

15万级纯电市场变天？东风奕派eπ007上市全系标配激光雷达引热议

来源：林雨幸 发布时间：2025-11-22 23:21:03

东风旗下全新纯电品牌“奕派”的首款车型——奕派eπ007(图片|配置|询价)正式上市，定位于15万级纯电轿跑市场。这款新车最受关注的亮点，是将以往多见于30万级以上车型的激光雷达，纳入全系标配清单，在竞争激烈的细分市场中引发广泛讨论，也折射出当前新能源汽车市场的配置竞争新趋势。

eπ007最低售价：11.59万起最高降价：0.50万图片参数配置询底价懂车分3.99懂车实测空间·性能等车友圈7.1万车友热议二手车8.50万起 | 24辆

一、轿跑设计+核心硬件，定位年轻消费群体

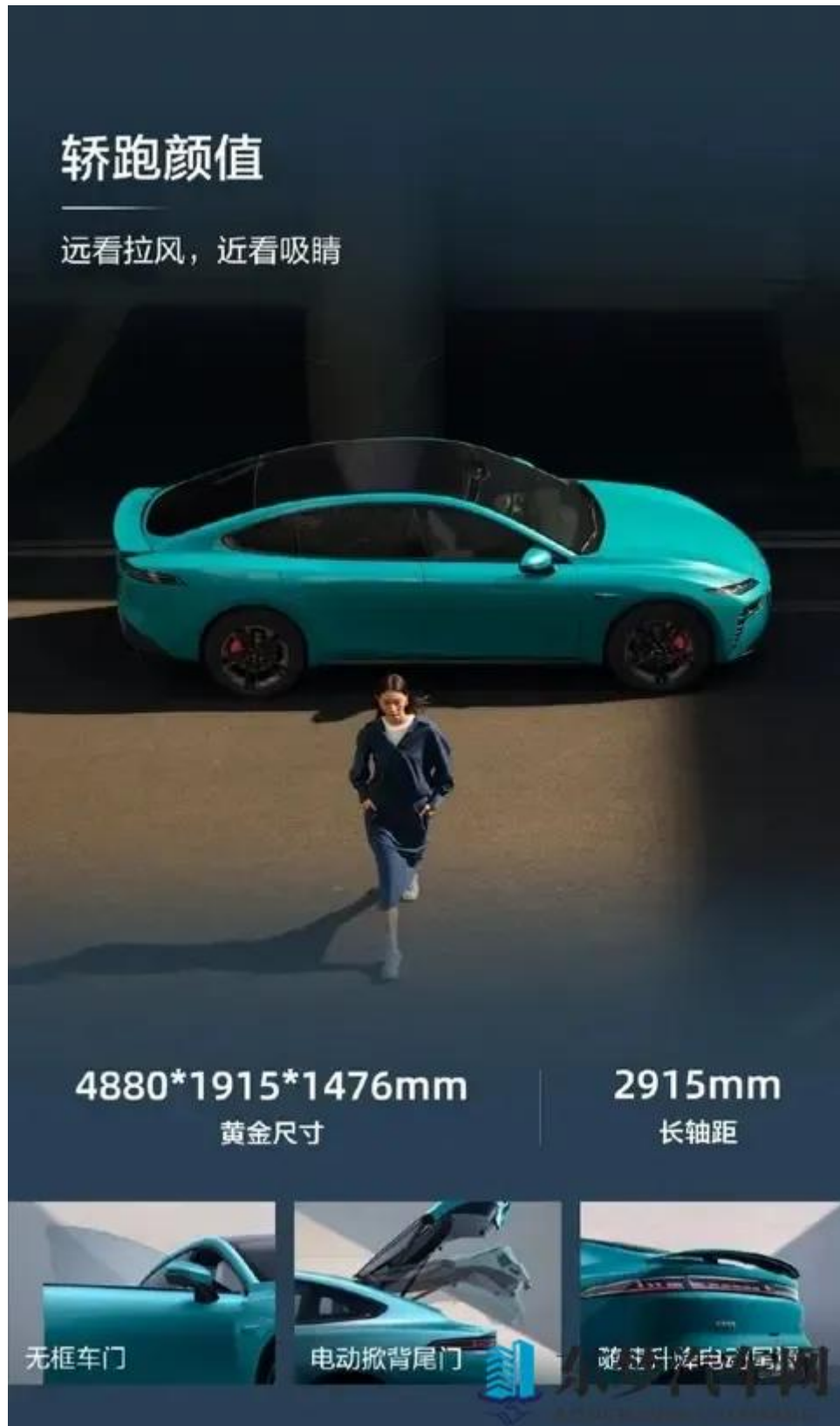
奕派eπ007的产品设计围绕年轻用户需求展开：

— 外观采用低风阻轿跑造型，流畅的溜背线条、隐藏式门把手等元素，既降低了风阻系数以优化续航表现，也强化了运动化视觉风格，打破了部分纯电轿车造型保守的刻板印象；



- 核心硬件配置上，除了全系标配激光雷达，还提供磷酸铁锂或三元锂电池版本（电芯来自宁德时代），驱动形式涵盖后置后驱与双电机四驱，悬架采用前麦弗逊+后多连杆组合，满足不同用户的动力与续航需求。

二、激光雷达下放：15万级车型的配置突破



激光雷达作为高阶智能驾驶的核心硬件，其在15万级车型上的“标配化”，是奕

派eπ007的最大争议点与亮点：



– 激光雷达的核心优势的是通过发射激光束生成高精度三维环境地图，相比传统摄像头、毫米波雷达，在远距离识别、复杂天气（雨、雾、夜间）适应性、障碍物精准判断等方面更具优势，为城市NOA、自动泊车等高阶辅助驾驶功能提供硬件支撑；

– 在此之前，激光雷达多为豪华品牌或高端新能源车型的选配或标配，奕派eπ007将其

下放到15万级市场，本质是配置门槛的大幅降低，让普通消费者有机会接触到以往“越级”的智能驾驶硬件。

三、配置“内卷”背后：市场竞争与用户需求的双重驱动

奕派eπ007的配置策略，是当前新能源市场竞争的缩影，背后藏着多重逻辑：

- 对消费者而言，配置下放直接提升了产品性价比，用更低预算就能获得更丰富的硬件支持，短期内是明显利好；
- 对品牌而言，奕派作为全新品牌，需要通过差异化配置快速打开市场认知。激光雷达的标配的是其建立技术标签、吸引关注度的关键手段，试图在同质化竞争中脱颖而出；
- 行业层面，随着智能驾驶技术的普及，激光雷达等硬件的成本逐渐下降，为中低端车型的配置升级提供了可能，也推动了整个行业智能驾驶硬件的普及速度。

四、争议与考验：硬件到位后，软件体验成关键

尽管硬件配置足够吸睛，但奕派eπ007仍面临核心考验：

- 智能驾驶的体验好坏，不仅取决于激光雷达等硬件，更依赖于软件算法的优化、数据的积累以及系统集成能力。硬件“堆料”只是基础，能否实现稳定、可靠的高阶辅助驾驶功能，能否通过OTA升级持续优化体验，才是决定用户口碑的核心；
- 对新品牌而言，软件研发、售后保障等方面的积累相对薄弱，如何将硬件优势转化为实际使用中的体验优势，避免“硬件噱头大于实际用途”，是其需要解决的关键问题。

eπ007最低售价：11.59万起最高降价：0.50万图片参数配置询底价懂车分3.99懂车实测空间·性能等车友圈7.1万车友热议二手车8.50万起 | 24辆

总结：配置下放是趋势，但用户体验才是最终标尺

奕派eπ007以“15万级标配激光雷达”的策略，打破了细分市场的配置格局，也让更多消费者关注到智能驾驶硬件的普及进程。这种配置“内卷”的背后，是新能源市场从“增量竞争”向“存量竞争”转变的必然结果，品牌需要通过更具吸引力的配置争夺用户。

但对消费者而言，选择车型时不应只看硬件清单，更需关注软件优化、品牌服务、实际使用体验等核心维度。未来，15万级纯电市场的竞争或将从“硬件堆料”转向“软硬协同”，而奕派eπ007能否凭借这波配置优势站稳脚跟，最终还要看其实际交付后的市场反馈与用户口碑。