



2025 车市有喜有忧

文/图 羊城晚报记者 潘亮

2025 年车市收官，新势力车企与部分传统车企新品纷纷交出年度销量答卷。过去一年，行业格局剧烈震荡：零跑以黑马之姿断层领跑，鸿蒙智行五品牌协同爆发，理想、小米等头部玩家在跌宕中调整航向，吉利银河、深蓝等传统车企新品牌则以规模化优势强势崛起。销量数字背后，不仅是企业战略的成败验证，更折射出中国新能源市场从快速增长向高质量竞争的关键转折。

新势力梯队分化加剧

2025 年，零跑汽车以全年 596555 辆的交付量登顶新势力榜首，同比增长 103%，超额完成 50 万辆目标。其成功密码在于“全价格带覆盖+技术出海”的双轮驱动：推出 B10、B01 等新车型，形成 7 万-20 万元级市场的“产品矩阵核爆”，同时借助 Stellantis 集团渠道加速海外扩张，12 月海外销量

占比突破 15%。更值得关注的是，零跑宣布一汽入股，成为继 Stellantis 后第二家汽车行业战略投资者，为其 2026 年冲击百万辆目标注入新动能。

鸿蒙智行以 589107 辆紧随其后，同比增长 32%，12 月交付量达 89611 辆，连续三个月刷新纪录。相较于 2024 年依赖问界单品牌的局面，2025 年智界、享界、尊界、尚界全面开花，问界月销超 5.7 万辆撑局，智界、享界双双破万，尊界站稳超豪华市场，五品牌

协同效应彻底爆发。不过，其 100 万辆年度目标完成率不足 65%，内部资源协同与产品定位仍需磨合。

小鹏以 429445 辆同比增长 126%，超额完成 38 万辆目标，海外交付 45008 辆，同比增 96%，成为海外拓展先锋。但年末两个月销量较 9-10 月的 4 万辆级有所下滑，主力车型增长乏力，新品 P7+ 增程、G7 增程将成为 2026 年攻坚关键。

小米则凭借 SU7 和 YU7 两款车型，以逾 41 万辆超额完成 35 万辆目标，12 月交付破 5 万辆，在负面舆论中实现逆势增长，“双车爆款”策略成效显著。

理想与蔚来面临目标承压的困境。理想全年交付 405943 辆，仅完成下调后 65 万辆目标的 64%，年初 i8 失利导致销量失速，好在 i6 及时接棒带动年末销量环比增长 33.35%，但 2026 年能否延续回升态势仍存疑。蔚来以 326028 辆位列第六，完成率 74%，但年末涨势强劲，12 月交付 48135 辆，同比增 54.6%，全新 ES8 单月交付 22256 辆刷新 40 万元以上车型纪录，三大品牌协同效应初显。

此外，极石虽声量不大，但全年销量 15318 辆同比增近 3 倍，海外市场与户外定位形成差异化优势。

传统新品牌全面崛起

传统车企孵化的新品牌在 2025 年全面崛起，吉利银河以 1235807 辆的成绩稳坐头把交椅，超额完成百万辆目标，成为最大赢家。星舰 7EM-i、熊猫等多款车型月销过万，星愿连续 7 个月破 4 万辆稳居全品类冠军，在 25 万元以下市场构建起对抗比亚迪的核心竞争力。

方程豹上演“逆袭神话”，全年销量 234637 辆同比激增 316.1%，12 月交付 50868 辆，钛 3、钛 7 等亲民定价车型成为销量爆发的核心驱动力。

深蓝汽车以 333117 辆同比增长 36.6%，但仍面临亏损困境。61 亿元 C 轮融资将助力其加大智能电动化技术投入。

奕派科技以 275752 辆同比增长 28.3%，虽包含 10% 油车销量，但仍是东风新能源破百万辆的关键，2026 年计划推出 6 款新车冲刺更高销量。

极氪全年销量 224133 辆同比微增，

仅完成 32 万辆目标的 70%，前三季度表现平淡，直至 9 月后极氪 9X、焕新 001 推出才扭转态势，12 月销量首破 3 万辆。

二线阵营中，极狐放弃高端定位切入 10 万级市场后，全年销量破 16 万辆同比增 99%；岚图以 150169 辆同比增 87% 完成目标；阿维塔销量超 12 万辆同比增 60% 以上，连续 10 个月破万并推进港交所上市；智己全年销量 81017 辆，12 月首次实现全成本口径盈利，新一代 LS6、LS9 成为增长引擎。昊铂埃安 BU 12 月销量 40066 辆，新车 i60 首月破万，2026 年需靠新品突破瓶颈。

2026 赛道再升级

2025 年销量榜单背后，是目标完成率的显著分化与行业发展逻辑的深层转变。零跑、小鹏、小米等品牌超额完成目标，零跑完成率超 119%，小鹏超 113%；而理想、鸿蒙智行完成率不足 65%，极氪、蔚来也未达预期，反映出市场竞争已从“抢燃油车蛋糕”转向“抢对手蛋糕”的白热化阶段。

业内相关人士表示，盈利能力成为

衡量品牌韧性的核心指标。零跑实现盈利、智己达成全成本口径盈利，印证了规模效应与成本控制的重要性；而深蓝虽月销稳定在 3 万辆以上，仍未摆脱亏损，凸显“规模≠盈利”的行业现实。这一转变离不开“反内卷”政策的推动，国家通过“60 天账期”规范现金流、修订价格法禁止亏本卖车，倒逼行业从“拼低价”转向“拼价值”，多晶硅等产业链环节价格已实现理性回归。

“展望 2026 年，赛道竞争将聚焦三大方向。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为，一是新品密集投放，零跑、鸿蒙智行均剑指百万辆目标（鸿蒙智行目标 100 万-130 万辆），奕派科技计划推出 6 款新车；二是技术与生态角逐，800V 快充、华为智驾、AI 技术融合成为核心竞争力；三是海外市场突围与盈利攻坚，零跑、小鹏等将持续发力海外，而亏损品牌需通过技术降本、规模提升实现盈利闭环。政策层面，新能源汽车购置税减半，以旧换新补贴等政策将继续护航，行业渗透率有望突破 60%，但竞争本质已从“卖多少”转向“如何盈利地卖、持续地卖”。



希望 (下) 插图/采采

叔叔说：“别嫌叔叔话多，城里媳妇是不是瞧不上咱们农村，不愿意回来啊？你妈可没少念叨，怕你和媳妇闹别扭，又不好意思问呢！”

叔叔的话，说得大牛面红耳赤。最初，大牛每次回来，媳妇都说跟着回来。可是，他怕她受不了，就让媳妇在家好好休息。后来，他再回来，媳妇也就不跟着回来了，成了习惯。

第二天，大牛要带着儿子回城了。儿子还在惦记自己那张彩票。大牛觉得中奖那是一点希望也没有，拉着儿子就要走。老妈追出来说：“我问彩票站的老板了，他说，我孙子那张彩票中了五块钱。”

儿子听了，高兴得蹦起来说：“太好

了，我的彩票中奖了！”可没一会儿，他又不高兴了，说：“奶奶，可是只有五块钱，是不是也不能给你买螃蟹啊？”大牛看着老妈和儿子高兴的样子，说：“能买，等过一阵，咱们带着你妈一起买了螃蟹，回来再看奶奶。”

听了大牛的话，儿子又蹦了起来。临走，孙子凑到奶奶跟前说了一句悄悄话。半路上，大牛很好奇地问儿子：“臭小子，你和奶奶说了什么悄悄话呢？”儿子不说话。大牛就哀求似的，说：“好儿子，你要说是说出来，螃蟹任选。”儿子思考了一会儿，说：“我和奶奶说，我爸爸也是一个孝顺儿子呢！”

大牛听了儿子的话，沉默了很久…… (蓝雪冰儿)



笃定责任之路 书写“圳”彩华章

深圳体彩 2024 社会责任报告发布

文/羊城晚报记者 胡彦 通讯员 粤体彩 插图/采采

2025 年 12 月 25 日，深圳市体育彩票 2024 年度社会责任报告发布会举行。这是广东深圳体彩发布的第四份年度社会责任报告，它既是对过往责任践行成果的系统梳理与全面复盘，更是向社会各界传递公益初心、彰显体彩担当的重要载体。

2024 年，是中华人民共和国成立 75 周年，也是我国纵深“十四五”规划、加快推进体育强国建设、全力推动体育事业高质量发展的关键之年，更是中国体育彩票统一发行 30 周年的里程碑之年。三十载初心如磐，三十载笃行不息。深圳体彩始终秉持初心使命，坚持“来之于民、用之于民”的发行宗旨，锚定“建设负责任、可信赖、高质量发展的国家公益彩票”总体目标，立足深圳中国特色社会主义先行示范区的战略定位，以此次发布会为重要展示窗口，全面复盘年度社会责任践行成效，主动回应社会各界关切、广泛凝聚行业发展共识，推动体育彩票事业与城市发展同频共振，为体育事业高质量发展注入强劲体彩动能。

发布会现场，参会人员围绕《报告》核心内容展开深入探讨，大家畅所欲言，氛围热烈融洽。《报告》共分 14 章，系统梳理了深圳体彩在党建引领、责任建设、业务推进、市场拓展、宣传赋能等领域的实践成效，直观呈现深圳体彩的社会责任践行与担当。

发布会现场，参会人员围绕《报告》核心内容展开深入探讨，大家畅所欲言，氛围热烈融洽。《报告》共分 14 章，系统梳理了深圳体彩在党建引领、责任建设、业务推进、市场拓展、宣传赋能等领域的实践成效，直观呈现深圳体彩的社会责任践行与担当。

党建引领强根基 业绩提质拓市场

站在时代潮头，深圳体彩坚持全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，以“创建品牌党支部”为抓手强化党建引领，通过深化理论学习、提高思想认识、强化作风建设等系列举措，将党建工作与业务推进、市场拓展、宣传赋能深度融合，以实干践行初心使命，以实绩彰显公益担当。

2024 年，深圳体彩党支部召开党员大会 5 次、支委会 12 次、“主题党日”12 次、书记讲党课 1 次、党员讲党课 12 次、党员志愿服务活动 7 次、谈心谈话 4 次，慰问 31 家困难实体店，每周开展党支部学习日，不断提高党员干部的政治定力、纪律定力、道德定力和防腐定力。全年实现销售总量 90.78 亿元，筹集体彩公益金 21.28 亿元，为国家及地方公益事业、体育事业注入体彩力量。截至 2024 年底，深圳市累计销售体育彩票

742.28 亿元，连续 8 年保持全省体彩领跑态势；累计筹集公益金 193.82 亿元，彩票市场份额占比达 64.94%。

织密责任防护网 筑牢合规生命线

2024 年，深圳体彩持续将责任彩票理念深度融入各项工作，构建“理论研究+制度保障+宣贯落地”的全方位责任彩票体系，完成两项重点课题研究，开发 3 门专项培训课程，通过理论创新与制度完善夯实责任根基；开展 7435 场“一对一”培训和 2356 场小规模集中培训，覆盖 14762 人次，实现责任教育全覆盖；组织 2 场责任彩票宣传文化沙龙及 1 次责任彩票游学会，以互动交流深化责任彩票理念。

深圳体彩以“数”赋能破解监管难题，依托“智领未来——综合管理数字化转型”项目整合 13 大功能模块，实现业务全流程实时监控与智能分析，为科学决策与精准监管提供坚实支撑。截至 2024 年，已为 2409 家实体店安装视频监控设备，全年完成 2500 余次巡检，同步依托神秘顾客团队完成 28307 次实体店调查，实现线下渠道可视化、常态化监管；聚焦未成年人保护，清退校园周边 50 米内不合规实体店，为部分门店配备未成年人识别劝阻设备，全年未发生重大违规售彩案件；开展实体店安全隐患排查超 5000 次，整改隐患 873 项，切实筑牢安全生产与合规经营双重底线。

厚植业务铸品质 服务焕新显担当

2024 年，深圳体彩坚守公益初心，以满足公众多元需求为出发点，在保障实体店规范运营、安全合规的前提下，聚焦服务提质增效精准发力，通过扎实投入全面提升实体店服务质量，全方位优化整体业务水准。

面对市场发展趋势与公众多元需求，深圳体彩紧扣实体渠道根基建设，持续优化渠道布局，2024 年，全市正常营业实体店 2619 家，其中传统实体店 1982 家、展示体验中心 120 家、连锁便利店 135 家、小微零售店 265 家、纯即开店 117 家。多措并举，优化服务品质。为 906 家体彩专营店免费安装体育赛事直播平台，提升购彩体验感

公益步履印初心 九载微光汇星河



与满意度；为 1113 家星级实体店设计针对性赠票方案，助力门店服务与运营双跃升；深耕一线从业者人文关怀，为 1966 家实体店配备健康运动包，为 300 家星级店规划专属运动专区，配套开展 600 节运动指导课程，将行业温暖精准送达基层；围绕不同类型销售场景的实际需求，推出三大补贴举措，切实稳定核心销售渠道，凝聚行业高质量发展强大合力。

公益步履印初心 九载微光汇星河

深圳体彩贯彻“三全”理念，以品牌为引领，推进产品、渠道、运营、责任等工作的统筹协同，着力打造多元宣传矩阵，构建报纸有文、广播有声、户外有画、媒体有传播和活动有创新的“五位一体”宣传阵地，广泛传播公益公信力量。创新探索“宣传体彩+”模式，实现户外跨界精准渗透。与文旅产业联动，在欢乐谷、世界之窗、欢乐海岸等 5A 级景区开展公益宣传，探索“体彩+文旅”的传播新途径；在体育场馆分批次发布公益宣传，精准触达体育爱好者群体；在深圳各行政区域的主要核心商圈、人流密集区的影院投放银幕映前宣传和灯箱海报，借助电影观众的高关注度提升宣传实效；在写字楼、核心商圈主干道交汇处、跨境口岸等地点投放公益广告，实现不同场景下的受众触达；在双层公交车身、地铁站台持续开展责任彩票宣传，实现公共交通领域的全方位覆盖。

深圳体彩连续九年深耕“微光行动”，在梅州 10 所乡村学校共开展 3 场资助活动，捐赠体育器材 4559 件，建成 2 个微型足球场；截至 2024 年，已累计帮扶 26 所乡村学校，惠及 25512 名学子，用实际行动履行公益职责，践行社会责任，持续深化公益公信的品牌形象。

彩票开奖公告栏

开奖时间：2026 年 1 月 4 日

广东省体育彩票中心 广东省福利彩票发行中心 授权发布

快乐 8 第 2026004 期

本期全国投注总额：111574816 元
广东省投注额：10794688 元(未计深圳市)

中奖号码											
62	23	54	55	45	38	35	37	64	21		
09	24	13	05	52	63	04	32	50	16		

奖等	每注金额(元)	奖等	每注金额(元)
选十中十	0	选七中七	8500
选十中九	8000	选七中六	300
选十中八	720	选七中五	30
选十中七	80	选七中四	4
选十中六	5	选七中三	2
选十中五	3	选六中六	2880
选十中四	2	选六中五	30
选十中三	250000	选六中四	10
选十中二	2000	选六中三	3
选九中七	225	选五中五	1000
选九中六	22	选五中四	20
选九中五	5	选五中三	3
选九中四	3	选四中四	93
选九中三	2	选四中三	5
选八中八	50000	选四中二	3
选八中七	800	选三中三	52
选八中六	80	选三二中	3
选八中五	10	选三中一	19
选八中四	3	选一中一	4.5
选八中三	2		

浮动奖奖金池累计金额：121178356.31 元。
固定奖奖金池累计金额：31446331.50 元。
本期兑奖截止日为 2026 年 3 月 6 日，逾期未兑奖视为弃奖。

双色球 第 2026002 期

红球区						蓝球区
05	18	07	30	01	32	02
奖级	全国中奖注数	每注奖金(元)	本省中奖注数(未计深圳市)			
一等奖	12	6797096	2			
二等奖	119	226524	6			
三等奖	1392	3000	137			
四等奖	76551	200	7855			
五等奖	1548629	10	148834			
六等奖	8418758	5	836055			

本期投注总额：377330734 元；广东省投注额：36513376 元(未计深圳市)；奖池资金累计金额 2717326577 元滚入下期一等奖；兑奖期限：自开奖之日起 60 个自然日内，逾期未兑奖视为弃奖，弃奖奖金纳入彩票公益金。

3D 第 2026004 期

中奖号码	百位	十位	个位
	0	1	9
奖等	中奖注数	单注奖金(元)	
单选	1738	1040	
组选 3	0	346	
组选 6	1760	173	
1D	596	10	
2D	49	104	
通选 1	0	470	
通选 2	8	21	
包选 3 全中	0	693	
包选 3 组中	0	173	
包选 6 全中	0	606	
包选 6 组中	2	86	
和数 10	122	16	

本期销售额：3765552 元；本期中奖总金额：2125348 元；奖池金额：24121711 元。兑奖期限：自开奖之日起 60 个自然日内，逾期未兑奖视为弃奖，弃奖奖金纳入彩票公益金。

七星彩 第 26002 期

本期开奖号码：				3	4	5	5	9	8	+	9
奖级	中奖注数	单注奖金(元)		应派奖金合计(元)							
一等奖	1	5000000		5000000							
二等奖	4	78075		312300							
三等奖	38	3000		114000							
四等奖	1441	500		720500							
五等奖	18974	30		569220							
六等奖	744280	5		3721400							
合计	764738			10437420							

全国销售金额：16832930 元；
295392103.95 元奖金滚入下期奖池。
本期兑奖截止日为 2026 年 3 月 5 日，逾期作弃奖处理。

排列 3 排列 5 第 26004 期

排列3		8		7		8					
排列5		8		7		8		8		2	
		全国销量 (元)		本省销量 (元)		全国中 奖注数		本省中 奖注数		单注 奖金 (元)	
排 列 3	直选			2280650		11907		536		1040	
	组选3	44922926				14652		774		346	
	组选6					0		0		173	
排列5		23067856				33				100000	

本期销售额：3765552 元；本期中奖总金额：2125348 元；奖池金额：24121711 元。兑奖期限：自开奖之日起 60 个自然日内，逾期未兑奖视为弃奖，弃奖奖金纳入彩票公益金。