

# 当“番禺行动”撞上“四大引擎”，新广汽带来了新惊喜

来源：陈家杰 发布时间：2025-11-23 13:30:50

2025年广州车展的人潮里，2.2号广汽馆绝对是“流量密码”。

央视新闻主持人带着镜头全程直播探展，昊铂A800的内饰揭幕围得水泄不通，就连“科技广汽”展区的飞行汽车模型前，都排起了打卡长队。



这场车展上，广汽集团不止带来了满场新车，更甩出了“番禺行动”一周年的成绩单和“四大引擎”的重磅发布，喊了一年的“再造新广汽”，这次真的拿出了实打实的硬货。

## • “番禺行动”一周年实力交卷

去年广州车展上，广汽集团正式启动“番禺行动”时，不少人还在观望：汽车行业内卷成这样，这场改革能玩出什么新花样？一年后再看，答案藏在一组组数据里。面对新能源转型和智能升级的双重压力，广汽把“用户为中心”刻进了流程里，围绕“用户需求战、产品价值战、服务体验战”三大战役的发力，已经看到了成效。

最直观的变化是“反应快了不止一点”。广汽全面导入IPD（集成产品开发）流程后，把用户声音直接拉进了研发环节。以前用户反馈“某款车智能座舱反应慢”，从收集需求到迭代升级要等大半年，现在通过端到端的流程闭环，研发、营销、生产团队组队攻坚，响应速度提升了6倍以上。

这种效率提升带来的硬成果更亮眼：业务效率整体提升约50%，新车开发周期从26个月

压缩到18-21个月，研发成本还降低了超10%。要知道，在汽车行业里，开发周期每缩短一个月，就能多抢占一个季度的市场窗口，这波操作直接把“慢工出细活”变成了“快工出好活”。

为了让“懂用户”不流于表面，广汽还搭起了IPMS（集成产品营销和销售）体系，专门组建“产品商业化团队”，从用户洞察到产品交付的全链条都有专人跟进。比如之前调研发现，家庭用户吐槽“MPV第三排坐久了腰酸”，团队立刻联动研发调整座椅角度和填充物，这种精准响应在以前的大车企里并不常见。

组织层面的变革更彻底，重塑“用户第一、奋斗者为本”的文化后，通过“项目制”和收益共享机制激活员工动力，全球招聘的新一届职业经理人也全部到岗，整个团队的精气神肉眼可见。

广汽集团董事长冯兴亚在发布会上说得实在：“变革之路已经开启，变革的果子正在成熟！”从数据到团队状态，这颗“果子”确实已经挂枝，而接下来的“四大引擎”，就是要让这棵树结出更多好果。

#### • “四大引擎”全面发力

如果说“番禺行动”是练内功，那车展发布的“新技术、新产品、新服务、新生态”四大引擎，就是广汽对外亮剑的家伙事。这四大板块没有玩概念，每一个都带着数据和落地案例，核心就是让用户享受到更省心、更安心、更多元的出行体验。

新技术是最硬核的底气。新能源领域里，“星源增程”技术解决了不少用户的“亏电焦虑”，超高效的转化效率让亏电状态下也能保持强动力和低噪音；量产的夸克电驱电机效率突破99%，这是什么概念？相当于每消耗100度电，有99度都能转化为动力，续航自然更扎实。安全方面更不用多说，弹匣电池已经装了超130万辆车，跑了超500亿公里没出现过自燃，这个数据在行业里相当能打。全固态电池中试线也正式投产，率先具备60Ah以上车规级批量制造条件，未来充电10分钟跑几百公里不是梦。

智能领域的升级也很贴心。ADiGO GSD智能驾驶辅助系统能覆盖99.9%的道路场景，高速上跟车、变道、避障都能轻松应对；新一代智能座舱响应速度提升3倍，说“打开座椅加热”比自己动手还快，上千种智能服务场景能覆盖通勤、带娃、出游等各种需求。

就连底盘都玩出了新花样，鹰爪系统2.0的主动稳向功能，在坑洼路面开着也不颠簸，家里有老人小孩的都懂这种舒适有多重要。值得一提的是，“科技广汽”展区还展出了飞行汽车GOVY AirCab和人形机器人GoMate Mini，虽然还没量产，但能看出广汽对未来出行的前瞻布局。

新产品精准踩中用户需求。基于IPD流程整合的自主品牌大研发体系，专门成立了200人的用户洞察部，不再是“工程师闭门造车”。2026年计划推出9款改款及全新车型，覆盖从

日常通勤到品质出行的全场景。比如针对家庭用户，传祺要推出两款MPV；针对年轻用户，昊铂的智能配置还会再升级，每一款车都有明确的用户画像，避免了“一款车想卖给所有人”的尴尬。

新服务把“方便”做到了家门口。渠道方面规划新增600家品牌体验店，覆盖全国90%以上县域级市场，以后三四线城市用户看车、保养不用再跑几十公里。目前首批100个城市的招商已经启动，上千家合作伙伴咨询的热度，也能看出大家对广汽渠道的信心。

OTA升级更让老车主受益，今年以来已经完成45次更新，新增优化超300项功能，覆盖近150万车主，相当于买的车每隔一段时间就“免费升级”，越开越新。

新生态则是打开了更大的格局。能源方面，和宁德时代的十年合作不是摆样子，今年就能在45座城市覆盖1000座换电站，换电比加油还快；自营充电桩已经超2.1万根，覆盖31个省204个城市，核心城区直线1公里必有站，其中直流充电桩数量在车企里排第一，补能焦虑基本能解决。

智能生态上，和华为、腾讯、科大讯飞等联手打造的GoLink生态链，让座舱和手机、智能家居无缝衔接；就连买车模式都创新了，埃安UT super由京东、广汽、宁德时代三方合作，4.99万起的价格，让买车像买家电一样方便省心。

•从家用到商用，总有一款产品适合你

四大引擎的实力，最终要靠产品说话。这次广州车展上，广汽旗下全品牌集体发力，自主品牌、合资品牌、商用车齐上阵，覆盖了从10万级到几十万级的全细分市场，不管是家庭用户、年轻玩家还是商用车企，都能找到对口的选择。

自主品牌里，昊铂A800无疑是焦点。作为和华为深度合作的旗舰轿车，不仅揭开了全球首创的2+1座变形座椅和双环抱座舱的神秘面纱，还搭载了华为乾崮智驾和鸿蒙座舱双系统，智能体验拉满。

更厉害的是，它拿到了广州市交通局颁发的L3级特定场景自动驾驶测试牌照，最高时速120公里的测试权限，让智能驾驶离量产又近了一步。

传祺的“向往系列”针对性很强，S7、M8乾崮、S9乾崮三款车型覆盖了SUV和MPV市场，主打的“无里程焦虑”正好戳中家庭用户的痛点。计划明年推出的两款MPV，更是把“家庭守护者”的定位焊死了。

埃安则主打“国民好车”，10万级的埃安i60集齐了星源增程、弹匣电池等核心技术，空间大、续航长，是家庭刚需的首选；刚上市的埃安UT super才4.99万起，用豪车工艺造A级车，上市没几天就收获了大批订单。

合资品牌也不甘示弱。广汽本田把数智零碳工厂“复刻”到了现场，用户能亲眼看到自

己的车是怎么造出来的，新雅阁还保持着29.196秒绕17桩的世界纪录，驾趣十足。

广汽丰田的“油电同强”战略成果显著，20万级纯电旗舰铂智7搭载鸿蒙座舱和激光雷达，拉高了同级标准；

全新换代威兰达引入电车才有的域控架构，首发丰田TSS4.0智驾系统，直接开启了油车的“域控时代”，不管选油车还是电车都不纠结。

商用车领域，广汽领程新能源重卡T9正式上市，43.99万的指导价针对港口、矿区等短途运输场景，精准解决了商用车用户的续航和成本问题。

就连出行和零部件领域都有惊喜，如祺出行发布“Robotaxi+”战略，未来5年要覆盖100个城市，建超万辆车队；广汽丰田发动机展示的2.5L混动发动机分解模型，让大家看清了30万公里仍动力澎湃的奥秘。

•电动EV：

从“番禺行动”的效率提升，到“四大引擎”的价值落地，再到全品牌的产品矩阵，广汽集团在2025广州车展上的表现，让“再造新广汽”的目标变得清晰可触。

正如冯兴亚所说，十五五期间要实现这个目标，不是靠喊口号，而是靠每一项技术突破、每一款产品升级、每一次服务优化堆出来的。

对于消费者来说，这样的变革从来都不是车企自己的事，而是能实实在在享受到的红利，更智能的车、更省心的服务、更多元的选择，这才是“新广汽”最值得期待和惊喜的地方。

HTML版本： [当“番禺行动”撞上“四大引擎”，新广汽带来了新惊喜](#)