

解读启境汽车：为何它能成为“华为第一境”？

来源：陈中书 发布时间：2025-11-23 11:25:53

易车原创 这应该是2026年最值得期待的汽车品牌！

就在11月20日，广汽和华为深度合作的“启境”品牌终于发布，这一由华为任正非首次亲自指导取名的品牌，注定不平凡。



启境CEO刘嘉铭透露，启境品牌将在2026年推出2款全新产品，首款车型（代号F03）被称作“华系最美猎装轿跑”，提供纯电/增程双版本，定位30-40万元级，预计2026年中上市。首款新车预计2026年6月上市交付，这样一台由一流国企大厂+华为顶级组合打造的新车，可谓天生自带流量。

在新品未上市前，最让人好奇的莫过于：作为“境”系列开篇之作，启境汽车究竟与多个“界”字品牌又何区别？它又能造出怎样的车？

华为乾崮“第一境”——启境有何独特之处？

我们要理解启境汽车的价值，就需要先捋一捋华为在汽车圈的战略布局。

目前，华为以三种模式切入汽车赛道：其一是零部件供应商模式，以Tier1身份提供标准化零部件；其二是HI模式，向车企输出全栈智能汽车解决方案，如与长安阿维塔、北汽极狐的合作；其三是智选车模式，通过鸿蒙智行深度参与产品定义、研发与销售，例如问界、智界、享界、尊界、尚界。

区别于上述三种模式，启境品牌更像是华为与车企合作开创的“第四种模式”，也有媒体将该模式定义为“新合资”。

从启境汽车的办公模式就能窥探一二，据之前官方透露，华为已经派驻了涵盖产品、营销、财经、法务等领域的200人团队，与广汽的核心骨干联合办公，相当于共同成立“联合运营体”，独立于广汽和华为现有体系的组织，拥有从产品规划到市场定价的完整决策权。

这种无边界协作，体现在从产品定义到研发制造的每一个环节：广汽的整车制造经验与华为的智能技术，不再是简单叠加，而是打破了“技术方”与“制造方”各管一段的合作惯例，就此形成了“化学反应”。

如果说联合办公是启境的表面创新，那么华为IPD（集成产品开发）和IPMS（集成产品营销）体系的引入，则是其深层的制度革命。

在汽车行业，传统车企多采用“部门制”研发，而科技公司则更强调“端到端”的扁平化流程管理，这种体系差异往往是跨界合作的“隐形壁垒”。

启境正是将两种体系进行了重构式融合：

一方面，保留广汽在整车制造、供应链管理、渠道服务上的积累——这些是经过数十年市场检验的“硬实力”；

另一方面，导入华为IPD体系中“以用户需求为核心”的研发逻辑，将用户调研、市场分析前置到产品定义阶段，通过跨职能团队实现从研发到量产的无缝衔接。

正是如此高效的协同，启境汽车项目推进速度极为惊人，从1月合署办公、9月完成首款车夏测、10月首款车设计定型，历时不到1年就让首款新车初具雏形。

在生产制造端，启境还将依托广汽旗下被誉为全球新能源汽车“灯塔工厂”的先进生产基地，结合华为在工业互联与数字化控制方面的能力，共同对生产工艺与品控体系进行了智能化升级，致力于打造以AI智能制造为核心的标杆工厂。

启境汽车到底长什么样子？

路子摸清楚了，那具体到车本身，启境汽车到底能打造出一台怎样的车？

此前，启境已首度公开了新车的设计预告图，整体风格瞄准年轻化、科技感与运动属性；正如启境汽车CEO刘嘉铭所说：“启境要做就做华系年轻品质旗舰，要做就做动感、安全、驾趣、智能全满足的Dream Car。”

在技术上，启境汽车全系产品将配备“华为乾崮全家桶”，并依托华为在整车架构、硬件开发与功能安全等核心领域的技术支持，实现深度融合。

数据显示，2025年中国智能电动汽车市场中，“跨界合作车型”的市占率已从2023年的5%攀升至18%，然而多数合作仍停留在技术标识层面的浅层整合。

启境所选择的深度融合路径，有望引领行业从“技术贴牌”走向“协同共创”，甚至激发新一轮的跟进风潮。尽管启境尚未公布更多车型细节，但“广汽整车平台”与“华为乾崮智驾”这一顶级组合本身，便已构筑起强大的战略想象空间。

启境汽车官方对外透露过几个小故事，其中一个设计团队为打造低趴姿态，此提出一个大胆想法，把车身整体降低3厘米。

但这3厘米背后，却是一个经典难题——车身一低，内部空间就容易局促。市面上不少运动车型都为造型牺牲了头部空间，导致“好看但顶头”的尴尬。面对“保造型还是保空间”的选择题，启境汽车团队偏要“两个都要”。

一场“毫米级攻坚”就此展开。座椅团队率先行动，通过优化结构把座椅厚度削薄5毫米；底盘团队紧接着重新排布悬架布局，硬是抠出3毫米空间；前机舱盖改用轻量化材料，再省出2毫米。团队还同步增大了轮毂尺寸，让整车比例更协调。

这还不够。他们几乎试遍了市面上所有主流运动车型，逐一测量头部、腿部空间数据，反复对比优化。就这样一点点“抠”出来、凑出来，最终在车身成功降低3厘米的同时，竟然实现了后排头部空间反超同级车“两指”的成绩。

这个故事，虽小却见大。它让人看到启境在“卷配置”之外的另一种执着——对用户体验的细致揣摩，对工程细节的不妥协。

也正因如此，“启境”品牌锁定年轻化、科技化、高品质的30万级高端智能新能源市场，目标是打造动感、智能、安全、好用的“华系年轻品智旗舰”。

当首款车已完成高温极限测试与最终设计定型，并预计于2026年年中上市时，外界有理由对这款“较真之作”报以更多期待。

写在最后

当然，挑战也同样存在。文化差异仍是潜在风险——广汽的“稳健基因”与华为的“狼性文化”如何长期共存？

当越来越多的车企加入华为阵营，形成“五界三境”的矩阵，灵魂相似，又该如何找到性格的差异化？

这些问题都需要时间来回答。

华为智能汽车解决方案BU CEO靳玉志强调，启境品牌就是要“Make Difference”，创造卓尔不凡的品牌和车型。

启境新车“Make Difference”，与其更好不如不同！

这无疑为破局当下新能源车同质化困局，给出了明确且硬核的解决方案！

当2026年的车市大幕拉开时，启境已经站在了聚光灯下，等待观众们共同见证。

打开易车App，搜索“2025广州车展”，查看「车展新车」最新内容。

责任编辑：赵石林

HTML版本：[解读启境汽车：为何它能成为“华为第一境”？](#)