

# “冰箱、彩电、大沙发”成标配 车企何以跳出盲目堆料怪圈

中经记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

当下国内汽车行业陷入盲目堆料怪圈：动力电池、大尺寸车身、全套智能硬件叠加安全强化结构，持续推高整车自重。同时，晾衣杆、地暖、淋浴系统等新奇配置陆续上车，进一步让新能源汽车变“胖”。

根据机动车上险数据统计，

## 配置竞赛剑走偏锋

为打造差异化卖点，车企进一步拓展居家化、露营化改造边界，淋浴间、地暖、晾衣杆等新奇配置陆续“上车”。

在新能源汽车座舱竞争持续加剧的背景下，行业配置内卷程度不断升级。曾经作为高端车型标杆的“冰箱、彩电、大沙发”，如今已然成为主流旗舰车型的标配。

为打造差异化卖点，车企进一步拓展居家化、露营化改造边界，淋浴间、地暖、晾衣杆等新奇配置陆续“上车”，但配置冗余、车身增重、后期运维成本上升等问题随之而来。

2026年4月，岚图泰山X8开始预售时，因晾衣杆配置登上热搜，有网友调侃“男人的衣柜”，也有人质疑“中国造车是不是走偏了”。

“之前有人提出在车里吃火锅，或者是安装一个马桶，我觉得有点离谱，但晾衣杆是高频的使用场景。”对此，岚图汽车CBO、销售公司总经理邵明峰曾向记者表示，有的时候打完球衣服很湿，就把湿衣服扔在座椅上；有的时候开车不想穿得那么正式，但把西装挂在椅子上很容易褶皱，因此车身上安装晾衣杆用户一定会喜欢，“而且我敢断言很多品牌马上也会跟进这个配置”。

无独有偶，去年11月发布的智己LS9在后座底部安装了一个10升的加热水箱，并通过外接花洒和隐私帐篷，使车主在野外露营时能够随时使用热水简单冲洗。值得一提的是，该功能并非

2026年4月，我国新能源乘用车平均整备质量达1939.3千克，较2020年增长27.5%。

《中国经营报》记者注意到，越来越多的车企开始重提轻量化。例如，蔚来每款新车重每增长1千克都需要蔚来创始人、董事长、CEO李斌亲自审批；莲花跑车的策略则是“与其在配置表上做加法，不如

在车重上做减法”，新车莲花For Me因此实现整车减重约500千克。

多名车企人士向记者表示，汽车轻量化是车企整车研发综合实力的重要体现，不仅能够节约社会资源，还能全面优化车辆操控性能、行车安全性与车身耐久度，同时契合能耗新规要求，降低整车电耗。



蔚来重提轻量化，目标比同级竞品平均轻200—300千克。图为蔚来ES9。 郭阳琛/摄影

全系标配，而是包含在选装的“野奢户外套装”中，其核心定位是为户外露营提供应急热水清洁解决方案，而非支持车内洗澡。

与此同时，智己LS9还搭载了号称行业首创的智控地暖系统，通过地板内嵌石墨加热技术，即使在零下20℃的严寒天气，10分钟内即可使车内温度提升20℃，且无须使用风机，静音无噪声。这项配置也需额外加装。

智己汽车CTO项琦解释称，很多车企早已将“电视、冰箱、沙发”引入车内，从工程师角度看，这些做法虽显幼稚，但代表了用户最朴素的需求。地暖与储水箱上车是基于对用户需求的洞察，许多在上海工作的东北同事家中普遍安装地暖。

但即使是已成标配的“冰箱、彩电、大沙发”，还是存在使用率较低的问题。据智己汽车热管理系统设计开发高级经理刘杰介绍，根据他们的调研，车载冰箱使用率仅有5%。一是制冷太慢，日常通勤一小时根本喝不到冷饮；二是离车恒温设定时，车辆会频繁启动，耗电比较大；三是很多冰箱采用抽屜式开启，前排乘客使用不方便。

阿维塔董事长王辉直言，过去三五年行业统一路径：无脑堆叠智能硬件，靠参数内卷抢市场，这是最简单、最粗放的竞争手段，没有长期价值。“单纯堆料+价格战”只能短期刺激销量，2个月后效果消失，还会引发老用户不满、企业持续亏损。

## 汽车“越造越重”带来连锁反应

根据“新能源汽车配置数据库”的统计，车型整备质量每增加1000千克，指导价平均上涨约25.8万元。

工信部数据显示，2024年我国乘用车新车平均整备质量已达1704千克，而2012年这一数字仅为1312千克。根据机动车上险数据统计，2026年1—4月，我国新能源乘用车平均整备质量达1939.3千克，较2020年增长27.5%。

为何国内新能源汽车正越造越重？李斌表示，从商业逻辑看，大尺寸车型毛利率更优，而目前国内新能源税收政策未对大车、重车做出限制，车企布局大车是合理的市场化选择。

根据“新能源汽车配置数据库”的统计，车型整备质量每增加1000千克，指导价平均上涨约25.8万元。折扣率随着车重增加而明显降低，超过2700千克的超重型新能源汽车折扣率仅11.1%，而1400千克

## 保持克制重提轻量化

随着能耗新规实施，行业轻量化技术路线将由“局部减重”逐步向“系统集成减重”演进。

今年6月，蔚来ES9迎来正式上市，这是蔚来史上最大车型，但蔚来十分克制并不盲目“堆尺寸”。

“我们始终保持着克制，内部建立了严苛的重量管控机制。每款车型在立项阶段，整备质量目标的每1千克都需要我亲自审批，重量配额细化到每个系统、每个部件，我们的目标是做到同尺寸车型中重量最优，相比同级竞品平均轻200—300千克。”在ES9上市发布会后的采访环节中，李斌向记者强调。

在李斌看来，轻量化是汽车研发综合能力的体现，能节约社会资源，对车辆的操控、安全以及结构的耐久性、整车的长期寿命都有诸多好处。对企业来说，实现轻量化不仅仅是造车理念的转变，更意味着技术和成本的大量投入。

李斌表示，蔚来的轻量化通过多维度实现，包括集成化研发、合理配置取舍、高端轻量化材料应用

以下的轻型车折扣率高达30.2%。

而在客观原因方面，有业内人士指出，新能源汽车重量持续走高，一方面源自车身尺寸放大、冰箱大屏等配置和越来越多的各类智能车载硬件；另一方面，当前主流三元锂、磷酸铁锂电池能量密度偏低，车企为保证续航只能装配大容量电池包。

“在电动化时代，不少旗舰车型直奔3000千克而去。但重量对一辆车的影响是全方位的，而且是连锁反应。”莲花跑车相关负责人表示，最直观的体现就是制动距离。以2600千克重的莲花For Me为例，100—0km/h制动距离是33.9米。如果再加200千克、300千克上去，制动距离可能就变成36米、38米。而且这还不

是线性的——每多100千克，制动距离大概增加2—3米，越往后越是指数级增长。

上述莲花跑车负责人进一步表示，重量一上去，车辆惯性就大，侧倾控制就难，尾部跟随性就差。重的车会觉得“晃”，这就是在失控的边缘。因此把重量降下来，同时保证性能、安全、操控，这才是真正考验工程能力的地方。

记者注意到，为管控车辆超重问题，相关监管政策已经出台。2026年1月1日正式实施的《电动汽车能量消耗限值第1部分：乘用车》，首次将车辆电耗标准与整备质量深度挂钩，整体增加行业能耗要求，对2710千克以上的超重型车型设置了严格的电耗门槛，从能耗维度约束车辆盲目增重。

等，即便部分材料会推高成本，也要换取能耗与操控优势，比如使用三元锂电池肯定会轻很多，但成本也会高很多。“到车辆最后冲刺阶段，每减重1千克，总成本大概要增加1000元。”

轻量化一直是莲花跑车的代名词。记者了解到，莲花已将轻量化技术从赛道下放至量产SUV车型，主要依靠的是“三维轻量化体系”：白车身多材料混合架构+关键零部件材料替代+结构优化设计，莲花For Me因此实现整车减重约500千克。

据上述莲花跑车负责人介绍，车身方面，莲花For Me采用与航空巨头诺贝利斯联合开发的进口铝材，铝合金占比43%，比传统钢制车身减重26%；动力方面，莲花For Me采用全球首个900V高性能镁合金同轴驱动，相比铝合金减重30%，砖式逆变器减重30%；此外，通过碳纤维与Alcantara材质的组

合，整车Alcantara覆盖件累计可降低5千克。

“坦率地说，大多数消费者目前并不会单纯为‘轻’这个字买单，中国消费者更直观的感受是‘配置多等于划算’。”上述莲花跑车负责人直言，消费者不需要理解“这车轻了50千克所以好开”，只需要在弯道上感受到“这车怎么这么稳、这么有信心”，这份信心就是轻量化带来的。因此不用刻意去教育消费者“轻有多重要”，而是要让消费者在方向盘自己去感受。

汽车轻量化技术创新战略联盟研报指出，汽车轻量化是乘用车实现节能降耗、提升续航能力的关键途径。同时，在新能源汽车时代，轻量化正在成为影响电耗法规达标、续航效率、整车成本及全生命周期碳排放的重要技术能力。随着能耗新规实施，行业轻量化技术路线将由“局部减重”逐步向“系统集成减重”演进。

# 三年累亏9亿元 格雷博近九成收入靠单一客户吉利“输血”

## 利润“失血”

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

日前，格雷博智能动力科技股份有限公司（以下简称“格雷博”）近期启动港股IPO。

招股书显示，2023年—2025年，格雷博营业收入分别为3.14亿元、7.37亿元和36.28亿元，营业收入三年暴增超11倍；2025年按新能源汽车多合一动力域解决方案装机量计，格雷博已位居全球独立第三方供应商第一。但高增长背后，格雷博的隐忧同样明显。数据显示，2023年—2025年，公司净亏损分别为2.70亿元、3.45亿元和2.88亿元，三年累计亏损约9.03亿元。更引人注目的是，该公司2025年来自吉利相关集团的收入占比已高达87.2%。

针对格雷博港股IPO背后的战略考量以及客户高度集中所带来的影响，《中国经营报》记者致函格雷博方面，相关负责人称：“公司后续会统一做人物品采访，目前还在准备当中。”

2010年，俄亥俄州立大学电气工程博士管博与导师、美国国家工程院院士徐隆亚联合创办格雷博。初创期钱江摩托持股58.33%，作为核心创始投资方，为公司对接吉利产业链铺就了道路。依托创始团队的实力，格雷博从起步阶段便坐拥远超普通初创企业的研发优势。

2016年是格雷博发展史上的关键转折点。这一年，钱江摩托被吉利集团收购，吉利由此成为格雷博的间接股东。而后在2018年，格雷博率先全面投入以市场为导向的纯电动车领域，专注于集成式电驱解决方案，2021年开始批量生产150kW三合一动力域解决方案。

记者注意到，在完整的发展周期里，行业红利、资本加持、整车订单三重推力共同推高了格雷博的营收曲线。招股书显示，格雷

博2023年总营收3.14亿元，2024年同比增长134.9%至7.37亿元，2025年营收跳升至36.28亿元，同比增幅达391.7%，三年累计增长超11倍。

支撑格雷博营收高速增长的核心，正是多合一动力域解决方案。在招股书中，格雷博方面表示：“2024年，我们交付多合一动力域解决方案，其迅速获得市场认可，并成为我们营运及财务状况的主要增长引擎。2023年、2024年及2025年，我们来自多合一动力域解决方案的收入分别为0.3,81亿元及31.37亿元，分别占我们总收入的0.51.7%及86.5%。”

对于这一产品的技术逻辑与市场价值，格雷博方面称：“我们的多合一动力域解决方案使主机厂客户能够实现更高层次的解决方案集成与功能优化，支持开发在性

能、效率、可靠性及用户体验方面表现均衡的具竞争力的新能源汽车车型，从而最终获得高度的市场认可。”

市场的认可也体现在一个个实打实的定点项目与量产车型之上。格雷博获上市车型采用的解决方案及零部件定点均持续增长。具体而言，其每年获得的定点项目在2023年为3个，2024年为4个，2025年则为17个；持续商业化推出的搭载格雷博的动力域解决方案的车型数目由2023年的5款增加至2024年的8款，并进一步增加至2025年的15款。

不过，公司盈利表现与营收形成鲜明反差。2023年—2025年，公司当期净亏损分别达2.70亿元、3.45亿元、2.88亿元，三年累计亏损规模超9亿元。格雷博在招股书中披露了多项造成亏损的经营

因素，包括业务扩张、持续研发投入等，比如业务处于快速扩张阶段，营收成本尚未充分释放规模效应；公司从长期发展角度出发，优先对接优质供应商搭建抗风险供应链，以此保障产品可靠性、配合客户开展产品验证，前期由此产生了较高采购支出。

“我们的年内亏损由2024年的3.45亿元减少约16.5%至2025年的2.88亿元，反映随着业务规模的扩大，我们的财务表现持续改善。”格雷博方面也在招股书中提到，尽管公司在2025年年内亏损减少，并录得经营利润5030万元，但公司正处于扩大业务及营运的阶段，并持续投资于研发，故近期可能无法维持盈利，并可能于短期内继续产生年内亏损。

值得注意的是，除了盈利端的压力之外，格雷博在客户端同样

面临考验。格雷博方面称：“我们主要为汽车主机厂设计、开发及制造新能源汽车动力域解决方案及新能源汽车动力域解决方案部件。部分客户作为大型跨国公司拥有议价能力，对其供应商（包括我们）具有影响力。此外，汽车零部件供应行业本身竞争激烈，且固定成本基础较高。行业内既有参与者及新进入者之间日益加剧的竞争，进一步加剧了我们所面临的定价压力。”

格雷博方面进一步表示：“尽管主机厂可能有能力将其部分成本增幅转嫁给终端消费者，但由于主机厂议价能力较强及汽车供应链的竞争格局，我们未必能及时相应转嫁我们的成本增幅。因此，我们预计将持续面临来自主要客户要求降低产品价格的巨大压力。”

## 近九成收入来自吉利

与盈利问题同样值得审视的，是格雷博对单一客户的依赖程度。招股书数据显示，2023年—2025年，吉利相关集团始终稳居格雷博第一大客户之位，对应收入分别为1.91亿元、5.56亿元及31.62亿元，占同期总营收的比重从60.8%攀升至75.4%，2025年进一步升至87.2%。

如此高的客户集中度，与格雷博的成长路径密不可分。2010年公司创立之初，钱江摩托即作为核心投资方持股58.33%，为日后对接吉利产业链埋下伏笔；2016年吉利收购钱江摩托，间接成为格雷博股东；此后双方合作持续深化，最终形成了今天高度绑定的合作格局。

除了是格雷博的最大客户外，吉利相关集团还是该公司的供应商。格雷博向吉利相关集团的采购主要包括新能源汽车动力域解决方案部件。2023年—2025年，格雷博向吉利相关集团的采购额达6000万元、150万元及8380万元，分别占同年总采购额的0.001%、0.2%及2.2%。

依托建立的资本与业务联结，双方合作范围持续拓宽，格雷博在招股书中提到：“自2019年起，我们获吉利相关集团委任为供应商，提供新能源汽车动力域解决方案及其部件。随着解决方案表现及技术实力获得日益认可，于2025年12月31日，我们与吉利相关集团的合作已扩展至覆盖8款车型，双方合

作关系持续深化。吉利相关集团于2024年及2025年推出的畅销新能源汽车车型‘星愿’及‘领克900’均搭载了我们的多合一动力域解决方案。”

就双方合作的稳定性，格雷博方面表示：“我们认为，我们与吉利相关集团的关系不太可能出现重大不利变动或终止，此乃主要由于以下因素：第一，我们与吉利相关集团的关系基于合作共赢；第二，我们已与吉利相关集团建立合作关系；第三，客户集中为行业常态。”

值得注意的是，格雷博也在拓展吉利相关集团之外的客户。格雷博方面表示，公司已经、并将持

续凭借产品质量及研发能力，扩大公司的主机厂客户基础。“除吉利相关集团外，我们已向9家主机厂的8款已商业化的车型供应新能源汽车动力域解决方案及其部件。”

格雷博方面也提到：“我们无法保证吉利相关集团将继续与我们合作，或不会减少与我们的业务往来。鉴于我们对吉利相关集团的收入高度集中，若吉利相关集团在未来决定终止或减少与我们的合作程度，可能会对我们的业务、财务状况及经营业绩造成重大不利影响。”

记者也注意到，为缓解客户结构高度集中带来的经营隐患，减少对吉利体系单一业务来源的依赖，

格雷博正主动开辟全新业务赛道，着力培育能够支撑长期发展的第二增长曲线。针对多元化布局规划，格雷博方面表示：“除我们的核心新能源汽车动力域解决方案及其部件业务外，我们已战略性地将业务扩展至AIDC电源系统及具身智能动力域电驱系统领域。”

针对两大新兴业务板块的落地进展，格雷博进一步介绍：“我们的两条新业务线已取得初步进展。在我们的AIDC电源系统业务线中，我们已订立涵盖联合研究及试点商业化的战略合作协议；而在我们的具身智能动力域电驱系统业务线中，我们已进入客户送样阶段。”