

外观像星瑞，轴距加长105mm，659万起能成爆款吗？

来源：陈柔宏 发布时间：2025-11-23 00:00:09

吉利帝豪曾经创下了全球累计销量400万辆、平均每2分钟就售出一台的成绩，不过面对新能源车的快速渗透以及同级车型的竞争，目前这款新车也亟需焕新突破。11月18日，吉利汽车全新换代车型正式上市，以全面进化的产品力和极具冲击力的价格，试图重新夺回A级家轿市场的领先地位，接下来我们就来看看这款车型的表现。

产品力解读：

第五代帝豪基于新一代BMA Evo全球模块化架构打造，从外观来看，第五代帝豪采用了吉利最新4.0家族式设计语言，整体视觉效果宛如“小星瑞”，前脸配有12根竖向镀铬条，增强了车辆的豪华气场。车身尺寸全面提升至4815*1885*1480mm，轴距提升至2755mm，相比老款轴距增加了105mm，已接近B级车标准。空间优化上，通过架构改进，第五代帝豪实现了85.1%的“得房率”，比不少B级车还要高。

动力系统是第五代帝豪升级的核心亮点。新车首次搭载1.5T发动机，最大功率133kW（181Ps），峰值扭矩290N·m，匹配了7DCT变速箱，官方零百加速仅为7.9秒。这套动力系统此前已在领克03、星瑞等高端车型上使用，性能表现成熟可靠。



而对于追求经济实用的消费者，第五代帝豪保留了1.5L版本，最大功率88kW，匹配CVT无级变速箱，足够满足日常通勤需求。底盘方面，新车采用麦弗逊和扭力梁非独立悬挂组合，虽未升级为多连杆后独立悬挂，但经过中欧团队联合调校，在舒适性与操控性之间取得了良好平衡。

走进车内，第五代帝豪的智能科技配置也值得关注。全系标配的14.6英寸超高清中控屏加10.25英寸液晶仪表，搭载了Flyme Auto智能座舱系统，支持全场景语音识别、手机互联等功能，可进行模糊指令和粤语普通话双语识别。智能驾驶方面，高配车型搭载了L2级辅助驾驶系统，包含车道保持、交通标志识别等功能，提升了高速行车安全性与便利性。GEEA 3.0电子电气架构支持快速OTA升级，最快5分钟即可完成座舱系统更新，解决了传统燃油车智能升级缓慢的痛点。

竞品对比：

在竞争激烈的紧凑型轿车市场，大众朗逸、日产轩逸长期占据着主导地位。然而，随着第五代吉利帝豪的推出，这一市场格局或许会出现更为激烈的竞争。在外观设计上，三款车呈现出截然不同的风格取向。朗逸PRO延续了大众家族成熟稳健的设计语言，通过贯穿式LED灯带和发光标识提升了辨识度，整体造型稳重耐看。

日产轩逸则强调舒适与居家感，线条柔和，营造出轻松的驾乘氛围。而第五代帝豪采用了更为大胆的设计语言，直瀑式镀铬格栅与溜背式侧面轮廓相结合，呈现出接近中型轿车的体量感和精致度。

进入车内，第五代帝豪的智能座舱搭载了魅族Flyme Auto系统与14.6英寸悬浮中控屏，这套系统操作流畅，语音识别支持方言和连续对话。相比之下，朗逸PRO虽然也配备了悬浮式中控屏，同时车机和智能化配置进行了升级，相较普通版朗逸有不小的提升，轩逸在智能配置上则相对基础，仅能提供日常较常使用的多媒体等功能。

在家用空间方面，第五代帝豪凭借4815mm的车身长度和2755mm的轴距，为后排乘客提供了宽敞的腿部空间。1334mm的后排宽度，即使满座三人也能保证舒适的空间感。相比之下，朗逸PRO则有着4720*1806*1482mm的车身尺寸和2688mm的轴距，而轩逸则为4652*1815*1450mm的尺寸和2712mm的轴距，相比之下，第五代帝豪拥有一定的空间优势。当然，第五代帝豪也面临一些挑战。尽管吉利近年来品质提升显著，但朗逸和轩逸凭借长期积累的市场口碑，在品牌认知度和保值率方面仍保有优势。

价格策略和销量预测：

第五代帝豪的定价策略凸显了吉利的市场野心。新车推出限时感恩价6.59万—8.29万，这一价格精准卡位A级家轿市场核心区间，既与吉利银河星耀6等同门车型保持安全距离，又避免了与现款帝豪车型的价格重叠。面对新能源汽车的强势冲击，第五代帝豪坚持“现车交付”，确保了用户不错失国补地补机会，消除了消费者对提车周期的焦虑。此外，吉利还提供包括1000元订金抵10000元购车金、至高6000元置换补贴等7大预售权益，切实降低了消费者购车门槛。

基于第五代帝豪的产品力与价格策略，其市场前景值得期待。帝豪品牌拥有400万用户

基础与良好的市场口碑，随着新车上市，第五代帝豪有望帮助帝豪系列重回月销万辆的水平，不过来自竞品的挑战也不容忽视，一方面比亚迪秦PLUS DM-i等插电混动车型在燃油经济性方面优势明显，另一方面，传统合资竞品如轩逸、朗逸终端优惠力度加大，性价比也在不断提升。

购车推荐：

对于预算有限的用户，1.5L CVT豪华型值得考虑，标配倒车影像、定速巡航、皮质座椅等配置，已能满足日常代步基本需求。追求动力性能的消费者可选择1.5TD尊贵型，拥有7秒级的加速实力，消费者也可花费3000元选装L2级辅助驾驶系统，适合年轻家庭。

顶配1.5TD旗舰型则增加了前排座椅加热、旷野棕内饰等舒适配置，适合对品质感有更高要求的用户。从动力选择看，1.5L版本适合主要在城市通勤、注重燃油经济性的用户，而1.5T版本则更适合经常高速行驶、对动力性能有更高要求的消费者。

总结：

纵观A级轿车市场，合资品牌长期占据主导地位。而第五代帝豪以接近B级车的尺寸、全面升级的智能配置及两种动力选择，展现出中国品牌家轿的竞争力。在电动车声势浩大的时代，第五代帝豪也印证了一个不变的市场真理，无论动力形式如何变化，满足消费者真实需求、提供超越期待的价值，才是产品的立身之本。

HTML版本： [外观像星瑞，轴距加长105mm，659万起能成爆款吗？](#)