

本报经济部主编 | 第 1003 期 |
2025 年 6 月 13 日 星期五
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

中国汽车工业正在迎来“大整合”时代

2025 年,中国汽车行业迈入“大整合”时代,这一趋势由市场竞争加剧、新能源转型压力以及国家政策引导共同推动。这场以规模效益为核心的变革,既是应对全球竞争的关键,也是行业做大做强良方的。唯有通过整合凝聚资源、才能让中国汽车从“大而散”迈向“强而精”,夯实“世界第一汽车市场”的基石。

掀起“整合风暴”

在汽车行业淘汰赛加速演进的情形下,今年以来,多家知名车企密集掀起“整合风暴”。蔚来旗下子品牌乐道、萤火虫由多个组织部门架构,被整合进蔚来体系。吉利汽车正在推动多个品牌回归“一个吉利”。其最新动作则是,计划收购极氪已发行的全部股份。如交易完成,极氪将与吉利汽车实现完全合并。其实,在

推动极氪与吉利汽车完全合并之前,几何、雷达等品牌已被纳入吉利银河体系,今年 2 月份,极氪刚完成对于领克的合并。

最近令人注目的是央企整合重组——东风与长安筹划合并。今年 2 月,东风汽车与长安汽车宣布筹划重组。但最新消息显示,长安汽车母公司兵器装备集团通过分立方式将汽车业务独立为央企,由国务院国资委直接管理,长安汽车成为新央企的核心资产。此举旨在优化国有资本布局,提升专业化运营能力。

“整合”刻不容缓

从中国汽车产业的全局来看,这场大整合迫在眉睫。最近十年,中国汽车业完全可以用三个字总结——大、多、小。

首先是规模之“大”,2024 年,中

国汽车实现了 3143.6 万辆的总销量,其中新能源汽车销量为 1286.6 万辆。这两个数字,都是世界第一。两个世界第一之下,中国开始拥有世界头部级别的大车企。2023 年,比亚迪成为第一家全球销量前十的中国品牌车企;在新能源汽车领域,它的销量与营收双双超越了特斯拉,是双料的世界第一。

其次是“多”。规模之大的另一边,是中国还涌现出全球最多的新车企。即便已经倒下一批造车新势力,淘汰一批旧势力,中国依然拥有超过 130 家整车企业,这些企业又累计拥有超千个品牌。

但在“大”与“多”的背后,就是中国汽车的“小”。整个中国汽车行业,中小企业比比皆是,即便是体量最大的比亚迪,其全年 427 万辆的销量,仍然不及丰田、大众的一半。如何缩

小这种差距,乃至具备更强竞争力,答案藏在汽车工业的本质里。

今天的汽车行业,只有规模,才有足够的用户数量与数据,才能更好地支撑 AI 创新与进化。通过兼并、重组、整合的方式,把规模快速做上去,既是中国汽车企业打造超级车企与世界巨头全球竞争的优选,也是避免进一步因为车企数量多而导致恶性竞争和浪费的优选。

打造一流车企

“车企内部整合潮的兴起,旨在提升竞争力、优化企业运营效率和服务。深化改革不仅是时代的主题,也是车企持续增强竞争力、实现壮大的必经之路。”中国汽车工程学会名誉理事长付于武强调,随着中国汽车领域深化改革的不断深入,车企必须不断提升竞争力,整合优势

资源,集中力量提升在智能新能源汽车领域的竞争力,从而形成强大的全球竞争力,这是自主车企未来发展的必然趋势。

2024 年,中国汽车行业全年利润率为 4.3%。这一数据已经低于下游工业企业 6% 的平均水平,汽车行业需要通过整合管理架构来降低成本、提升盈利能力,缓解经营压力。

全球汽车产业整合已进入战略博弈阶段,中国车企需从规模优势转向系统主导权,打造具备主导力量的世界一流汽车集团。2025 年的“大整合”时代标志着中国汽车行业从“百舸争流”转向“强者恒强”的格局。通过重组、品牌优化及技术协同,中国车企将在新能源与智能化竞争中占据更有利位置,但成功的关键在于能否在规模效应与创新活力之间取得平衡。

雍君



智能化成为汽车竞争基本盘

随着 AI 技术突飞猛进式的发展,智能化的场景和边界被进一步拓宽,未来智能将如何赋能并改变汽车,充满让人激动的想象空间。

根据中国汽车工程学会、国家智能网联汽车创新中心等权威机构的预测,到 2030 年,我国“车路云一体化”智能网联汽车产业产值增量将达到 25825 亿元,市场主流地位进一步巩固。驱动这一增长的核心力量,正在从动力形式的变革向技术智能化的跃升转移。国际数据公司(IDC)发布的数据显示,2024 年中国乘用车市场中,符合 L2 级组合驾驶辅助标准的新车已占比 59.7%,其中 10 万元以上中高端车型的占比更是接近 70%。这一趋势显示,基础智能化正在从选配功能转变为标准配置,汽车产品的科技含量和智能属性正成为消费决策的重要因素。预计到 2026 年,基础智能化功能将实现全覆盖,智能化将成为行业竞争的基本盘。

未来智能化对于汽车行业而言,绝不仅仅是一个“卖点”,更是一个“赛点”,意味着掌握最多算力、算法和数据的企业可以在研发速度、生产速度、销售效率、服务体验、生态建设上全面领先,进而掌握行业的主权定价权。而“云”是其中最为重要的基础设施,也将为云服务商创造巨大的市场机遇,这种市场机遇不仅体现在营收层面,更意味着谁率先掌握了生成式 AI 在行业的领先实践经验。在此背景下,车企纷纷加大研发投入,以技术突破巩固自身优势。2025 年一季度,比亚迪研发费用达到 142.23 亿元,甚至超出同期归母净利润。比亚迪方面表示,重研发、轻短期利润的策略已深植企业基因。在过去 14 年中,其有 13 年研发投入高于净利润,累计研发总额已突破 1900 亿元。这种长期主义思维,正是其持续领跑的重要支撑。

不仅是比亚迪,更多车企也在加速技术布局。中通客车、北汽蓝谷等多家公司 2025 年一季度的研发费用同比增速均超过 50%。技术研发已从应对竞争的被动手段,转变为驱动成长的主动战略。当前电池、电驱、智能驾驶等关键技术的自主化趋势愈发明显。通过垂直整合与平台化设计降本增效,成为企业抢占市场先机的重要路径。尤其是在高端市场,竞争日趋激烈。

与此同时,30 万元以上车型正在成为新的市场争夺焦点。L3 级有条件自动驾驶、AI 大模型等先进技术不断涌现,国产品牌也借此加快高端化、智能化突破步伐。问界、仰望等品牌正凭借在智能化领域的持续投入,快速树立技术和品牌双重优势,成为新一代中国高端车的代表。

李永钧

上汽大众 5 月终端销售 8.7 万辆同比上升

最新统计数字显示,上汽大众 5 月实现终端销售 8.7 万辆,同比上升 4.3%,前 5 月累计终端销量近 43 万辆。上汽大众近日携旗下明星阵容亮相粤港澳大湾区车展。大众品牌首款全尺寸增程式 SUV 概念车 ID.ERA 与全新上汽奥迪 A5L Sportback、新 AUDI 品牌首款量产车型奥迪 E5 Sportback 迎来华南首秀,引发强势围观。

5 月,上汽大众途观家族牢牢锁定中型 SUV 用户,终端



销量超 1.6 万辆;“中高级轿车头牌”帕萨特家族同样势不可挡,终端销量达 1.8 万辆;途岳

家族销量破 1.2 万辆。豪华品牌方面,上汽奥迪 1—5 月终端累计销量同比保

持增长,持续向上立未来。5 月,为致敬 quattro 技术诞生 45 周年,上汽奥迪特别推出 Q6 quattro 纪念版车型,该车配备 quattro 智能四驱系统,同时融合旗舰级空间表现与领先科技配置,致力于为全家人带来安全、奢享的驾乘体验。

上汽大众将于 6 月 14 日在广州举办一年一度的 ID. Festival,届时 ID.3 GTX 套件款也将正式上市,填补电车领域 GT 文化的空白,实现“双向奔赴”。

张云

别克家族月销量创年内新高

上汽通用别克品牌日前发布了 5 月销售数据:全系销量 40177 辆,同比环比双增长,创 2025 年月销新高。

最新数据显示,别克昂科威“双子星”5 月销量 14109 辆,持续引领 15 万—20 万级燃油 SUV 市场。其中,昂科威 Plus 创连续 8 个月销量同比翻番的佳绩。

君越 & 君威销量 10045 辆,君越凭借越级实力和热门改装附件,不仅同比增长超过

200%,更实现连续 7 个月同比增长。

别克 GL8 家族 5 月销售 13055 辆,创 2025 年月度销量新高,蝉联大型 MPV 月销冠军。在新能源 MPV 市场,搭载行业最强“真龙”插混系统的 GL8 陆尚与 GL8 陆尊 PHEV 强强联手,月销环比增长 92%。GL8 陆尚上市首月即成爆款,终端销售供不应求,助力 GL8 家族持续巩固在 MPV 市场的王者地位。

针对别克 GL8 陆尚的火爆销售态势,上汽通用正全力排产,并特别承诺:自下定之日起 45 天

内完成车辆交付,如因别克品牌自身原因导致延期交付,从第 46 天起,别克将按照每天 100 元予以用户补贴,延期交付补贴上限 3000 元。

张云



智舱与辅驾成为新能源车把关重点

日前,全球领先的消费者洞察与市场研究机构 J.D. Power 正式发布 2025 中国新能源汽车新车质量研究报告。新车质量以平均每百辆车问题数 (PP100) 表达,问题数越低,质量越好。

研究数据表明,2025 年行业整体质量问题数为 226 个 PP100,较 2024 年增加了 16 个,尽管总体质量问题数量呈上升趋势,但增速已有所放缓。故障类问题较去年增加了 9 个 PP100。纯电动和插电混动市

场的问题抱怨数分别为 220 和 234 个 PP100,较 2024 年分别增加 9 和 26 个。

本次研究统计有以下亮点发现:

智能化加速难掩基础功能质量短板,新能源车型的信息娱乐系统仍然是抱怨最多的问题类别,总体抱怨数为 31 个 PP100。配置/操控系统/仪表板类问题抱怨数增加最多,显示出智能化进程高速发展下车企对基础功能质量管控的“失焦”。同时,唯有电池/充电问题

抱怨数下降。

PHEV 与增程式车型销量增长质量却同步下滑。PHEV 和增程式车型的 PP100 分别为 234 个和 235 个,大幅高于纯电车型的 220 个,PHEV 车型设计问题增加明显,增程式车型故障问题增幅突出。同时,信息娱乐系统是 PHEV 与增程式车型抱怨增加较为显著的类别,分别增加 5 个和 7 个 PP100。

MPV 与越野车成为 2025 年新能源市场中的“新热点”。然而,MPV 在质量上的表现尚

难匹配其市场热度,其 PP100 同比上升幅度在三种车身类型中最高,MPV 前 20 大問題中,有 4 个问题与座椅相关。而越野车在产品表现上也存在质量抱怨高、设计表现好的现象。

根据调查结果分析:用户对于续航里程和充电便利性的焦虑感正成为历史,而智能座舱与辅助驾驶相关的用户投诉量上升,这一现象提示各车企,在经历了大量堆砌科技配置的发展初期后,必须回归用户体验价值的本质。

林夏