

红旗品牌战略焕新，打造东方豪华全域布局

来源：柳惠萍 发布时间：2025-11-22 08:00:02

当广州车展的聚光灯聚焦展台中央，红旗品牌的全新叙事正式拉开帷幕——三大子品牌“红旗”“红旗天工”“红旗金葵花”首次集体登场，以覆盖全细分市场的焕新升级，重新勾勒东方豪华的多元图景。

红旗子品牌：HS6 PHEV六大越级价值引爆预售热潮

红旗子品牌传承母品牌基因，是面向主流人群的自主豪华品牌，其全新力作HS6 PHEV于11月15日启动预售，预售价格区间为17.88万元至22.88万元。



凭借“更越级的舒适空间、更智慧的灵犀座舱、更省心的司南组合驾驶辅助、更高效的鸿鹄混动、更硬核的安全守护、更东方的原生设计”六大越级价值，新车引发市场热烈反响，订单增长持续加速，更吸引著名歌手孙楠先生成为红旗大家庭新成员，彰显其跨越圈层的产品魅力。

红旗HS6 PHEV精准满足用户在事业与家庭之间自如切换的全场景需求，在舒适性与智能科技层面的表现尤为亮眼。例如在空间布局等诸多细节处理上“知你所想，备你所需”，灵犀座舱的超级语音展现出智能精准的语言理解与协同能力，被形容为“比伴侣更周到”。

能效方面，HS6 PHEV在吉尼斯官方见证下，以满油满电状态行驶2327.343公里，成功创造“驾驶插电混动SUV，满油、满电、零补能，行驶最远距离”吉尼斯世界纪录，成为“续航最

长的SUV”，以高光表现实证了鸿鹄混动技术的领先实力。

安全是红旗的基因。面对国家质量标准的不断提升，一汽红旗联合中汽中心率先依据《汽车极端环境适应性试验方法》国家标准草案，开展高温干热、高海拔、高温湿热、高寒“四极”环境安全验证，致力于成为行业首个完成全天候极端环境测试的品牌。目前，HS6 PHEV已成功通过吐鲁番、拉萨、海南“三极”挑战，第四极牙克石高寒测试即将启动，将以“四极传奇”诠释“鸿鹄之质”的安全底蕴。

为了让更多用户亲身体验HS6 PHEV产品魅力，红旗在全国45座城市同步启动“城市综合体体验活动”，诚邀广大用户莅临品鉴。

红旗天工子品牌：潮改为核，为年轻而生

红旗天工子品牌聚焦年轻用户的潮流化、个性化表达，通过一系列创新互动方式与年轻人同频共振。2025年，红旗天工正式启动“潮改计划”，为选购天工05、天工06的用户提供5000元青春潮改基金，打造了多款极具创意的主题涂装车，激发用户发挥创意、打造专属座驾。该计划目前已吸引大量年轻用户踊跃参与，此次展示的潮改车正是用户共创活力的生动呈现。

与此同时，红旗天工启用了更具科技感与潮流感的全新标识，以赏心悦目的造型设计、个性新潮的功能配置、自在随心的科技体验、值得信赖的安全品质，实现从产品到品牌的全面年轻化进阶。未来，红旗天工将进一步完善轿车、SUV、MPV全系产品布局，并加速线控转向、L3级驾驶辅助等尖端技术落地，真正践行“天工造好物，好物悦人生”的品牌理念，让技术有温度，让出行有态度。

红旗金葵花子品牌：定制臻品+国宾车队，焕新诠释“国宾之道”

“红旗金葵花”定位于超豪华市场，本次车展，亦迎来全面焕新，推出两款精心打造的定制版车型——国礼“丹霞”定制版与国雅“宋韵风雅”定制版。同时，由国礼、国雅、国耀与国悦组成的国宾车队集体登场，焕新演绎金葵花“国宾之道”，为现场观众带来彰显典范、尊崇、传承精神的中式超豪华尊享体验。

结语

从触手可及的主流豪华到潮流新锐的个性表达，再到顶级圈层的东方美学盛宴，红旗此次焕新绝非简单的产品扩容——三大子品牌定位清晰、分工明确，既展现了对市场精细化运营的深入思考，也精准把握了不同消费群体的差异化需求，构建起一个“全场景、全人群”的用户价值生态，全面响应每一位用户的出行想象。

未来，红旗将继续坚守“以用户为中心”的初心，在延续经典中创新突破，推动产品价值与用户需求双向奔赴，实现“国车”与“国民车”的同步进阶，与更多用户携手共进，共赴属于东方豪华的崭新征程。

HTML版本： 红旗品牌战略焕新，打造东方豪华全域布局