

“开进”直播间 奔驰求解纯电销售考题

门店优惠、价格不变

“6·18”临近，李佳琦直播间迎来了奔驰的身影。在其6月10日的直播间链接中，上架了奔驰纯电GLC和长轴距C级轿车两款车型，分别有约20单的3000元购车订金链接，且订金可退。针对仍在预售期的纯电GLC，可享3000元订金膨胀至1万元的优惠，C级轿车的购车订金也为3000元，但在奔驰门店并无额外抵扣。两款车完成提车后，车主可享李佳琦专属的5000元天猫实物红包。

截至6月11日凌晨1点，李佳琦直播间的3000元订金订单已全部售罄，纯电GLC和长轴距C级轿车的0元试驾订单，则分别售出800余单、400余单。北京商报记者实地走访多家奔驰4S店发现，在奔驰门店直接购买，除天猫红包外，与李佳琦直播间提供的优惠并无二致。

“更多是宣传作用，纯电GLC价格现在全国统一，油车价格可以再谈。”奔驰利星行4S店销售人员向北京商报记者介绍。另据其他两家奔驰4S店销售人员确认，在直播间下定与在门店下定，奔驰方面所能提供的优惠一致。

作为奔驰即将正式上市的新车型，纯电GLC的关注度颇高。北京商报记者在奔驰纯电GLC的意向车主群内看到，目前该群已有近200名消费者，此前曾有约5人表示抢到了李佳琦直播间的订金链接。利星行4S店销售人员称，截至6月14日，纯电GLC的订单已有40多个；百得利4S店销售也表示，目前有“好几十个”订单，“其中也有通过看李佳琦直播到店咨询的消费者”。

此次“上链接”的两款车型从30万元级的价位来看，均属奔驰的入门车型。其中，纯电GLC预售价为34.9万元，据多名奔驰销售透露，新车正式价格将于7月3日揭晓；长轴距C级轿车C260L的官方起售价为29.99万元，但各门店有着不同程度的优惠：波士瑞达4S店销售表示优惠可达10万元，利星行4S店销售

近日，北京商报记者走访多家奔驰4S店发现，首次走进李佳琦直播间的奔驰纯电GLC、长轴距C级轿车，终端售价却并未被“打下来”。除专属天猫红包外，通过李佳琦直播间下单，车辆的终端售价及优惠和品牌官方权益保持一致。奔驰销售人员表示，即将正式上市的纯电GLC在上周末咨询量较大，单店预订量达数十辆，其中也有通过李佳琦了解到该车型的消费者。

借李佳琦引流背后，奔驰在华的电动化之路并不顺畅。EQ系列就曾多次因质量问题被召回，如今已处于停产在售状态；纯电CLA的月销也一度跌落至21辆。业内人士指出，奔驰通过“上链接”，能够更快地将产品信息触达用户，但想要真正破解销量困局，则应放弃以“标价定义豪华”的惯性思维，将研发资源向智能交互与生态服务倾斜。

则称，刚以25万元的价格卖出了一辆C260L。对于选择李佳琦直播间进行营销的原因等问题，北京商报记者向奔驰品牌方发去了采访提纲，但截至发稿暂未获得回复。

转型一波三折

实际上，奔驰在华的电动化之路几经波折。早在2019年，奔驰便发布了基于“油改电”平台打造的EQC车型，随后又陆续推出EQA、EQS以及EQB等车型。“目前EQ系列都属于停产在售状态，终端优惠很大。”波士瑞达4S店销售人员表示，官方售价47.89万元的EQE500，该门店的优惠可达21万—22万元。

奔驰AMG的一位专属顾问也向北京商报记者坦言，自己所在门店的一款AMG EQS车型，曾降价120万元后才售出，目前门

店也几乎不再销售AMG的EQ系列。

值得注意的是，奔驰EQ系列还曾多次因质量问题被召回。2022年，经车主集体投诉后，奔驰因冷却液问题召回了EQC车型，后续又因电池问题多次召回EQE、EQS、EQB车型。2026年2月，因电池可靠性下降，奔驰还曾召回共计19481辆国产EQA和EQB汽车。

继EQ系列在华折戟后，2025年9月，奔驰CTO薛夫铭在接受媒体采访时坦言，奔驰电动系列将不再以EQ命名，改用“纯电+车型”的新策略，而CLA便是新系列的开端。2025年11月，基于全新MMA平台打造的奔驰纯电CLA上市，起售价24.9万元。“纯电CLA采用的是‘一口价’模式，上市至今也没有降价”，利星行4S店销售人员介绍。

但从实际销售情况来看，作为奔驰电动化反攻的开局者，纯电CLA却并未在中国车市激起水花。懂车帝数据显示，2025年11月，



纯电CLA月销1369辆，但很快便急转直下，2026年2月销量仅21辆。

梅赛德斯—奔驰2026年一季度财报显示，公司全球销量49.97万辆，同比下降6%，中国市场销量仅为11.16万辆，同比大幅下滑27%，成为拖累业绩的主因。奔驰则将这一变化归因于中国市场处于产品切换阶段。

面对各类挑战，奔驰方面表示正在加快产品投放，将围绕MMA平台和AMG.EA平台推进新车型落地，推进“油电同智”，加大中国市场本土化研发投入，以实现规模与盈利平衡。

品牌优势逐渐弱化

当前，国产新能源品牌正在不断瓜分传统豪华车的市场份额。公开数据显示，2026年一季度，30万元以上豪华车市场中，国产新能

源车型占比达到62.7%，首次超过燃油车。蔚来汽车联合创始人、总裁秦力洪在接受北京商报记者采访时曾透露，全新ES9车型的订单70%为新用户，且绝大多数来自传统豪华燃油车用户。

在此背景下，奔驰的电动化转型迫在眉睫。此番携手李佳琦直播带货，正是其为全新纯电车型打开市场声量的营销布局。苏商银行特约研究员武泽伟指出，奔驰借助头部主播带货，却未在价格端做出让步，其核心考量并非即时冲量，而是以流量入口完成纯电新品的认知铺设。“选择入门价位的车型，意在用较低门槛的产品，承接直播间涌入的年轻化、泛豪华潜在客户，同时兼顾电动化声量与传统销量基盘的双重诉求。”

武泽伟进一步指出，这种做法的最大收益在于，不打破现有价格体系，维护了品牌溢价与渠道利益。但风险同样突出：当消费者对超头直播间形成破价预期后，价格坚挺易被解读为诚意不足，若后续产品力与终端服务无法有效承接，高曝光反而会加剧品牌与务实消费心理之间的认知落差。

经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林则认为，奔驰找到李佳琦这个流量入口，能够更快地将产品信息触达用户。但汽车销售是与售后强相关的业务，并非售出即可，“所以并非专业汽车销售的李佳琦，可能无法实现精准的用户触达，而只能做到广而告之”。

奔驰纯电车型此前销量遇冷，根源在于仓促将燃油车时代的品牌溢价逻辑，直接迁至电动赛道。武泽伟指出，想要破解困局，则应放弃以“标价定义豪华”的惯性思维，加速投放基于纯电专属架构的本土化车型，将研发资源向智能交互与生态服务倾斜。

盘和林则直言，在纯电时代，奔驰此前积累的燃油技术优势荡然无存，品牌优势也在随着纯电技术的落后而逐渐淡化。“品牌效应不足，自然难以勾起消费者的购买欲望，毕竟奔驰的溢价本身就包含品牌溢价。”

北京商报记者 雷雨薇

Market focus

燃油车型逐步退场 路虎在华重组牌局

路虎揽胜极光L降价至17.98万元的消息在网络引发热议。近日，北京商报记者走访多家捷豹路虎4S店发现，网传低价在今年5月确曾出现，但当前裸车价已回升至20万元左右。销售人员表示，降价主要是因为极光L已停产，处于降价清库存状态。据悉，今年3月，最后一台极光L在常熟工厂下线，路虎国产燃油车就此全面停产，取而代之的是其高端新能源独立品牌Freelander神行者，首款产品将于2026年下半年在中国首发。

业内人士指出，路虎的核心资产是豪华品牌形象和高端用户认知，而新能源市场竞争更看重智能化、迭代速度和运营模式，品牌切割有助于差异化布局，覆盖不同消费群体。当前，国产燃油车市场空间被不断压缩，将资源集中到新能源上，是顺应电动化、智能化趋势的选择。

有门店极光L已售罄

连日来，关于路虎揽胜极光L降价至17.98万元的消息在多平台传播，引发大量关注，评论区中不少消费者表达了购车意愿。相比其42.98万元的官方指导价，这一价格近乎打了4折。

近日，北京商报记者走访北京中进捷旺捷豹路虎4S店发现，其最后一台极光L已售出锁车。销售人员向记者表示，该车型是从4月底开始优惠的，近期在网上走热后，近半个月到店顾客几乎都是冲着极光L来的，6月以来基本每天都有六七单成交。

在价格方面，实际成交价已较网传价格有所回升。据销售人员介绍，5月裸车最低曾到过18万元，加上上牌、保险等费用，落地仍需20万元出头。而近期极光L热度攀升后，

价格小幅回涨，以最新售出的一辆车为例，裸车成交价20.5万元，落地接近24万元。

目前裸车价也可“给到”18万—19万元。销售人员向北京商报记者介绍，这一价格需通过旧车置换或办理零首付有息分期才能拿到，两年利息合计1万多元，折算下来与当前20万元左右的裸车价相差不几。

这波降价，是厂家与经销商共同让利的结果。北京商报记者从路虎揽胜官网看到，折扣后极光L的厂家建议零售价已下探至21.98万元，经销商在此基础上再叠加优惠，才形成了如此大的降幅。

销售人员表示，降价主要是因为极光L已处于停产在售状态，后续不会再有新车到店，库存清完就结束了。据悉，2026年3月31日，江苏常熟工厂下线最后一台极光L，路虎国产燃油车生产就此画上句号。

揽胜极光L是奇瑞捷豹路虎专为中国

市场打造的中型豪华SUV，于2022年正式上市，该车全系搭载2.0T发动机与48V轻混系统，匹配9速自动变速箱及四驱系统，轴距加长至2841毫米。

懂车帝数据显示，国产极光L上市至2024年4月，月销能维持在1000辆以上，此后便一路下滑至百辆水平。路虎另一款国产燃油车型——发现运动也已停产停售，奇瑞捷豹路虎成为国内第一家全面关停燃油车的合资车企。

神行者下半年首发

放弃燃油车型之后，奇瑞捷豹路虎全面转向新能源赛道。2026年3月，其全新高端新能源品牌Freelander神行者在上海正式发布，计划五年内推出6款车型，覆盖纯电、增程、插混多种动力形式。首款新车将于2026年下半年在中国首发。

神行者并非凭空而来的新名字。它曾是路虎于1997年推出的一款经典SUV，曾连续五年获得欧洲SUV畅销榜冠军，后于2016年停产。2024年6月，捷豹路虎与奇瑞汽车签署战略合作意向书，授权奇瑞捷豹路虎在全新电动车型上重启Freelander神行者品牌。

与极光L不同，Freelander神行者将成为一个独立品牌。北京中进捷旺捷豹路虎4S店销售人员向北京商报记者表示，“神行者将独立出来”，拥有独立的销售渠道和门店体系，不会在捷豹路虎展厅卖。这意味着，未来路虎展厅将只保留进口车型，如揽胜、揽胜运动版、卫士和星脉等，主攻40万元以上高端市场。

为了在中国新能源汽车市场增强竞争力，神行者在产品力上全面向本土头部品牌的标准对齐：首发车型集结了华为乾崮、宁德时代、高通等科技伙伴，全系标配华为乾崮智驾ADS V4.1版本，搭载高通骁龙最新一代8397车规级芯片，标配800V高压增程平台。

渠道层面，神行者对门店的布局也在提速。目前，品牌已完成全国首批50城超60家门店签约，计划在2026年内实现全国60城100店的发展目标。在销售模式上，神行者将采取新零售模式，向代理制与直营制学习。

苏商银行特约研究员高政扬表示，路虎的核心资产是豪华品牌形象和高端用户认知，而新能源市场则需要更强的智能化标签、更快的产品迭代速度，以及更符合中国消费者需求的运营模式。若直接以路虎品牌推动新能源产品，可能稀释其原有的豪华定位，也容易受到传统品牌包袱的制约，这样的品牌切割有助于实现差异化发展，覆盖不同的消费群体。

豪华合资车企集体转身

关停国产燃油、独立新能源品牌，是奇瑞捷豹路虎应对市场变局的战略调整。捷豹路虎2025财年（2025年4月—2026年3月）财报数据显示，其在华合资企业——奇瑞捷豹路虎财年销量24987辆，同比下降26.8%。

伴随国产新能源车的崛起，燃油车市场份额正在收窄。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示，5月国内

总体乘用车的新能源渗透率已达62.9%，环比双双增长。在懂车帝5月销量排行榜中，前十车型全部为新能源车，燃油车无一上榜。

不只是奇瑞捷豹路虎，为适配中国汽车市场的新变化，德系豪华品牌BBA（奔驰、宝马、奥迪）的新能源转型也正展开。2025年以来，奔驰推出纯电CLA和GLC，宝马押注新世代iX3，奥迪依托全新纯电PPE平台推出Q6L e-tron。

技术层面，这些豪华品牌也不约而同地选择与中国科技企业深度合作。奔驰联手Momenta开发智驾，奥迪搭载华为乾崮系统，宝马与阿里巴巴共建AI座舱，奇瑞捷豹路虎则为神行者配备了华为智驾、宁德时代电池。

高政扬指出，路虎国产燃油车市场空间被不断压缩，大幅降价反映出其产品竞争力与品牌溢价之间出现了错配。在此背景下，与其继续投入资源维持盈利能力较弱的燃油车型，不如将资源集中到新能源转型上。此次调整是在销量压力下，顺应电动化、智能化趋势的选择。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜进一步指出，未来，一部分传统豪华品牌会凭借稀缺性，在超高端市场继续存活；而另一部分，若无法在新能源领域建立技术护城河，将逐步边缘化。神行者能否成功，取决于奇瑞能否真正为其注入电动化和智能化基因。路虎国产燃油车的退场不是个案，而是传统豪华品牌在电动化浪潮中的共同缩影，真正的考验在于能否在新能源时代重新定义“豪华”。

北京商报记者 方彬楠 实习生 苏洋