

本报经济部主编 | 第 1011 期 |
2025 年 9 月 10 日 星期三
本版编辑:张 云 视觉设计:窦云阳
编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汽车周刊

车企业绩发布:竞争明朗化

近日,各大车企 2025 年上半年财报纷纷新鲜出炉,汽车市场的竞争格局也随之更加明朗化。在这份成绩单中,有人欢喜有人忧,传统豪强与新势力们的命运正发生着微妙的变化。

比亚迪:上半年以 3712.81 亿元的营收继续稳居国内车企榜首,其归母净利润达到 155.11 亿元,是唯一突破百亿大关的上市车企。营收实现了 23.30% 的同比增长,净利润增长 13.79%。在业务板块上,汽车业务收入 3025.06 亿元,同比增长 32.49%。

上汽集团:上半年营业总收入 2995.9 亿元,同比增长 5.2%;扣非归母净利润 54.3 亿元,同比增长 432.2%;经营活动产生的现金流量净额 210.4 亿元,同比增长 85.9%。报告期内,完成整车批售 205.3 万辆,同比增长 12.4%,单月销量实现同比“六连涨”。

吉利汽车:上半年营收首次突

破 1500 亿元,达 1502.82 亿元,同比增长 27%。然而,其归母净利润 92.9 亿元,同比下降 14%,核心归母净利润 66.6 亿元,同比增长 102%。

长安汽车:上半年营收 726.91 亿元,同比下降 5.25%。归母净利润 22.91 亿元,同比下降 19.09%。

北京汽车:上半年收入 823.98 亿元,同比下降 12.6%。公司权益持有人应占利润 3.6 亿元,同比下降 81.8%。

东风集团:上半年实现销售收入 545.33 亿元,同比增长 6.6%;归属于上市公司股东净利润 0.55 亿元。

广汽集团:上半年营收 426.11 亿元,同期下降 7.88%;净利润亏损 25.38 亿元,同比减少 267.39%,在市场竞争中面临着较大的压力。

长城汽车:上半年实现营业收入 923 亿元,同比增长 1.03%;实现归母净利润 63.4 亿元,同比下降 10.2%。

赛力斯:上半年营收 624.02 亿

元,净利润 29.41 亿元,同比增长 81.03%;研发投入 51.98 亿元,同比增长 154.9%。问界系列车型的热销,成功带动了赛力斯的利润增长。

江淮汽车:上半年营收 193.6 亿元,同比下降 9.10%;净利润亏损 7.73 亿元,同比大降 356.89%。预亏主要原因,高端智能新能源乘用车项目尚处于产能爬坡期。

零跑汽车:上半年营收 243 亿元,同比增长 174.15%,净利润 0.33 亿元,其“高性价比”路线成效显著,展现出中小新势力品牌的成长潜力。

小鹏汽车:上半年营收 341 亿元,同比增长 132.51%,亏损幅度同比收窄 56.95%。

理想汽车:上半年营收 562 亿元,净利润 17.43 亿元,同比增长 3%,成为新势力中稳定盈利的代表。

小米汽车:上半年营收为 2272.49 亿元,较上年同期的 1644 亿元增长 38.2%。运营利润为 265.62 亿元,较上年同期增长 177.5%。

蔚来汽车:上半年营收为 310.43 亿元,较上年同期的 273.55 亿元增长 13.5%。净亏损为 117.45 亿元,上年同期的净亏损为 102.31 亿元。

北汽蓝谷:上半年实现营业收入 95.17 亿元,同比增长 154.38%;净亏损 23.08 亿元,上年同期亏损 25.71 亿元。自 2020 年以来,累计亏损已超 300 亿元。

众泰汽车:上半年营业收入为 2.8 亿元,同比上升 12.6%;归母净利润亏损 1.48 亿元,亏损额有所减少。

海马汽车:上半年营业收入 6.55 亿元,同比增长 9.89%。归属于上市公司股东的净亏损 7451.91 万元,同比收窄 50.85%。

从上半年上市车企业绩来看,研发投入与精准定位已成为汽车行业高质量发展的核心驱动力。展望下半年,随着技术创新加速落地、市场需求持续升级,汽车行业将迎来更激烈的竞争与更广阔的发展空间。

李永钧

成都车展预示车市变革下的新景象

刚刚落幕的 2025 成都国际车展,令人印象深刻。在 22 万平方米展区中,近 120 个品牌携超 1600 辆新车参展,为下半年车市定下基调,更彰显出汽车产业变革的诸多特征。

车展现场,自主品牌主导地位直观且震撼。比亚迪王朝、海洋、仰望、方程豹、腾势全品牌阵容齐整,秦 L EV 等新品登场,DMO 电驱平台等前沿科技亮相。奇瑞五大品牌 31 款车型齐聚,吸引了众多观众。新央企中国长安阿维塔、深蓝等品牌凭借与华为、宁德时代合作,构建全技术路线矩阵,全新深蓝 S07 等新车备受关注。与之形成鲜明对比的是,劳斯莱斯、宾利、保时捷等超豪华品牌集体缺席,市场格局变化一目了然。

新能源汽车技术路线呈现三足鼎立之势。纯电领域,智界 R7 纯电版续航与快充突出,尚界 H5 纯电版能耗低,续航长,小鹏 P7 基于全域 800V 化硅平台性能卓越,理想 i8 也加入纯电阵营。插电混动方面,上汽荣威 M7 DMH、广汽向往 S9 乾崮版等车型续航表现亮眼。增程式技术持续迭代,问界 M7 增程版、智己 LS6 超级增程版等在续航及场景适应上各有优势,满足不同消费者需求。

车展中,纯电车型续航提升,满足城市通勤与短途出行,新一代电池技术也在向量产迈进。技术下沉使高端配置普及,如一汽-大众新一代速腾 L、长安第四代 CS55PLUS 等,以亲民价格提供丰富智能配置。同时,燃油车积极转型,融入智能化设计,向电动化产品靠拢,稳固市场基本盘。

透视今年成都车展,无论是合资品牌还是自主品牌,各大车企都变得更加务实。没有那么多花里胡哨的炫技,在汽车行业利润被进一步摊薄、传播变得碎片化以及存量竞争的背景下,在营销上车企开始转向理性与务实,车展这个舞台也越来越多地露出车企内核。综上所述,2025 成都车展见证了自主品牌的崛起、新能源技术的蓬勃发展以及市场趋势的转变。

雍君

上海汽车工业利税增速攀上两位数

来自上海市统计局的好消息显示:上海汽车制造业今年 1—7 月完成营业收入 4727.36 亿元,同比增长 5.2%;实现利润总额 114.49 亿元,同比由上半年的负增长转为正增长 11.7%;上缴税金 67.34 亿元,大幅增长 29.0%。利润总额和上缴税金两项指标同比,攀上了两位数增长。营收利润率已经从一季度的 0.1%,攀升到前五月的 1.2%,再到上半年的 2.2%,1—7 月再增 0.2 个百分点,达到 2.4%。

行业比较,上海汽车工业营业收入位居全市第一,在全市规上工业的占比达 18.6%;上缴税金仅次于本市烟草制品工业和石油、煤炭及其他燃料加工行业。

上海汽车工业经济效益指标好转,初步分析有四项相关因素:一是全市汽车工业产值增速重回两位数,7 月份产值 589.69 亿元,增长 11.9%;二是本市 7 月份新能源小客车上绿牌 2.41 万辆,同比增长 6.5%,带动当月汽车商品零售额同比增长 5.0%,年内首次实现正增长;三是包括电动载人汽车在内的汽车出口值好看,7 月份汽车出口值 132.66 亿元,同比增长 15.4%;四是作为上海汽车工业顶梁柱的上汽集团(总部)7 月份实现产销“七连涨”,同比依次增长 36.1%、34.2%,其中新能源汽车增速高达 64.9%。

川 页

全新 MG4 率先搭载半固态电池上市

MG 品牌新能源战略首款重磅车型全新 MG4 日前在成都车展上市,推出 5 款车型限时补贴价 6.58 万—9.98 万元;其“行业首个批量装车的半固态电池车型”直接将新车带入 10 万元内,以极具竞争力的定价树立纯电两厢车全新价值标杆。

全新 MG4 将原本属于 15 万元甚至 20 万元级别车型的配置——包括 CTB 一体式车身、AI 电子补盲、360 度全面防晒、手车互联系

统、半固态电池、一体式热管理技术,全面引入 10 万元级市场。

新车首搭 OPPO 智行手车互联,实现跨端无缝流转与语音控车;更

全系标配 120kW 六合一高效电机,0—50km/h 加速仅 3 秒。

更重要的是,行业首个批量装车的半固态电池落地全新 MG4,10 万元内的售价让前沿科技真正触手可及。该电池系统在-7℃ 的低温环境下续航达成率 75%,较行业平均水平高出 20%,彻底打破新能源车“不过山海关”的困局;在 10 针、三向极限穿刺测试中,电池不冒烟、不起火,重新定义电车安全新高度。

张 云



宝马新世代 BMW iX3 日前在慕尼黑迎来全球首发。新世代车型代表了宝马在设计、技术、智能与驾控领域的全面革新,定义了品牌下一代车型的发展方向。基于全新智能电子电气架构,BMW 首创全景 iDrive、BMW 驾控超级大脑和大圆柱电池三大突破性创新技术得以应用,让智能驾驶乐趣再次革新。

新世代 BMW iX3 中国专属版即将于年内正式亮相。该车型在智能座舱、驾驶乐趣、驾驶辅助和舒适性等方面为中国用户做了专属定制与调校。

张 云



“四环”是奥迪,“AUDI”字母标也是

日前,一汽奥迪和中国一汽在其官方公众号发文:“奥迪四环,是闪耀于车头的标志,也是深植于血脉的严苛标准,纵使电动时代,不妥协的基因也未被改写”。这几句文绉绉的文字本没错,可接下去的话“四环相扣,才是奥迪”,话中有话,贬抑他者,偏离了行业和市场竞争的正常轨道。

一汽奥迪的另一位高管更是直

白:“四环”标识是豪华车奥迪,“AUDI”字母不是豪车奥迪。

“四环相扣”标识的豪车是奥迪,此言不差;但“四环相扣才是奥迪”,此认知则差矣,对奥迪豪华车标识历史的认知,显然浅薄了。

“四环相扣”标识,要比奥迪“AUDI”英文标识晚几十年。1932 年由奥迪、霍希、汪达尔和 DKW 四家公司联合,启用四个相互嵌套的圆环

为标识。本来叫汽车联盟公司,1985 年才改称奥迪。

“AUDI”英文标识历史上不是第一次采用。早在 100 年前,奥迪“AUDI”英文标识已经使用,只是这些产品没有进入过中国。因此说没有四环就不是奥迪,显然片面而不完整。2021 年,上汽集团与奥迪公司成立合资公司,打破了国产奥迪一家垄断的局面。2024 年,上汽与奥迪选择双品

牌战略构建“双线作战”,共商研制和生产重新启用以英文字母“AUDI”为标识的新能源豪华品牌车,摆脱“跟随着”的标签,建立独立的品牌认知。上汽奥迪豪华电动品牌“AUDI”首款战略车型——奥迪 E5 Sportback 已开启预售,即将上市。

“四环品牌是奥迪,AUDI 字母标识品牌也是奥迪”。上汽“AUDI”英文字母标识的新能源奥迪豪华车,是对自身百年基因的传承与突破,更是其应对行业变革的精准布局。

张伯顺