

上汽大众智能燃油车战略新动向，实力抢镜

来源：林颀菱 发布时间：2025-11-12 00:58:11

在“十五五”规划的关键时期，中国汽车产业迎来了新的发展机遇，乘用车市场年销量有望突破4000万辆大关。在此背景下，技术路线的创新和市场格局的深度调整正在悄然进行。随着行业普遍从“规模扩张”向“质量提升”转型，上汽大众凭借扎实的表现给出了令人信服的答案：2025年10月终端销售9.25万辆，环比增长1.3%。这一成绩不仅体现了数字增长，更充分证明了其“油电同进、油电同智”战略在复杂多变的市场环境中具备的强劲竞争力。

上汽大众
SAIC VOLKSWAGEN

油电同智 释放向上势能

10月上汽大众终端销量

9.25 万辆

较9月上升1.3%

 东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

主力车型稳固基盘，多线布局初见成效

10月的市场表现彰显了上汽大众稳固的基本盘。朗逸家族终端销量突破2.2万辆，继续巩固其在A级燃油轿车市场的领先地位；帕萨特与途观两大家族单月销量均超过1.9万辆，在各细分领域保持强劲竞争力。尤为值得一提的是，全新凌渡L上市仅两个月，便带动家族销

量同比增长18.3%，成为年轻消费者的热门选择。

豪华阵营同样表现不俗，上汽奥迪10月终端销量达6,800辆，环比增长19.3%，同比增长126.7%。截至10月底，全新A5L Sportback累计销量突破1.1万辆，凭借全球首搭华为乾崮技术的“越级实力”，重新定义了豪华燃油轿车的价值标准。

智能化赋能，Pro车型引领燃油车新趋势

上汽大众“油电同进、油电同智”的战略布局正在获得市场回报。Pro家族2026款车型自9月底上市以来，凭借IQ. Pilot增强驾驶辅助2.0等智能配置，迅速赢得消费者青睐。数据显示，今年1-10月，帕萨特、途观、途昂的Pro车型在家族中销量占比近1/4，其中途昂Pro占比超过1/3。这一数据不仅反映了市场对智能化燃油车的认可，也体现了上汽大众精准把握消费升级趋势的能力。

政策衔接顺畅，用户体验再升级

面对2026年新能源汽车购置税政策的调整，上汽奥迪于11月3日推出奥迪E5 Sportback跨年购置税补贴计划，11月30日前抢先下单的用户，如因非用户原因导致车辆在2026年交付，即可享受最高15,000元的购置税补贴。这一举措不仅展示了企业对政策变化的快速响应，也切实保障了用户权益。

与此同时，上汽奥迪正加速服务网络升级。全国近200家展厅已完成形象焕新，预计年底前将在100多座城市建成超过240家全功能用户中心，进一步夯实“以用户为中心”的服务承诺。

朗逸Pro即将上市，国民家轿再进化

11月3日，朗逸家族第650万辆整车下线，成为中国乘用车市场累计销量第一的车型。现场首次亮相的朗逸Pro将于11月17日正式上市，新车在尺寸、悬架、智能配置等方面全面升级，标志着“国民家轿”加入Pro家族，进入新阶段。这款车型的推出不仅是上汽大众对广大用户信赖的回馈，更是“油电同智”战略在家轿市场的深入落地。

在当前产业变革期，上汽大众正从传统的产品引进者转变为与中国市场协同创新的参与者。根据规划，2026年上汽大众大众品牌将推出6款全新新能源车型，到2028年将完成全产品型谱的焕新，形成覆盖燃油、纯电、混动的全面布局。

正如上汽大众总经理陶海龙所言：“汽车行业的竞争将不再是企业间的单打独斗，而是整个生态链的整体竞争。”这句话精准概括了上汽大众的发展思路——通过深化合作、构建产业生态，在坚守德系品质的同时，积极融入中国智能化创新浪潮。

10月的亮眼销量成为上汽大众在行业深度调整期的一份有分量的阶段性答卷，背后是品

牌对市场需求的精准把握与战略落地的坚定执行力。秉持“油电同进、油电同智”战略，上汽大众不仅为传统车型全面植入智能驾驶辅助、车联网等前沿配置，让经典产品焕发新活力；更通过用户调研闭环持续优化产品细节，从空间设计到能耗控制都贴合中国消费者用车场景，同时联合产业链上下游伙伴布局未来技术，筑牢核心竞争力。这一系列举措不仅彰显了合资车企在新时代浪潮中既守得住品质根基，又迎得上创新变革的应变能力与发展韧性。备受市场关注的朗逸Pro即将正式上市，其搭载的全新动力总成与智能座舱系统已引发不少消费者期待，加之广州车展上更多覆盖不同细分市场的新车密集亮相，上汽大众正以更丰富的产品选择、更明确的技术布局，勾勒出独具特色的合资2.0转型蓝图。在这个充满不确定性的剧烈变革时代，上汽大众的稳健发展路径不仅为自身赢得了市场主动权，更印证了“稳健比激进更具持久力量”的发展智慧。

HTML版本：[上汽大众智能燃油车战略新动向，实力抢镜](#)