

纯电比增程便宜，长安启源A06怎么想的？

来源：朱怡婷 发布时间：2025-11-11 02:12:14

11月9日，长安启源在重庆正式公布了全新中型家轿A06的售价，赶在购置税的大潮前抓紧“上岸”了又一款10万级主流市场的新能源家轿。

据介绍，新车提供纯电与增程两种动力选项，纯电版定价10.99万元至14.99万元，增程版则为11.99万元至12.99万元。



对于长安汽车来说，A06的上市无疑是启源的又一次大胆尝试，不仅将作为长安启源完善产品矩阵、冲击主流市场的关键一步，也被外界视为是长安汽车在“新央企”战略背景下进一步加速市场扩张的明确信号。

配置主打“听劝”，底盘成亮点

长安启源A06此次打出的核心策略，是在10-15万元价格区间内通过高规格的硬件配置建立性价比优势。

首先，在底盘结构上，A06搭载了该价位段少见的前双叉臂与后五连杆独立悬架。这一通常被视为中高级车型标签的配置被直接应用在了A06上，意图从根本上提升车辆的行驶质感与操控基准，以此作为产品核心差异点之一。

而在三电系统方面，A06也采用了800V高压平台，并支持6C充电，官方数据显示充电10分钟可补充续航330公里。

在主流品牌仍在普及800V平台的当下，A06直接将其作为一项关键技术卖点，在这个价位的车型中也具有不错的竞争力。

与此同时，同步推出纯电与增程版本，其中增程版宣称综合续航可达2120公里，且起售价格仅为11.99万元。

这种双线并行的产品布局，显示出长安启源希望能够以这款产品打开更广泛用户群体市场的决心。

智能化方面，A06高阶版本配备了1颗激光雷达，并搭载了长安汽车“天枢智能”的智驾与座舱系统。座舱内部配置也力求营造越级感，例如高配车型提供了覆盖前后排的座椅通风、加热、按摩功能。

毫无疑问，这些硬件的堆砌背后隐约显露出一种“新央企”架构下的新战略，“越级价值”不再只是口号，也是其敢于以10.99万元起售价进入市场的底气所在。

“听劝”的启源，需要新的突破点

在整场发布会上，“听劝”二字成为了一个反复出现的主题。长安启源在发布会上列举了不少根据用户反馈进行的调整，例如为高配车型标配了四门双层隔音玻璃、增加氛围灯，以及承诺为年底前来不及交付的锁单用户承担可能产生的购置税差额等等。

而在这种沟通姿态的背后，长安启源在新央企战略下面临的现实压力与发展需要不容忽视。当前，根据长安汽车的规划，启源品牌肩负着主流家用市场的开拓任务，并设定了2027年全球销量破百万的目标。

从其现有销量结构来看，虽然月销已稳定在3万辆以上，但其中2万+都是由微型车Lumin贡献的，对一个立志闯入主流赛道的品牌而言，这显然还远远不够。

因此，推出一款能够在竞争激烈的主流市场成为“大单品”的车型，对优化品牌销量结构、支撑长期战略目标至关重要。

值得注意的是，为了给产品品质背书，长安启源还在发布会上特意强调A06将在林肯中国的制造基地生产，通过对标豪华品牌的制造标准来进一步增强市场信心。

此外，这场发布会还巧妙地与“用户嘉年华”进行了结合，并为首批车主设置颁奖环节，也可以看做是长安启源在用户运营领域的一次新尝试。

整体来看，长安启源A06的上市无疑是其在战略转型期的一次集中发力。2025年，中国长安汽车集团正式升格为国资委直管央企，其旗下的各大品牌都随之被赋予了新的使命。

而对长安汽车来说，其整合内部资源、加速新能源转型的步伐也已经明显加快了不少。作为新央企的首款战略家轿产品，此次A06以一个颇具颠覆性的价格，将一系列高阶硬件配置带入主流家轿市场，无疑将对现有市场格局构成直接挑战，尤其是对同价位的合资品牌燃油车形成进一步的冲击。

不过，对于长安启源而言，这款被寄予厚望的车型能否获得市场的积极反馈，将其在发布会上展现的配置优势转化为持续的销量增长，不仅将是检验其“大单品战略”成败的试金石，也是外界观察其新央企战略转型成效的一个重要窗口。其肩负的战略意义与市场指标同样重要，而它能否担当起这一重任，我们还需拭目以待。

HTML版本：[纯电比增程便宜，长安启源A06怎么想的？](#)