.5L亏电油耗，及行业首推的“烧一赔三”承诺，向10万级SUV市场投下一枚重磅炸弹。“至少1万台。如果我们还做不到一万台，我觉得这个产品就是失败的。”11月16日晚，广汽埃安i60产品总经理凌新新在上市发布会后的媒体专访中坚定地说道。

当晚，广汽埃安首款增程+纯电双动力车型——埃安i60正式上市，限时焕新价10.48万元起的价格引发行业关注。不到一年前，广汽启动“番禺行动”、提出“三大战役”，而今，i60成为了这一战略转型的首个重要成果体现。

01 战略转型下的产物，足以支撑定价策略



“为什么广汽埃安能在不到一年时间快速转型并取得显著成果？”面对媒体提问，广汽集团品牌营销本部埃安营销本部负责人、埃安首席用户官杨龙将原因归纳为四点：广汽多年的技术沉淀、市场认可、IPD和IPMS改革，以及全链条进化。

杨龙表示，广汽早期洞察新能源发展方向，率先建立智能产业园，在EV、ICV领域具备

全栈自研能力，拥有全球唯一新能源汽车“灯塔工厂”，这些积累为快速转型奠定基础。目前埃安已拥有180万用户，广汽有3000万保有用户。杨龙特别提到：“尤其是埃安品牌，虽然前期在B端占比比较高，但是我们也能看到埃安品牌在整个品质方面，口碑基础非常好。”

要说最大的变化，还在于产品研发思路的转变。杨龙介绍，集团构筑了新机制，将产品研发和营销双向打通，“产品的研发一定是用户需求为导向去做的开发”，i60正是这一理念的集中体现。

凌新新补充道：“2025年从年初到现在，广汽的改革已经初见成效，现在我们整个成本控制能力和供应商的渠道能力、管控能力已经比之前大大提高。”这直接支撑了i60能够以10.48万元的起售价切入市场。

02 坚持“国民好车”的四个标准

“国民好车”是近期埃安品牌被频繁打上的标签，杨龙系统阐述了对这四个字的理解。他认为，“国民好车”首先意味着普及，价格要能够达到国民所需求的价格；其次是科技平权；第三是安全；第四是品质。

“价格要到位。”杨龙直言不讳。一体化改革后，广汽在采购领域将几个平台、几个品牌拉通，这种改革显著降低了成本，支撑了有竞争力定价的实现。

科技平权方面，埃安将原本用于高端品牌昊铂的星源增程技术下放到了i60这款10万级车型上。同时，智驾、智能座舱、安全等100多项科技舒适配置全面实现了科技平权。

而安全，是埃安最为自信的领域。i60提出了行业首创的“烧一赔三”承诺，杨龙解释：“无论从我们整个车身结构，还是弹匣电池，还是整个管理系统，它是我们有勇气去做‘烧一赔三’的一个基础。”

品质方面，杨龙表示，广汽也最有底气，“因为我们造车是由合资品牌起家的，在整个生产管理、品质管控，包括我们在产品开发阶段对于产品实验认证的严苛程度，有一些指标其实我们都是远远超过国标的。”

03 要做增程市场的破局者与普及者

10万级被称之为国民车的很多，埃安i60上来就要卖1万台，这口气可不小。“为什么敢说1万台？我们是有详细考虑过这个问题。”凌新新面对媒体质疑给出了四点理由。

未来乘用车市场将形成“纯电、混动、燃油3:4:3的格局”，而i60同时具备纯电和增程两种动力，覆盖70%的市场。目前20万以下体验好、品质好的增程车基本是空白市场，i60正好填补这一空白。

政策变化也为增程路线带来利好。2025年起，纯电续航低于100公里的新能源车不再享

受购置税减免。i60将续航直接做到210公里起，凌新新表示：“价格做到插混价格，我们的核心目标就是用200公里的续航与100公里的插混直接竞争。”

他还透露：“今天上市的i60只是迈出了第一步，明年、后年我们针对i60这个车系还会有一系列的动作。”他表示，埃安有必胜的决心和信念，“要把20万级以下、200公里以上的市场打爆。”

04 技术亮点突出，产品力全面领先

i60搭载的广汽星源增程技术成为其最大亮点。油电转化率实现行业第一的3.73kWh/L，获中汽中心《增程器能效之星》认证，亏电状态下百公里油耗低至5.5升，媒体实测中更是取得了4.9升的优异成绩。

增程器持续发电功率高达85kW，同级第一；配合180kW高功率电机，即使在亏电状态下依然能保持150公里/小时的高速持续行驶。静谧性方面，凭借发动机黄金悬停技术，启动和停机抖动分别降低70%和55%。

i60的纯电版搭载75度大电池，CLTC续航达650公里，3C快充5分钟可补能200公里。增程版则配备29.165度电池，纯电续航210公里，综合续航达1240公里。

空间方面，以“5人8箱大衣柜”为设计理念，2775mm轴距带来比肩B级SUV的乘坐体验。副驾手套箱容积达同级领先的14.5L，能放下12瓶矿泉水甚至一床空调被。

05 补能网络在拓展，用户体验再升级

随着新车上市，营销动作全面铺开，用户体验上，埃安也正在进行全面升级。杨龙透露，在明年6月份之前会建600家广汽融合站，全面做渠道下沉，让用户更方便买车、更方便用车。

补能网络方面，埃安自营充电桩已突破2万根，与超过137万根互联充电桩共同构建“快充近”补能网络。换电领域，埃安刚刚与宁德时代、京东联合推出UT super的换电模式，为用户提供多样化选择。

埃安还推出了全新用户IP活动“AI上生活好状态”，并将发布全新改版的“安友汇”。杨龙强调：“未来我们更多向C端转型，包括刚才向大家介绍的‘国民好车’，广汽埃安也希望通过全面的C端转型、‘国民好车’的打造以及对用户的‘直联直服’，能够真正洞察、服务好每个用户。”

06 “一定要把这场硬仗打赢！”

不难看出，埃安i60的上市，标志着广汽埃安产品研发思路的根本转变。从技术导向到用户需求导向，从B端市场到全面C端转型。凭借同级全面领先的产品力，i60也无愧于广汽“番禺行动”改革的首个重要成果担当。

随着i60的上市，10万级SUV市场的竞争格局或被改写。210km纯电续航的增程技术、行

业首创的“烧一赔三”承诺以及10.48万元的起售价，这套组合拳成就了广汽埃安夺取市场份额的底气。“我们一定要把这场硬仗打赢。”凌新新的这句话，则道出了广汽埃安背水一战的决心。

HTML版本：[烧一赔三，凌新新立下军令状：i60月销不过万就是失败！](#)