

承载国车荣光，“红旗”驶向千万家 | 人汽

来源：林正平 发布时间：2025-11-23 05:39:05

作者：王珊珊

当“红旗”二字不只是国家的荣耀徽章，更成为千家万户的幸福注脚，一场深刻的品牌焕新正在发生。

11月的云南弥勒，稻浪翻香、烟火氤氲。红旗品牌旗下全新插混中大型 SUV——HS6 PHEV，以“新一代的红旗，更好的大五座”为定位正式开启预售。

这不仅是红旗布局新能源市场的关键落子，更是品牌从“为国造车”迈向“为家造车”的战略宣言——将中国汽车工业的硬核实力，化作每个家庭出行的幸福感，让国车底蕴与日常温情双向奔赴。



中国第一汽车集团总经理助理兼红旗品牌运营委员会副总裁柳长庆现场表态，面对新能源时代的新格局，“新一代的红旗”正从思想、体系到技术全面焕新，在传承中创新，为用户构筑更具情感温度与技术实力的出行解决方案。

正如他所强调：“红旗在哪，家就在哪。”

品牌焕新，进入“精读”时刻

当下，正值红旗品牌焕新的特殊时刻。

面对智能化与电动化的汹涌浪潮，红旗作为一个覆盖从十几万到上千万产品价格区间、拥有燃油、纯电、插混、增程等完整能源类型的车品牌，必须构建起更具情感共鸣和技术温度的用户认同。

为了进一步强化市场适配力，红旗对品牌层面再聚焦，基于市场变化与技术积累，正式形成“红旗、红旗天工、红旗金葵花”三大矩阵，实现从“一本通读”到“分卷精读”的进化。

其中，“红旗”子品牌，以国民豪华为定位，面向追求成功的情怀人士，打造宜商宜家的多元出行解决方案；“红旗天工”以年轻用户为核心，融入更多科技、设计与智能交互的表达，成为品牌年轻化的重要支点；“红旗金葵花”持续夯实超豪华定位，强化文化自信与高端认知的共振。

除了锐化三大子品牌的差异化形象，红旗还采取了一系列营销实践：从红旗车队护航“九三阅兵”等国事活动，到“红旗天工之夜”以真诚互动“宠粉”，再到红旗越野“命名召集令”引发百万网友围观……以筑牢用户认知基础。

此次预售发布会前夕，10月25日，HS6 PHEV作为特邀伙伴亮相孙楠巡回演唱会长春站，活动现场，HS6 PHEV还为红旗车主带来点歌互动等专属福利，深化了品牌与用户共赴热爱的情感联结。

技术回归，让用户“无需妥协”

“今天的中国乘用车市场千帆竞发，在售车型已高达1700多台，如何选出一款适合自己的好车，关键在于品牌力、产品力和性价比。”一汽红旗汽车销售有限公司总经理王立军表示。

这也是王立军正式履新后的首次公开亮相。他虽不为外界所熟悉，却有着深厚的行业积淀与敏锐的市场洞察力。2023年，他出任中国一汽股份公司产品策划及项目管理部总经理；今年4月上任一汽红旗销售公司总经理。

在他看来，全新HS6 PHEV，不仅是对“新一代的红旗”的全新注解，更是对“更好大五座”的重新定义——既超越自我，也领先同级。

红旗做混动，不是“赶时髦”，红旗HS6 PHEV搭载的鸿鹄混动系统是基于红旗13年量产混动经验打造的新一代混动系统。不仅在续航、油耗、动力、补能、耐寒等全维度均实现了突破，而且以中大型SUV的重车身和60L的小油箱，创下2327.343km吉尼斯极限续航里程纪录。

红旗做智驾，不只追求技术的突破，更要让驾驶辅助真正拥有老司机的判断力、灵活性与安全感，让每一次出行都从容自在。思南智驾此次升级，不仅实现了算法架构的突破性迭

代，更在数据仿真、交互式规划、安全防护三大核心能力上，实现全面精进。

基于红旗九章智能平台打造的新一代灵犀座舱，通过5nm高通8295P芯片与自研系统的深度融合，实现了从理解到执行、从操作到互联的三重丝滑体验。

“红旗品牌，在为用户提供创新的产品与服务上，永无止境。”王立军这样评价红旗HS6 PHEV：“对老朋友，我们守住文化的根；对新朋友，我们打开创新的门。”

对新势力引以为傲的冰箱、大屏、HUD、语音交互与智驾等科技配置，红旗不仅全面配齐，更针对家庭用户需求优化体验；而对于车身安全、电池标准、座舱环保等核心诉求，红旗早已以“国车品质”通过“下狠料”的技术投入筑牢壁垒。

这种“跟得上潮流需求，更守得住造车根本”的产品逻辑，让用户“无需妥协”，尤其契合家庭用户对“全能用车体验”的期待，成为优于竞品的竞争力所在。

不仅如此，红旗HS6 PHEV以17.88万元的预售起售价，展现出十足的诚意。

战略进阶，从“为国造车”到“为家造车”

红旗HS6 PHEV不仅承担着红旗在新能源车转型道路上的重任，更是红旗从“为国造车”迈向“为家庭造车”战略转型的关键车型，寄托着红旗在新时代的家国情怀。

正如柳长庆所言，“千家万户都好，国家才能好，民族才能好。”

67年前，红旗打造了第一台国产轿车，肩负起振兴民族汽车工业的使命。此后，无论历经何种风雨，“国家大事，必有红旗”。

从见证共和国的辉煌时刻，到护航2025年上合组织天津峰会、2024年中非合作论坛峰会、2016年G20杭州峰会等系列重大国事活动，红旗品牌一次次在国际舞台经受考验，以“零故障、零失误”的高标准赢得赞誉，成为代表中国汽车工业高端水平和大国形象的荣耀徽章。

这份深植于品牌基因的“国车”底蕴正是其品牌焕新的底气。

从国家大事有红旗，到人生大事有红旗，再到年轻有为开红旗。红旗不仅是国车，也是国民车。红旗，不仅是父辈曾经向往的品牌，更是新生代今天喜爱的品牌。

10月，红旗品牌单月销量突破4.5万辆，同比增长19.9%。其中，红旗新能源产品销量同比增长66.3%。1-10月，红旗品牌累计销量突破38.15万辆，同比增长9.8%，持续巩固自主豪华品牌领跑地位。

如今，红旗品牌用户规模已突破200万，并且即将迈上50万辆的新台阶。红旗的转型启示在于，传统品牌年轻化的本质不是对历史的否定，而是在传承中创新。当年轻车主的后备箱装载着露营装备驶向山野，红旗的辉煌叙事正在驶入更广阔的疆域。

