

新车密集上市 车企加码混动赛道阳谋

中经记者 方超 石英婧
上海报道

新能源渗透率继续提升的情形下,不少车企正越发“务实”,混动车型成为车企角逐新能源车市的杀手锏。

近日,沃尔沃汽车全新XC70正式上市。据悉,该款车型被定位于“豪华超混第一车”。沃尔沃汽车官方更透露,到2030年,沃尔沃汽车全球销量90%以上将由纯电动汽车和插电式混合动力汽车构成。

《中国经营报》记者注意到,不仅仅是沃尔沃汽车,仅自今年9月份以来,2026款岚图梦想家、上汽荣威M7 DMH、新一代智己LS6等车型皆已密集上市。

最新数据显示,今年9月份,不少发布混动产品的车企销量取得明显增长。以智己汽车为例,其今年9月销量达11107辆,环比增长81.8%,创下该品牌历史新高。而在岚图汽车方面,相关数据显示,该品牌当月交付15224辆新车,同比增长52%,同样创下历史新高。

在业内看来,与此前不同,当下逆势加码混动赛道的车企,不少拥有破局行业痛点的核心技术,意欲掘金更为细分的消费群体。中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者分析:“混动车型的多元化布局可降低车企对单一技术路线的依赖,增强应对市场波动和政策变化的能力。”

瞄准细分消费群体

在市场需求、技术路线优化等多重因素叠加下,近年来,混动赛道呈现高速发展态势。

在消费者续航焦虑、车企角逐细分市场等多重因素叠加下,混动车型发展势头凶猛。

公开信息显示,插混(PHEV)和增程式(EREV)是当下市场中最为常见的两种类型。以增程式车型为例,中汽协数据显示,2021—2023年,增程车型增长率分别为206%、116%及173%。

“中国市场通勤需求大,2021年开始,一系列购置成本和通勤油耗双低的混动产品带来了销量爆发。”五矿证券研报此前也认为,“纯电动汽车补能效率逐渐提升,

插混汽车能否持续保持经济性成为后续发展的关键。”

进一步拉长时间来看,乘联会数据显示,在2025年1—8月份的新能源批发结构中,纯电动市场份额61.9%(同比+4.0%),狭义插混市场份额29.3%(同比-3.0%)、增程式市场份额8.8%(同比-1.0%)。

“车企竞争加剧,纯电车型价格下探,在中低端市场的覆盖更广。”章弘向记者表示,燃油车也通过降价策略吸引了部分消费者,“挤压了混动车型的生存空间。”

尽管如此,在竞争愈加激烈的

新能源车市,依然有不少车企选择“杀入”混动赛道。

公开信息显示,9月10日,新一代智己LS6正式上市,提供增程和纯电两种动力;9月15日,2026款岚图梦想家正式上市,同样提供插混和纯电两种动力模式;9月17日,上汽荣威M7 DMH正式上市。

引发外界关注的是,车企逆势加码混动赛道的原因何在?

“混动车型的推出可帮助车企在新能源市场中占据一席之地。”章弘认为,“在纯电市场竞争激烈

的情况下,混动车型为车企提供了差异化的产品定位,吸引不同需求的消费者,尤其是对续航和充电便利性有较高要求的用户。”

记者注意到,瞄准存在续航焦虑、冬季用车焦虑的细分消费群体,或是不少车企的商业考量所在。

“目前看来中国市场足够大,使用场景足够多,用户也足够多,其实这里面临的东南西北的诉求场景不一样。”上汽荣威相关负责人日前表示,荣威接下来对于燃油车、纯电车、增程车等这些主流动

力总成形式,以及主流客户需要的轿车、SUV车型,“我们都会不断地进行投放。”

无独有偶,智己汽车CMO李微萌此前也向媒体记者表示:“这次推出恒星超级增程,更多是站在以终为始的角度思考以后的能源形式,考虑用户需要的到底是什么样的车。”

“我们希望给到用户很好的纯电体验,同时让用户不再有续航焦虑、纯电补能焦虑、纯电冬季用车焦虑,我们把这三个焦虑用恒星超级增程一并解决。”李微萌表示。

进军海外市场突围

竞相推出混动车型的各大车企,正加速开拓海外市场。

除了瞄准国内细分群体外,加码混动赛道的车企,更将目光投向更为广阔的海外市场。

“智己汽车希望把最好的技术带给中国用户,同时我们希望用最好的技术带到海外,我们的L6、LS6的车型已经陆续登陆海外市场,海外消费者也给予了积极认可。在未来的产品规划中,我们也会规划全球车型,把好的智能化、新能源化的体验带给全球用户。”智己汽车CTO项婧表示。

而此前推出多款混动车型的岚图汽车,其CEO卢放近期也表示,东风集团及旗下多个品牌已在海外开展市场拓展与品牌展示,岚图也制定了出海战略支持集团全球化布局。卢放认为:“岚图未简

单设定‘国内50%、海外50%’的比例指标,而是更注重在全球不同区域实现渠道落地与品牌运营,并规划未来销量。”

在智己、岚图等车企密集出海的背后,来自中国的混动车型正在加速驶往全球市场。

“中国车企加速布局欧洲混动车市场。”国泰海通证券研报显示,2025年4月,中国车企在欧洲的电动汽车销量同比增长59%,接近1.53万辆。其中,插电式混合动力汽车成为增长主力,从2024年4月的1493辆增长至2025年4月的9649辆。

乘联会数据显示,今年8月份,新能源乘用车出口20.4万辆,同比增长102.7%,其中插混占新能

源出口的31.7%,去年同期为19.5%。乘联会认为:“虽然近期受到外部国家的一些干扰,但自主插混出口到发展中国家的增长势头迅猛,前景光明。”

更值得关注的是,瞄准海外混动蓝海赛道的不仅仅有自主品牌,沃尔沃、现代汽车等海外车企也在迅速行动,加码混动市场。

日前,现代汽车在美国举办了2025 CEO投资者大会,在其发布的中长期战略规划中,到2030年,其计划将混合动力车型扩充至18款以上,覆盖从入门级到豪华级的多个细分市场,较当前阵容增加1倍。

“明年将推出集团首款基于后轮驱动架构的豪华混合动力车,并

陆续开发高性价比的入门级混动车型。”现代汽车方面介绍,其旗下的新一代混动系统首次搭载于今年上市的新一代帕里斯帝,并以此为起点,逐步推广至更多车型。

在现代汽车之外,沃尔沃此前已经对外发布旗下首款长续航超级混动SUV——沃尔沃全新XC70。沃尔沃官方对此表示,该车型可实现超200公里(CLTC工况)的纯电续航里程,“是迄今为止沃尔沃插电式混合动力车型中最长的。”

作为一家全球布局的豪华品牌,沃尔沃也瞄准海外市场。沃尔沃汽车总裁兼首席执行官汉肯·塞缪尔森日前向记者透露:“目前这款车率先面向中国市场发售,但它

仍是一款全球车型,我们期待在不远的将来把它带到海外市场。”

“从市场需求角度来说,不同市场有不同需求,比如欧洲有排放要求,这方面我们肯定会满足。”汉肯·塞缪尔森同时表示,“需要强调的是,全新XC70长续航超混的优势在欧洲市场会受到非常大的欢迎。”

“跨国车企集体加码混动,对中国车企出海进程的影响具有两面性,既存在竞争压力,其中也蕴含合作机遇。”章弘表示,中国车企需通过技术创新、品牌建设与市场深耕等策略应对挑战。在章弘看来,中国车企需要强化技术创新与差异化竞争,“持续投入混动技术研发,提升系统效率、降低成本,打造具有竞争力的混动产品。”

在美国卖“老头乐”上半年净利增88.04% 涛涛车业赴港IPO

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

继2023年3月登陆深交所创业板后,以智能电动低速车和特种车为主要产品的浙江涛涛车业股份有限公司(301345.SZ,以下简称“涛涛车业”),正启动资本市场的“二次跨越”。

9月19日,涛涛车业发布《关于筹划发行H股股票并在香港联合交易所有限公司上市的提示性公告》明确,涛涛车业于当日召开董事会及监事会,已审议通过发行H股

并在香港联交所主板上市的相关议案。这意味着,涛涛车业赴港上市的IPO进程正式拉开序幕。

对于公司赴港上市的背后考量,涛涛车业证券部相关负责人在给《中国经营报》记者的书面回复中提到:“公司以外销为主,产品销往全球70多个国家和地区。赴港上市可以建立对接全球资本市场的通道,吸引国际知名的长线投资基金、主权财富基金等加入,构建‘A+H’的多元化融资体系,有利于加快推动公司全球化战略布局,提

升国际品牌影响力,增强境外融资能力,并打造国际化资本运作平台,为未来公司的扩张和发展储备充足的‘弹药’。”

除此之外,对于赴港上市将如何帮助公司进一步拓展全球化布局,上述涛涛车业证券部相关负责人称,若成功在港上市,将成为公司拓展北美以外市场的“加速器”和“催化剂”,为海外产能建设、销售渠道拓展与技术研发提供坚实资金支持,以不断提高公司的综合竞争力。



在美国卖“老头乐”的涛涛车业拟赴港IPO。

公司官网/图

构建“A+H”双资本通道

涛涛车业于2023年3月登陆创业板,其聚焦智能电动低速车和特种车。其中,智能电动低速车以道路用车为主,包括电动高尔夫球车、电动自行车、电动滑板车和电动平衡车等新能源智能系列产品;特种车以非道路用车为主,涵盖全地形车和越野摩托车等燃油类产品。

涛涛车业2025年半年报显示,其营收与利润实现双增。上半年,涛涛车业实现营业收入17.13亿元,同比增长23.19%;归属于上市公司股东的净利润为3.42亿元,同比增长88.04%。

记者了解到,涛涛车业的两大核心业务也实现双增。2025年1—6月,其智能电动低速车销售收入

为11.52亿元,同比增长30.65%;特种车销售收人为4.90亿元,同比增长8.22%。

从市场结构看,海外业务在涛涛车业的营收中占据绝对主导。2025年半年报显示,涛涛车业上半年的海外收入占比高达96.5%,而中国市场贡献的营收仅为0.6亿元,占比3.5%。

值得注意的是,在海外市场中,美国又是涛涛车业最核心的市场。据了解,2025年上半年,涛涛车业来自美国市场的销售收入达13.38亿元,占公司总营收的比重高达78.11%。

在2025年半年报中,涛涛车业方面也提到:“近年来,美国全球贸

易政策呈现出一定的不确定性,就我国出口至美国的产品而言,美国陆续发布了数项关税加征措施。除关税加征外,目前公司销至美国地区的电动高尔夫球车产品正面临美国‘反倾销’和‘反补贴’调查及执行阶段。若美国政府继续强化贸易保护主义措施或中美之间贸易摩擦升级,将可能影响公司对美国的出口销售,进而可能对公司的经营状况和盈利情况造成一定的不利影响。若美国政府取消或减免加征关税,因加征关税而上调价格的产品,存在下调销售价格的风险。”

赴港上市也被视为涛涛车业深化全球化战略、优化市场布局的关键一步。涛涛车业证券部相关负责

人称:“赴港上市意味着融资渠道多元化、股东基础全球化,可以更好地应对不同市场的波动,在全球范围内灵活选择窗口进行资本运作,为公司境外产能建设和销售渠道拓展提供资金支持,并有助于加大研发投入、供应链的优化,是公司全球化战略布局的体现。”

谈及美国“反倾销”“反补贴”的调查,上述负责人告诉记者,公司在不断加快越南、泰国、美国等生产基地的建设和完善,以进行有效应对,并进一步扩大北美市场的竞争力。

曾因申报不实被罚

推进赴港上市并非涛涛车业近期的唯一动态。据宁波海关网站9月11日披露,由中华人民共和国大榭海关出具的行政处罚决定书(甬榭关缉违字[2025]210号)涉及该公司。

具体来看,上述行政处罚决定书显示,经大榭海关调查,涛涛车业有以下违法行为:2025年7月26日,涛涛车业委托宁波双壹物流有限公司以一般贸易监管方式向海关申报出口全地形车一批,报关单号为31012025016687035,申报品名为全地形车,申报商品编号为8703101100,申报规格型号为“180cc”,申报总价为36900美元

(FOB价)。海关经查验发现,该批全地形车的实际规格型号为“200cc”,涛涛车业申报的出口许可证与实际出口货物不相符。涛涛车业出口货物规格型号申报不实的行为影响国家许可证件管理。经计核,上述申报不实影响国家许可证件管理的全地形车共计价值26.48万元。调查过程中,涛涛车业配合海关查处违法行为,且认错认罚,补办出口许可证,主动减轻危害后果。

涛涛车业出口货物规格型号申报不实,影响国家许可证件管理,该行为违反了《中华人民共和国海关法》第二十四条第一款之规

定,构成同法第八十六条第三项所列之违法行为,应当予以行政处罚。因当事人具有《中华人民共和国海关行政处罚裁量基准(一)》(海关总署公告2023年第182号)第九条第二项、第三项所列之从轻处罚情形,依照《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第三项和《中华人民共和国海关行政许可裁量基准(一)》第十二条第二项之规定,决定对当事人作出如下行政处罚:科处罚款1.98万元。

对于上述事件,涛涛车业证券部相关负责人告诉记者,此次海关申报属相关业务经办人员的个别疏漏,不涉及其他,公司已在第一

时间配合海关调查,并已缴纳罚款。“事件发生后,公司管理层高度重视,成立专项小组对内部流程进行了全面审查,对相关业务操作人员进行学习和培训,整改和防范措施已全面启动。公司邀请内部控制合规顾问对内部控制制度和流程进行检查和指导,争取打造与公司全球化业务规模相匹配的、严谨的合规与风控体系。”

除此之外,谈及上述事件是否会影响公司后续的出口业务,涛涛车业证券部相关负责人告诉记者,上述事件对公司后续业务的影响有限且可控,目前公司出口业务在正常进行中。

布局人形机器人赛道

“宇树科技即将IPO,公司与宇树科技是否存在业务往来?”9月初,有投资者在深交所互动平台上向涛涛车业方面提问。该公司方面回复称:“2025年7月,涛涛车业与宇树科技签署了战略合作协议,双方深度协同核心资源,融合公司的全渠道销售优势与宇树科技的先进机器人技术,在机器人北美等海外市场开拓、C端场景探索与产品二次开发销售、商业化落地等领域开展深度战略合作,共同探索机器人行业发展新机遇。目前,相关业务合作在有序推进中。”

涛涛车业正积极切入机器人赛道。涛涛车业方面在2025年半年报中称:“公司在持续做好主业,保持智能电动低速车和特种车核心业务持续发展的同时,积极拥抱智能化浪潮,战略布局人形机器人、无人驾驶技术等前沿领域,旨在通过AI大模型等前沿技术构建跨产品线共性技术平台,将新兴领域研发成果系统性融入核心产品,反哺主营业务发展,推动全线产品智能化升级,同时开辟高附加值业务

领域,不断培育新的业务增长点,创造可持续价值。”

对于公司切入机器人赛道的背后考量和未来规划,涛涛车业证券部相关负责人告诉记者,公司切入机器人领域是在现有主业持续增长的前提下,旨在推动全产品线的智能化升级。涛涛车业与开普勒、宇树科技战略合作主要通过股权投资、海外市场销售开拓、应用场景联合开发等方面展开,实现资源共享、技术互补、市场共拓,共同构建人形机器人全球化的协同发展生态。“在实施路径方面,公司先以机器人产品销售切入市场,探索和挖掘相关应用场景,并基于场景需求,对相关机器人产品进行二次开发与销售,共同开拓消费级机器人的蓝海市场。”

新赛道的开拓离不开核心技术的支撑,这必然要求公司在研发上持续加码。上述负责人告诉记者,近年来,公司持续增加研发投入,未来公司将通过“国内研发基地+海外创新支点”的联动模式,构建全球化技术研发网络,为公司的全产业链智能化升级注入新动力。