

杂牌电动车的逆袭策略大公开

来源：符晏均 发布时间：2025-11-12 01:49:16

豪华车企奔驰纯电CLA掀起市场波澜

近日，奔驰纯电CLA以不到25万元的起售价正式上市，直接与小米SU7和特斯拉Model 3展开竞争。奔驰此举进入当前市场竞争最为激烈的价位区间，显示出其毫不畏惧的态度。然而，当传统豪华车企的纯电车以新势力品牌的价格出售时，这对行业和消费者来说，具有深远的意义。

1

奔驰：是放弃抵抗还是积极进攻？

奔驰纯电 CLA 300 L 超长续航版

249,000 元

奔驰纯电 CLA 300 L 超长续航领智版

285,600 元

奔驰纯电 CLA 300 L 超长续航冠军限量版

299,900 元

东梦汽车网

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官段建军在发布会上明确表示：“奔驰绝不是‘杂牌子’电车！”这是对外界关于奔驰纯电车的刻板印象的公开反击。然而，对于奔驰此举是放弃抵抗还是积极进攻，仍存在争议。

众所周知，传统德系豪华品牌一直以来都享有较高的品牌溢价，同级别车型的价格通常比二线豪华品牌高出5-10万元，甚至更多。过去很长一段时间内，奔驰、宝马和奥迪几乎不费吹灰之力就占据了国内大部分豪华燃油车市场。

然而，随着智能电动车的兴起，新兴品牌凭借科技豪华的特点，渐渐抢占了传统豪华车的中高端市场份额。特别是在20-35万元的价格区间，这一市场向来是传统豪华紧凑型和中

型燃油车的主要销售领域，但如今已被自主新能源品牌推出的中大型车和大型车夺走不少关注度和销量。

在这种背景下，奔驰纯电CLA的定价策略，究竟是放弃坚守多年的豪华市场，还是向智能电动车市场积极进攻的信号？

2

奔驰纯电CLA：前所未有的决心

奔驰纯电CLA以炫目的红色为主基调，举办了一场高调的上市发布会。24.9万元至29.99万元的售价区间，进一步提升了新车的热度。要知道，特斯拉、小米、小鹏等新势力品牌对25万元级别的新能源汽车市场虎视眈眈，并且推出了众多极具竞争力的车型。尽管奔驰作为传统豪华车的领导者，但在这一市场中赢得一席之地并非易事。

从产品力来看，奔驰纯电CLA的能耗低至10.9千瓦时/百公里，CLTC纯电续航达到866公里，远超主流水平。基于800V电气架构，充电10分钟即可增加370公里续航，有效缓解续航焦虑。外观设计极具未来科幻感，车身上采用大量发光的“三叉星徽”元素，溜背造型既彰显电动化特点，又不失奔驰一贯的优雅运动风格。

2830mm的轴距确保了车内乘坐空间的宽敞。内饰方面，10.25英寸仪表、14英寸中控大屏和14英寸副驾娱乐屏组成的科技座舱，配合第4代MBUX智能人机交互系统和智能驾驶辅助系统，展示了奔驰在电动化时代的强大实力。

可以说，从实用性、智能化、设计等多个层面，奔驰纯电CLA都与新势力车型不相上下。加之奔驰的豪华质感和亲民的定价策略，赢得好评，其走向热销之路也在情理之中。然而，豪华品牌能否赢得新一代消费者的青睐，仍是一个值得探讨的问题。

3

换种打法：奔驰的新造车思路

当前热销的新能源汽车，或是造型独特、性能强大，兼具媲美跑车的帅气和零百2秒级的加速实力；或是配备“冰箱、彩电、大沙发”，瞄准家用车市场。当然，部分品牌还凭借“网红”掌门人的影响力，进一步提升车型的市场声势。

而奔驰在智能电动车领域的优势，主要体现在扎实的造车技术和可靠的三电系统。对于广大消费者而言，其在智能座舱和辅助驾驶领域的实力仍待验证。奔驰纯电CLA以长续航为卖点，配备流行的前备箱，搭载Momenta辅助驾驶方案，努力弥补短板。

更为难得的是，奔驰终于放下了身段，采取了亲民的定价策略。此前，奔驰推出的纯电车型价格基本都在30万元以上，其中纯电EQE起售价接近50万元，EQS起售价接近90万元，销量表现不尽如人意。这使得奔驰在新能源汽车时代悟出了如何打造合适的产品并制定合理的

售价区间。

纯电CLA开启了奔驰新的造车之旅，走量只是开端，重新赢得消费者的关注是成功的第一步。然而，从长远来看，奔驰如何通过旗舰车型重新夺回高端市场的主导权，将至关重要。在新势力品牌已经推出更先进的辅助驾驶功能和下一代智能座舱的背景下，如果奔驰仅靠价格竞争，将陷入不利境地。积极进攻，是奔驰唯一的出路！

HTML版本： [杂牌电动车的逆袭策略大公开](#)