

奔驰高标准碰撞中国效率，火花四射

来源：叶雅玲 发布时间：2025-11-12 05:39:57

丨 柴小娜

这几日，有美轮美奂的广州全运会开幕式，也有如火如荼进行的上海进博会。一个是大型体育赛事，一个是向外界传达中国扩大开放的信心与决心，人人都有机会感受这两场盛会声势之浩大。



八度春秋，八度赴约。梅赛德斯-奔驰是名副其实的进博会的“老朋友”。连续八年参加进博会，是奔驰对中国市场的信心投票，更是对中国持续扩大高水平对外开放政策的深切认同与积极响应。在奔驰看来，中国坚定不移的开放姿态，为全球企业创造了稳定、透明、可预期的投资环境和发展机遇，极大地鼓舞了其植根中国、与中国经济同频共振的信心与决心。

2025年，对于梅赛德斯-奔驰而言意义非凡：在华生产研发二十周年、星愿基金成立十五周年、可持续发展对话会走过十三载，多重里程碑交织叠加。未来，我们看到的将不仅仅是一个汽车品牌的商业故事，更是一个关于开放、合作与中国市场共同成长的生动范例。

中国国际进口博览会自创办以来，始终是中国扩大高水平对外开放的重要平台，是全球企业共享中国发展机遇的重要窗口。梅赛德斯-奔驰作为最早参与进博会的跨国企业之一，连续八年的坚守与深耕，不仅是对中国市场信心的最佳诠释，更是对中国持续扩大对外开放举措的积极响应。

正如梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的佟欧福（Oliver Thöne）所言：“中国是梅赛德斯-奔驰最重要的市场，也是我们探索智能化转型的前沿阵地。我们将积极拥抱中国速度及创新实力，不断扩展‘中国朋友圈’，深化和本土科技力量的全方位合作，致力于为中国客户带来符合‘奔驰标准’、拥有领先智能化水平的豪华产品。”

从2018年首届进博会上的旗舰车型矩阵，到如今覆盖燃油、混动、纯电全能源形式的产品谱系，从单纯的产品展示到技术创新、可持续发展、社会责任的多维呈现，梅赛德斯-奔驰的参展轨迹，正是中国市场开放程度不断提升、产业合作不断深化的生动缩影。

就在2025年进博会开幕的同一天，全新梅赛德斯-奔驰纯电CLA正式上市。作为品牌有史以来最大产品发布计划的起点，首次向全球公众完整呈现了“奔驰标准”与“中国速度”的完美融合。

与此同时，包括梅赛德斯-奔驰纯电G 580 首发特别版、S 450 L 4MATIC轿车、GLE 450 SUV 4MATIC豪华型，全新梅赛德斯-AMG CLE 53 4MATIC+敞篷轿跑车、GT 50 四门跑车中国特别版、GLS 63 4MATIC+等旗舰车型悉数登陆进博会展台，既展现了品牌百年传承的造车工艺，也彰显了对中国高端消费市场的极致尊重。

事实上，进博会已成为梅赛德斯-奔驰向中国市场传递战略意图的重要载体，从技术落地到产品发布，从合作签约到理念传播，每一次参展都承载着品牌与中国市场共成长的美好愿景。

梅赛德斯-奔驰中国生产和研发这二十年，是奔驰深度融入中国汽车工业发展洪流的二十年，也是其本土化战略取得辉煌成就的二十年。这20年来，梅赛德斯-奔驰不断加大在华投入，从产、学、研多个维度深化本地合作，已在中国建立起全球最大的梅赛德斯-奔驰生产基地和德国之外覆盖领域最为全面的研发网络。

这意味着，现在路上跑的很多奔驰车，不仅是为中国家庭制造的，更是从北京走向全世界。这背后是一整套全球顶尖的制造标准和质量体系，妥妥的“中国制造，全球品质”。

光会生产还不够，关键还得懂你。为了真正理解中国用户的需求，奔驰把研发的“大脑”也搬了过来。北京和上海，构成了奔驰在德国以外最强大的“创新双引擎”。

以全新CLA为例，其搭载的全新城区及高速领航辅助驾驶系统（L2级）就是由中国研发团队主导、在中国道路测试的。目前，中国研发团队已在梅赛德斯-奔驰的全球创新网络中负责更多全球项目，包括全新一代后排娱乐系统、智能辅助泊车功能等。

所以，回顾奔驰在中国的这二十年，奔驰早已超越了一个“外国品牌”的身份。奔驰是一个深度参与中国汽车工业发展的建设者，一个努力理解并融入本地文化的同行者，也是一个与中国在可持续发展道路上并肩前行的伙伴。

基于全新MMA平台，全新CLA配备高效的800伏电驱系统和同级独有的两挡变速箱，具有

高达866公里的CLTC续航里程，百公里能耗仅10.9千瓦时，堪称同级别的能效标杆。而且得益于最高320千瓦的充电功率，全新CLA充电10分钟就能将续航提升最高至370公里，有效缓解里程焦虑。

“全新的CLA完全以中国客户的需求为导向：前沿的崭新智能座舱、值得信赖的智能辅助驾驶系统、“奔驰标准”的驾驶特性、设计和安全性。”梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务“一把手”佟欧福（Oliver Thöne）对此深有感触。

面向未来，奔驰的规划非常清晰。随着全新CLA的上市，梅赛德斯-奔驰史上最强大的产品发布计划也正式拉开帷幕。

按照规划，至2027年，梅赛德斯-奔驰将在中国市场推出7款专属产品，包括基于全新架构的梅赛德斯-奔驰全新纯电GLC SUV，以及纯电C级车、纯电E级车和纯电轻型商务车。其中，加长轴距版本的纯电GLC SUV将提供首个中国专属6座版本。

奔驰想通过这场宏大的产品攻势，向市场传递一个核心信息：我们既要保证纯正的“奔驰标准”，那种骨子里的豪华、安全和工艺质感，也要展现出惊人的“中国速度”，快速理解市场、快速响应需求、快速推出产品。

一个品牌想在一个地方长久发展，不能只盯着生意。奔驰深谙此道。在追求商业成功的同时，梅赛德斯-奔驰始终将企业社会责任视为核心价值观，将公益实践融入品牌发展的血脉。

2025年，梅赛德斯-奔驰星愿基金迎来成立十五周年。这个基金不像商业投资，它专注于公益，比如环境保护、教育支持、文化传承等。十五年坚持做下来，梅赛德斯-奔驰在华累计公益投入超3.6亿元，累计已落实近百个紧扣社会发展议题的公益项目，公益成果已惠及超一亿人次，并荣获超20个国家级公益奖项。

就在上周，梅赛德斯-奔驰星愿基金与三江源国家公园正式发布公益合作项目，共同保护三江源这一“中华水塔”的长期生态安全。这标志着梅赛德斯-奔驰成为唯一一个公益合作覆盖中国首批5大国家公园的跨国企业。

同样坚持了十三年的，还有他们的“中国可持续发展对话会”。这个名字听起来有点官方，但道理很简单：奔驰想和大家坐下来聊聊，怎么才能更环保？怎么减少生产中的碳排放？怎么和中国的“碳中和”目标同步前进？

事实上，奔驰发现，他们自己想走的电动化、智能化、低碳化的路，和中国“十五五”规划里提到的先进制造、产业创新、碳达峰、碳中和等目标高度契合。这种“不谋而合”，让双方的合作有了更坚实的基础和更广阔的未来。

二十载深耕，见证初心不改；八载进博，共赴开放之约。梅赛德斯-奔驰与中国市场的二十年，是双向奔赴、彼此成就的二十年，是中德合作、互利共赢的二十年。从最初的技术

引进到如今的本土创新，从单一产品生产到全产业链布局，从商业成功到责任担当，梅赛德斯-奔驰用实际行动诠释了什么是“深耕中国、服务中国”。

在看来，从进博会的坚定参与者，到在华生产研发二十年的深度耕耘者；从构建“创新双擎”赋能本土研发，到通过星愿基金和可持续发展对话履行社会责任；再到与“十五五”规划目标同向而行，启动空前力度的电动化产品攻势，梅赛德斯-奔驰的在华发展史，是一部不断深化本土化、持续强化创新力、积极践行可持续的奋进史诗。

HTML版本：[奔驰高标准碰撞中国效率，火花四射](#)