

告别二元对立，车展见证油电“双向奔赴”

技术取长补短，消费者按需选车回归实用本质

记者 鹿青松 于泊升 张雪 张子慧
济南报道

油电同价“贴身肉搏”

4月12日，车展迎来客流高峰，各个展台前都围满了看车咨询的市民，近千款车型的全方位博弈让现场氛围愈发热烈。政策加码、车企让利、市场倒逼之下，购车成本重新洗牌，“油电同价”已成核心态势。

新能源品牌主动放下身段，价格下探叠加车展活动，诚意拉满。长安启源部分车型推出0息超长贷，10万元贷款可分36期；鸿蒙智行除原有购置税减免等官方权益外，车展期间针对部分车型追加3000元厂商直补，以尾款减免形式直接让利；小米汽车车展现场无直接价格优惠，但厂商赠送高阶智能驾驶功能，以技术权益打动用户。

燃油车阵营不甘示弱，以性价比守住阵地。别克展台昂科威Plus一口价16.99万元、君威10.69万元、君越15.99万元，价格直击消费者心理预期；哈弗H6L在现场推出综合两三万元的叠加优惠，涵盖置换补贴、金融贴息等，吸引了大批消费者驻足咨询；红旗更是带来极具吸引力的油价兜底政策，为H5、HS5等主力燃油车型承包全年油费涨价开支，进一步降低消费者的后期用车成本。

乘联会数据显示，2026年3月国内新能源汽车零售渗透率突破52.9%，单月销量首次超越燃油车，“油电共治”成为常态。山东以旧换新补贴更是牵动着市民的心，不少人专门奔着补贴来逛展，“能不能补、补多少”成了大家重点咨询的问题。

“现在买车不分油电，只看合不合适、划不划算。”一位销售顾问向记者表示，消费者选车越来越理性，价格之外，自身用车场景等因素成为决策重要因素。

技术博弈取长补短

价格是表面较量，技术才是核心底气。2026年，油电车型的技术边界越来越模糊，不再是“非此即彼”，而是互相借鉴、彼此成就，用户体验也愈发贴近。

对于新能源汽车来说，电池爆燃风险、易损坏、充电速度慢、续航达成率低等相关问题一直是选购顾虑。对此，各大车企都在重点推介电池技术：比亚迪二代刀片电池打出“5分钟充好、9分钟吃饱”，户外展台工作人员现场演示快充，不少消费者驻足围观；福特智趣野马展台，销售人员指着展车电池部位介绍，“6层物理防护，强度是新国标的4倍多”；广汽丰田铂智7更直接承诺“电车自燃赔新车”，给消费者吃了颗定心丸。

为解决电池能量衰减问题，乐道汽车凭借换电技术彻底解决车辆使用多年后电池能量衰减的痛点。政策层面，电池新国标以及电池“身份证”等相关政策的落地，也为新能源汽车的电池安全筑牢防线。车展现场，不少新能源车型都明确标注“已提前满足新国标电池要求”，以回应消费者对电池安全的需求。

燃油车则补齐了智能化短板，打破了“油车不智能”的老印象。十五代轩逸不仅装上了骁龙8155芯片，还搭载了L2级辅助驾驶，销售人员现场演示语音控制，不少中老年市民也饶有兴致地尝试操作；上汽大众、别克、东风日产等品牌的燃油新车，也配上了高阶智驾和AI座舱，和新能源车站在了同一起跑线。

现场不难发现，油电技术正在相互融合：新能源车借鉴燃油车的底盘调校，驾驶起来更稳；燃油车引入全液晶仪表、语音交互，操作更便捷。这种双向互补，最终受益的还是看车、买车的消费者。

4月的济南乍暖还寒，山东国际会展中心人声鼎沸，2026齐鲁春季车展盛大举行。近百个品牌、近千款车型同台竞技，贯穿车市多年的“油电之争”，仍是全场最受关注的焦点。

站在2026年的春天，这场争论早已跳出油与电的二元对立，进入技术、市场、用户需求深度融合的“下半场”。消费者用真金白银投票，车企们也亮出了各自发展底牌。



车展现场人声鼎沸，展馆内外参观者络绎不绝。

■相关新闻

5天吸引29.6万人次参观

2026齐鲁春季车展圆满闭幕

记者 朱洪蕾 张雪 于泊升 石晟绮
寇文奇 胡晓雪 刁明杰 李英豪

4月13日，以“乐驭齐鲁·焕新出行”为主题的2026齐鲁春季车展(第五十三届齐鲁汽车展览交易会)在山东国际会展中心圆满闭幕。本届车展集结了近百个国内外汽车品牌、近千款热门车型，融合国家与省级以旧换新政策红利、车企专属购车福利、主办方特色互动活动，以空前的规模、诚意的价格、前沿的科技，为广大消费者打造一场集赏车、选车、购车、玩乐于一体的汽车消费狂欢盛宴。为期5天的车展，吸引了29.6万人次参观，齐鲁车展作为今年二季度最早举办的大型车展，对汽车消费起到引领和刺激作用，提振消费热情。

本届车展汇聚海内外近百个主流汽车品牌，集中亮相近千款车型，全面覆盖燃油乘用车、混合动力汽车、纯电动新能源汽车、摩托车等多个品类，无

论是家用代步的经济型轿车、兼顾舒适与操控的中型SUV，还是主打越野性能的硬派车型、引领潮流的豪华座驾，抑或是前沿科技加持的新能源车型，都在展会上悉数登场。主流热销车型与年度重磅新品同台竞技，全方位展现当下全球汽车产业的发展格局与技术迭代方向，为消费者打造一站式赏车选车的绝佳场景。

凭借庞大的客流量、亮眼的成交量以及深厚的市场影响力，齐鲁车展历来是各大汽车厂商发布新车、展示技术的核心舞台。对于车企而言，登陆齐鲁车展不仅能快速触达海量潜在消费者，更能借助展会影响力打响新品知名度；对于车迷与消费者来说，车展则是一站式领略车市最新风向、感受前沿汽车科技的最佳窗口。本届车展上，多款近期上市或处于预售期的重磅车型迎来集中首秀，潮流设计与尖端科技碰撞，重新定义汽车产业的发展方向。

品牌开启“全域竞争”

复杂的市场环境下，“单条腿走路”已行不通，油电“双线并行”成为车企的共识，这一点在本届车展上体现得淋漓尽致。

自主品牌作为油电双线战略的先行者，已形成完善的产品矩阵。多年来连续参展的奇瑞、长安、五菱等都是典型的多线布局品牌。以吉利为例，一边推出极氪8X、银河M7等新能源车型，一边保留星越L、帝豪等燃油主力，针对下沉市场推出高性价比车型，同时发力插混，“纯电+混动+燃油”三线布局，满足不同市民需求。

各大国产新势力也在加速丰富自家产品类型，打破单一能源赛道的局限。有消息称，小米汽车下一代产品将在现有纯电车型SU7、YU7之外，推出大型增程SUV，弥补长途出行场景的短板；以增程技术起家的理想汽车，则打破“增程单一布局”，连续推出MEGA、i8等纯电车型抢占高端纯电市场；一直以来“专攻”纯电领域的小鹏汽车，也于去年底发布了首款增程式混动MPV小鹏X9超级增程版，满足多元化用车需求。

豪华品牌也跟上了节奏，宝马、奥迪等展台，既有3系、5系等经典燃油车，也有i3、iX等纯电车型，插混车型也同步亮相，兼顾豪华质感与绿色出行；沃尔沃、林肯等品牌，也在保留燃油车优势的同时，加速推出新能源车型，抢占高端市场。

值得注意的是，这些品牌的双线战略并非简单的产品叠加，而是差异化定位：新能源车聚焦年轻、高端、城市用户，主打智能化与绿色出行；燃油车聚焦下沉市场、长途用户与商务用户，主打可靠性与补能自由；插混、增程等车型则作为衔接两者的核心，满足多元用车场景需求，既避免了内部竞争，又实现了市场的全面覆盖。

消费回归实用本质

“我不擅长停车，有没有一键泊车？”“带狗露营能用吗？有宠物模式吗？”“我孩子要写作业，后排有小桌板吗？”车展现场，这样的咨询声此起彼伏，市民选车不再盲目跟风，而是盯着自己的实际需求问到底。

记者走访发现，市民购车越来越理性：家有固定充电桩、主打城市通勤的，大多倾向新能源，看重低用车成本和智能化；经常跑长途、充电不便的，更偏爱燃油车或插混，图的是补能自由、无续航焦虑。“不再纠结油电，适合自己的才最好”成为普遍现象。

需求的分层也越来越明显：年轻人围着阿维塔、智己等新能源品牌转，追求个性和科技感；中年市民更务实，不管油电，只要空间大、性价比高、可靠就会考虑；老年人则偏爱操作简单、加油方便的燃油车，对复杂的智能配置兴趣不大。

车企也摸清了消费者的心思，纷纷主打“车+生活”生态：理想展台重点推介对外放电、智能家居联动，吸引了不少露营爱好者；鸿蒙智行展示车机与手机、家电无缝衔接，戳中了年轻用户的需求。

本届齐鲁春季车展上的油电之争，早已不是“你输我赢”的淘汰战，而是围绕价格、技术、需求与战略的全面博弈。

对市民而言，无需纠结油电标签，立足自身用车场景、预算，就能选到合适的车；对车企而言，深耕技术、贴合用户需求，才能在竞争中站稳脚跟。这场车展，不仅展现了中国车市的活力，更见证着油电共生的新时代，推动中国汽车产业稳步迈进。