

一汽-大众2026 款宝来轿车上市，1129 万元起

来源：李郁婷 发布时间：2025-11-12 15:59:11

一汽-大众2026款宝来(图片|配置|询价)上市，11.29万元起！降价不增配引争议，大众的“老用户赌局”能赢吗

2025年11月3日，一汽-大众2026款宝来正式上市，6款车型指导价区间定格在11.29万-14.39万元，与2025款保持完全一致的定价策略。作为一款常年活跃在紧凑型家轿市场的“常青树”，新车的到来本应引发关注，但其上市后的市场反馈却呈现出明显的两极分化——一边是部分老用户的“喊冤”吐槽，一边是终端仍在走量的销售数据，这场关于减配与信任的博弈，正折射出合资燃油车的当下困境。

从产品本身来看，2026款宝来的“新”几乎仅限于上市时间。动力层面完全延续了老款的配置组合，1.2T（200TSI）、1.4T（280TSI）和1.5T（300TSI）三款发动机仍是绝对主力，其中1.2T车型提供5速手动与7速干式双离合两种变速箱选择，1.4T和1.5T车型则统一匹配7速干式双离合变速箱。参数上没有任何调整，1.2T发动机最大功率85千瓦，1.4T为110千瓦，1.5T则达到118千瓦，动力表现与过去三年的车型保持一致，底盘依旧采用前麦弗逊、后扭力梁式非独立悬架结构。

车身尺寸同样未做改动，长宽高分别为4672/1815/1478毫米，轴距2688毫米的参数在紧凑型轿车中属于中规中矩水准。实际空间体验上，身高1.78米的乘客坐进后排，腿部能有1拳3指的余量，头顶空间近4指，满足日常家庭代步需求不成问题，但后排中间地板的凸起偏高，同时坐满三人时横向空间会略显局促。外观设计更是延续了2023款以来的造型语言，扁平的车头、横幅镀铬饰条填充的格栅、带透镜的LED大灯，甚至门把手样式和隐藏式排气口都没有任何变化，与自主品牌频繁更新外观的节奏形成鲜明对比。



相较于外观与动力的“零更新”，配置层面的调整更具争议性。安全配置上，全车标配胎压报警、倒车雷达、倒车影像、自动驻车以及主副驾安全气囊、前排侧气囊等基础功能，这一点保持了一贯水准。但减配的细节同样触目惊心：全系取消了原本就只是单色的仪表板间接氛围灯，音响系统从6个扬声器缩减至4个，中配的200TSI自动悦行PRO版液晶仪表由10.25英寸降级为8英寸，就连次顶配和顶配车型的ACC自适应巡航都倒退为普通定速巡航，直接从L1级辅助驾驶退回L0级[1][2][3]。



更值得注意的是，以往作为标配的部分配置如今成了选装项。17英寸铝合金轮毂需加1000元选装，大尺寸天窗选装价3000元，前排座椅加热要花1000元，就连应急备胎都得额外支付200元，车载ETC和10.25英寸全液晶仪表也分别标价500元和600元供用户选择。这种“明码标价拆零件卖”的操作，让不少消费者调侃“如今的宝来连备胎都需要拼手速选装”。

在同级别车型集体加码配置的背景下，宝来的减配操作更显突兀。丰田卡罗拉早已普及HUD抬头显示和语音控制功能，本田思域的手机互联系统不断升级，就连以保守著称的日产轩逸也在优化隔音效果和空间利用率。而同价位的国产车型更是诚意满满，12万级别的车型普遍搭载12英寸以上中控大屏、L2级辅助驾驶功能，电动门把手、座椅通风等配置也屡见

不鲜[OBJ:OBJ:OBJ]。相比之下，2026款宝来不仅没有新增任何科技配置，甚至连基础的CarPlay功能都未提供，这种“逆生长”的操作让不少关注者直言“技术路线完全停摆”。

车企的成本控制逻辑或许能解释这种选择。尽管近期芯片价格有所回落，钢材等原材料价格保持稳定，但人工成本、车辆认证费用等隐性支出持续上涨，使得车企更倾向于砍掉“非核心配置”。在厂商看来，氛围灯、扬声器数量这类配置属于“车主不易察觉”的细节，而混动系统升级、智能驾驶功能研发则需要高额投入，与其花费成本做“加法”，不如在细节上做“减法”控制成本[OBJ:OBJ:OBJ]。这种思路背后，是对消费者需求的精准判断——对于务实的家轿用户而言，油耗、空间和售后服务确实比装饰性配置更受关注。



从市场反馈来看，这样的策略似乎短期内有效。2026款宝来上市前，宝来系列近几个月的月均销量仍有6815辆，这很大程度上得益于稳定的优惠政策：全款购车优惠4万出头，分期优惠可达5万以上，优惠后起步价仅7.09万元，加上以旧换新补贴，落地价对预算有限的消费者颇具吸引力[OBJ:OBJ:OBJ]。更关键的是，宝来精准抓住了核心用户群体的需求——这群用户多为30-40岁的中年男性，以普通上班族、装修师傅、工厂职工等职业为主，主要用于家庭代步，对合资品牌有较强认同感，最看重皮实耐用和性价比，对配置丰富度反而要求不高[OBJ:OBJ:OBJ]。

装修行业的王先生就是典型代表，他选车的核心标准只有“合资品牌、空间够用、价格合适”，对配置毫无要求。当得知库存半年的1.2T畅行版宝来落地仅8万多时，看到车身上厚厚的灰尘反而更满意，直言“没人碰过说明车况纯粹”，毫不犹豫就下了单[OBJ:OBJ:OBJ]。在工厂上班的陈先生则是大众的忠实拥趸，身边亲戚朋友多开大众车，对比朗逸后发现同配置宝来更便宜几千元，还标配17寸轮毂（现需选装），务实的他果断选择了宝来[OBJ:OBJ:OBJ]。这类用户的存在，构成了宝来销量的基本盘。

但大众的“减配赌局”并非毫无风险。终端数据显示，宝来的竞品格局正在发生变化，过去主要与朗逸、轩逸对比，如今10个意向用户中有3个会拿比亚迪秦PLUS做参照，新能源车型的低油耗、高配置正在分流大量潜在客户。就像黄先生原本在宝来和秦PLUS之间犹豫，既想要燃油车的稳定性，又羡慕新能源车的配置优势，最终在朋友“比亚迪销量全球第一，还免购置税”的劝说下，转身定了秦PLUS。这种选择背后，是合资品牌认同感的下滑和消费者对性价比的更高追求。

更值得警惕的是年轻消费群体的流失。伴随电子产品成长起来的00后消费者，购车时更看重娱乐性和智能化，宝来这种“三年不变样”的设计和持续减配的操作，很难吸引他们的目光。而老用户群体也并非铁板一块，虽然现有车主大多表示“开着踏实，不在乎少两个喇叭”，但连续多年的技术停滞和配置缩减，难免会消耗积累的品牌信任。一旦这些务实的用户发现其他品牌能以相近价格提供更丰富的配置和更可靠的性能，品牌忠诚度未必能抵御性价比的诱惑。

从行业趋势来看，10万-15万元价位的市场竞争早已进入“白热化”阶段，油车面临自主品牌和新能源车的双重挤压。在这样的环境下，“没有特点就是缺点”已经成为共识。宝来依靠“德系品质”的口碑、稳定的优惠政策和老用户的信任维持着销量，但这种“吃老本”的模式终究难以长久。芯片与原材料价格的回落本应成为升级产品的契机，而非减配的理由，毕竟消费者可以接受“不增配”，但很难容忍“主动减配”。

2026款宝来的上市，更像是大众对存量市场的一次试探——用减配控制成本，用优惠维持销量，赌老用户不会轻易换品牌。短期内，这份“赌约”或许能因为核心用户的务实需求而奏效，但从长期来看，在技术迭代加速、消费需求升级的市场中，唯有持续投入研发、优化产品体验，才能真正留住用户。大众的“老用户赌局”究竟能赢多久，或许时间会给出最公正的答案。

HTML版本: [一汽-大众2026 款宝来轿车上市, 1129 万元起](#)