

5代帝豪，吉利让中国家轿又赢了一次！

来源：张俊吉 发布时间：2025-11-21 08:32:04

11月18日，第五代吉利帝豪在杭州正式上市，限时价6.59-8.29万元。聚光灯下，除了新车本身，5代吉利帝豪工程师的集体亮相，以及他们对于“国民家轿”的理解，让所有人看到一款车从历史中驶来的具象化轨迹。

现场，范峻毅按时间线回顾了帝豪的发展：第一代把安全拉到C-NCAP五星、E-NCAP四星的水平，告诉行业“安全无关品牌，只看标准”；第二代把健康当成必答题，拿下C-ECAP白金评价；第三代在燃油车上讲“科技平权”；第四代则用整车架构、制造和工艺，对标世界级品质……

400万车主、4代产品、16个年头，这组数据的背后，与其说是一款产品的迭代，不如说是一部中国家轿的历史。尤其在今天这个造车如牛毛的时代，一款能持续热销16年的产品，其背后值得品味的内涵，远比我们想象的更加丰富。



但在今天第5代帝豪上市之前，吉利团队始终在思考一个问题：在竞争白热化的今天，帝豪还要拿出什么样的故事继续惊艳世人？当智能电动向纵深发展，这款历经十六年市场淬炼的「国民家轿」，要如何书写它的新篇章？

文 | Wind

编辑 | 李佳琪

图片来源 | 网络

1

自主家轿的崛起，是从吉利帝豪开始的！

「一辆帝豪车，半部中国家轿发展史」，要理解第五代帝豪的含金量，首先要理解帝豪究竟为中国家轿带来了什么。

回望中国汽车工业的发展历程，家轿尤其是A级家轿市场，曾长期是合资品牌的「自留地」。2010年前，消费者在10万元级家轿市场的选择几乎被大众捷朗逸、日产轩逸等合资车型包揽，这些车型凭借成熟的技术、稳定的品质和积累的口碑，形成了难以撼动的市场壁垒。

彼时的自主品牌家轿，要么在低端市场挣扎，以低廉的价格换取微薄的销量；要么盲目模仿，却在核心技术、制造工艺和品控管理上存在明显短板，难以获得消费者的信任。“自主家轿不如合资”的偏见，像一张无形的网，束缚着中国汽车品牌的向上之路。

正是在这样的背景下，2009年，第一代帝豪横空出世。一方面，为了提升车型品质，吉利投入巨资引进了国际先进的生产设备和制造工艺，建立了严格的品控体系，从零部件采购到整车组装，每一个环节都精益求精，最终以 C-NCAP 五星安全评级，成为中国品牌首个获此殊荣的轿车，一举击碎了过去国产车不安全的偏见。

一方面，开创性地采用了「高配低价」的策略，以8.28万元起售价，提供超越同级的产品体验。比如搭载的1.5L和1.8L两款自然吸气发动机，匹配5速手动变速箱，虽然动力参数在今天看来并不亮眼，但在当时却有着出色的稳定性和燃油经济性。结果是，上市首月销量就突破1万辆，成为中国自主品牌首款上市即破万的A级轿车。

从某种意义上，自主家轿的崛起，就是从吉利帝豪开始的！如果说第一代帝豪实现了「破局」，那么后续几代车型则完成了持续的「领跑」。

具体来看，第二代帝豪在外观设计上进行了优化，更加符合消费者的审美需求，同时升级了内饰材质和配置，进一步提升了舒适性；第三代帝豪则引入了吉利全新的家族式设计语言，动力系统也进行了升级，燃油经济性和动力性能得到了进一步提升；第四代帝豪则搭载了吉利的智能网联系统，实现了车机互联、语音控制等功能，顺应了汽车智能化的发展趋势……

可以说，每一次迭代，帝豪都能精准把握市场需求的变化，在技术、设计、配置等方面进行升级，不断提升产品力。截至今年11月，吉利帝豪累计销量已经突破400万辆，是中国汽车市场上第一个累计销量达到400万辆的家轿车型。这一数字不仅超越了所有自主家轿车型，甚至超过了不少合资家轿车型的累计销量。

2

5代帝豪，打破家轿舒适性的「级别桎梏」！

在汽车行业，长期以来存在着一条不成文的规则：家轿的舒适性与车辆级别强相关。背后，是汽车架构、研发成本、市场定位等多种因素的制约。对于A级家轿来说，由于车身尺寸、轴距等方面的限制，往往难以在空间舒适性上达到B级车的水平；同时，由于定价相对较低，研发成本投入有限，在底盘调校、座椅设计、隔音降噪等影响舒适性的关键领域，也难以做到“越级”。

但如今，第五代吉利帝豪的上市，彻底打破了这一规则。基于新一代BMA Evo全球模块化架构打造，实现了「A级家轿B级享受」的产品体验，重新定义了A级家轿的舒适性和安全性标准。

通过架构的优化设计，第5代帝豪最大化地提升了车内空间利用率。在车身长度达到4815mm，轴距达到2755mm，相比上一代车型有了明显提升的同时，得房率达到同级最高的85.1%。尤其为后排乘客提供了更充足的乘坐空间，后排头部、肘部、膝部空间都是同级最高，可以轻松容纳3位1.8米的乘客不拥挤。

同时，工程师还对车内储物空间进行了精细化设计，除了常规的储物格外，整车设置27处魔术储物空间，包含8.8L隐藏式储物区与6.8L超大扶手箱，能轻松收纳日常高频物品。后备厢基础容积更是高达610L，可以容纳7个20寸行李箱，满足家庭出行的多样化储物需求。

这是因为，作为吉利汽车基于全球市场需求，联合沃尔沃共同研发的最新一代模块化架构，BMA Evo全球模块化架构是吉利汽车技术实力的核心体现，不仅具有高度的灵活性和扩展性，兼容不同的车身尺寸、动力形式和配置水平，更在空间利用、底盘性能、安全防护等方面有着显著的优势。

比如，围绕底盘性能，为了控制成本，许多A级家轿往往采用较为简单的悬挂系统，在面对复杂路况时，难以有效地过滤震动，导致车内乘客能够明显感受到路面的颠簸，舒适性大打折扣。第5代帝豪的底盘由中欧大师级团队联合调校，车身侧倾与俯仰控制尤为出色；加之星睿智算中心算力支持下，车辆搭载同级独有的星睿AI Drive数字调校、AI云动力模型与智慧云诊断系统，进一步强化驾乘体验。

此外，基于新一代BMA Evo全球模块化架构，五代帝豪在安全配置上也同样做到了「越级」，为整车带来四大安全防线：第一道防线是其超高强钢防撞梁，采用B字型结构配合240mm的超长吸能盒，抗冲击能力提升24%，相当于行业普遍的2倍，吸能效率提升40%；第二道防线是超140kN时的碰撞载荷，通过发动机下沉技术，让副车架脱开卸力，乘员舱侵入量降至少20%；第三道防线是其独有的三叶草卸力结构，带来正面碰撞抗冲击提升54%；第四道防线是底部六横六纵的布局，让乘员舱抗冲击提升15%。

从架构革新到空间优化，再到安全配置，第五代帝豪用实际产品力证明，家轿的性能不应被级别标签所束缚。第5代吉利帝豪的上市，不仅为A级家轿市场树立了新的舒适标杆，更让消费者得以用A级车的购车成本，享受到媲美B级车的越级体验。

3

人人谈电车的时代，吉利为何死磕燃油家轿？

在电车份额持续扩张，燃油车不断收缩的今天，很多人看不懂，吉利为什么还要继续围绕一款燃油车继续深耕和迭代？这是因为人们不没有看清楚，在国内A级家轿市场里，吉利

帝豪最普适的价值和意义究竟是什么。

一方面，尽管目前新能源渗透率持续突破，但燃油车仍然有着绝对数量的用户基本盘，其中A级家轿又占据着相当可观的规模。数据显示，年收入10万元左右的中国家庭占比，高达43%。

按照目前中国约4.9亿个家庭的基数来计算，收入水平处在这个区间的家庭约有2亿多个。并且从地理分布来看，这些家庭大多在中西部以及一些发展节奏相对缓慢的低线城市，新能源汽车的使用便利性受到限制，消费者更倾向于选择燃油车。

而这些用户最核心的需求无非就是大空间、性能稳定，加上不错的驾驶体验，在这些“刚需”得到满足的前提下，还要有绝对能打的产品力和相对能打的价格。吉利帝豪作为一款深耕家轿市场十六年的车型，拥有广泛的市场基础和庞大的用户及盘，这些群体中，几乎是一个绕不开的选择。

一方面，满足那些仍偏好燃油车或尚未完全准备好拥抱电动化的消费者需求，也是吉利帝豪坚持迭代的目标。在汽车市场转型的过程中，消费者的需求呈现出多样化的特点，并非所有消费者都愿意立即拥抱电动化。对于这部分消费者来说，他们需要的是一款品质更高、配置更丰富、体验更好的燃油车车型。

第5代帝豪的迭代升级，正是围绕这一需求展开的。不仅在舒适性、安全性等方面实现了「越级」，更在智能配置上进行了大幅升级，成为8万级唯一搭载高阶辅助驾驶系统的燃油车型。搭载千里浩瀚辅助驾驶H3方案，集成26个高精传感器与128 TOPS大算力芯片，吉利为第5代帝豪构建了覆盖几乎全场景的智能驾驶能力。

包括ACC自适应巡航、AEB自动紧急制动、LDW车道偏离预警、LKA车道保持辅助等功能，在全面覆盖高速巡航、轨迹纠正与风险规避场景，显著提升行车安全与驾驶便利的同时，真正做到了让油车和电车一样智能！

技术的先进性最终要服务于用户的实际需求。无论是燃油还是新能源，本质都是为了能够为用户创造真实价值。在400万车主的信任基础上，第5代帝豪仍然在以对市场的精准洞察，围着「国民家轿」这一关键词，在电动化浪潮中开辟出一条独特的增长路径。

HTML版本： [5代帝豪，吉利让中国家轿又赢了一次！](#)