

长城汽车董事长魏建军：

以赛促研打通技术迭代链路

“我做赛事用车，不靠这些车赚零配件的小钱，真正看重的是海量实测数据与看不见的品牌声量，做这件事要有大局观。”在环塔拉力赛收官后的面对面访谈中，长城汽车董事长魏建军的寥寥数语，道出了长城常年投身赛事的底层逻辑与中长期战略规划。历时十余天的环塔拉力赛在阿克苏圆满落幕，在南疆戈壁荒漠的极限鏖战之下，长城全员登顶，包揽T2.E新能源厂商杯、T2.1燃油厂商杯、T2.3量产俱乐部杯三项总冠军。

放在当下自主品牌加速发展和出海的大背景下，这场戈壁夺冠早已跳出单次赛事胜负的范畴。领克常年驰骋欧洲房车赛场，极氪接连奔赴国际耐力赛事，一众国产车企陆续把赛场变成产品打磨的试验场。砸下真金白银奔赴各地拉力赛、场地赛，看似是不计成本的投入，实则已经悄然嵌入车企产品迭代与品牌成长的全链条。

● 本报记者 龚梦泽

戈壁试炼 赛场成为量产车天然考场

一直以来，环塔T2组别有着清晰的参赛准则——赛车需保留量产车原装底盘与动力总成，仅能加装基础防护配件，严苛的规则不会仓促立项投产，一切以国际赛场真实战绩为标尺，唯有跻身达喀尔拉力赛前列，限量版车型的落地才有现实意义。他也坦然正视差距，国内九江、云翔等老牌车队深耕越野赛事多年，技术与赛事运营积淀深厚，长城想要实现突破并非易事。

记者了解到，本届赛事，长城专程邀约多名拥有近二十届达喀尔参赛履历的西班牙、阿根廷车手来华参赛。这批常年奔走于全球赛场的外籍车手，在走访长城研发中心、试驾在售量产车型后，对国产整车智能化、动力表现倍感意外，直言亲临实地才打破过往对中国造车的刻板印象。



视觉中国图片

破过往对中国造车的刻板印象。

与此同时，依托阿克苏得天独厚的多元地形，魏建军看好当地越野文旅的发展潜力，建议当地打造戈壁越野体验项目，把环塔赛事资源转化为长线文旅资产。

荒漠里高低起伏的沙地、昼夜悬殊的温差、无孔不入的沙尘，都是实验室恒温环境难以复刻的极端工况。比起奖杯，在极限路况中捕捉车辆真实隐患、验证HEV与PHEV两套不同取向混动方案的环境适应能力，才是车企不远千里奔赴环塔的核心诉求。

聚焦长远 打磨高性能动力路线

贯穿全程的环塔赛道上，每一台参赛车辆都在持续记录车辆在高温扬尘、连续越野负荷下的运行状态，零部件损耗、动力工况变化等一线数据，赛后直接流转至研发部门，转化为在在售车型的优化依据。从赛场故障倒逼量产改进，这套打法已经成为长城研发体系里常态化的一环。

魏建军透露，聚焦长远产品序列，长城打磨了高性能动力路线，搭建对标国际大厂专属性能产品线的GF高性能架构。对于斥资巨大的F1赛事，他明确表示暂时观望搁置。在其经营思路中，企业有限的研发资源，要优先落地普通消费者能够切身用到的民用技术。

不同于以往车企单打独斗参赛，本届环塔拉力赛，长城联动国内本土零部件厂商组

队参赛，实现配件、技术、后勤资源共享，依托国产化配套压缩赛车配件采购成本，慢慢拉低国内民间赛车的人行门槛。

行业之中，相似的探索早已遍地开花。领克依托多年海外房车赛事积累的底盘调校经验，不断优化家用轿车的驾乘质感；极氪借助国际长距离耐力赛事，完善新能源车底盘与电控调校能力。需要指出的是，早些年自主品牌参赛，大多停留在品牌曝光、广告造势层面，高昂花费很难反哺产品。经过多年演变，赛事价值发生本质变化，从单纯的营销投入，变成前置研发投入，全球各地的赛道，成了自主品牌补齐技术短板、缩短与合资车型差距的隐秘阵地。

在采访中，魏建军也谈及了国内赛车产业存在的问题，比如本土赛事认证体系尚不完善，不少核心零部件仍需远赴海外完成资质认证，高昂的认证费用抬高了国内赛车的参与门槛。立足行业痛点，长城方面称，将通过联动本土零部件企业协同研发、共享配套资源的方式，以国产化落地逐步压缩赛车制造成本，从产业端循序渐进破解行业现存难题。

技术下沉 赛道优势落地民用市场

经过环塔风沙验证的防沙、防沙改良方案，如今陆续标配在新款坦克、哈弗车型上，普通车主不用额外自费改装，就能享受到极限环境淬炼后的实用配置。顺着赛事积累的

经验，长城计划推出原生轻量化赛用车型——车辆出厂即剔除冗余配置、预留改装点位，从源头减少越野玩家改装拆车的无效花销，盘活国内越野消费市场。

新疆地域辽阔，越野用车需求旺盛，是长城深耕的区域。公司表示，一方面会持续加密新疆服务网点，推出沙漠全域救援服务，夯实本地化售后；另一方面深挖地域特色，计划推出融入艾德莱斯非遗元素、以禾木村命名的专属车型，借力环塔的地域标签，联动阿克苏文旅产业挖掘新消费场景。落地全国的车手巡店活动，让赛场品质通过面对面交付，转化为终端用户的购车信心。

事实上，领克、极氪同样沿着“赛道下沉民用”的路径前行，将专业赛事的调校思路逐步下放至十几万元价位的家用车型。市场反馈印证了这套路径的可行性，依托多场国际赛事沉淀的产品口碑，长城越野系列、领克性能车型顺利打开中东、欧洲市场，自主品牌逐步摆脱低价内卷的老路，产品力稳步带动品牌价值抬升。

一场环塔的冠军只是具象结果，背后是中国车企摸索十余年形成的以赛赋能量产的成熟路径。从魏建军坚持赛事反哺自研，到领克、极氪奔赴全球各大赛场，自主品牌正在复刻国际车企走过的成长历程。赛车不再是车企的烧钱噱头，而是产品迭代、品牌向上的重要抓手。随着越来越多赛道技术落地家用车型，中国汽车在全球市场的话语权，也在一次次戈壁与赛道的试炼中稳步沉淀。

针对后续产品规划，冯擎峰在接受中国证券报记者采访时明确，此前备受市场关注的纯电版经典车型Elise项目将彻底终止，品牌未来将完全暂停纯电跑车的研发与落地工作。谈及品牌下沉市场布局，冯擎峰表示，不会复刻Elise的产品路线。“下沉市场的消费者，除了关注车辆性能、动力等核心指标外，产品实用性、日常适配性也是核心考量维度。我们布局下沉市场，将主打高实用性产品，例如高性能‘小钢炮’车型。”冯擎峰说道。

其余头部超跑品牌的转型路径，也呈现出高度相似的换道逻辑，纷纷以混动为核心承接电动化转型。保时捷提出“三管齐下”：燃油路线保留718和911，纯电路线继续推进Macan EV和Cayenne EV，混动路线覆盖Cayenne和Panamera。法拉利CEO贝内代托·维亚在Luca发布后强调“情感才是核心”，法拉利的2030年规划为40%燃油、40%混动、20%纯电，纯电Luca更多是技术象征而非销量主力。兰博基尼则最为保守，首款纯电车型推出时间已推迟至2029年之后，兰博基尼CEO斯蒂芬·温克尔曼公开表示“每个品牌要结合自身节奏”。

伴随技术路线换道，各品牌的商业盈利模型也在同步优化升级。莲花通过吉利在平台共享、联合采购和协同研发上的赋能，将盈亏平衡点从5万至8万辆压缩至3万辆。冯擎峰表示，英国莲花与莲花科技的整合预计2026年内完成，盈利目标年份为2027年。

纯电超跑赛道遇冷 混动接棒跑车电动化下半场

● 殷浩楠 龚梦泽

“在跑车领域，纯电这条路我们会把它PASS掉，相关探索将全面终止。”近日，在莲花Focus 2030战略媒体沟通会上，莲花集团CEO冯擎峰的表态，为品牌长达七年的纯电跑车研发探索画上终止符。

事实上，莲花并非首个收缩纯电跑车业务的豪华品牌，却是动作最为彻底的一家。2026年2月，保时捷CEO迈克尔·莱特斯上任首月便叫停纯电718全系车型研发项目。5月26日，法拉利首款纯电跑车Luca一发布就引发争议，品牌前高管公开质疑产品调性，要求其“摘掉跃马标”。兰博基尼则将首款纯电超跑Lanzador推出时间从2028年推迟至2029年，并明确表态，2030年前不会推出任何全新纯电车型。短短几个月内，多家顶级超跑品牌相继收缩纯电战略，曾经行业趋之若鹜的超跑电动化共识加速瓦解，赛道发展分歧加剧。

商业化困境全面凸显

纯电超跑的市场表现，远不及行业前期预判乐观，商业化困境全面凸显。“原以为2026年超豪华市场纯电渗透率能到30%，现在连10%都不到。”冯擎峰在沟通会上坦言。2018年他曾公开宣布Emira将是莲花最后一代燃油车，此后品牌加速电动化转型，相继推出纯电超跑Eviija、纯电SUV Eletre和纯电轿车Emeya，成为全球首批全面推进纯电产品矩阵布局的超豪华汽车品牌，率先完成高端纯电市场卡位。

但电动化布局并未得到市场与消费者的认可。2021年至2025年，莲花累计净亏损超31亿美元，其中2024年单年亏损高达11.07亿

美元。营收端呈现先增后降的颓势，从2021年约3.8亿美元攀升至2024年的9.24亿美元，2025年大幅回落至5.19亿美元；主力纯电车型Eletre与Emeya的市场销量、终端表现均未达到品牌预期。

全球市场环境的持续变化，成为超跑品牌调整电动化战略的核心外因。当前欧洲多个国家已实质性延后燃油车禁售时间表，全球电动化政策红利逐步退坡。从消费端来看，当前汽车动力形式的使用场景已形成清晰、固化的圈层格局：纯电车型主打城市日常代步，混动车型适配全场景出行需求，而极致的性能操控、驾驶乐趣等超跑核心体验，仍高度依赖燃油与混动动力系统。数据显示，8万美元以上的高端豪华汽车价格区间中，纯电车型整体渗透率不足10%。政策、基建、用户需求、市场数据等多重信号叠加，让一众超豪华品牌重新审视纯电超跑的商业可行性，最终选择战略回撤。

多重瓶颈制约高端化发展

豪华跑车品牌集体撤离纯电赛道，本质是物理极限、商业逻辑、驾驶体验三重维度的同步承压，多重瓶颈制约了纯电超跑的高端化发展。

车身重量带来的物理制约，是纯电跑车必须面对的问题。莲花Eviija以2000匹马力做到1.6吨，冯擎峰称之为“汽车工业的极致”；法拉利混动马王约1.5吨，基本守住了超跑轻量化底线；F1赛车的MGU-K电机350千瓦动力仅重15公斤，但单个成本高达200万元，无法量产下放。

纯电跑车要在轻量化和续航之间取得平衡，电池包是绕不开的难题。冯擎峰直言，友商纯电跑车做到两吨“不可思议，说明他

对跑车没有理解”。保时捷砍掉纯电718的工程理由与此一致，重量分布的物理约束不可突破。

物理层面的先天短板，直接传导至商业端，彻底瓦解了高端跑车的定价体系，曾经稀缺的马力参数，如今彻底失去高端溢价价值。“过去一说马力，便和缸数连在一起。现在一说马力，已经没了清晰的技术锚点。”冯擎峰这句话击中了定价权崩塌的根源。法拉利Luca 2.5秒破百，30万元级国产电动车同样能做到，速度不再是百万级定价的支撑。但法拉利搭载6.5LV12的Purosangue仍占品牌销量的11%，高端用户仍在为“缸数”买单。

更深层的断裂在体验层面。“要买两千万的车，毫无疑问还是买12缸的。”冯擎峰这句话点明了跑车消费的核心驱动力不是参数，而是感官和身份认同。Luca发布后“不像法拉利”的争议，本质不是性能不够，而是“感觉不对”。电动化在乘用车领域是体验升级，更安静、更平顺；但丢失了声浪、震动和机械感，在跑车领域反而构成体验降级。

超跑品牌集体换道

纯电跑车退潮，不意味着跑车行业放弃电动化——方向没有变，路径变了。从技术现实看，电池能量密度突破短期无望，F1级电机成本无法下放到量产车。“试错过了，内部没人再坚持只做纯电。”冯擎峰用这句话概括了莲花七年的电动化探索。

基于多年试错经验，莲花确立了清晰的二元切割战略，即高端跑车领域摒弃纯电路线，聚焦燃油、混动双技术路线；民用生活用车板块则保留纯电布局，适配大众市场需求。根据莲花Focus 2030战略规划，品牌整体产品产能配比为60%混动车型、40%纯电车型。

成本压力显现 轮胎企业业绩分化

● 龚梦泽 殷浩楠

2026年一季度，国内轮胎企业业绩出现分化，部分企业增长势头显著优于国际巨头。不过，受天然橡胶、合成橡胶等核心原材料价格大幅上涨冲击，行业成本压力较大，叠加终端涨价传导不畅、汇率波动冲击等因素影响，部分企业净利润同比下滑。总体来看，市场竞争从规模扩张转向价值与风控能力的比拼。

分化成关键词

2026年一季度，国内轮胎行业呈现典型的“总体增收、结构分化”格局。从整体数据来看，国内轮胎企业一季度营收同比大涨27.7%，不过利润端承压明显，净利润同比小幅下滑3.7%，行业竞争告别粗放规模扩张，转向产品价值与成本管控的比拼。

具体到企业，行业龙头中策橡胶一季度营收达111.91亿元，同比增长5.17%，归母净利润12.2亿元，同比增长5.91%；赛轮轮胎成长动能突出，以12.48%的增速实现94.61亿元营收规模，归母净利润10.56亿元、同比微增1.72%，凭借高端产品结构优化，以26.9%的毛利率领跑全行业；三角轮胎同样稳中有进，一季度营收24.7亿元，同比增长10.04%，归母净利润2.18亿元，同比大幅增长31.18%，盈利质量持续优化。

中小型上市胎企成为本轮行业盈利增长的核心增量，多家企业依托去年低基数优势，实现业绩翻倍式增长。数据显示，贵州轮胎一季度营收26.87亿元，同比增长6.32%，归母净利润1.80亿元，同比飙升172.57%，为行业净利增速标杆；佳通轮胎、风神股份同步迎来业绩爆发，其中佳通轮胎营收11.03亿元，同比微降2.00%，归母净利润4743.33万元，同比增长100.51%，风神股份营收17.89亿元，同比增长9.84%，归母净利润5090.57万元，同比增长80.36%。

值得一提的是，上述三家企业高增长核心源于2025年同期业绩基数极低，去年一季度三家企业净利润合计仅约6500万元。除此之外，青岛双星依托锦湖轮胎重组整合红利，一季度营收66.29亿元，归母净利润4228.65万元，同比增长14.76%；通用股份营收21.37亿元，同比微增0.71%，归母净利润1.27亿元，同比增长23.24%。

不过也有企业表现不佳。一季度，玲珑轮胎营收稳步增长，实现60.57亿元营收，同比增幅达6.33%，经营规模保持扩张态势，但受汇率剧烈波动冲击，税前汇兑损失高达2.67亿元，直接吞噬公司绝大部分利润，最终仅实现归母净利润1689.35万元，同比下跌95.04%。

2026年一季度，国际头部轮胎企业普遍营收承压、业绩疲软，米其林销售额同比下滑5.4%，大陆集团整体销售额同比下降10.4%，倍耐力营收同比小幅下滑1.2%。仅有韩泰轮胎、耐克森轮胎实现营收增长，增幅分别为7%和18.7%，不及国内轮胎企业27.7%的营收同比增速，国产轮胎头部企业的产能、技术与成本优势持续凸显。

多举措对冲成本压力

在2026年一季度原材料价格普遍上行的压力下，国内轮胎企业盈利韧性出现明显分化。面对原料成本刚性上涨，头部企业主要通过产品结构优化、产业并购整合、全球化产能布局等方式对冲盈利压力，有效抵御行业利润侵蚀。

赛轮轮胎重点布局非公路巨型轮胎等工业配套品类，该类高技术门槛高、行业竞争格局集中、盈利空间稳定。受益于高端高毛利产品销量占比提升，公司一季度毛利率同比提升2.1个百分点，盈利修复能力领跑行业。

青岛双星则通过并购重组完成产业升级补短板，依托锦湖轮胎整合落地协同效应。重组完成后，公司在集中采购、全球物流、定制化生产等环节的资源优势逐步释放，进一步打通海外渠道与高端产能。

产品高端化升级是全球轮胎行业应对成本上涨的另一有效路径，国际巨头多是依靠高附加值产品稳住业绩基本盘。国内头部企业普遍采取“产品升级+海外扩产”策略实现品牌向上——赛轮越南、柬埔寨基地产能持续释放，玲珑塞尔维亚、巴西基地稳步建设，依托海外低成本产能与高端产品矩阵参与国际市场竞争。

从行业周期特征来看，轮胎行业成本传导存在季度级滞后性，当期原料涨价压力将在后一季度集中兑现。目前行业多数企业已启动终端涨价，但受下游需求疲软、渠道库存偏高影响，涨价落地力度不足、传导不完全，行业盈利仍将承压。

业内认为，随着三季度传统销售旺季开启，叠加原材料价格大概率回落等因素，行业整体盈利有望迎来修复。当前国内头部胎企已完成多区域海外产能布局，海外产能扩张速度将成为下一阶段轮胎企业竞争的核心变量。



视觉中国图片