

萤火虫 10 月交付近 6000 台：精品小车赛道的差异化突围

来源：陈祯月 发布时间：2025-11-13 07:39:07

萤火虫 10 月交付 5912 台（逼近 6000 台大关），累计交付突破 2.6 万台，标志着这款蔚来旗下高端智能电动小车，成功在 7-12 万元小型新能源市场站稳脚跟。作为聚焦年轻用户的精品车型，这一成绩既印证了其 “高颜值 + 高配置” 产品定位的精准，也凸显了蔚来生态赋能的市场号召力。

核心产品力撑起交付增长配置越级打造差异化，全系标配 13.2 英寸 2.5K 中控屏、14 扬声器杜比全景声系统、9 个安全气囊，中高配还提供座椅加热 / 通风 / 按摩，配置水平领先比亚迪海豚、欧拉好猫等竞品。空间设计巧思十足，2800mm 轴距搭配贯穿式前排通道、92 升可冲洗前备厢，再加上多处隐藏式储物空间，实现 “小车大空间”，适配城市通勤与短途出游。补能与生态加持加分，支持 BaaS 电池租赁方案将起步价降至 9.68 万元，未来还能共享蔚来 5 代换电站，同时搭载 Lumo GPT 智能伙伴与 30 + 项智驾功能，兼顾性价比与智能化。交付破局的市场逻辑

在小型新能源市场竞争白热化的背景下，萤火虫避开低价内卷，主打 “精品化” 路线。其原创潮酷设计、全感官智舱体验，精准击中年轻用户对个性与品质的双重需求。BaaS 方案有效降低购车门槛，而蔚来能源网络的背书，也解决了小型电动车用户的补能焦虑，成为区别于传统竞品的核心优势。

后续增长的机遇与挑战

当前市场仍面临比亚迪海鸥、五菱缤果等性价比车型的挤压，萤火虫价格略高的短板需要靠配置与生态持续弥补。后续若能加快换电站共享落地速度，优化交付效率，并推出更多个性化版本（如夜行生物特别版）强化潮流标签，有望进一步扩大在精品小型车市场的份额。



HTML版本： [萤火虫 10 月交付近 6000 台：精品小车赛道的差异化突围](#)