

长安启源A06上市：新央企，第一枪

来源：王虹斌 发布时间：2025-11-12 00:18:13

文字 | 秦方辉

设计 | 张博君



时代的岔路口，所有既定的规则都在等待重写。当产业变革的浪潮奔涌而至，旧有的格局与标签正被加速重构。

2025年11月9日晚，长安启源A06在重庆正式上市，新车提供“纯电+增程”两种动力选择，其中，纯电版推出六款车型，官方指导价10.99-14.99万元；增程版提供两款车型，官方指导价11.99-12.99万元。

这不仅仅是一款新车的例行亮相，更是长安汽车作为“新央企”在整合重组、战略发布、技术亮剑之后的首次市场检阅。

从年初与东风合并的传闻四起，到7月“中国长安汽车集团”正式挂牌，再到9月科技生态大会发布“天枢智能”品牌与多款新品，长安汽车用不到一年时间，完成了一场从战略重构、技术焕新到产品落地的系统性重塑。

而长安启源A06，正是这一切的集大成者，也成为观察“新央企”战略能否在市场端落地的重要参照。

升格新央企：从存量整合到增量革命

“从来没有打过这么富裕的仗。”在几个月前，中国长安汽车集团董事长朱华荣说出这句话的背后，是企业发展模式的根本性转变。

过去，新一轮整合往往伴随着机构的臃肿与品牌的混沌。但中国长安汽车的成立，并非简单的资源叠加，而是一次以智能化、新能源、全球化为目标的战略聚焦。旗下阿维塔、深蓝、启源三大品牌分工明确，分别瞄准高端纯电、年轻科技与家庭普惠三大市场。

在传统燃油车市场增长见顶、价格战频发的背景下，长安以“新央企”身份，率先跳出了内卷的泥潭，转向以技术架构、品牌矩阵和全球视野为支撑的系统性竞争。

当然，朱华荣所反复提到的这份“富裕”并非空穴来风，其背后是长安汽车深厚的资源储备：2.4万人的全球研发团队、过去数年超600亿元的智能化投入、累计申请的1.4万余件专利，以及行业唯一的“智能汽车安全技术全国重点实验室”。

得益于这些积累，使得在9月科技生态大会上发布的“新长安·新安全 天枢智能”品牌成为一次自然的实力展示，并明确提出致力于为用户提供“极致安全的智能出行解决方案”。

“我们智能化只办三件事：安全、安全、还是安全。”

朱华荣在发布会上的这句话，不是一句口号，而是长安作为“国家队”在智能化竞争中，对安全底线的重视。

从2021年“新汽车·新生态”的战略发布，到2025年“天枢智能”品牌的落地，长安用五年时间完成了从战略规划到技术品牌成型的跨越。而任何宏大的战略与领先的技术理念，最终都需要一个强有力的产品作为载体，来接受市场的最终检验，它就是长安启源A06。

长安启源A06：长安技术体系的集大成者

作为“天枢智能”首款量产轿车，同时也是新央企首款战略级家轿，长安启A06承载着展示新长安技术实力的使命。其展现的“四大超配”产品力，恰恰印证了资源整合后的体系优势。

正如长安汽车执行副总裁杨大勇所言：“长安启源真正做到，让大家用实在的价格，开上顶级的智能好车，这就是我们央企的使命。”

要知道，承担长安启源A06生产任务的可是林肯中国制造基地，也是长安集团累计耗资100多亿建设打造的“精品工厂”，这意味着长安启源A06传承了超越行业标准的严苛制造工艺与品控体系，自带精品基因。

在长安启源A06的配置表中，我们看不到传统“水桶车”那种面面俱到却毫无惊喜的平庸。相反，它以“大美舒新”四大进阶实力，精准切中了家庭用户在纯电家轿市场中“未被满足的痛点”。

在空间方面，长安启源A06没有陷入“尺寸竞赛”，却在实用性与体验感上实现了对同级竞品的跨级打击。90%得房率、2168L车内空间、764L前后备箱容积，这些数据背后是SDA平台对空间设计的深度优化。通过高效集成与结构创新，长安启源A06成功解决了家庭用户“既要造型又要空间”的矛盾。

与此同时，在145°无级电动零压后排、全车四季零压电动按摩座椅、全铝前双叉臂+后五连杆悬架等装备的加持下，长安启源A06同样将舒适和驾控做到了越级水平，开得舒心、坐得安心，体现了长安对用户体验的深入洞察。

至于用户最关注的三电、智能领域，长安启源A06更是有着亮眼的表现。800V碳化硅平台+6C闪充实现2秒1公里，天枢驾驶辅助激光版功能全面，SDA中央环网架构确保系统冗余安全。“十横九纵”车身结构与金钟罩电池包，则将长安对“家庭安全”的理解从口号转化为实实在在的防护体系。

新长安的下一程：迈向世界一流

11月2日，长安汽车公布了最新销量数据，10月总计销量27.8万辆，同比增长11%；新能源销量11.9万辆，同比增长36%；海外销量5.8万辆，同比增长25%。值得注意的是，其中2025年1-10月新能源销量超过2024年全年总和。

销量只是表象，体系能力才是根本。这些数字背后，是长安三大计划——“香格里拉”“北斗天枢”“海纳百川”的持续推进。

更重要的是，长安正在构建一个面向未来的技术生态体系。从人形机器人到飞行汽车，从无人物流到低空经济，长安的布局已超越传统汽车制造范畴，向着更广阔的智能出行生态拓展。

按照规划，到2030年，中国长安汽车产销必保400万辆，奋斗500万辆，其中新能源占比超60%，海外占比超30%。这一目标的实现，不仅关乎一家企业的成败，更关乎中国汽车产业在全球的竞争地位。

结语

长安启源A06的上市，标志着长安汽车完成了从“老长安”到“新央企”的身份转换，正式迈入了迎接市场检验的新阶段。

回望这一年，从合并传闻到正式挂牌，从技术发布到产品落地，长安展现了一家“国家队”车企应有的战略定力和执行效率。在产业转型的关键时期，长安的探索不仅关乎自身发展，更为中国汽车产业的整合升级提供了宝贵经验。

风起于青萍之末，浪潮的方向，已然在望，而真正的远航，方才开始。

