

# 659万起！第五代帝豪价格还是A级，享受绝对B级！

来源：赵佩玲 发布时间：2025-11-20 23:06:03

原创 何国婷 车市车事 2025年11月19日 22:36 浙江

一眨眼，16年过去了，带领吉利汽车进入豪车时代的开山鼻祖、时代的同行者——帝豪已经进化到第五代了

李书福的美丽追求：要让中国的汽车跑遍全世界，而不是全世界的汽车跑遍全中国



11月18日，杭州入冬。

忽然降温，夜风“飕飕”吹得人忍不住要缩脖子。

钱塘江畔的杭州国际博览中心却有一团火，在汽车人温暖的梦想中燃烧，空中犹似传来400万个以上家庭对未来充满期许的欢笑。

当晚，进化中的吉利帝豪就这样以一场“400万向上盛典”，迎来全球上市。

向上的力量最初来自吉利汽车创始人——浙江吉利控股有限公司董事长李书福的美丽追求。他在接受CCTV2财经频道时说的金句“要让中国的汽车跑遍全世界，而不是全世界的汽车跑遍全中国”，还真令人振奋。

范峻毅：一辆帝豪车，半部中国家轿发展史

吉利汽车销售公司总经理范峻毅总结帝豪发展史，自豪地称：“一辆帝豪车，半部中国家轿发展史。”

他说，16年前，中国汽车产销规模首次超过1300万辆，成为世界汽车第一大国，这个数字背后是合资品牌占据绝对主导的市场格局，而中国自主品牌在轿车市场的份额不足三成，帝豪应运而生，16年来帝豪与中国汽车共腾飞，与国民生活齐向上，是时代的同行者。

五代帝豪背后的五个总工程师

至2025年，帝豪已连续16年稳居轿车销量榜前列，是唯一突破400万销量的中国家轿，这个数字，相当于675座珠峰的高度，1651艘航母甲板的宽度。

从2009年上市至今，每两分钟就有一个家庭选择帝豪，每一台帝豪驶过的不止是一段旅程，更是一个中国家庭奔向美好生活的轨迹。

16年来，代代传承的帝豪的粉丝从0发展到400万+中国家庭。400万个向上故事背后，凝聚着一代又一代中国汽车人的梦想与坚持；一代又一代的工程师们将用户的期待化为现实，将行业的标准推向新高。

也可能是因为这个原因，历代帝豪的总工程师们被请到了前台，共同成就中国汽车史上罕见的五代同框话题。

这些帝豪总工程师分别是第一代的李传海，第二代的姜源发，第三代的汤小生，第四代的严永贵和第五代的金爱君。

每一代帝豪都是时代的破局者

16年来，每一代帝豪都是时代的破局者：

第一代帝豪 首次以安全构筑技术堡垒，一举斩获C-NCAP五星与E-NCAP四星安全认证，向世界证明，安全无关品牌，唯有标准。

第二代帝豪 率先将健康作为造车第一理念，构建六层生态净化圈，并成为同级首款荣

获C-ECAP白金评价的中国轿车，帝豪守护的不仅是车辆的安全，还有车内每一个人呼吸的空气。

第三代帝豪 率先推动科技平权，将G-Link智能车机、全液晶的仪表等高端配置变成国民标配，让智能科技照亮每一个普通家庭的日常。

第四代帝豪 在整车架构、智能制造、造型设计与科技配置四大维度全面进阶。

第5代帝豪 从设计到配置，都渗透着对“家”的理解，以文化共鸣，来超越代步工具的属性。

王博：第五代帝豪从设计上诠释国民家轿如何实现代际传承

吉利汽车中国星品牌营销总经理王博在回顾帝豪16年征程时说，这是中国汽车工业史上真正做到五代传承的国民家轿，作为一款全球车，吉利帝豪以实力赢得全球30个国家用户的信赖，在哈萨克斯坦、沙特等国家成为中国品牌轿车销量冠军，成为吉利全球化征程中一张亮眼的中国名片。

第五代帝豪从设计上诠释了一辆国民家轿如何实现代际传承，让经典造型历久弥新。

从第一代开始，帝豪就奠定了设计的DNA，前端后正的经典三厢体态，成为帝豪家族传承五代车型的视觉符号。

第五代帝豪的前格栅设计灵感来自开阔的中式建筑，12道纵向格栅如顶梁柱造型；车色灵感源自中华大地的万里河山，千山青取自万里山河波澜壮阔的生机之情，墨岩黑取自东岳泰山的岩壁……，总之，巧妙地将山河意境融入工业设计，让汽车不再是冰冷的机器，而是东方美学的移动载体。

第五代帝豪除了6.59万-8.29万的亲民价，还送七重豪礼

第5代帝豪此番全球上市，不仅推出6.59万-8.29万元的亲民价，还送七重豪礼。

第五代帝豪搭载1.5TD+7DCT与1.5L+8CVT动力组合，其中1.5TD+7DCT最大功率133kW，峰值扭矩290N·m，零百加速7.9秒，百公里油耗5.95L，实现性能与油耗的优异平衡；1.5L+8CVT组合则精准匹配家庭都市通勤场景。

曾几何时，A级家轿市场长期被合资品牌把持，“性价比”成为中国车型唯一的标签，而帝豪家族以持续革新打破困局，成为首个完成400万台下线的中国品牌燃油轿车家族，累计159个月销量破万。如今第5代帝豪基于新一代BMA Evo架构，在五大维度实现全面跃升，彻底改写了“A级车必紧凑”“燃油车智能弱”的行业偏见。

据吉利汽车首席工程开发科学家周大永介绍，8万级燃油车市场是普通家庭购车的核心地带，第5代帝豪将高阶辅助驾驶、准B级空间等越级配置带入该区间，用1000元订金抵10000元等政策降低购车门槛，实现“科技平权、油电同智”，其4815mm车长，1885mm车

宽、2755mm超长轴距带来的宽敞空间，610L扩展至1779L的后备箱容积，完美匹配家庭出行需求；而最高支持120km/h刹停的AEB功能，更将安全标准提升至新高度，这种“价值升级、价格亲民”的策略，正是其赢得全球的核心武器。

对用户体验的极致追求，更彰显其人文内核。“8层夹心棉花糖云朵座椅”用慢回弹海绵过滤路面颠簸，140项风噪优化构筑静谧空间，这些细节直击家庭用户对舒适的需求；“母婴级”环保材料打造的座舱，气味等级达6+级，将健康安全放在首位；而兼容12大品牌的车机互联系统，让老人小孩都能轻松操作。

正如现场首位明星车主李晨所言，这种“向上”不仅是技术的跃升，更是对用户需求的真诚回应。

400万用户的选择，早已超越买卖关系，形成一种情感联结。帝豪老用户可享专属换购金的感恩政策，既延续了品牌与用户的羁绊，也见证着无数家庭的成长。从首次购车的年轻人到置换新车的家庭用户，帝豪陪伴着一代又一代人的“向上”人生，这种“与全球向上者并肩”的品牌主张，让每一台车都成为生活进阶的见证者。

第5代帝豪的上市，标志着中国家轿正式进入“价值引领”时代。它以70%高强度钢构建的安全车身诠释责任，以Flyme Auto智能座舱拥抱时代，以国风设计传递文化自信。

这背后，是中国汽车工业从“造老百姓买得起的车”到“造老百姓喜欢的好车”的理念升级。

HTML版本： [659万起！第五代帝豪价格还是A级，享受绝对B级！](#)