

本报专刊部主编 | 第994期 |
2025年1月22日 星期三
本版编辑:张云 视觉设计:秦云阳
编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汽车周刊 · 专题

中国车市将现八大趋势

进入2025年,面对激烈的市场环境,今年中国汽车市场又会如何发展,呈现怎样的趋势?

智能化加速:2025年,智能化将进入全面加速期,2024年,乘用车L2级及以上辅助驾驶的渗透率是55.7%,2025年可能会接近65%,汽车将成为人工智能最大的应用场景,从研、产、供、销、服务全流程全面应用人工智能技术。2025年将是AI上车的关键之年。高速NOA功能有望进一步下探至10万元级市场,预计2025年搭载NOA功能的车型销量将达500万—600万辆,市场渗透率将提升至30%。

价格战收敛:预计2025年价格战仍将持续。年初已经出现明显的价格战预热信号。部分车企开始要求供应商降价,业内人士普遍认为这是为大规模价格战做准备。不过今年情况或有所不同,中央对恶性竞争的措辞更进一步,预计将有具体措施出台,逐步由价格战因素驱动的增长模式转换为产品力和价格双因素驱动的增长模式。

促消费加码:预计2025年,以旧换新、新能源汽车下乡等政策仍将延续,进一步拉动汽车消费。其中,以旧换新政策将在车型范围上适当延伸扩大,如针对国四排放标准以下的车辆,推出相应补贴政策,进一步助推老旧车辆报废更新。针对新车购买,金融政策的支持力度还会加劲。新能源汽车下乡的同时,加大在三四线城市的推广力度。从各大城市的汽车保有量来看,远未到饱和程度,汽车消费空间依然巨大。

合资品牌分化:近几年合资车企由于电动化、智能化发展的节拍上与国内市场需求出现落差,导致其在国内市场份额不断下滑,预计2025年合资品牌仍将面临严峻挑战,趋于分化。部分品牌在中国市场将彻底被边缘化,或者仅能维持特定细分市场存在;而积极融入中国本土产业生态的合资品牌,将有望稳住阵脚,保持相对可观的市场份额,进而反哺海外市场,从而获得更大收益。

出口版图重构:预测2025年,中国车企将加速推进海外本地化生产,在短期内将并行组装与全工艺生产两种模式,逐步突破贸易壁垒。中国汽车的全球版图正在悄然重构。排除美国、日本和韩国等部分国家,中国将逐步在全球主要市场形成规模化出口。其中,欧洲和俄罗斯分别将成为新能源和燃油车的核心出口市场。与此同时,东南亚和拉美两大市场的潜力正在被逐步激活,有望在未来发展成为第二、第三大出口市场。

自主份额破七成:新能源赛道的先发优势,正转化为自主品牌全面突破的战略动能。预测2025年自主品牌有望将市场份额推进至70%以上,较前增长约8个百分点,并成为车市增长的最主要驱动力。比亚迪今年将挑战600万辆目标,长安汽车目标为300万辆,其中新能源汽车100万辆;吉利则将2025年销量目标定为271万辆,这些反映了自主品牌的积极布局和市场扩张。

“一大多强”格局:2025年“一大多强”格局更为明显。“一大”是指比亚迪。产品方面,唐L、夏、豹3等新品上市将为比亚迪带来新鲜血液,同时将补齐智能化短板,成为比亚迪2025年实现较快增长的重要因素。与此同时,奇瑞、吉利、长安在10万—40万元主流新能源市场已形成完整的产品矩阵,实现纯电动、插电混动、增程式等动力类型的全覆盖。造车新势力中,小米、鸿蒙智行、理想等也表现出强劲的增长潜力。

产业强链补链:2025年汽车产业经历电动化、智能化、网联化、低碳化快速转型,必然带来供应链的结构性调整,谁能掌握“四化”核心技术,就能在供应链中占据主导地位。一是汽车供应链的垂直整合将进一步加剧,在供应链格局动态调整中实现重新定位,谋求更适宜的零整配套关系。二是聚力打造高柔性、强韧性的生态化供应链。形成相互交织的紧密连接和高效协同,实现资源快速精准的统筹调配。

雍君

从2024中国汽车市场看未来

2024年,我国汽车产销完成3128.2万辆、3143.6万辆,同比增长3.7%、4.5%,保持了3000万辆以上市场规模。面对外部压力有增无减、国内有效需求不足,在中央和地方置换更新和报废更新“两新”政策强有力刺激下,我国汽车产业逆势而上,全年产销量再创历史新高,保持3000万辆以上市场规模,占世界汽车市场的三分之一,展现出我国汽车产业发展的强大韧性和汽车市场的巨大潜能。

新能源车旺势延续

新能源汽车全年产销1288.8万辆、1286.6万辆,同比分别增长34.4%、35.5%。新能源汽车新车销量,已占到汽车新车总销量的40.9%,较上年提升9.3个百分点。中国成为全球首个新能源汽车年度产销达1000万辆的国家。其中,新能源车国内

销量1158.2万辆,增长39.7%。

十年前,习近平总书记考察上汽时告诫:“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。”十年后,我国新能源汽车大放异彩,延续旺盛势头。年度产销双超1200万辆,实现跨越式发展,中国速度显示中国力量,这是我国汽车工业发展史上新的里程碑。

汽车出口稳定增长

海关总署公布的数据显示,2024全年我国汽车(含底盘)出口640.7万辆,同比增长22.8%;出口值8346.5亿元,增长16.5%。同期,进口汽车(含底盘)70.5万辆-11.7%、进口值2785.4亿元-16.1%。中汽协会:车企(集团)全年汽车出口(报交)同比增长19.3%。其中,新能源车128.4万辆+6.7%。奇瑞、上汽和长安居出口量前三位,分别为114.4万

辆、92.9万辆和53.6万辆。

2024年汽车出口量和出口值同比,均两位数稳定增长,成为拉动我国汽车产销总量的重要引擎,汽车出口量占国产汽车总销量的两成以上,汽车出口成为我国重点商品对外贸易的新增长点。

中国品牌霸榜市场

中国品牌乘用车全年销量1797万辆,同比增长23.1%,市占率65.2%,同比上升9.2个百分点。比亚迪一骑绝尘,全年销量427.2万辆+41.3%,不仅是中国车市冠军,也是全球新能源车市冠军。奇瑞和吉利实现预期目标,创历史新高;高合汽车年初“停摆”、极越品牌汽车年底“闪崩”。国产外系品牌乘用车销量同比,韩系微增,其他各系均两位数下降。

中国品牌汽车制造技术和

产品国产化持续推进,乘用车市场份额2024年攀升至60%以上,历经40年努力,中国品牌乘用车在本土市场终于占据主导地位。中国品牌汽车市场的成功扩张,是产品竞争力不断提升的重要标志,也是消费者持续认可的鲜明标识,更是中国车市格局重大调整的“分水岭”。

二手车迎新机遇

全年二手车交易量1961.4万辆,同比增长6.5%。新能源二手车市初显发展态势,全年交易量突破100万辆。

二手车市迎来前所未有的发展机遇。汽车报废、二手车置换、新车销售三者之间,汽车存量和增量之间,共同奔赴、良性互动、提档升级,加快汽车梯次循环利用,为汽车市场乃至国民经济发展增加活力、贡献力量。

张伯顺

汽车行业人才“反向跳槽”渐成常态

一边是裁员,一边是扩招。汽车行业人才正呈现出“反向流动”的趋势,一改以往青睐去外资和合资车企就业的常态,出现“反向流动”:外资车企人才流向中国车企,合资车企人才流向国内自主车企。上述现象可从近年来外资、合资车企相继关闭工厂以及进行大规模裁员,而中国车企在小规模裁员中仍然保持持续、高频率且大规模人才扩招中看出端倪。而导致这一现象的原因,主

要是近年来国内新能源汽车产业崛起,并在一定程度上挤压了燃油车市场份额。多家外资车企在中国市场的表现不尽如人意,在很大范围内受到了重创。

以大众汽车为例,因其在中国市场的销量下滑,该公司已经关闭了多条生产线,对未来前景表示担忧。这使得原本在外企任职的高技能人才,开始主动寻求更好的机会,而自主车企正好提供了这样的平台。已然知晓的事

实是,中国汽车产业相关企业,尤其是整车企业,则“反其道而行”,仍然长期且不遗余力地致力于吸纳优质汽车行业人才。

数据显示,在2023年,比亚迪增员13.34万人,吉利增员1.1万人,长安、蔚来和理想也在不同程度上增加人员配置,充分证明了中国车企在人才储备方面的决心和力度。这一趋势不仅标志着中国汽车品牌在国际舞台上的崭露头角,更是市场环境变

化与技术革新的直接反映。这种对国际高端人才的强烈需求,正是中国车企希望提升核心竞争力的体现。

然而,“反向跳槽”现象背后的挑战也不容忽视。随着中国车企逐渐向国际市场迈进,对高水平人才的需求将继续增大,人才供求矛盾的加剧将导致行业发展出现瓶颈,如何有效地将传统汽车人才向智能化转型,成为务必面对的现实问题。

李永钧

宝马集团近日宣布,2024年在中国市场交付714530辆BMW和MINI品牌汽车,BMW品牌蝉联中国豪华乘用车年度销量第一名,并在多个细分市场继续保持领先。BMW和MINI品牌纯电车型2024年在中国销量同比增长7.7%。目前,宝马集团在中国市场累计交付的新能源车已超过40万辆。

2025年,宝马集团持续“上新”,超过10款BMW新车和多款MINI以及BMW摩托车新品将在中国上市。全新X3长轴距版将在2月上市。备受瞩目的BMW新世代车型今年将重磅登场。

余音



上汽通用吹响合资“反攻”号角



虽然2024年被上汽通用高层自称为发展史上最为艰难的一年,但最新统计显示,上汽通用2024全年累计终端销量达到67.3万辆,其中新能源车型销量为10.49万辆,同比增长56%,位列主流合资车企中新能源渗透率首位。值得注意的是,2024年8月以来,上汽通用销量持续增长,到12月达到7.31万辆,利润回正。这些,都令外界对其2025年的发展态势充满想象。

去年8月份,上汽通用新的

管理层上任后,迅速展开了一系列“急救”措施,打响了绝地反击战。主力车型强势推新,“限时一口价”的销售战略,罕见的优惠幅度,迅速引发了市场销售热潮,工厂又回到了加班加点产能用满的状态。一时间,消费者的信心回来了,上汽通用的信心也回来了。同时,经销商的信心也回来了,还新添54家经销商店。

上汽通用总经理卢晓表示:“从今年开始,我们要全面吹响合资车企的‘反攻号角’,成为合

资2.0时代的领头羊。”

据了解,从2025年到2027年,上汽通用计划推出12款全新车型,100%为新能源车型,涵盖纯电、插混和新的增程技术,覆盖轿车、SUV和MPV等车型。一个微妙的变化是,未来新车型在电动化、数字化、软件及智能化等多维度的产品定义,将由上汽通用和泛亚主导,100%围绕中国客户实际需求展开。

这12款全新车型均搭载上汽通用专为中国市场打造的全

新一代超级融合整车架构,它具备“更灵活的拓展性、更多元的动力、更智能的体验、更敏捷舒适的驾乘”的特点,代表了其融汇全球和本土研发技术的新高度,并全面助力2025年达成跻身行业智能化第一梯队的目标。据介绍,这套超融架构可支持轿车、SUV、MPV等多种车身形式,满足前驱、后驱和四驱的各种驱动形式,以及纯电、插混、增程的多种动力总成形态,并有望率先量产L3智驾产品。

与此同时,2025年起,奥特能平台从纯电驱动升级为多元驱动的新能源动力平台。纯电车型最高可支持全域准900V,并采用行业首发的6C磷酸铁锂快充电池,插混和增程车型最高可实现300km纯电续航。

曾经的王者,信心回满。显然,上汽通用跨越深蹲蓄势期,强势反攻已然到来。

白诚