

零跑Lafa5，没有竞争对手！

来源：谢奕妹 发布时间：2025-11-13 01:43:16

零跑也是真的好起来了。

伴随着10月销量首破7万，蝉联新势力造车销冠的上升势头。Lafa5和D19一小一大两款新车鱼贯而出。

相较于D19特别明朗的“旗舰化”战略意图，Lafa5因何而来？这显得复杂了不少。



在11月7日Lafa5的预售发布会上，零跑的高管们带来了关于新车的各种释疑。

这是一款“没有竞争对手”的个性化新车；

购车不再仅仅是为了解决交通问题或满足全家审美，“取悦自己”成为重要诉求；

这是一台“新时代的小钢炮”，或者是个性化的车型；

它跟我们在10月16号发布的D系列一样，帮助零跑进一步地“拓宽用户人群的带宽”

.....

从零跑高管们的一番“苦口婆心”中，我们似乎读懂了Lafa5之于零跑的战略初心。

零跑推出Lafa5，是想在产品一贯实用主义的底色上添加一抹个性表达的色彩。

Lafa5真的个性吗？或者说，零跑是如何打造Lafa5的个性化特质的？

我们就从回答这个问题谈起。

年轻用户都是外貌协会的成员，这一点零跑是懂的。

零跑官方说，新车采用了“科技自然美学”设计理念，并围绕年轻用户的偏好展开。

比如，Lafa5的车身尺寸为4430/1880/1520mm，轴距2735mm，风阻系数为0.256，塑造出宽体低趴的动感轿跑姿态；

新车搭配无框车门、纯平侧窗、19英寸掠翼运动轮毂以及电掣黄、摩根粉等六种个性化车色，尽可能满足年轻用户对颜值和个性的追求。

没点驾驶质感，谈什么个性化？这一点零跑也是懂的。

Lafa5采用后驱布局，搭载最大功率160kW（约218马力）的驱动电机，峰值扭矩360牛·米，性能接近传统2.0T燃油车。

同时，底盘由Stellantis欧洲团队进行运动化调校，配合50:50的前后轴荷比，旨在兼顾操控乐趣与日常舒适性。

在续航方面，Lafa5提供515km和605km两种选择，并支持800V高压快充技术，0%-80%充电仅需18分钟。

至于智能化方面，反倒没有特别可说的。

因为它既不可能差到哪里去，毕竟Lafa5智能座舱搭载高通8295芯片和14.6英寸2.5K超清中控屏，运行最新版本的Leapmotor OS 4.0 Plus系统；

当然也不可能特别好到哪里去，毕竟Lafa5只有高配车型才搭载激光雷达，并采用高通8650芯片与NVIDIA DRIVE Orin芯片的组合，这才算是将高阶智能辅助驾驶完成了上车。

所以，我们也是基本看懂了。

Lafa5被零跑定义为“个性化”的存在，其实也没跳出传统认知的窠臼。

其一，“轿跑”的样子=个性化；

其二，“稀有、特别”的车身颜色=个性化；

其三，底盘带着些运动质感=个性化。

当我们一致认为零跑就是顺着这条思路，完成了对产品个性化的诠释时，Lafa5 “真的”个性来了。

Lafa5的零百加速约为6.8秒！

对于一款轴距2.7米多一点的紧凑型两厢纯电轿车，“6.8秒”的破百表现，不管怎么说，似乎都和“新时代小钢炮”的定位扯不上任何关系。

对此，零跑高级副总裁曹力的解释是，在新能源时代，电车的百公里加速已经成为一种“廉价”的配置，除了加速和操控外，还需要拼个性化设计、拼智能化、拼舒适性、拼日常使用的方便性。

这几个方面都要去做突破，才能够说这是一台“新时代的小钢炮”，或者是个性化的车型。

千万不要误会，我们没有丝毫认为曹力的解释是在“投机”。因为曹力的这番话是有逻辑支撑的。

曹力认为，虽然Lafa5是一款个性化车型，但并不是一款小众车型。

相反，它是一款全球化车型，欧洲将来也会是Lafa5的主销市场，而国内市场，Lafa5的目标是月销1万+。

所以，在零跑的字典里，Lafa5的定位是“一款个性化的大众化车型”。

尽管这句话听起来有些拧巴，但这就是Lafa5最具“个性化”的一个点。

那么，既然Lafa5有扎根大众化市场的觉悟，“6.8秒”的破百表现就足够了，要那么快干嘛？5秒破百？3秒破百？怪吓人的！

02

尽管我们尊重零跑官方对Lafa5的所有规范性描述，但也不能完全回避一些不同的声音。

“声音”主要指向，Lafa5与零跑B01的高度相似性，继而引发消费者对“换壳车”的质疑。

从参数来看，Lafa5与B01的轴距相同，都为2735mm，并且两款车都诞生于相同的平台；

在动力系统上，Lafa5与B01的电机配置相同，都有两种电动机总功率——一种132KW，另一种160KW。

但是，Lafa5的预售价为10.58-13.18万元，相B01的8.98-11.98万元官方定价区间，明显高出。

于是，提问开始了，“个性化”是为了加价吗？“个性化”是为了亲手撕掉当初自己贴上去的“高性价比”的标签吗？

当然，Lafa5是不是B01的“换壳车”？

只看参数，不亲自感受驾乘质感后得出的结论是不科学的；

当然，目前Lafa5只是预售价，对于正式上市时的售价，零跑有没有可能再降一万、两万？也未可知。

所以，我们没有必要现在去纠结于问题本身。反过来，看看零跑为什么要这么做？更有意义。

不可否认，“矛盾”已经存在。

准用户对产品有矛盾点，零跑在打造Lafa5的过程中，何尝不是矛盾的？

要不然，怎么会有如此“一款个性化的大众化车型”出现呢？

其实，矛盾的根源在于，消费者对零跑品牌定位的固有认知与零跑自身迫切需要快速打破这种认知的博弈。

消费者没有错，包括你我他在内，所有人都希望花更少的钱，买到更好的产品。

然而，零跑似乎也没有错。

从企业经营角度，零跑确实面临着盈利压力。

众所周知，零跑今年上半年正式跨过盈亏分界线，实现半年度盈利。

但盈利真的太过微末，偌大一个上市公司仅仅挣了3千万。

从销量无虞的现状来看，明年零跑不止要卖更多车，还要赚更多的钱。

零跑“求量”的时代已经全面来临，必然争取一个全新的“求利”时代。

这，何错之有？

零跑D19为这个目标而来，零跑Lafa5同样为这个目标而来。

但是，战略层面的正确，与战术层面的正确是两件事。

即，不能在对的道理之下，做一件错的事。

实话实说，Lafa5体现出的“个性化”，更多是零跑高管们“说出来”的，而不是产品本身展示出来的。

这可能导致新车还未上市，就已经陷入“既不够性能，又不够性价比”的尴尬境地。

所以，当务之急，零跑需要明确Lafa5的核心价值主张，强化差异化卖点，更充分展现其在三电技术、智能驾驶等方面的技术积累。

而非仅仅依赖“个性化设计”的营销话术。

同时，拿出“亡羊补牢”的态度，比如Max版本标配激光雷达与27项辅助驾驶功能，将高阶辅助智驾的门槛拉至12.8万元以内。

如果顶配版车型能够成为Lafa5最走量的一款，那么新车的战略目标就已经达到了。

对于如今有销量保证的零跑而言，其实最需要的是“稳”，在品牌向上与市场接受度之间，稳稳地找到属于自己的平衡点。

HTML版本： 零跑Lafa5，没有竞争对手！