

朗大爷还是朗大爷！卖了650万台的朗逸居然还在升级！

来源：王亭君 发布时间：2025-11-19 20:00:52

在中国乘用车市场上，上汽大众朗逸要是认了第二，相信没有人敢认第一。

自次贷危机席卷全球的2008年起，朗逸家族就开启了持续近20年、完全无视经济环境的疯涨模式。截至本月，这款国民级家轿的历史累计销量已突破650万台——是的，朗逸就是强得这么可怕，强到自动穿越了周期。

更想不到的是，当你以为“朗大爷”从此可以躺在功劳簿上优哉游哉的时候，他居然又开始了新一轮的升级。



11月17日，上汽大众朗逸 Pro正式上市。新车共推出4款配置，限时售价区间8.88万-11.29万元。上汽大众方面还随新车公布了限时用户权益，令新车购置成本得到进一步降低。

作为大众朗逸的最新升级产品，朗逸 Pro并非简单的年度改款，而是真正做到了从全新概念出发、以“大满配”的诚意，打造出一款能够与新能源车一较高下、争夺年轻消费群体的优秀产品。

正因如此，朗逸 Pro从外在面貌开始着手，通过更加年轻化的设计笔触来赢得年轻人的青睐。

例如，新车提供两套风格迥异的前脸设计供选。其中，星空版前脸采用黑化点阵式格栅

搭配高亮车标，辅以极具科技感的狭长灯带和富有动感的包围设计，并搭配专属风格轮毂，在极大程度上迎合了当前年轻人积极拥抱科技和运动的需求。

当然，朗逸 Pro作为国民级产品，也充分考虑到其他年轻层及商务用户的审美需求。采用横向镀铬处理，经典版前脸设计呈现出沉稳大气的风格，营造出得体稳重的形象。

另外，宽阔简约一体化车尾和上流线型低风阻车顶共同构筑出优雅动感的视觉效果，贯穿式尾灯内嵌醒目的车型字母Logo，则成功延续了帕萨特Pro的设计思路，大幅提升车尾的辨识度和精致感。

从整体来看，新车长、宽、高分别达到越级的4720毫米、1806毫米和1482毫米，轴距则达到2688毫米，为充足的车内空间提供了保证。

进入车舱，对于时尚潮流的追逐也被标注在了最醒目的位置。新车内饰整体采用简约轻盈的设计思路，例如通沟配备怀挡式换挡机构来优化中控台空间。另一方面，新车还借助类似中控台缝线工艺这样的细节点缀，对质感和舒适性做出强调。

在座舱科技氛围的营造方面，新车采用悬浮式中控台，仪表盘则升级为液晶显示屏，高通8155车规级芯片，配合升级后的MQB-EVO智能架构，运算速度快、响应灵敏，并具备多任务处理能力。

作为昭示燃油车未来的众望所向，朗逸 Pro在动力方面进行了极大幅度的升级，以构成其在面对新能源竞品时的核心竞争力。

其中1.5T车型搭载1.5T涡轮增压发动机，后者具备可调的涡轮启动时间、更高的喷油压力以及精妙的压缩比，其最大输出功率118千瓦，峰值扭矩250牛·米，并匹配7速干式双离合变速箱，带来绝佳的动力输出表现与燃油经济性，可满足大部分应用场景下的驾驶需求。

在操控性和舒适性方面，新车则首次搭载四轮独立悬架，以更好的振动过滤能力确保出行舒适性，再加上根据中国真实路况、历经近百种方案调校的底盘，兼顾操控稳定性与行驶平顺性。

此外，新车还最大限度地承袭了大众汽车品牌的德系安全基因，全车高强度及以上钢材使用比例达81%，至高搭载7安全气囊并新增中央气囊，并为前排标配了双预紧和双级限力安全带，全方位保障乘员安全。

从今年以来的行业情况来看，合资紧凑级家轿的市场形势依然严峻，但朗逸依然在该赛道上表现突出，可见其历史口碑已形成一笔足够丰厚的资产。

更重要的是，在本次升级过程中，朗逸并未将过多的开发资源和精力分散在混合动力、智能驾驶等领域，而是精准把握目标消费群体的实际需求，专注优化燃油驾驶体验的品质感和可靠性。

这无疑是一种明智的取舍。作为一款享誉近20年的现象级车型，朗逸拥有性格鲜明的消费人群。他们在考虑选购朗逸之前，其实早已对这款产品产生了清晰的预判，而游离于市场预期之外的冒进显然并非其所欲。

正因如此，将变革之力用在正确的位置，才是“朗大爷”能够在明日车市中继续扮演“朗大爷”的个中要窍。

HTML版本： [朗大爷还是朗大爷！卖了650万台的朗逸居然还在升级！](#)