



“大块头”扎堆 12年“胖”了近400公斤 新能源车集体“发福” 行业迎来新考验



你有没有发现，现在的国产新车，正在“发福”？数据显示，2024年我国乘用车新车平均整备质量达到1704公斤，较2012年增长近400公斤；2020年至2024年四年间乘用车增重幅度，已超过2012年至2020年八年时间的总和。此外，2026年前五个月，以车长超5米、轴距≥3米、车宽≥1.997米为标准的“532”全新及改款车已达31款，投放体量近乎2025年全年的四倍。而这股“大车潮”清一色由新能源车型主导。据最新行业数据，2025年至2026年在售新能源乘用车整备质量均值突破2吨关口，12款旗舰车型迈入3吨级门槛，中大型新能源车平均重量更是比肩民用轻卡。

乘用车为何越造越重、越造越大？有人说，车企造大车是因为中国人骨子里喜欢大，房子要大、手机要大，车子自然也越大越好。

事实上，这话对了一半，对大车的偏好只是底色，真正把大车推向主流的，是隐藏在其背后的三股力量，分别是需求端的改变、技术端的突破、品牌端的突围渴望。

需求与技术的双轮驱动

我们追本溯源，从需求端入手，看看消费者的需求到底发生了哪些改变。

第一个改变就是家庭结构的变化，随着二孩政策放开，中国“三口之家”的结构正在发生改变，过去是一对夫妻一个孩子，现在一对夫妻可能有两个，甚至三个孩子，如果再加上父母，小汽车根本坐不下。

试想一下，逢年过节你想带上全家出去吃顿饭，一辆五座车根本坐不下，你让父母打车多少有些不合适，要是开两辆车，不仅费油，一路上两车人还连个话都说不上。

对于这类用户，大六座、七座SUV就从加分项变成了必选项。如果说家庭结构的变化让大车成了必需品，那新能源技术则把这件必需品从奢侈品变成了日用品。回到过去，看看一辆传统的中大型燃油SUV，起步价动辄几十万元，油耗更是相当夸张，再加上后期的保养费用，养车成本相当夸张。

但随着新能源汽车的爆发，这种情况彻底被改写。用车成本上，纯电和插混在能耗上有着绝对的优势，四轮角的设计让后排体验也得到了保障，智能化方面更是清一色标配智能座舱、辅助驾驶，各种娱乐功能让后排用户的旅程也能充满乐趣。

利润与品牌向上的双重诱惑

说完了需求端和技术端，我们再来看看这场大车运动的另一个主角，车企。车企造大车，是因为消费者想要大车，但它们并非单纯为了满足消费者需求，还因为这事儿的利润和品牌回报，实在太诱人了。

在汽车行业，大车一直以来都是高利润的产品，因为在同平台的前提下，车身变大带来的物料增量成本远不如其拉高的售价。

毕竟在消费者心中有一个根深蒂固的认知，那就是大等于贵，这种认知来自生活的方方面面，房子越大越贵，手机屏幕越大越贵，车企也深谙此道，所以大车的定价从一开始就站在更高的起跑线上。

而模具开发、平台研发、产线这些固定成本又会随着销量的增加而摊薄，最终就会出现尺寸大一点，成本涨一点，售价跳一档的情况，可以帮助车企大幅拉高毛利率。

如果说利润是眼前的苟且，那品牌向上才是大车带来的真正的诗和远方。毕竟大车价格高，定位也通

常都是旗舰、高端、豪华级别，这对于车企的品牌向上有着天然的优势。

过去二十年，“开宝马，坐奔驰”是许多家庭的梦想，车代表的是身份、是成功、是面子。但到了现在，这个符号的魔力正在消退，不是因为BBA变差了，而是在新能源汽车时代，传统燃油车三大件的属性正在减弱，辅助驾驶、智能座舱、三电技术开始成为新的需求点，而这恰恰是中国品牌的优势。

也就是说，重新定义豪华，实现品牌向上，现在就是最好的时机，而大车就是中国品牌抓住这个时机最趁手的武器。

中国汽车流通协会专家委员会委员章弘表示，在消费端，用户将大尺寸与安全感、体面感绑定，伴随着蓬勃兴起的文旅热潮，长途自驾、多人出行场景持续增多，推动大空间需求增长；在市场端，新能源车型动力性能日趋同质化，尺寸成为最直观、最量化的差异化卖点，车企通过“卷尺寸”快速形成营销记忆点。

海外市场话语权

中国品牌已经在出海上深耕多年，但是比起许多全球品牌，还有一定距离，这种距离不是靠多开几家海外门店、多投几条广告就能抹平的。

许多全球品牌，在世界任何一个角落，都自带一层“不需要解释”的品牌光环，提起丰田就会想到省油、耐用，提起奥迪就会想到操控，提起奔驰就会想到豪华、历史，这些品牌光环是它们用漫长的时间积累起来的。

而大车可以帮助中国品牌快速撕开这层光环。因为大车所定位的旗舰、高端，在一定程度上代表了中国新能源汽车产业的最高水平，所带来的体验也是许多海外品牌都不曾具备的。

此前就有媒体称，许多外国消费者认为理想、蔚来是对标BBA的豪华品牌，极石ADAMAS更是成了中东土豪的最爱，之后在国内上市也取得了激烈的反响，这就是话语权提升的最好证明。

随着海外话语权的增加，中国新能源汽车将成为一张名片，为后续的海出与全球竞争奠定坚实的基础。

所以，大车对车企而言，既有庞大的市场需求，又有充足的技术优势，还有可观的利润与品牌影响力的提升，它不是短期的投机风口，而是一次结构性的产业升级，用户用真金白银验证了需求的真实性，技术用实实在在的体验扫清了障碍，品牌用大车打开了以前想都不敢想的价位段，这三个齿轮一旦咬合，转起来的能量是惊人的。

增重弊端显现

在北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪看来，汽车大型化、重型化的发展趋势，虽然满足了个人舒适用车需求，但长期来看并不利于行业良性发展。“从过去汽车产业发展的经验来看，车变大变重，会导致能耗增加，对于道路资源的使用有负面效应。”有新能源车企测算数据显示，车辆重量每提升20%，对路面的破坏率就会增至原来的2.07倍，增加城市道路的养护成本。

中国汽车工业协会总工程师叶盛基表示，大车当道带来的最直接负担是不节能、不低碳。即便使用电能，超大电池带来的自重负载也会大幅增加能耗，与绿色出行、可持续发展方向相悖。同时，过度追求尺寸与电量，会造成资源浪费，普通代步用户被迫为冗余空间与电池买单，用车成本与社会公共成本双重上升。

此外，固定车位、机械车库的升级赶不上车辆变宽、变重的速度，停车难、开门难的矛盾正在激化，老旧城区停车、通行矛盾尤为突出；用户使用上，车长超5.2米的车型转弯半径更大，不仅掉头、窄路会车难，刚蹭风险也显著升高，普通驾驶技术难以应付。这几年，“车之大一个车位‘装不下’”的局促窘境频繁在各地停车场上演，许多车主在社交平台吐槽停车难、下车难、刚蹭纠纷频发的烦心。

面对汽车越来越重的问题，政策层面已经关注并出台相应措施。《电动汽车能量消耗量限值第1部分：乘用车》国家标准已于今年实施。这项标准通过更严格且系统的指标设计，迫使车企作出实质性技术升级、限制能耗水平，遏制电动汽车日益“肥胖”的趋势。

不过也有业内人士认为，大车当道本身没有绝对的对与错。“关键在于能否平衡产业升级、用户需求与城市治理。大车化契合消费升级与品牌向上需求，也推动技术迭代，值得肯定。当前核心矛盾不在于车越造越大，而在于城市道路、车位、交通规划标准仍停留在小车当道的时代，基础设施严重滞后于产业发展。”广东省大湾区新能源汽车产业技术创新联盟秘书长张瑞锋表示。

综合央视新闻、《新京报》、《光明日报》、《泉州商报》等报道