56天闪电重组 央企长安蝶变新生

中青报·中青网记者 王志远

身处媒体聚光灯和各类坊间传闻中的长安汽车，在山城重庆市迎来了蝶变新生。

7月29日，中国长安汽车集团有限公司（以下简称“中国长安汽车”）成立大会在重庆市举行。重庆市委书记袁家军，国务院国资委党委书记、主任张玉卓出席会议并讲话，共同为公司揭牌。

中国长安汽车由国务院国资委履行出资人职责，注册地为重庆市。这是一家基于长安汽车、辰致集团等117家分公司和子公司组建的新汽车央企，注册资本金200亿元，资产总额3087亿元，从业人数约11万人，主要经营业务有汽车整车及零部件、汽车销售、金融及物流服务、摩托车等。

从今年2月控股股东中国兵器装备集团有限公司（以下简称“兵装集团”）与其他国资央企筹划重组事项，到6月宣布对兵器装备集团实施分立，汽车业务分立为一家独立中央企业，再到中国长安汽车此番正式成为第三家由国资委直接管理的汽车央企……近半年来一波三折的重组过程，堪比重庆市蜿蜒的山路。

企业身份的转变、战略地位的跃升，不仅寄托了国资委和地方政府的新期待，也让中国长安汽车有了全新的使命。

7月30日，这家新汽车央企举办首次媒体沟通会。中国长安汽车党委书记、董事长朱华荣表示，将坚持高标准定位、高起点谋划、高水平起步，扎实推进企业高质量发展。

新央企的新使命

从6月4日敲定重组方案到新集团成立，中国长安汽车经过了56天的闪电重组。

此前，中国长安汽车集团是兵装集团下属的全资子公司。如今的中国长安汽车则是一级央企，与中国一汽集团、东风集团并列，是第三家由国资委直管的汽车央企，同时也是重庆市的第一家一级央企。

“中国长安汽车的战略定位及目标是：打造具有全球竞争力、拥有自主核心技术的世界一流汽车集团。”朱华荣告诉记者，作为新央企，中国长安汽车进行了战略定位和目标调整。

就具体销量目标而言，到2030年，中国长安汽车整车产销规模奋斗500万辆。其中，新能源销量占比超过60%，海外销量占比超过30%，力争跻身全球汽车品牌前十，成为世界级汽车品牌。

此外，对于促进中国汽车产业高质量发展，实现高水平科技自立自强，中国长安汽车也将挑起更多重担。

张玉卓在成立大会上表示，中国长安汽车要树立“争一流、当示范”理念，着力打造战略先进、创新领先、治理高效、功能突出的智能网联新能源汽车头部企业。他强调说，要始终心系“国之大者”，把自身发展放在推动我国汽车工业高质量发展大格局下来谋划，以绿色低碳智能产品激发新需求，助力构建现代化汽车产业体系。

其中，动力电池、汽车芯片、智能驾驶等原创性引领性技术攻关，将是中国长安汽车大显身手的舞台。

“作为新央企，中国长安汽车在科技创新领域将更加聚焦。”朱华荣表示，集团公司能更好地服务国家战略，承担更重大的科研战略任务，推动共性平台建设，强化科技创新投入产出，增强核心竞争力。与此同时，在战略牵引、资源整合、整零协同、激励机制和风险防控上，这家汽车央企也将迎来更多机遇。

新央企的新舞台

“新征程上，希望中国长安汽车积极融入现代化新重庆市建设，立足西部、服务全国、走向全球，以更加昂扬奋进的精神状态和奋发姿态，勇当制造业高质量发展动力源，勇当以科技创新引领产业变革排头兵，勇当内陆地区高水平开放引领者，勇当绿色低碳转型发展新标杆，全面展现中国特色现代企业制度优势。”袁家军在成立大会上表示，重庆市将聚焦党中央赋予中国长安汽车的战略使命，创新政策制度供给，高质高效服务企业，全力支持中国长安汽车打造具有全球竞争力、拥有自主核心技术的世界一流汽车集团。

上图：中国长安汽车集团有限公司注册地为重庆市，是一家基于长安汽车、辰致集团等117家分子公司组建的新汽车央企。2024年，重庆市新能源汽车产量95.32万辆，同比增长90.5%，领先全国增长率近60%。

左图：中国长安汽车集团有限公司党委书记、董事长朱华荣表示，将坚持高标准定位、高起点谋划、高水平起步，扎实推进企业高质量发展。

记者了解到，重庆市正加速打造“33618”现代制造业集群，智能网联新能源汽车则是3个万亿级主导产业之一。

统计数据显示，2024年，重庆市汽车产量254.01万辆，同比增长9.4%。其中，新能源汽车95.32万辆，同比增长90.5%，领先全国增长率近60%。

不久前，袁家军在署名文章中表示，重庆市要全力打造智能网联新能源汽车之都，积极抢占低空经济、人工智能、空天信息等新赛道。文章提到，要突出以政府侧社会侧产业侧企业侧“四侧”协同、促进产业链创新链资金链人才链“四链”融合。

其中，发挥龙头链主企业引领带动作用，构建“产业大脑+未来工厂”新模式，超级工厂智慧车间赋能产业提质增效，被认为是重庆市加快建设国家重要先进制造业中心，发展新质生产力的重要抓手。

上述署名文章还提到，要立足重庆市科教资源优势，以央地协同为重要支撑，以打造政产学研用创新综合体为核心抓手，以高新技术企业和科技型企业“双倍增”为关键基础，完善以生命健康、数智科技、新材料、绿色低碳四大科创高地为牵引，涵盖人工智能、区块链、云计算、大数据等16个重点领域的“416”科技创新布局。

“中国长安汽车将坚决服务国家战略，落实成渝地区双城经济圈建设战略部署，深化央地合作，带动西部发展。”朱华荣表示，无论是重庆市“33618”现代制造业集群体系建设，还是打造智能网联新能源汽车之都，中国长安汽车都要争当主力军。

毫无疑问，从“发挥龙头链主企业引领带动作用”到“央地协同”，再到“打造政产学研用创新综合体”，新成立的中国长安汽车，将是重庆市打造智能网联新能源汽车之都的重要抓手。

汽车分析师白德认为，作为西南重镇，重庆市不仅制造业基础较好，科教人才资源也十分丰富。考虑到智能网联新能源汽车涉及人工智能、新材料、大数据、绿色低碳等多个前沿科技，中国长安汽车有望通过央地协同、校企合作，助力重庆市发展智能网联新能源汽车产业，提升科技创新水平，在培育西部地区后发优势中发挥更大作用。

新央企的新长征

今年1-6月，中国长安汽车整体营业收入1469亿元，整车销量稳健增长，产销135.5万辆，创近8年新高；新能源销量45.2万辆，同比增长49.1%；海外销量29.9万辆，同比增长5.1%。今年全年预计达成销量300万辆的目标，其中新能源销量100万辆，全年预计营业收入3550亿元。

正如中国长安汽车集团党委副书记、董事谭本宏所说，中国长安汽车是在200万辆年销量高位的基础上进行品牌和用户等结构性调整，不仅要考虑三大新能源整车品牌，还要统筹燃油车品牌发展、新的技术赋能、新的战略合作。

据了解，阿维塔会继续作为中国长安汽车的高端智能电动品牌，依托集团战略资源整合优势，进一步加速发展布局，巩固智能出行领域引领地位，成为央企电动化、智能化、高端化品牌标杆。

作为中国长安汽车高质量发展的关键支柱、科技突破的中坚力量与全球出海的核心引擎，深蓝汽车将肩负央企品牌使命，开启新征程，助力中国长安汽车打造世界一流的中国智造新名片。

作为中国长安汽车未来发展的核心支柱品牌，长安启源将聚焦天枢智能驾驶辅助、天枢座舱、天枢底盘、智慧新蓝鲸动力、金钟罩电池等核心技术，打造智慧主动服务，全面支撑品牌数智化发展。

“在汽车市场激烈竞争以及全球化众多挑战面前，中国长安汽车此次成为新央企，有利于加快发展具有全球竞争力的世界一流汽车集团，更好地助力智能网联新能源汽车产业高质量发展；更有利于在国际市场开拓进取，不受到其他政治因素逆全球化的干扰。”朱华荣坦言，与过去相比，升级为新央企的长安拥有着海阔天空般的机遇，“过去所拥有的资源太少太小，现在突然发现有了一种取之不尽用之不竭的感觉。”

据透露，在新集团官宣成立后，有许多汽车业、科技圈的大公司主动提出，想与中国长安汽车展开更深入的战略合作。朱华荣表示，中国长安汽车还将推进科技生态横向拓展，发展无人驾驶商业运营、飞行汽车、人形机器人、泛出行等新兴业务；坚持自主、合作双线并举，持续加强与Stellantis、福特、马自达等全球整车企业合作；强化与ICT、消费电子等企业跨界合作。

从1862年上海洋炮局倒出第一炉铁水，到1937年抗日战争爆发后西迁至重庆市；从20世纪80年代从兵工厂转为民用汽车制造企业，到“第三次创业”瞄准智能网联新能源汽车转型，再到升级为新汽车央企……在轰隆的历史车轮面前，长安汽车人的脚步从未停歇。

如果说1953年，中国一汽写下了新中国汽车创业的“宣言书”；1969年，东风汽车吹响了技术自强的“冲锋号”；那么跃升为新央企的中国长安汽车，则凝聚了“新汽车”技术革命及百年民族工业的磅礴力量。蝶变新生后，中国长安汽车踏上的，将是一条更加光荣和艰巨的征途。

聚集新央企势能 深蓝叩响全球汽车市场大门

中青报·中青网记者 张真齐

7月29日，中国长安汽车集团有限公司（以下简称“中国长安汽车”）正式挂牌成立，成为继中国一汽、东风汽车之后，国内第三家汽车行业央企。

记者了解到，中国长安汽车由原中国兵器装备集团实施业务分立组建而来，注册资本高达200亿元，掌管包括长安汽车、阿维塔、深蓝汽车、长安启源等在内的117家分公司和子公司，覆盖整车制造、零部件、销售、金融、物流、摩托车等全链条产业板块，资产规模超3000亿元，年营业收入达3400亿元，员工数量超过11万人。

“作为长安旗下新能源尖兵，深蓝汽车凭借亮眼市场表现与前沿技术，成为新央企高质量发展的核心力量。自成立以来，深蓝汽车加快构建新能源、智能化、全球化的体系能力，助力中国长安汽车打造世界一流的中国智造新名片。”活动现场，重庆长安汽车股份有限公司副总裁，深蓝汽车科技有限公司总经理、党委书记邓承浩对记者说。

邓承浩透露，深蓝汽车是长安“香格里拉计划”的先发探索者，因此从诞生之日起就肩负着长安汽车向新能源领域探索的使命。从最初的市场探索破冰，到如今成为央企新能源销量冠军，深蓝汽车不负厚望，正在用实际行动书写令行业惊叹的“深蓝速度”。

2022年7月，深蓝汽车首款车型SL03上市，仅14个月后，品牌累计销量就迈过10万辆大关；2024年10月，深蓝汽车仅用27个月就达成30万辆销量；2024年12月，深蓝汽车仅用时29个月，就完成从0到40万辆的突破；2025年，深蓝汽车仍保持高增长态势，中国汽车工业信息网的数据显示，2022年12月至2025年3月，深蓝汽车累计销量在央企新能源品牌中名列前茅。

更重要的是，在全球交付量突破50万辆之后，深蓝汽车2025年上半年销量同比劲增71%，承担起集团高质量发展的重任。

在“叫好又叫座”的同时，深蓝汽车还在困扰不少新能源汽车品牌的“盈利问题”上有了新进展。前不久深蓝汽车宣布取得阶段性盈利，成为当前国有车企新能源品牌中率先实现阶段性盈利的品牌之一。

事实上，为了在市场销量、盈利能力和产品口碑等方面筑牢基础，深蓝汽车自成立之日起就开始进行战略布局和技术深耕。在电动化领域，深蓝汽车率先布局增程赛道，推出深蓝超级增程技术。

邓承浩介绍，深蓝超级增程成为符合中国国情的电动化解决方案之一，为用户在电动时代带来“省、爽、安全”的全新驾驶体验，让更多首购用户不再有里程焦虑和补能焦虑；微核高频脉冲加热技术则让更多北方用户不再有低温焦虑。

在智能化领域，深蓝汽车与华为深度合作共研乾崑ADS SE技术，赋能深蓝S07和L07两款主力车型。S07凭借“超级增程+华为乾崑智能”组合，迅速成为“稳定月销过万辆”的热门款。2025年年初双方深化合作，目标直指全民智驾普及。深蓝S09更将集成华为ADS3.3、HarmonySpace 5等“全家桶”技术，并首批升级至ADS 4.0。

需要注意的是，除了在产品和研发领域继续保持“深蓝速度”外，深蓝汽车还在用户运营领域持续加码。秉承共创共成长的理念，深蓝汽车积极响应用户反馈，开辟了五大“吐槽”渠道，每月收集众多用户建议，并将其转化为产品优化的动力源泉。

据悉，自2022年9月起，深蓝汽车全谱系已累计进行了近30次OTA迭代升级，推送车辆超过百万次，新增功能300余项，优化功能更是多达1500余项，充分体现出对用户需求的高度重视。其全球创作者招募计划吸引了超过10万用户深度参与深蓝活动，进一步增强了与用户的互动和联系。

“中国长安汽车成立后，深蓝汽车将肩负起‘新央企、新长安、新深蓝’的历史使命和职责，更加坚定战略使命，产品、技术、服务、产业布局、全球化进程全面发力。”邓承浩表示，未来5年，深蓝汽车累计将推出30款全新主流车型和差异化车型，满足不同用户需求。

在重庆长安汽车股份有限公司副总裁，深蓝汽车科技有限公司总经理、党委书记邓承浩看来，中国长安汽车成立后，深蓝汽车将肩负起“新央企、新长安、新深蓝”的历史使命和职责，更加坚定战略使命，产品、技术、服务、产业布局、全球化进程全面发力。

邓承浩还直言，全球化是深蓝汽车核心战略，出海进程正在不断加速。今年7月，深蓝S07在欧洲正式上市，并获得欧洲用户的广泛认可，在严苛的欧洲市场展现了深蓝汽车的国际领先水平。同时，深蓝汽车也通过应对全球复杂工况与用户多元需求，持续驱动产品力进化，提升中国新能源汽车的硬核实力。

按照规划，接下来，深蓝汽车锚定“1+5+2”全球布局，目标是成为世界一流电动车品牌，未来海外销量占比将达三分之一至二分之一。2025年，深蓝汽车多款车型将覆盖五大区域66国，海外年销目标5.6万辆，2030年将剑指38万辆。

此外，深蓝汽车坚持BEV与XEV双动力并行，聚焦将S05（目标全球月销2万辆）、S07（目标全球月销1.5万辆）打造成区域爆款，并计划2027年前完成六大产品谱系布局。同时，深蓝汽车将持续迭代超级增程、深蓝天衡底盘等核心技术群，联动宁德时代、华为等巨头，利用长安海外资源实现全面出海。

“从西南一域到全球领航，深蓝汽车以科技自立自强践行央企新能源使命。”正如邓承浩所言，未来，随着长安汽车央企身份的赋能和战略蓝图的落地，深蓝汽车将为中国汽车产业的发展注入更多“深蓝力量”。

在邓承浩看来，中国长安汽车成立后，深蓝汽车将肩负起“新央企、新长安、新深蓝”的历史使命和职责，更加坚定战略使命，产品、技术、服务、产业布局、全球化进程等方面全面发力。

图片新闻

7月28日，为迎接远道而来的全球来宾，200台阿维塔12齐聚重庆国际机场。阿维塔科技总裁陈卓表示，作为新央企中国长安汽车集团旗下高端品牌，阿维塔将全力承接新集团向新向上的战略使命，坚定不移打造世界级新豪华智能电动汽车品牌。

陈卓介绍，基于新央企战略赋能，在资金支持、零整协同、市场开拓、技术研发等方面，阿维塔将拥有更广阔的资源和更宽阔的平台，进而构建更强大的体系能力与更深的品牌护城河，加速实现战略目标。

据了解，阿维塔已完成“三年四车”战略布局，以原创设计和智能科技开辟了中国品牌的高端差异化路径。其中，阿维塔11与阿维塔12实现“立品牌”，阿维塔07与阿维塔06实现“扩销量”。2025年上半年，阿维塔累计销量同比增幅超100%，其中5月销量创下单月历史新高，站稳高端新能源汽车市场。

值得一提的是，阿维塔在海外市场的新车售价超过50万元，实现了中国智能汽车在海外高端市场的破局。目前，阿维塔已进入25个国家和地区，建成55家渠道，并在泰国、迪拜、新加坡完成上市。

其中，阿维塔11海外市场销量同比增长531%，稳居泰国高端电动车市场第一名。陈卓表示，背靠新央企，阿维塔的出海之路底气更足、视野更广、步伐更快。预计到今年年底，阿维塔将进入超50个国家和地区，布局超160家渠道；到2030年，海外销量占比将达到50%。 阿维塔科技供图

新引擎启动 长安启源冲击“国民新能源车”杆位

中青报·中青网记者 张真齐

在重庆市周边的公园里，露营结束的徐方达一家正轻松地将儿童车、露营车和两顶帐篷放进启源Q07的763L双层后备箱中，新车215公里的纯电续航也让这趟旅程毫无里程焦虑；同一时间，在位于重庆市渝北区的长安启源4S店内，刚刚交付的启源Q07正被孙旭仔细打量：“空间大、续航长，价格实在，央企品牌也放心。”

如今，上述有关长安启源的用车体验和品牌评价，正成为越来越多消费者共识——短短一个月内，新央企旗下的长安启源以7月2.85万辆的交付量和1-7月累计销量超19万辆的业绩，在竞争激烈的新能源市场划出同比增长30%的曲线。

7月29日，中国汽车行业迎来历史性时刻，中国长安汽车集团有限公司（以下简称“中国长安汽车”）成为中国第三家汽车行业央企。这家注册资本200亿元的“国家队”新成员，整合了长安汽车、辰致集团等117家分子公司，资产总额高达3087亿元。

新集团成立仅3天后，长安启源不仅交出了亮眼的7月交付成绩单，更令人瞩目的是，这个诞生不到两年的品牌累计销量已突破30万辆，成为较快达成这一里程碑的央企新能源品牌之一。

长安汽车执行副总裁叶沛介绍，在长安启源产品序列中，今年4月上市的启源Q07表现尤为亮眼。这款中型SUV以累计销量突破4万辆的战绩持续领跑新能源市场。如今，随着新央企中国长安汽车的成立，它的背书将为长安启源注入强大的公信力，让消费者在选择时多了一份信任感和安全感。

长安汽车执行副总裁叶沛表示，依托中国长安汽车集团的全新赋能，长安启源正加速完善产品谱系。2025年下半年，品牌将推出3款重磅新品，形成更完整的产品矩阵。

事实上，近期长安启源市场成功的背后，是其对主流家庭用户需求的精准把握。定位“智能移动生活家”的长安启源，坚持以“越级价值、降维供给”为产品哲学，让普通家庭用户以实在价格享受更高的产品力。

以启源Q07为例，它正是上述理念的精准诠释——售价12.98万元起的中型SUV，拥有2905毫米的长轴距，前排、后排和后备厢空间纵深均超1米，得房率高达86%。一位身高180厘米的体验者坐进后排，膝盖离前座还有两拳半的距离。

续航表现上，启源Q07提供纯电最高215公里（CLTC）、综合最高1400公里（CLTC）的双重保障。城区通勤一周只需充一次电，长途旅行免除里程焦虑。其NEDC最低亏电油耗低至百公里3.9升，按当前油价计算每公里仅需花费0.28元。

“Q07的成功，是长安启源以中国长安汽车为基石，坚持深挖技术‘护城河’的体现和缩影。”正如叶沛所言，在核心技术领域，长安启源依托新央企资源整合优势，构建了强大的技术矩阵。

基于SDA天枢架构，启源Q07搭载智慧新蓝鲸动力系统，“发动机+电动机”组合输出“224Ps+98Ps”，零百加速仅需7.36秒。电池安全是用户关注焦点，长安启源的“金钟罩电池”在研发阶段历经水泡、针刺、挤压、高空跌落等严苛测试，具备IP68防水等级和350kN抗挤压能力，同时兼容3C快充技术，0.25小时即可完成快充。

在首场媒体沟通会上，中国长安汽车党委书记、董事长朱华荣宣布，未来10年将投入超2000亿元发展“新汽车”领域，新增超1万人规模的科技创新团队。

而在集团战略蓝图中，“新央企、新启源”被定位为未来发展的核心支柱品牌，将聚焦天枢智能驾驶辅助、天枢座舱、天枢底盘、智慧新蓝鲸动力、金钟罩电池等核心技术。

中国长安汽车同时加速推进三大战略计划：“香格里拉”专注新能源平台建设，“北斗天枢”深耕智能化技术，“海纳百川”拓展全球市场。这些战略资源将全面赋能长安启源品牌的技术迭代和市场拓展。

叶沛向记者透露，依托集团的全新赋能，长安启源正加速完善产品谱系。2025年下半年，品牌将推出3款重磅新品，形成更完整的产品矩阵。其中，9月上市的启源Q07激光版将在智能驾驶领域实现突破，为家庭用户提供更安全的出行保障。今年四季度推出的启源A06定位“大美舒享新家轿”，有望在轿车市场复制启源Q07的成功。

同时，长安启源一款代号B216的全新小型纯电SUV也将于四季度面世，进一步降低品牌入门门槛。按照规划，到2027年，长安启源将形成覆盖小型车到中大型车的完整产品链。

在汽车行业分析师刘志超看来，清晰的品牌定位与精准的产品规划，使长安启源在长安系新能源阵营中占据独特位置，与定位“科技运动潮牌”的深蓝汽车（15万-30万元区间）和豪华路线的阿维塔（25万-70万元）形成差异化布局。

随着产品矩阵完善和产能提升，长安启源已将目光投向全球市场，计划加速新车出口，朝着“2027年全球销量破百万辆、2030年180万辆”的目标持续迈进。

刘志超认为，长安启源的这一规划与中国长安汽车的全球化战略高度契合——集团“海纳百川”计划提出构建“152”全球化布局，推动海外发展模式由贸易型向本地化运营转型。到2030年，集团海外销量占比目标超过30%。

服务体系方面，长安启源正着力构建涵盖“购车—用车—服务”的全生命周期体验，持续升级OTA和智能生态；与此同时，长安启源还明确表态，拒绝行业无序内卷，积极推动新能源汽车行业健康可持续发展。

在方程式赛车中，排位赛单圈最快的选手可获得排在全部赛车最前面的位置，也就是夺下“杆位”。作为新央企的销量支柱，长安启源要想做大市场蛋糕，就必须拿下“国民新能源车”的杆位。

随着Q07激光版、A06家轿及全新小型纯电SUV在下半年相继上市，长安启源产品矩阵将覆盖主流家庭多元需求。在新央企赋能下，这个年轻的品牌正朝着月销5万辆、冲击新能源“TOP 5”的杆位稳步前进。