

# 央企稳盘、新势力分化、外资突围

## 2026中国车市格局将如何重塑?

2025年初,中汽协以3290万辆全年汽车销量、1600万辆新能源汽车销量、620万辆出口量的三大预测,为行业发展锚定航向。2026年元旦假期刚过,比亚迪、上汽、东风、大众、长城、吉利、零跑、理想、小米等车企便纷纷晒出2025年全年成绩单,有的超额完成目标领跑市场,有的在转型中承压调整。

但从这些答卷中可以看出,2025年中国车市已告别价格混战,迈入价值竞争新阶段。相关数据显示,2025年中国狭义乘用车市场新能源零售渗透率预计超54.0%,新能源汽车正式成为市场主导;与此同时,中国汽车出口持续领跑全球,自主品牌、央企、新势力与跨国巨头的多维博弈,正推动产业从“规模领先”向“全球引领”跨越,全球汽车竞争格局迎来深刻重构。

■新快报记者 刘佳淇



■制图:廖木兴

高质量发展

最大汽车出口国

### “龙头领跑、梯队跟进” 比亚迪问鼎全球纯电销冠

2025年全球车市最引人注目的,是中国自主品牌在高端化与全球化赛道的全面突围。比亚迪超越特斯拉登顶全球纯电销冠,标志着中国汽车产业迈入“全球引领”时代,央企则通过资源整合成为产业稳定增长的压舱石,市场呈现“龙头领跑、梯队跟进”格局。

数据显示,比亚迪2025年全年新能源汽车总销量达到460.2万辆,继续巩固其全球最大新能源汽车车企的地位。其中,纯电动车型销量约为225.7万辆,同比增长27.86%。相比之下,特斯拉2025年全球交付量为163.6万辆,同比出现8.6%的下滑。这一数据变化意味着,比亚迪仅在纯电动汽车这一领域,全球电车新王加冕,也实现了对特斯拉的超越。

有分析认为,比亚迪的胜出不仅得益于产品矩阵的全面覆盖,更依靠刀片电池、DM-i混动等核心技术的持续迭代,构筑了难以复制的竞争护城河。

同样位居自主第一梯队的吉利、长安、奇瑞、长城等车企也表现稳健且亮点纷呈。

吉利汽车通过极氪与领克合并重组等举措实现高效协同,2025年集团销量302.46万辆,新能源占比达55.8%,纯电车型同比增长超八成。

长安汽车借新央企重组东风,全年销量291.3万辆,新能源销量110.9万辆,同比增长超50%。长安汽车党委书记、董事长朱华荣此前公布,新央企整车产销规模目标是,到2030年达到500万辆,其中新能源汽车销量占比超60%,海外销量占比超30%,努力成为全球汽车品牌TOP10。

再看奇瑞与长城,则各自凭借差异化布局实现弯道超车。奇瑞2025年销量263.14万辆,智界品牌同比增长56%,iCAR品牌增速47%,在智能电动赛道形成独特优势;长城汽车销量132.37万辆,WEY牌同比增幅86.29%,全新高山、蓝山车型凭借精准市场定位收获良好反馈,持续巩固高端化成果。

作为中国汽车产业的压舱石,上汽、一汽等央企阵营则以“稳增长、促转型”筑牢基本盘。数据显示,上汽集团以450.75万辆年销量稳居行业龙头,新能源与海外市场同步发力;一汽集团全年销量330.2万辆,自主新能源销量同比增长71.4%,通过技术引进与自主研发双轮驱动完善产品矩阵。

值得一提的是,依托深厚的资源整

合能力、完善的产业链布局,央企在核心零部件、智能网联等关键领域加大研发投入,与自主品牌形成优势互补,共同推动中国汽车产业从“规模领先”向“技术引领”跨越。

### 新势力迎来新格局 仅3家完成年销目标

自2014年造车新势力破土萌芽、2020年后迎来爆发式增长以来,中国新能源汽车产业已走过波澜壮阔的第一个十年。2025年,随着电动化红利逐步见顶、智能化竞争进入深水区,造车新势力与跨界玩家的博弈全面升级,新能源市场迎来残酷的“生死淘汰赛”。

在高度内卷的市场环境下,造车新势力加速分化:头部企业聚焦盈利与体系能力建设,尾部阵营则普遍陷入交付乏力、融资困难的双重困境。与此同时,华为、小米等科技巨头携全栈技术强势入局,传统车企孵化的高端新能源品牌也全面发力,行业“马太效应”空前凸显,市场集中度持续提升。

其中,零跑汽车成为2025年最大黑马,以59.66万辆交付量斩获新势力销冠并超额完成目标,创始人朱江明宣布2026年冲击百万辆规模;小鹏汽车以42.94万辆交付量领跑“蔚小理”,小鹏X9超级增程版凭借智能驾驶优势成为爆款;理想汽车交付40.63万辆,因受纯电车型表现不及预期进入调整期,2026年将回归精简SKU模式;蔚来(含多品牌)交付32.6万辆,四季度同比增长71.7%,2026年将密集发布3款新车冲击月销5万辆目标。

跨界玩家中,华为鸿蒙智行与小米汽车表现抢眼。鸿蒙智行“五界”累计交付58.91万辆,其中智界品牌交付9.05万辆,其余“四界”暂未公布具体销量;2025年9月下旬,华为与上汽集团合作推出的尚界品牌首款车型尚界H5正式上市,起售价15.98万元,成为鸿蒙智行旗下入门价格最低的车型。小米汽车尽管全年饱受质疑,但仍实现超41万辆的交付成绩,超额完成35万辆的年度目标,创始人雷军在新年直播时宣布,2026年将把更多精力投入汽车业务,挑战55万辆交付目标。

显然,从目前各家企业官方披露数据来看,2025年全年,在主流新势力阵营中,仅有零跑汽车、小鹏汽车和小米汽车三家顺利完成年度交付目标。尽管包括广汽埃安、长安深蓝等品牌亦有较为突出的市场表现,但均未完成年初定下的销售目标。

业内人士指出,2025年标志着新势力从“百花齐放”迈入“强者恒强”的新阶段。随着资本、技术、用户资源加速向头部集中,缺乏核心技术、产品力不足或商业模式不清晰的企业正被快速出清。未来,唯有具备全栈自研能力、高效制造体系和可持续生态协同的企业,方能在“精耕细作”的高质量发展赛道中赢得一席之地。

### 跨国巨头本土化深耕反攻 豪华与燃油市场坚守阵地

面对中国品牌的强势突围,2025年丰田、大众、奔驰、宝马、奥迪等跨国巨头聚焦“本土化适配+技术精准迭代”发起反攻,在燃油车基本盘与豪华细分市场坚守阵地,同时通过战略调整加速电动化转型,形成差异化竞争格局。

大众集团以“油电同进”稳住规模优势,上汽大众2025年终端销量达106万辆,12月单月销量9.6万辆,环比增长10.9%,途昂Pro、朗逸Pro等“Pro家族”,打破“油车不智能”的行业偏见,成为传统燃油车智能化的领跑者。上汽奥迪对外公布2025年全年零售业绩达47258辆,同比增长23%,实现连续三年稳健增长。据悉,2026年北京国际车展将全球首秀豪华纯电SUV奥迪E7X,进一步完善纯电产品布局。

同样地,丰田深化“现地研发”战略,两家合资公司(一汽丰田和广汽丰田)2025年累计销量达157.82万辆;以广汽丰田为例,2025年累计销量772668辆,其中,智能电混双擎车型销量390357辆,占比超过50.5%,成为核心增长引擎。本土化研发成果显著,铂智3X全年交付70008辆,斩获合资新能源销量冠军,标志着丰田中国研发决策权下放战略落地见效。

奔驰与宝马虽未披露全年数据,但从披露的部分数据来看,二者正面临转型压力。奔驰2025年上半年在华销量29.32万辆,同比下滑14%,为缓解库存压力对E级、C级、GLC等主力车型启动降价;宝马2025年前三季度在华累计销量46.5万辆,同比下降11.2%,成为其全球主要市场中唯一两位数下滑的区域,为此2026年1月1日起对31款主力车型调整建议零售价,24款车型降幅超10%、5款车型降幅超20%,部分车型最高直降超30万元。

整体来看,跨国巨头已从“全球产品中国卖”转向“中国需求定产品”,在燃油车智能化、豪华性能领域仍保优势,但电

动化转型节奏与本土化适配速度,成为其持续角逐中国市场的关键。

### 政策赋能提质 2026车市稳增可期

2026年开年,随着以旧换新补贴政策优化落地、技术迭代的加速突破,中国汽车市场将在政策红利持续释放与产业升级深度推进的双重驱动下,迈入稳健增长新赛道。

政策层面,2025年12月30日出台的《2026年汽车以旧换新补贴实施细则》成为核心利好支撑。与2025年政策相比,补贴额度保持稳定,创新采用“按新车价格比例补贴”机制,精准触达刚需消费群体:个人消费者报废旧车购新能源车可享车价12%补贴(最高2万元),购2.0L及以下燃油车补贴10%(最高1.5万元);置换旧车购新能源车补贴8%(最高1.5万元),购燃油车补贴6%(最高1.3万元),同时旧车支持范围进一步拓宽,覆盖更多存量车主群体。

中国汽车流通协会明确表示,2026年汽车以旧换新政策强化统筹协调,让有限财政资金惠及更广泛消费者,重点满足刚需群体购车需求。整体来看,该政策将持续激活消费潜力,为汽车产业转型升级与高质量发展注入强劲动力。

行业专家对2026年市场表现持乐观预判。乘联分会秘书长崔东树分析指出,政策启动早、落地实、覆盖广,且2026年春节较晚,春节前车市销售周期得以延长,将直接助推一季度销量开门红,其中新能源车有望实现5%的微增态势。崔东树强调:“虽然2025年末有车辆购置税免税政策退出等调整,但根据近期走势,我相信2026年1月的车市仍会实现开门红。”

技术层面,2026年将成为自动驾驶与补能技术的“量产落地攻坚年”。L3级自动驾驶车型在重庆、北京等城市的试点落地,将加速智能网联技术商业化应用进程,L2级辅助驾驶渗透率预计突破70%;补能领域,兆瓦级超充技术将进一步普及推广,有效缓解用户补能焦虑,为新能源汽车渗透率持续提升提供坚实支撑。



更多优质汽车资讯  
请关注新快报汽车视频号及新快报汽车频道