

本报经济部主编 | 第1012期 |
2025年10月15日 星期三
本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳
编辑邮箱:xmqc@xmw.com.cn

汽车周刊

“金九银十”车市热度显著回暖

今年“金九银十”车市,新车如雨后春笋般扎堆亮相,政策红包纷纷砸向消费者。特别是国庆中秋市场洋溢蓬勃生机与活力,在多项利好政策的驱动和补贴多、新车密集投放下,显现出热度显著回暖迹象,为市场注入强劲信心与活力。

新车扎堆上市

踏入“金九银十”,汽车厂商们纷纷将压箱底的重磅新车推向市场。据不完全统计,截至10月8日,超过70款新车密集投放上市,从豪华品牌的高端座驾,到经济实惠的家用小车,再到科技感爆棚的新能源车型,覆盖了各个细分市场与价格区间,全方位满足消费者的多样需求。新能源车型无疑是今年新车阵营中的绝对主角。中大型高端新能源车型不断涌现,纯电、增程、插混等动力形式百花齐放。不仅如此,一些针对特定细分市场的个性化车型也崭露头角,为消费者带来

更多独特选择。

从外观设计来看,新车纷纷紧跟时尚潮流,线条更加流畅动感,造型更加个性独特,一眼便能抓住消费者的目光。而在技术配置方面,更是实现了质的飞跃。多款新车搭载了最新的高端智能驾驶硬件,能够实现更高级别的自动驾驶辅助功能,为出行增添一份安全保障。今年国庆中秋假期,新车集中到店并被摆在各大门店C位,为今年“十一”车市成功引流。

价格亲民诱人

今年“金九银十”,众多车企推出了力度较大的亲民优惠价格,合资品牌方面,大众朗逸2025款新锐1.5L出众新逸版官方指导价7.99万元,裸车价仅需3.59万元左右,落地价约5.23万元。探歌和途观L都有六七万元的优惠。别克威朗最大降幅达6万元,相当于原指导价的47%。本田雅阁直降8万元,裸车价

9.98万元,新车落地仅11万元左右。日产奇骏的降价幅度接近4万元。豪华品牌方面,奔驰EQB降幅高达50%,宝马iX1优惠接近13万元,奥迪Q3等车型优惠力度在10万元左右。奇瑞捷豹路虎旗下的发现和极光折扣最高达五折。

自主品牌方面,吉利第四代博越L,厂家置换补贴至高18000元;星瑞厂家置换补贴至高20000元;第四代帝豪,厂家现金优惠13000元。另外,“一口价”模式重构消费信任。今年“金九银十”,主流车企推行全国统一透明定价,既消除消费者比价烦恼,又规范渠道秩序,有效提振购车信心。

多重政策补贴

今年“金九银十”,国家与地方层面的购车补贴政策协同发力,也为消费者带来实实在在的优惠。国家层面,《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》已于9月1日正式实

施,为消费者提供贷款购车利息补贴。根据新政,一次可提供最高3000元利息补贴,降低购车门槛,推动消费金融渗透率突破60%。单笔5万元及以上的家用汽车消费贷款,可享受年贴息比例1%,最高不超过贷款合同利率的50%。各地也不甘落后,纷纷推出独具特色的补贴政策。一些城市对购买新能源汽车的消费者给予现金补贴,鼓励绿色出行;还有些地方针对汽车以旧换新推出优惠政策,为消费者置换新车提供实实在在的福利。

与此同时,政策红利形成“末班车效应”,购置税调整催生抢购潮,消费者提前购车意愿强烈。新能源车购置税优惠政策将于2026年1月1日从全额减免转为减半征收,直接刺激观望用户集中下单。总之,今年“金九银十”车市,政策红利集中释放,以旧换新、消费券、贷款贴息叠加,显著降低购车成本,带动客户进店与新车成交。 雍君

上汽月销整车四十四万辆行业第一

今年以来月销量实现同比“九连涨”。上汽集团日前发布产销快报,9月份销售整车44万辆,同比增长40.4%,环比增长21%,销量规模位居行业第一。1—9月,上汽集团累计实现整车批售319.3万辆,同比增长20.5%,终端零售337.8万辆,继续在国内行业领跑。

今年9月份,上汽自主品牌销售29.4万辆,同比增长50.4%;新能源车销售近19万辆,同比增长46.5%;海外市场销售10.1万辆,同比增长12.2%。上汽乘用车9月份销售9.4万辆,同比增长72.4%。近期集中上市的新一代智己LS6、全新MG4、尚界H5、荣威M7 DMH等多款重磅车型,深受消费者追捧,带动上汽自主品牌销量持续突破向上。

9月,上汽新能源车销售近19万辆,创下历史新高,同比增长46.5%;1—9月累计销售108.3万辆,同比增长44.8%。9月份,智己汽车销售1.1万辆,同比增长77%。上汽乘用车销售新能源车4.1万辆,同比增长324.5%,全新MG4单月交付强势破万。上汽通用销售新能源车超过1万辆,同比增长82.3%。

海外市场,上汽9月份销售10.1万辆,同比增长12.2%,1—9月累计销售76.5万辆,同比增长3.5%。上汽MG品牌今年在欧洲市场终端交付已超过22万辆,保持两位数增长。其中,1—8月,MG品牌在英国销量超5万辆,在西班牙销量同比增长58%,在意大利销量突破3.5万辆。 张云

智己汽车正式登陆新加坡市场

智己汽车日前正式登陆新加坡市场,两款战略车型IM5(智己L6海外版)与IM6(智己LS6海外版)同步上市。同时,智己品牌旗舰店展厅盛大启幕,标志着智己在

全球化和右舵市场拓展中迈出关键一步。智己汽车联席CEO刘涛表示:“新加坡不仅是一个新市场,更是我们共同塑造亚洲未来出行蓝图的‘战略伙伴’。依托持

续的技术创新,我们致力于让智己成为新加坡用户智能出行的‘信心之选’。”

此次投放新加坡市场的IM5与IM6,集多项行业领先科技于一身,同级独有的“灵蜥数字底盘”、智慧四轮转向系统、“一键AI代驾”功能以及叠加严苛的电池安全标准,以全维度产品力满足新加坡高端新能源汽车消费需求。

智己汽车新加坡旗舰店展厅的开幕与双车型的推出,是品牌全球化进程中的重要里程碑,不仅印证了智己产品与品牌的国际竞争力,更展现了智己立足中国、面向全球的坚定步伐。 张云



近日,上汽通用至境L7迎来高光时刻:其智能座舱人机界面设计在2025年德国红点设计大奖评选中新获“品牌与传达设计”大奖。作为别克高端新能源子品牌“至境”的首款旗舰轿车,至境L7将科技与美学深度融合,其智能座舱兼具品牌个性的UI视觉美学设计、高效便捷的“零层级交互”设计、深度融合的AR-HUD,以及丰富的智能互联体验和超级豪华舒适氛围,展现出为用户打造个性化、人性化,且可持续成长的智能用车体验的不懈追求。 张云



燃油车售后服务满意度连续大幅提升

全球领先的市场研究机构J.D. Power日前发布了2025中国售后服务满意度研究。研究显示,2025年,行业整体售后服务满意度得分为789分(满分1000分),较上一年大幅提升16分。其中,豪华品牌的售后服务满意度得分为798分,较2024年提升2分,主流品牌(786分)和自主品牌(788分)得分较2024年分别大幅提升19分和23分,进一步缩小与豪华品牌之间的差距。

这项研究评测的是拥车期为13至48个月的燃油车车主对过去12个月内在品牌授权经销商的服务经历的满意度。研究显示,中国汽车行业整体售后服务满意度得分已连续两年大幅提升,显示出车企致力于通过优化服务体验增强用户粘性,以在白热化的市场竞争中构筑差异化优势、抢占发展先机的战略实践。在售后服务的六大因子中,与上一年相比,服务设施得分提升

最高,达18分。

相关人士表示,汽车行业的体验范式正在发生深刻演进。传统燃油车的体验核心在于“服务场”,它通过有形的、高品质的线下设施与专业的服务团队,为用户构建起值得信赖的物理空间和情感连接,其体验是厚重且依赖人际的。而新能源汽车则率先转向“用户场”的构建,其体验核心聚焦于高效透明的数字化流程、消除焦虑的补能生态

以及持续创新的车主权益。这标志着行业从“以店为核心”的被动服务,全面迈向“以人的全周期旅程为核心”的主动用户运营。这一转变不仅是技术的革新,更是用户价值理念的升级。

此次研究还发现,传统燃油车售后体系根基成熟,专业度领先新能源汽车;女性车主在售后环节追求掌控感、尊重与细节认同;随着车辆逐步过保,越来越多用户流向独立服务渠道。许多独立门店已成为与4S体系并行甚至更具温度的服务选择。 林夏

『中国飓风』席卷慕尼黑车展

日前刚刚闭幕的慕尼黑车展,关键词几乎就是两个字:中国。主办方德国汽车工业协会的数据显示,此次共有748家展商参展,中国展商数量排第一位,共116家整车、零部件以及相关企业参展,几乎占了海外参展商的三分之一。

综观慕尼黑车展,欧洲本土车企以及供应链在电动化特别是智能化转型中节奏偏慢,给了中国品牌切入机会。中国汽车行业在电池、电驱、电控等“三电”技术上成熟度高,在智能座舱和自动驾驶方面也表现突出,供应链成本更低。这使得欧洲成为中国车企在海外最具潜力的增量市场之一,2025年慕尼黑车展再次集中体现了这一趋势,毋庸置疑,这里也越来越成为中国车企的主场。

本届慕尼黑车展,中国车企参展的品牌涉及更多,包括长安汽车旗下阿维塔和深蓝、东风汽车旗下柳汽风行、广汽的埃安、中国一汽的红旗,奇瑞旗下Omoda和Jaecoo,还有比亚迪、小鹏、零跑、问界、212,以及名不见经传的领途品牌。小鹏汽车这次重点亮相的是全新P7以及人形机器人。G6与G9两款SUV以及X9 MPV也首次在欧洲亮相。除了产品展示,小鹏汽车董事长何小鹏还宣布将在慕尼黑设立其第九个全球研发中心,这也是其在欧洲的首个研发基地。红旗作为中国豪华车品牌代表,发布了电动紧凑型SUV——EHS5。红旗未来将投入欧洲发布15款电动及混合动力车型,并打造覆盖25个市场的销售网络,计划在2028年前建立超过200家经销商网络。

中国零部件企业在慕尼黑车展上也大举亮相。宁德时代发布了神行Pro电池,在安全、续航、快充、寿命四大维度均实现突破。国轩高科也展示了新一代电池技术,强调高能量密度与快速充电特性。其他如中创新航、亿纬锂能等动力电池企业也一同参展。这些企业参展的一个主要因素是都在欧洲建厂布局。

自动驾驶软件、芯片、激光雷达以及智能座舱等企业也扎堆进入慕尼黑车展。它们中大多数名字如雷贯耳,比如地平线、Momenta、文远知行、轻舟智行、禾赛科技、速腾聚创、中科创达等,中国汽车力量充分展现。德国联邦机动车运输管理局的数据显示,中国品牌在德国市场份额2025年前8个月和去年同期相比几乎翻倍,加上吉利旗下沃尔沃和极星,市占率在德国已超过4%,比丰田和特斯拉的总和还要多。 李永钧