

为了让油车永不过时，朗逸Pro和上汽大众有多拼？

来源：潘怡菁 发布时间：2025-11-22 22:55:54

朗逸Pro限时售价8.88万元起正式上市。

11月17日，上汽大众朗逸Pro正式上市，限时售价8.88万元起。

全国同款车型对比

店铺 实拍 推荐

查看全部

28.00万起 非本地31辆	2023款 23.28万起 本地8辆 非本地198辆	2022款 18.88万起 本地13辆 非本地407辆	2021款 13.58万起 本地5辆 非本地255辆	2020款 本地13辆
-------------------	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	----------------

【同款在售】里程少2.2万公里 车龄少0.8年 白色
北京 低配

19.99万

【同款在售】里程多3.6万公里 车龄少0.2年 黑色
北京 中配 本车同配

20.99万

【同款在售】里程多4.6万公里 车龄多0.7年 黑色
北京 中高配 已检测

21.38万

东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

这款累计销量已突破650万辆的国民家轿，在新能源渗透率不断攀升的当下，以全面焕新的姿态亮相市场，为不断被唱衰的燃油车市场注入一剂强心针。

朗逸Pro有哪些改变？

根据官方资料显示，朗逸Pro的升级体现在三个关键维度，每个维度都直指家庭用车的核心痛点。

首先，是空间与设计的越级提升。新车车身长度增至4720mm，达到A+级水准，更好地契合中国家庭对“大空间”的执着追求。同时，其双前脸设计既满足传统审美，又迎合年轻群体喜好，体现出大众对中国市场的深刻理解。

其次，其驾乘体验迎来了实质进步。四轮独立悬架的搭载，彻底改变了朗逸系列的驾乘品质，这一配置通常出现在更高级别车型上，能够有效过滤路面颠簸，提升乘坐舒适性。配合1.5T EVO II发动机与7速双离合变速箱的动力组合，在保证充沛动力的同时，百公里油耗低至5.54L，且可使用92号汽油，切实降低了家庭用车成本。

此外，则是智能化的务实升级。高通8155芯片与MQB-EVO智能架构的加入，使朗逸Pro的车机系统响应更加迅捷。在此基础上，新车深度集成腾讯生态，支持车载微信、腾讯地图等实用功能，实现了“动口不动手”的便捷操作，既保障行车安全，又满足现代家庭的智能互联需求。

从升级中可见，朗逸Pro之所以能够在新能源车型大行其道的今天，依然保持强劲竞争力，其背后是对中国市场多元需求的精准把握。

中国汽车市场庞大而复杂，并非所有消费者都适合或准备接受新能源汽车。在三、四线城市和乡村地区，充电设施仍然不足，燃油车具有不可替代的实用性，朗逸Pro精准地服务于这一群体，提供了零续航焦虑、零充电困扰的出行方案。

新车8.88万元的起售价，配合4000元置换补贴、2年0息等购车权益，使朗逸Pro在合资A+级轿车中具有极强的价格竞争力。这一价格策略，也反映出上汽大众对当前市场环境的清醒认识——在竞争激烈的市场中，实际的利益比所谓的价值更重要。

此外，相比新能源汽车，燃油车在二手车市场的保值率更加稳定。朗逸系列凭借巨大的市场保有量和大众品牌的背书，历来在保值率方面表现优异，这为精打细算的家庭用户提供了额外的价值保障。

从朗逸Pro中可见，朗逸的持续热销不是偶然，而是基于对中国家庭用车需求的深度洞察。从2008年第一代车型问世至今，朗逸历经五代更迭，每一代都精准呼应了当时中国家庭的需求变化。如今，朗逸Pro在空间、舒适、智能、安全等方面的全面升级，依然延续了这一传统。

燃油车市场的压舱石

随着朗逸Pro的上市，上汽已经全面进入了Pro时代。

对上汽大众而言，Pro系列是其面向智能化的一次重要转型，而在整个转型过程中，朗逸是品牌的基本盘，也是打开Pro系列认知的重要因素。如在2024年12月，朗逸单月销量曾突破3.9万辆，领跑整个A级市场。

而朗逸Pro的推出，无疑是上汽大众对基本盘的坚实守护，在电动化转型期间确保其市场份额和体系稳定。同时，上汽大众也用“完全体Pro系列”明确地告诉消费者，品牌不会放弃燃油车以及油车用户，更不会以停产的方式来割韭菜。

而朗逸Pro的成功换代也论证出，燃油车与智能化并非对立关系。通过引入先进的智能座舱和智能驾驶辅助系统，燃油车同样能够提供与时俱进的科技体验。这为传统车企的转型提供了新思路，不是在燃油和电动之间二选一，而是让每种技术路线都充分发挥优势。

朗逸Pro的定价策略，也重新定义了A+级轿车的价值标准。在保证品质的前提下，新车将起售价拉至9万元以内，这不仅对同级燃油车形成压力，甚至对同价位的电动车型构成挑战。这种以价值为导向的竞争策略，有望推动整个行业更加关注用户实际利益。

在2025年末这个时间点全面革新，朗逸Pro的到来，更展现出上汽大众对燃油车市场的长期看好。

如今，随着新能源汽车补贴退坡、充电电价上涨等现实因素的出现，部分消费者开始重新评估燃油车的价值。至少在未来的3-5年时间里，中国汽车市场将长期维持燃油车与新能源汽车并存的格局。

朗逸Pro的存在，正是为了满足那些追求实用、可靠、经济的主流家庭用户需求，它可能不如某些新势力产品一样激进，但它提供的是一种省心、可靠、无意外的出行保障。

有文说：

朗逸Pro的上市，为处于转型中的合资品牌提供了一个重要启示，技术路线并非胜负关键，用户价值才是根本，不管市场如何变化，真正懂中国家庭的产品，永远有它的一席之地。

而这款国民家轿的焕新登场，不仅延续了朗逸系列的销量传奇，更在变革的时代中，为燃油车市场服下了一颗难得的定心丸，也让仍然喜欢油车的消费者更加放心。（撰文 | 欧阳）

HTML版本：[为了让油车永不过时，朗逸Pro和上汽大众有多拼？](#)