

朗逸Pro：点燃燃油车新活力

来源：陈玮郁 发布时间：2025-11-21 08:32:57

在中国新能源汽车迅猛发展的背景下，一个看似“逆流而动”的信号愈发显著——燃油车销量再次攀升。

这一现象的主要原因在于“智能平权”之风已吹入燃油车市场。曾经专属于新能源汽车的辅助驾驶系统、高清摄像头、毫米波雷达等技术，如今也成为了燃油车的标配。

既然“难以击溃”，燃油车在“绝境重生”中是否会表现得更加迅猛？

这一问题，随着一款新车的上市，将变得更加引人深思。



家轿之王的智能化进阶

这款新车，或许出乎您的意料，是朗逸Pro。11月17日，被誉为“中国A级家轿经典”的朗逸迎来了全新车型朗逸Pro的上市。

作为上汽大众Pro系列的新成员，朗逸Pro的主要亮点有三个：尺寸升级、舒适性增强、智能化普及，特别是其限时售价仅为8.88万至11.29万元。

全面的优势和无明显短板，是大众品牌的传统特点，尤其是在燃油车的传统优势领域。朗逸Pro车长增加至4720毫米，达到A+级尺寸。除了更大的空间，朗逸Pro还升级了底盘配置，采用四轮独立悬架，显著提升了舒适性。

然而，最大的亮点在于智能化。朗逸Pro在架构、交互和安全方面进行了一次全面的升级，显然是为了为燃油车用户提供与电动车媲美的智能体验。

在智能座舱方面，朗逸Pro基于高通8155车规级芯片和MQB-EVO智能电子架构，配备了科大讯飞语音系统，融合了文心一言与DeepSeek，支持连续对话。此外，还深度集成了腾讯生态（如车载微信、腾讯地图等），为车机系统提供了更丰富的功能支持。

在智能驾驶和行车安全方面，朗逸Pro提供了当前主流的L2级智能驾驶辅助系统，包括全速域自适应巡航、车道保持和主动刹车等功能，高配车型还配备了自动泊车功能。

在过去，很难想象在中国A级家轿市场中，现象级产品、真正的家轿之王——朗逸，会将燃油车的智能化普及至10万元级别的市场。

朗逸并非普通的“国民家轿”或“国民神车”。自2008年上市以来，朗逸累计销量已达650万辆，这一记录目前无人能敌，无论是合资品牌还是自主品牌，将来也很难超越。

因此，朗逸Pro的上市不仅释放了燃油车“智能平权”的重要信号，这个信号还可能像亚马逊雨林中蝴蝶的翅膀一样，引发一场燃油车围绕“智能化”的全面反攻——未来或将有更多自主品牌和合资品牌的燃油车型，高举智能化旗帜，与一直标榜“智能专属”的电动汽车分庭抗礼，争夺“智能化”叙事舞台。

燃油车，依然具备吸引力

今年初，电动汽车本打算讲述一个“智能驾驶普及”的故事，并且已经准备好大张旗鼓地推广这一理念，以在价格竞争日益激烈的市场中吸引更多的关注和用户。

然而，一场全国轰动的高速智驾事故给这一趋势浇了一盆冷水。这起事故不仅提醒了人们不要过于急功近利，也给了处境艰难的燃油车一个反击的机会。

这个机会，就是燃油车的“智能化”叙事。今年以来，燃油车上市呈现出一个明显的趋势：强调智能化。

这个趋势还具有一个显著特点：智能化（包括智能座舱和智能驾驶辅助）不仅在中高端车型中推进，还迅速延伸至更低级别的车型；不再是只有合资品牌如上汽大众倡导燃油车智能化，自主品牌也全面加入这一行列。

可以说，2025年标志着燃油车智能化的系统性战略转变。主流车企，不论是合资品牌的大众、丰田，还是自主品牌的吉利、奇瑞、长城，都已明确提出“油电同智”的战略方向。

今年上市的多款新车，特别是经典燃油车型，在智能化方面的表现愈发引人注目，与电

动车的智能化差距明显缩小。而自下半年以来，燃油车的智能化普及和智能平权趋势更加明显。

上汽大众朗逸Pro就是继途观L Pro、帕萨特Pro、途昂Pro之后，燃油车智能普及和智能平权的一大代表。

不仅是上汽大众Pro系列，一汽-大众的相关智能燃油车型也已陆续上市。上汽奥迪的智能燃油车型如A5L、A6L、Q5L等，也已上市。

自主品牌如吉利和奇瑞也在大力推广智能燃油车。吉利的星越L、星瑞等车型，奇瑞的瑞虎9X、瑞虎9等车型，都在推动燃油车的智能化普及。

2024年初，上汽大众首次公开提出“油电同智”，并在当年的北京车展上展示了智能化升级的全新途观L Pro。当时，行业内各大车企的重点仍然集中在电动化与智能化的强绑定上，很少有人关注燃油车的智能化，甚至有人认为燃油车不可能实现智能化。

然而，如今看来，“油电同智”正在从概念变为现实。曾经被认为是电动车专属的高阶智能驾驶和先进智能座舱，如今已被大量应用于燃油车上，并且这一趋势还在继续扩大。

“油电同智”的实现得益于两个关键因素：技术突破和产业链的成熟。

技术突破主要体现在燃油车通过升级电子电气架构（如大众的MQB-EVO、奥迪的PPC平台）解决了算力、供电和散热问题，为高阶智能功能提供了硬件基础。

产业链的成熟则主要得益于华为、卓驭科技等本土智能驾驶供应商提供的成熟解决方案，大幅降低了燃油车智能化的技术门槛和开发周期，使车企能够快速实现智能化。

无论如何，这一过程已经颠覆了“燃油车无法智能化”的观点，使“智能”成为当前燃油车的重要卖点，这对于市场竞争和消费者选择都是积极的，同时也提升了燃油车用户的体验。

反攻，才刚刚开始

毋庸置疑，2024年时，许多人预测2025年将是电动车加速进攻、燃油车加速溃败的一年。结果如何？

根据中汽协的数据，2025年1-10月，国内燃油车销量为1114.3万辆，同比增长0.6%。可见，“电进油退剧烈”的预言并未实现，目前车市呈现出电与油的胶着状态。

这一结果不仅仅是因为燃油车以价换量，电动车同样面临激烈的竞争。数据背后，或许很大程度上与燃油车的智能化反攻有关。

燃油车的智能化反攻，尤其是当前这种车型密集、规模扩大的趋势，不仅是一种简单的配置升级，而是从电子电气架构、智能座舱到高阶辅助驾驶的系统性革新，从根本上吸引了

庞大的“保守型科技爱好者”群体。

这部分消费者认可科技带来的便利和安全，但对电动车的续航焦虑、电池衰减、充电不便（尤其在非一线城市和复杂用车场景下）仍心存疑虑。燃油车的智能化，或者说智能燃油车的出现，恰好满足了他们的双重需求：既保留了燃油车无里程焦虑、补能迅速、保值率相对稳定的传统优势，又弥补了智能科技这一短板。

市场数据也证明了这一点。2025年，在A级轿车这一最大细分市场中，燃油车仍占据显著份额。

随着朗逸这一“国民神车”标杆的Pro车型上市，这次的“蝴蝶效应”或将加速更多“国民神车”实现智能化。而当这些“国民神车”全面智能化后，其庞大的用户基础在进行换购或增购时，很可能会被这种“全都要”的产品力所吸引。

或许，随着燃油车全面智能化，汽车产业的动力形式之争也将进入下半场，燃油车不仅不会被电动车取代，还将与电动车形成长期“对抗、互进、共存”的新稳态。

HTML版本： [朗逸Pro：点燃燃油车新活力](#)