

2025 新能源汽车谁将胜出

鸿蒙智行、小米和蔚来目标销量均翻番

文/图 羊城晚报记者 潘亮 实习生 孔芷菱

随着国内新能源汽车市场竞争持续升温，各大新势力车企的销量目标规划正成为行业关注的焦点。近日，各家造车新势力陆续公布了2025年销量目标，普遍设定了两位数以上的目标增长率，部分企业更挑战销量翻倍增长。

在这一背景下，鸿蒙智行、小米、蔚来、小鹏、零跑、理想率先公布了2025年的销量目标，展现出各自的市场策略与发展信心。

三雄逐鹿2025年

具体来看，华为鸿蒙智行、小米汽车及蔚来汽车三家车企均制定了具有雄心的销量目标。2025年的目标增长率均在100%或以上。鸿蒙智行以125%的目标增长率领跑，将2025年销量目标定为100万辆；小米汽车则计划实现30万辆的销量，目标增长率为122%；蔚来汽车将目标设定为翻倍增长，计划销量44.4万辆，目标增长率为100%。

作为新势力车企中的“排头兵”，鸿蒙智行在2024年交付新车44.5万辆，位居行业销量第二，目标完成率达89%。尽管未能完成50万辆的既定目标，鸿蒙智行仍对2025年充满信心，提出100万辆的销量目标，同比增长高达125%。

鸿蒙智行的“野心”不仅来源于品牌的高速发展，还基于产品的精准定位。其“四界”系列覆盖22.98万至150万元的价格区间，其中高端车型问界M9销量表现尤为抢眼，均价超50万元。此外，享界S9更是连续5个月成为40万元以上纯电豪华轿车销冠。这一系列的市场表现为鸿蒙智行冲刺2025年销量目标提供了强力支撑。

理想汽车目标增长40%

与前三家目标增长率超100%的车企相比，理想汽车、零跑汽车和小鹏汽车显得更加“冷静”，但同样亮点十足。2024年，理想汽车全年销量达50万辆，成为新势力车企中的领头羊，目标完成率达104.4%。

然而，理想汽车在2025年选择了更为保守的增长策略，将目标销量定为70万辆，目标增长率仅为40%。这种“安全牌”策略也体现了理想汽车对市场变化的冷静判断。尽管增速放缓，理想汽车仍通过稳定的销量表现占据行业主导地位。

同样，2024年零跑汽车交付29.4万辆，以117.6%的目标完成率成为新势力车企中目标达成率



新能源汽车受到热烈追捧



消费者在选购

去年新能源汽车销量占比40.9%

全年产销稳中有进，汽车销量3143.6万辆

羊城晚报记者 戚耀琪

中汽协数据显示，2024年，汽车产销累计完成3128.2万辆和3143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%，全年产销稳中有进，产销继续保持在3000万辆以上规模。

2024年12月，汽车市场继续发力，以旧换新政策效果持续显现，加之企业年底冲刺，购车需求得到进一步释放。当月，汽车产销分别完成336.6万辆和348.9万辆，产量环比下降2%，销量环比增长5.2%，同比分别增长9.3%和10.5%。当月，新能源汽车产销分别完成153万辆和159.6万辆，产量环比下降2.3%，销量环比增长5.6%，同比分别增长30.5%和34%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的45.8%。

在新能源汽车主要品种中，2024年12月与2024年11月相比，燃料电池汽车产销呈两位数下降，其他两大类新能源汽车品种产量呈不同程度下降、销量呈不同程度增长；与上年同期相比，燃料电池汽车产销明显下降，其他两大类新能源汽车品种产销呈不同

程度增长。

2024年，新能源汽车产销累计完成1288.8万辆和1286.6万辆，同比分别增长34.4%和35.5%。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的40.9%。在新能源汽车主要品种中，与上年相比，燃料电池汽车产销呈两位数下降，其他两大类新能源汽车品种产销呈不同程度增长。

在乘用车方面，2024年全年国内乘用车产销分别完成2747.7万辆和2756.3万辆，同比分别增长5.2%和5.8%。在商用车市场的表现略显疲弱。2024年，由于投资减弱加之当前运价依然偏低，终端市场换车需求动力不足，商用车产销低迷，全年产销分别完成380.5万辆和387.3万辆，同比分别下降5.8%和3.9%。

实际上，在国内市场竞争日趋激烈的背景下，“走出去”已成为绝大多数车企的选择。2021年以来，中国车企海外开拓持续见效，出口数量快速提升，成为拉动中国汽车产销总量增长的重要力量。

广汽传祺迎来新年第一击

S7首先为广汽做大做强自主品牌护航

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

在2024年11月广州车展上，广汽集团发布三年“番禺行动”，宣布将密集推出22款全新车型，全面覆盖纯电、增程、插混等主流新能源动力，满足消费者多元需求。进入2025年之始，作为集团自主双子星之一的传祺，率先在SUV推出全新中大型的S7，并宣布要突破曾经的界限，打造“50万以内最好的SUV”。究竟有没有实现的机会和可能性？但是这种姿态已经不是产品营销层面的意义，而指向了广汽的自主品牌传祺如何在新一轮更加激烈的竞争中胜出，从而为广汽打赢“翻身仗”的重大命题。

挑战50万元内最强机会很大

当下的新能源汽车市场，已经出现明显的阶层分化。高端抢位、中低拼价、赢家通吃，是这个潮流的三大特征。以理想、问界为代表的后起之秀，催生了40万-50万元区间的国产高价位SUV市场，并且站稳了位置。50万元级别的市场也成了中国自主品牌向上突破的新战场。但是这个区间依然存在大量的空白，传统厂商更未站满。对于传统造车经验有需求的消费者也得不到满足。另一方面，传统豪华车企守住40万元以上市场，拥有广泛的豪车客户基础。这个群体在增购或者换购时，出于对豪华质感、情调、操控和底盘的偏爱，需要有传统的制造工艺和机械性能，还要有新能源的高度智能化，偏偏外企豪华车在后者难以满足。

乘联会数据显示，2024年1-11月的新能源SUV销量是460万辆，其中C级SUV也就是66万辆。相比于A级和B级市场来说比例不高。在50万元级别的市场，一方面是高端竞争相对稀薄带来的机会，另一方面，是消费者也不想轻易地就被理想和华为所困住。这恰恰是广汽传祺品牌深思熟虑之后的机会，当然也是在偏向虎山行。这

个别的销量比如同问界M9一个月卖16000辆，理想L9卖6000辆，已经排头部。那么传祺S7能够达到和M9/L9同等水平和档次，而价格更加吸引人，那就是有机会的。

配置升级面对家庭有胜算

作为广汽EV+新能源平台的首款量产车型，更是传祺2025年全新高阶智驾车系首款车型，除了市场竞争的博弈，产品本身的设计与体验感，也是尤为重要的。记者在近日有机会看到了传祺S7的内外真面目。从外来看，确实如官方描述的那种“高头大马”，应用广汽最新设计语言“藏锋于润”，开启了独立产品线。诸如同级最高车身、2.618米最长不间断天际线智能前灯带、最大智慧灯幕AI情绪大灯、天际线氛围灯。被网友评价“造型至少领先50万元”。长宽高不输传统豪车，车身高度、离地间隙优势明显。舒适性上，传祺S7对标理想，“冰箱、彩电、大沙发、座椅通风、加热、按摩”肯定是有，且质感也很好。

至于内在设计和配置，延续了广汽造车一向的厚道。同行同级的有，S7都有，高一级的有，S7也有。日照金山可升降音响，22个支持杜比全景声扬声器，驾驶员头枕扬声器，双层夹胶隔音玻

璃，以及多处隔音材料座舱环境，影音效果不遑多让。S7集阔绰空间与豪华内饰于一身，79.6%超高等房率及二排大空间，带来舒展自如的体验，全车标配34处储物空间，随身物品轻松收纳。传祺S7还配备17.3寸防蓝光二排顶屏，无论观影、游戏还是儿童教育都能满足，还能有效保护孩子视力。20L的大容量冰箱，制冷制热皆可，春节回家带冰鲜肉制品就显得非常实用。

因此，从产品的特质来看，S7的科技感设计感通感上或走在目前的潮流前端，而在实用性上又是深得广汽的务实传统，比如保留了一定的实体按键，它瞄准了实力顾家群体，为消费者带来能够和豪车比拼的设计和质感，能让家庭用户感到一种拥有不过时的感觉。

插混与智能水平成就EV+布局

2024年以来，传祺加速向新能源科技公司转型，推出EV+新能源时代用户全周期全景场景的无忧解决方案后，在2024广州车展上更进一步带来全新EV+新能源平台，传祺S7就是这个平台上的产物。比纯电更方便，比油车更经济，是传祺在技术上重点强化的两大优势。

为了全面刷新消费者对传祺的认知，广汽研发人员告诉记者，全面对标当前的领先者，并以更领先为出发点。比如豪华对标奔驰奥迪，舒适对标理想，智能对标问界，因为“与强者为伴，才能成为强者的一员”。除此以外，传祺S7的底盘调校延续了传祺一贯的可靠与稳健，被网友称为大师级的“高级名片”。至于搭载插电混动系统，是广汽的优良传统，也属于广汽自主研发的先进成果。具体而言，S7提供插混+增程双模式，随时可以切换。同时配备智能电四驱，显著提升车辆性能。加上有了L2++智能驾驶辅助，看得清，看得远，看得懂。这种高阶智驾能力，来源于搭载了车顶雷达、前侧后方等多个摄像头，匹配广汽自研的端到端无图智驾系统，无须高精地图也能实现智能驾驶，

高速零接管、城区放心用，实力足以比肩第一梯队。

至于车内体验，标配高通8295芯片、AI语音助手、端云一体大模型的AI智能座舱，能四音区听懂每个家人的需求，多语言、多形式快速响应，对于驾驶员的需求响应速度就能达到更高的水平。PAD化车机系统，直观易用，功能所见即所得。

总体而言，传祺S7的推出，不但是传祺为销量而战，也是为进阶而来，它试图打破人们对固化的成见，带给50万元级别一种新的高端购车选择。然而，这个道路也注定不会平坦的，竞争对手的持续迭代与经验丰富，这些都能带给传祺S7许多借鉴和超越的地方。值得庆幸的是，S7背靠的是广汽大厂品质，传祺的稳定性和保值率造就的口碑，带给人们购买新能源车的更多信心。关键是在S7推出之时，如果能够投入更精准的差异化政策与用户权益，可望撬动高端潜在消费者的加入，并迅速壮大S7的用户群体，这也是中国自主品牌向上的利好。

车型	传祺S7	问界M9	理想L9
SUV级别	中大型	大型	大型
官方指导价	网传50万	54.98万	43.98万
智驾级别	L2++端到端无图高阶智驾	ADS 3.0端到端类人智驾	端到端+VLM智能驾驶
车机芯片	高通骁龙8295	麒麟9610A	高通骁龙8295
激光雷达	√	√	√
前侧后方摄像头	√	√	√

同级新能源汽车参数竞争对比

为“春运”留影

——手机摄影征拍活动启动

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁 潘亮

春运的大幕即将盛大开启。在这熙熙攘攘的旅途中，人们带着对家乡的眷恋奔赴归程，家乡的山水、人情、风俗皆在心头萦绕，每一处风景、每一个故事，都散发着独特的魅力。每一个角落都可能蕴藏着触动心灵的温暖故事，等待着我们去发现、去定格。

羊城晚报社联合兴趣岛，共同发起“春运·我的家乡”和“春运·温暖一瞬间”双主题手机照片摄影征拍活动。

此刻，我们诚挚地向广大热爱摄影的朋友们发出邀约，期待您用手中的手机，捕捉那些最能诠释温暖回家路以及家乡之美的精彩画面。

我们将组织专业评审团队，对所有参赛作品进行严格筛选，脱颖而出的佳作将在羊城派进行全方位展示，让更多人能够领略

到春运旅途中的脉脉温情以及家乡的美好。

每一张照片，都是一段独特的故事；每一个瞬间，都承载着无尽的情感。在这个春运，让我们一起用手机镜头，编织出一幅充满爱与希望、饱含家乡情怀的温暖画卷。期待您的积极参与，踊跃投稿，让我们共同见证春运路上那些平凡而伟大的温暖瞬间，以及家乡那令人魂牵梦绕的美丽！

作品征集时间：1月14日至2月5日

作品评选时间：2月6日-2月12日

主题选择：“春运·我的家乡”和“春运·温暖一瞬间”可任选其一，亦可双选

投稿邮箱：请扫二维码提交作品

兴趣岛 × 羊城晚报

春运照片征集

分享我的春运故事

看见你眼中的春运

立即扫码 | 参加征稿活动

广铁集团多项服务升级 保障春运平稳有序安全

文/羊城晚报记者 严锦程 通讯员 蔡云 胡靖 图/广铁宣

2025年春运已于1月14日拉开序幕，为期40天。近日，记者从广铁集团获悉，鉴于今年春运期间学生流、务工流、探亲流和旅游流等多股客流将交织出行，广铁集团已提前进行周密规划和部署，确保运力供给充足、服务措施升级，并加强设备检修工作，全力以赴保障春运平稳有序安全。

广州南站精心规划旅客流线，缩短进站乘车时间。在东西区设置实名制验证通道72条，中部设有绿色通道，专为开车前15分钟的紧急情况和重点旅客提供优先进站服务。在客流高峰期，将最大限度地启用48条安检通道，采用复式布局并升级智能设备，有效提升识别能力和安检效率，每小时最多可处理2.4万名旅客的进站需求。

深圳北站为旅客在候车大厅配备了饮水机、免费热水和充电服务，引入了智慧安检仪、自助快速柜等现代化服务设施，并延长了出站通道，确保旅客安全、便捷地出行。此外，该站还开展了“轻松行”项目合作，在出站口设立了服务点，提供值机和行李托运服务。

广九客运段在复兴号列车上配备了饮水机、免费热水和充电服务，配备了白茶叶香薰，提供订餐送餐服务、开展联网补票、配备便民药箱等贴心服务，加强运行中卫生清扫及重点旅客服务工作，为旅客营造温馨舒适的乘车环境。

广州南高铁工务段在春运前灵活调整施工方案，集结精干力量对钢轨进行了集中更换，以确保保线路设备处于最佳状态迎接春运。同时，通过运用大型无人机巡检、远程监控系统以及定时的徒步巡护等方式，加强对防洪重点地段、高铁沿线进行排查，组织开展铁路沿线漂浮物隐患排查，做好铁路沿线路外宣传，确保高铁沿线外部环境安全稳定。

广州供电段针对今年春运可能出现的极端恶劣天气，预先规划了天窗时间，对供电设备进行了彻底的隐患排查和确认，并完成了绝缘清扫等维护工作，及时将应急发电机调配到位。在管内15个重点车站设立应急点，并组建了46支应急小分队，实行全天24小时不间断的轮流应急值守，全力维护供电设备的稳定运行。

广州南站“初心·春澜”服务站