

2025上半年中国车市激战录

行业竞争正从价格战转向价值战

2025年上半年,中国汽车市场在政策驱动与消费升级的双重作用下,呈现出稳健增长的态势。随着各大车企陆续公布2025“中考”销量数据,市场格局清晰浮现:传统车企中比亚迪与上汽形成“双雄争霸”,新势力阵营则经历剧烈洗牌,行业正从价格战转向价值竞争,新能源与全球化成为核心发展方向。

■新快报记者 陈璇



■廖木兴/制图

1 传统车企“双雄争霸”
多强争相追赶

传统车企阵营呈现“双雄引领、多强追赶”的格局,新能源与海外市场成为增长核心动力。

比亚迪持续巩固全球新能源汽车领导者地位,上半年销量达214.6万辆,同比增长33%。其中海外市场表现亮眼,销量47.2万辆,同比增长132%,已超2024年全年;巴西工厂从破土动工到首车下线仅用15个月,全球化布局提速。

上汽集团以205.3万辆紧随其后,若按零售口径(220.7万辆)则小幅反超比亚迪。值得一提的是,今年上半年,上汽集团自主品牌销量为130.4万辆,同比增长21.1%,占上汽集团总销量的比例为64%,较去年同期提升4.6个百分点;与此同时,上汽集团的新能源汽车业务也实现了快速增长,上半年累计销售64.6万辆,同比增长40.2%,占上汽集团总销量的比例为31%;以上数据预示上汽集团正在摆脱过去对合资车企的过度依赖,自主品牌逐渐成为“主力”。此外,海外市场表现稳扎稳打,上半年销量达49.4万辆,其中MG品牌在欧洲交付超15万辆,应对欧盟反补贴税的策略成效显著。

在追赶者阵营中,吉利汽车上半年累计销量达140.9万辆,同比增长47%,新能源车(涵盖吉利、领克、极氪品牌)成为增长核心引擎,上半年销量高达72.52万辆,同比暴涨126%,电动化转型成果显著。基于上半年的强劲销售表现,吉利方面宣布,将原定全年销售目标从271万辆上调约11%,增至300万辆。

再看长安汽车,其以135.5万辆创近8年销量新高,实现同比增长6.8%;新能源汽车和海外市场成为长安汽车增长的主要动力,上半年其新能源销量达45万辆,同比增长48.8%;上半年海外销量突破30万辆,同比增长49%。

此外,奇瑞集团在126万辆销量中,出口占比44%(55.03万辆,同比增长3.3%),蝉联出口冠军;同时上半年新能源汽车销量达35.94万辆,同比增长98.6%,成为上半年销量增长的主要动力;相比之下,长城汽车略显滞后,56.98万辆销量同比微增1.81%,新能源车16.04万辆表现平淡。

2 新势力持续上演排位赛
零跑汽车成最大“黑马”

与传统车企的稳健不同,新势力车企之间的竞争日益激烈,截至2025年上半年,造车新势力“头把交椅”易主。

据统计,2025年上半年销量前三新势力分别为零跑汽车、鸿蒙智行、理想汽车,交付量分别为22.17万辆、20.47万辆、20.39万辆,均实现同比增长,如果按照单一品牌计算的话,前三新势力则为零跑汽车、理想汽车、小鹏汽车,其中小鹏汽车为19.72万辆。

其中,零跑汽车堪称最大“黑马”,销量从去年同期8.67万辆飙升至22.17万辆,增幅达156%。其爆款策略成效显著,6月零跑B10交付1.43万辆,2026款C10大定突破1.5万辆,这个7月还即将发布新款C11,全年目标已上调至50万-60万辆。

作为2024年的销冠,理想汽车以20.39万辆的成绩位列前三,同时成交均价超30万元巩固高端市场地位,但6月交付3.63万辆环比下滑11.2%,折射出增程转纯电的过渡期压力。不过其下半年产品矩阵将扩容,i8、i6两款纯电SUV陆续上市,有望拉动销量回升。

据数据统计,上半年鸿蒙智行累计交付约20.5万辆,比理想汽车多了1000辆出头。目前,鸿蒙智行旗下涵盖问界、智界、享界、尊界四大品牌,其中问界是鸿蒙智行的销量主力品牌,上半年交付约15.4万辆,问界M9和问界M8是问界品牌的销量支撑。按照规划,鸿蒙智行在2025年计划交付100万辆,而上半年仅完成20.5%。

再看小鹏汽车,2025年上半年累计交付新车19.72万辆,已超过2024年全年交付量;以38万辆年度目标销量来看,小鹏已完成约52%的进度,不仅是新势力品牌当中达成度最高的车企,也是目前唯一完成度过半的车企。何小鹏曾表示,今年有信心实现“交付量同比翻一番”;除了旗下P7+、MONA M03等车型持续畅销,7月3日,小鹏G7正式上市,售价为19.58万元,定位纯电动中型SUV,CLTC工况续航里程为602公里、702公里,竞争对手为特斯拉Model Y。下半年,小鹏汽车还将推出换代小鹏P7。

值得注意的是,新势力阵营呈现“扩容”与“分化”特征:2025年上半年销量破10万辆的企业增至七八家,除了以上4家,还有小米汽车(15.74万辆)、深蓝汽车(14.32万辆)、蔚来(11.42万辆)等均在列,相比起2024年上半年销量突破10万辆的新势力品牌仅有理想和赛力斯两家,反映了市场竞争的残酷性。

3 政策持续精准发力
下半年车市前景可期

2025年上半年,中国汽车市场在“反内卷”政策引导下,价格竞争相对温和,即便是车企冲销量的6月也并没有价格战肆虐的情况出现。

7月7日,乘联分会秘书长崔东树发文称,2025年1-6月,总体乘用车市场新车降价车型的降价力度算术平均达到2.1万元,降价力度达到11.4%;崔东树认为,随着国家报废更新的促销补贴的力度强化,市场回暖,对车市的拉动效果很明显,因此1-6月的价格战的压力相对减缓。

事实上,在价格战趋于温和、销量保持稳定增长的背后,离不开政策的精准发力。商务部数据显示,截至5月底,全国汽车以旧换新补贴申请量达412万份,其中新能源汽车占比超53%;同时,行业资源循环利用水平不断提高,今年1-4月,报废汽车回收量276.7万辆,同比增长65%。

得益于“国补”下半年继续延续的利好政策推动,业界普遍认为,今年下半年汽车市场前景可期。乘联分会表示,考虑到2025年国家政策促消费的良好政策取向和未来环境变化趋势,上调了2025年的行业年度预测——2025年乘用车零售2405万辆,同比增长5%,预测总量较5月的预测值增加28万辆。

与此同时,技术竞赛将进入新阶段。记者了解到,比亚迪计划三季度发布CTB 3.0电池技术,华为ADS 3.5或实现“无人监管”自动驾驶,吉利“天穹”智能座舱算力将达1000TOPS。全球化方面,欧盟临时关税政策带来挑战,比亚迪、上汽等已启动欧洲本地化生产计划。

同样值得一提的是,特斯拉、比亚迪、理想等品牌近期上调部分车型售价(5000-8000元),反映车企对盈利能力的重视,但可能抑制部分消费需求。业内人士认为,下半年竞争将更全面,涵盖产品、技术、成本控制、供应链韧性、全球化布局,兼顾短期市场占有率与长期技术储备的车企将赢得最终胜利。

更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道