

新款享界S9上市售30.98万起，开创豪华轿车创新格局

来源：王好中 发布时间：2025-11-20 19:38:11

正当中国汽车产业的浪潮从电动化的规模扩张，转向智能化的深度角逐，一场关乎未来格局的“升维之战”已在豪华车市场最核心的腹地打响。此前，北汽和华为升级为“车企+华为科技全生态”的战略共同体，以200亿战略投入与“五大专属体系”构建，不仅形成了一个紧密的战略同盟，更旨在创造重新定义豪华格局的“新价值孵化器”。

11月20日，其集大成之作——新款享界S9，携“旗舰9系 越境豪华”的核心竞争力以及“生态竞争”的体系化优势而来。新车预售13天订单量突破2万台，上市售价30.98万元起，下定享6万元购车权益。新车不仅意图在销量上挑战传统的“56E”阵营，更致力于在价值层面完成对传统豪华的超越与重塑。

全国车况

行情

店铺

实拍

推荐

查看全部

80万起 本地415辆	2018款 13.90万起 本地13辆 非本地329辆	2017款 12.58万起 本地6辆 非本地204辆	2016款 13.55万起 本地5辆 非本地172辆	2015款 5.11万起 本地17辆 非本地153辆
----------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

【同款在售】里程多0.2万公里 车龄少0.6年 黑色

合肥 中高配 全国可售 已检测

16.69万

【同款在售】里程多1.2万公里 车龄少0.3年 白色

重庆 高配 本车同配 全国可售 已检测

16.85万

【同款在售】里程少0.6万公里 车龄少0.2年 白色

北京 中配 已检测

15.50万

东梦汽车网

DONGMENGQICHEWANG

从“产品博弈”到“生态协同”，构建体系护城河

现如今，“软件定义汽车”已成为普遍共识。新款享界S9的第一大颠覆性，源于其诞生的底层逻辑。它并非又一款在参数表上竞逐的电动产品，而是北汽深厚的制造功底与华为全栈科技深度融合的“生态产物”。

具体而言，专属研发资源确保了如尊界S800同源的六合一全域融合架构等顶级技术得以高效下放；专属制造与双质检体系，是其敢于在30万级市场承诺“旗舰品质”的坚实底气；专属渠道网络，则重构了高端用户从认知、体验到服务的全链路尊崇感。

这种从技术底层、生产制造到用户关系的全维度赋能，让新款享界S9实现了从“一辆好车”到一个“移动的智慧生活空间”的本质跃迁。再加上它的诚意售价，一下就具有十足的消费吸引力。

更进一步，在传统豪华车市场一直存在一个心照不宣的规则：极致的体验往往与冗长的选配清单挂钩，用户为品牌光环支付入门费后，仍需为真正的核心体验持续买单。新款享界S9以“入门即满配”的清晰定位，宣告了“科技平权”时代的来临。

华为乾崮智驾ADS 4带来的从车位到车位的全场景领航辅助，不是顶配的专属，而是面向所有用户的智慧出行基准。36个高精度传感器构成的旗舰级全维融合感知系统，为每一位驾乘者构筑了同等标准的安全壁垒。五档可调智能空气悬架与全新华为途灵平台的结合，让旗舰级的操控与舒适性得以普及。

更具突破性的是，其对“人文关怀”的极致诠释。副驾、后排都可自定义选装零重力座椅，华为百万像素智慧投影大灯带来强大的迎宾仪式感，还有标配的鸿蒙ALPS健康座舱营造的清新呼吸环境……这一切，不是在配置表上做简单的加法，而是将“顶格体验”作为交付的起点，彻底颠覆了传统豪车价值释放的固有模式。

从“市场切入”到“价值定义”，掌握高端话语权

在新款享界S9推出之前，9月份先行上市的享界S9T在短短66天内收获3万台大定、稳居细分市场销冠的业绩，已经初步验证了享界这套新价值体系强大的市场号召力。而作为鸿蒙智行年度压轴的新款享界S9，其市场目标无疑更为远大。

当传统德系三强“56E”仍在一定程度上依赖终端优惠来维持市场体量，陷入“以价换量”的品牌内耗时，新款享界S9意图通过“实用性+情绪价值”的双轮驱动，锚定“悦己悦TA，宜商宜家”的现代精英出行需求。换言之，它重新诠释了新时代的豪华不应再只是身份的刻板标签，而应该是存在于每一个出行场景中，被尖端科技细腻赋能的美好生活体验。

这种从“满足细分市场需求”到“开创全新需求场景”的转变，标志着中国品牌首次在豪华轿车领域，从规则的追随者跃升为价值的定义者。

“生态优势”决定发展天花板，合作范式改写竞争规则

鸿蒙智行全系车型迅速突破百万交付，问界M9持续月销过万的现象，其底层逻辑便是生态协同所迸发出的巨大市场效能。新款享界S9的上市即热销，表象是产品力的全面超越，内核则是“五大专属体系”所构建的、传统车企巨头难以在短期内模仿和复制的生态优势。

这场竞争，早已超越了单一车型或技术的“单点对决”，进化为了涵盖研发、制造、供应链、质量控制和用户运营的“军团作战”。时至今日，单一的技术亮点或营销创新，已不足以支撑一个品牌在高端市场的持续突围与引领。唯有像北汽与华为这样，实现跨产业的深度技术共融、资源互通与能力互补，构建起从核心技术到用户体验的完整生态闭环，才能形成最深厚的护城河，最终决定品牌向上突破的天花板。

写在最后：

当传统豪华品牌仍在电动化转型的道路上摸索，并为如何平衡传统价值与智能体验而纠结时，新款享界S9已用“科技全生态”的体系化力量，为我们清晰地展现了由“生态竞争力”主导的豪华车新时代正加速到来。从这个维度来看，新款享界S9绝不仅仅是破局者，更像是价值重构者，引领新时代豪华市场翻开全新篇章。

HTML版本： [新款享界S9上市售3098万起，开创豪华轿车创新格局](#)