

奔驰居然和麦当劳联名了！这样的纯电CLA你喜欢吗？

来源：郑淑修 发布时间：2025-11-10 17:43:46

奔驰居然和麦当劳联名了？！谁能想到开豪车的和吃汉堡的，今天坐一桌了！

还得是世界500强公司，里面真有人，居然能把看似八杆子打不着的两种商品给结合起来！更重要的是实现了双赢！

这次合作刚好赶上奔驰全新纯电CLA上市，搞了联名套餐、定制餐车，把“豪车”和“日常吃汉堡”绑到一块儿，悄悄就把纯电CLA“豪华但不脱离生活”的定位给传出去了；麦当劳也借这波热度推了白松露安格斯牛堡这些新品，靠“奔驰联名”把自家产品档次又往上提了提。

你想啊，麦当劳的主要用户是学生、上班族，平时图方便、性价比高，还总想着摆脱“只适合小孩”的标签；奔驰呢，正好想撕掉“高冷豪车”的老印象，多跟年轻人打交道。他俩也不指望用户完全重叠，就靠“汉堡配豪车”这种反差感搞事情、造话题——让吃麦当劳的人觉得“平时吃个快餐也能有高端范儿”，开奔驰的人觉得“这品牌挺懂生活，不端着架子”，最终实现“1+1大于2”的效果。



@ 懂车科技

DONGMENGKEJI

说起来，奔驰以前也有不少经典的跨界合作，但大多是跟高端品牌玩，面向的也都是高端用户。不过从这次全新纯电CLA来看，不管是给车子定的方向，还是选合作对象，都能明显感觉到奔驰更看重年轻消费群体了。

奔驰CLK乔治·阿玛尼特别版

就拿之前的合作举例，以前奔驰常跟阿玛尼这种时尚大牌联名，出个限量版车型，车漆、内饰都透着高级感，那都是给追求精致生活的高端用户准备的；还有跟游艇品牌合作，把汽车的豪华感延伸到海上，瞄准的也是有高消费能力的人群。但这次跟麦当劳合作，完全是另一种路子——不搞那么“高高在上”，反而贴近日常，就像你去麦当劳买个套餐，突然看到旁边停着印着汉堡图案的奔驰，是不是觉得挺亲切？

而且不止合作对象，纯电CLA本身也在讨好年轻人，比如车里装的豆包大模型，语音交互能懂情绪，还有大尺寸的娱乐屏，都是年轻人喜欢的配置。看来奔驰是真的想明白，现在年轻人买车，不只是看品牌够不够高级，更看重能不能融入自己的生活，能不能玩到一块儿去。

给奔驰厂家个建议：直接在国内各大城市搞个“吃麦当劳5折购新车”的抽奖活动，并让参与活动的用户在自己的社交平台账号上发布相关图文或视频，保证能短时间内提升纯电CLA的热度！对奔驰来说，这波操作绝对稳赚！

HTML版本：[奔驰居然和麦当劳联名了！这样的纯电CLA你喜欢吗？](#)