

后“千万辆时代”：2025中国汽车期待破“卷”向新

文/陈燕南

“过去，店里轻轻松松月销两三百辆车，如今，即便大幅降价促销，月销量也仅七八十辆，店面持续亏损，员工生活举步维艰。”在汽车传统品牌拼了十余载的徐图（化名），历经内心的百般挣扎，最终在2024年年末、2025年即将到来之际，毅然跳槽至一家中国新能源企业。虽然言语间满是不舍，可徐图深知，“总要直面新生活，迎接新挑战。”

沧海桑田，风云变幻，汽车行业正处于百年未有之大变局，其间经历的跌宕起伏远超想象。回首2024年，“内卷”无疑成为汽车行业的年度热词之一。在国内，车市“降价潮”汹涌来袭，经销商撤店消息不绝于耳，造车新势力淘汰赛如火如荼，豪华品牌在华销量遭遇重创。全球范围内，欧盟加征新能源车关税，国际形势波谲云诡，中国车企出海之路荆棘丛生。

市场竞争白热化，利润空间被不断压缩，生存压力与日俱增。然而，越是艰难时刻，“中国信心”愈发熠熠生辉。2024年，中央和地方持续释放补贴利好，中央经济工作会议着重调整“内卷”乱象，提振消费信心，匡扶行业秩序，推动科技飞速发展。新能源与智能汽车异军突起，成为行业增长新引擎，助力中国汽车产业从“跟跑”迈向“领跑”，展现出强大的抗风险韧性。

一组数据见证了中国汽车业的披荆斩棘：2024年7月，新能源汽车渗透率一举突破50%大关，提前达成国家既定目标；11月14日，中国新能源汽车年产量首次突破1000万辆，登顶全球新能源汽车年产量榜首；在“大规模设备更新”与“消费品以旧换新”的“两新”政策强力驱动下，11月我国乘用车产销首次双双突破300万辆；汽车出口增长飞速，跃居全球第一。

展望2025年车市，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预测，整体市场稳中有升，预计全年销量约3200万辆左右，其中国内市场2600万辆左右，增速达3%。

流量当道 诸侯混战

时代的一粒灰落在个人身上就是一座山。

直播镜头前，一位女主播突闻

公司倒闭噩耗，瞬间泪如雨下，这样的画面让不少人心一颤。在风云变幻的当下，谁也不知道自己会不会是下一个“羔羊”。

2024年，高合、威马等车企爆雷，极越就地解散，不少车企以及供应商大规模裁员不绝于耳。北京全球最大宝马5S店黯然落幕，天津最大4S店连夜退网，保时捷中国经销商“逼宫”事件更是引发行业巨震。

这一系列现象背后，实则是汽车行业智能化、网联化变革带来的阵痛。新能源汽车赛道风起云涌，以小米为代表的新兴势力跨界入局，一汽、北汽、上汽等传统车企加速转型，宝马、奔驰、奥迪等合资品牌拿本土力量，“新汽车”如雨后春笋般涌现。但车型扎堆、同质化严重，在流量为王的时代，缺乏流量就意味着销量惨淡。“酒香也怕巷子深”，成为众多车企高管的心头隐忧。

“流量困境是当下最大的挑战。”北汽蓝谷新能源科技股份有限公司党委书记、总经理张富向记者直言，“汽车行业传统公关模式遭受重创，以极狐为例，车虽好，但得想法子让大家知晓。”

重压之下，车企高管纷纷“披挂上阵”，开启直播带货新模式。奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃笑言：“60岁老汉被逼直播，这次（直播）也是利用新的互联网思维，向余承东学习、向雷军学习，怎么样亲自去讲解去介绍（车型）。”

连一向低调的长城汽车董事长魏建军也打破常规，走进聚光灯下：“目前市场很激烈，大家都很焦虑。”这一年，从最初的紧张局促到后来的游刃有余，魏建军在2024年多次站出来发声，讲真话，办实事，为行业的不正之风不断纠偏。

降价冲量 贯穿始终

与“流量战”并驾齐驱的，是更为惨烈的“价格战”。2024年年初，特斯拉率先打响降价“第一枪”，理想汽车、蔚来汽车等车企迅速跟进，比亚迪更是喊出“电比油低”，展开了对燃油车的“围猎”。一场贯穿全年的价格厮杀就此拉开帷幕，车市瞬间硝烟弥漫。

某豪华汽车品牌销售人员对

记者表示：“6月‘价格战’最激烈时，一辆新能源汽车亏本10万元甩卖，即便如此，不少观望已久的客户仍按兵不动，他们认为价格还会再降。”

数据显示，2024年1—11月，多达195款车型降价，远超2023年全年的150款与2022年的95款。细分来看，插电混动新车平均降1.5万元，降幅8.5%；纯电动车平均降2万元，降幅10%；增程式混合动力新车平均降1.58万元，降幅6.1%；混合动力新车平均降1.05万元，降幅4.3%。

“活下去”成为车企当务之急。销售员段雨（化名）所在的日产4S店是北京最大的4S店之一。他对记者表示：“年底冲量就盼着多卖车，拿厂家返利，2025年才能站稳脚跟。所以平时销售每个月的任务是10辆，年底飙升至17辆。”

业内人士透露：“厂家给经销商返利，经销商才有降价空间吸引消费者，形成循环，冲量是关键一役，可为2025年奠定基础。”

记者注意到，2024年年末，“0息”“0首付”“一口价”购车优惠重现江湖，车企营销攻势如火如荼。在直播间内，“白菜价”“批发价”“给钱就卖”等热词频出，吸引海量消费者涌入；线下门店促销信息琳琅满目，试驾邀约不断。北京理想汽车销售人员对记者表示：“贷款购车减5000元，享3年0利息、0手续费。”雷克萨斯销售人员也对记者表示：“支持0首付，长贷短还。”

但“价格战”背后，是汽车行业利润的大幅缩水。乘联会秘书长崔东树指出，11月汽车行业营收11241亿元，同比增长9%；利润却仅374亿元，同比暴跌35%；3.3%的利润率创全年新低。

整治“内卷” 消费“重燃”

当下，“内卷”之风愈演愈烈，车企深陷量价齐跌的“囚徒困境”，产业健康发展遭受严峻挑战。

“汽车‘内卷’的根本原因在于市场供大于求，‘卷价格’是大家不得已而为之的办法。但是在这样低价值的‘内卷’之下，最后买单和伤害的是消费者。希望大家一起呼吁，共同抵制‘内卷式’竞争，回归健康理性的价值竞争。”一汽-大众捷达品牌公关总监侯春昭对记



中国各大车企混战2024年，迎接2025年。图为一家4S店在2024年年末举行降价促销活动，做最后的冲刺。

陈燕南/摄影

者表示。

记者留意到，2024年12月11—12日召开的中央经济工作会议明确提出，综合整治“内卷式”竞争，规范地方政府与企业行为。早在7月政治局会议便已强调：“强化行业自律，严防‘内卷式’恶性竞争，畅通落后产能退出渠道。”此次会议用词从“防止”升级为“整治”，预示2025年相关政策将重磅落地。

值得关注的是，2024年中央经济工作会议将促消费放在了重要位置。汽车作为促消费关键着力点，业内普遍预判，2025年汽车补贴政策大概率延续。国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青更是预测，地方汽车补贴对消费的刺激作用将进一步放大。

回首过往一年，真金白银的补贴政策成效斐然，激活汽车消费市场“一池春水”。据工信部统计，仅国家和部委层面，就密集出台超70项新能源汽车扶持政策，各地配套政策也纷纷跟进，利好政策不断。

在政策“红包”加持下，供需两端活力涌动，消费动能澎湃释放。商务部12月10日的数据显示，截至12月9日24时，全国汽车以旧换新补贴申请量累计突破500万份，报废更新超244万份，置换更新超259万份。

崔东树评价：“国家报废更新补贴力度加大，车市压力显著缓解。”

稳步向前 车启新程

展望2025年，前方既有未知挑战，亦存无限曙光。

得益于政策东风与本土科技

企业崛起，中国已跃升为全球最具活力与潜力的汽车市场。

作为经济发展新引擎，2025年我国乘用车市场有望迎来历史性转折——新能源汽车销量将首次超越传统燃油车。盖世汽车研究院预测，2025年中国新能源乘用车市场规模有望达1570万辆，同比劲增27%；市场份额飙升至56%，较2024年提升约10个百分点。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示：“我国新能源汽车产量占全球比重超60%，科技创新赋能，已在全球占据领先地位。”同时，他也强调：“新能源汽车仍处于成长关键期，需以技术创新驱动新质生产力发展。”

业内共识，汽车产业上半场是新能源，下半场是智能化。中国国家创新与发展战略研究会副会长、中国科学院大学教授吕本富表示：“拥抱智能网联汽车，就是拥抱新质生产力。”

目前，智能座舱、高阶自动驾驶等前沿技术加持，智能交互与辅助驾驶能力进阶，将强力推动汽车产业智能化、网联化转型。

“技术的进步，包括算力、软件、硬件的进步，是非常显著的。”地平线创始人、CEO余凯对记者表示，“我是一个非常愿意去在地上打磨细节的人，包括地平线的同学都是眼中有光、心中有一团火的一群人，我们坚信科技可以服务人类，并且创造出更大的价值。”

科技创新无疑是新质生产力的核心驱动力，更是汽车产业腾飞的关键密码。时代浪潮滚滚向前，为个体创造诸多机遇，也为理想插上了翅膀。

“我们要做一家全球人工智能企业。”理想汽车创始人CEO李想在2024年年末定下了一个宏大的目标。事实上，理想汽车的运营公司名称仍为北京车和家信息技术有限公司，至今没有加上“汽车”两个字。背后的含义就是，李想期望这家公司业务版图并不局限于汽车。

波澜壮阔的时代转型之中，企业作为经济发展的中流砥柱破浪向前，也见证了每一个平凡个体挣脱束缚、羽化成蝶。2024年，记者在采访中邂逅诸多转型先锋：从公交车司机华丽转身为安全测试员，从燃油车生产线管理员跨界成为智能网联汽车运维员，从专注技术研发的工程师进阶为赋予车辆“情绪价值”的灵魂工程师，更有嗅准商机的创业者逐浪新赛道。他们扎根传统行业多年，却在智能网联汽车新时代用积极的态度迎来职业“裂变”。

“虽然我们不能够选择所处的时代，但是回忆起来，我觉得这几年虽然充满挑战，但非常难忘，我和团队也非常荣幸能够一起带领公司不断向前迈进。充满变数的时代亦创造独一无二的机会，因此我也很荣幸能够在这个时期掌舵公司。”分享这段话的人是兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂芬·温克尔曼（Stephan Winkelmann）。

是的，步履仍然在前行，改革仍然在继续。中国制造、中国创造、中国建造协同发力，持续改写中国篇章。寒冬终将逾越，时光长河中，一个个顽强拼搏的个体汇聚成坚韧不拔、欣欣向荣的中国力量，向着汽车强国梦想奋勇奔驰。

电动汽车百人会张永伟：智能电动汽车给产业链带来万亿增量

文/陈茂利

“汽车产业更加智能化之后，其聚合外溢效应会明显加速，所以智能汽车产业很容易变成聚合型的智能产业。如果汽车的智能化技术用到低空领域，就是低空出行，低空出行最重要的就是高密度电池和智控技术，这些技术都要先在智能汽车当中实现，进一步应用到低空经济当中，所以很多车企看到了机会，为低空产业赋能。另外，汽车变成了一个深度智能的智能体，可以用到生产和服务领域，也就是机器人产业。2025年智能汽车会加速发展，‘飞上去、立起来’会形成聚合型的产业外溢，新质生产力也会加速在汽车行业落地放大。”

近日，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟在接受《中国经营报》记者专访时展望了2025年汽车行业的发展趋势。他表示，汽车产业向聚合型产业外溢效应将全面加速。

张永伟预测，2025年我国汽车市场销量预计在3200万辆左右，其中国内市场2600万辆左右，增速达3%。在新能源汽车领域，2025年新能源汽车（含出口）销量预计达到1650万辆，增速接近30%；内需有望达到1500万辆，渗透率预计超过55%。

专访中，张永伟特别提到，汽车行业已经进入全面智能化阶段，其渗透率会远远高于电动化，

消费者对智能化的关注已经从“有没有”进入到“好不好”阶段。芯片将会像电池一样成为汽车的重要组成部分，同时也不能让汽车OS重蹈智能手机覆辙。

张永伟表示：“要高度重视操作系统问题。在手机智能化时代，我们错过了发展国产操作系统的巨大机遇。而汽车操作系统的重要性远超手机操作系统，它不仅管理信息，还控制车辆的行驶及各种功能。但是目前自主汽车操作系统渗透率还很低，不足10%，大量智能汽车依赖外部操作系统，这些操作系统未来很可能需要切换，而切换成本极高，安全风险很大。”

智能电动车进入“好用+好玩”阶段

《中国经营报》：回顾智能手机发展历程，早期由于智能化水平低，产品只“好用”但不“好玩”，但随着技术的发展，手机厂商通过对消费者体验进行探索，手机经过数次OTA升级，发展到“既好用又好玩”的阶段，智能汽车是不是也遵循这个规律？

张永伟：回顾手机行业演进历程，早期的智能化往往带有一定的盲目性，很多智能功能“好用”但不“好玩”。相比之下，智能汽车很快走过了这个阶段，经过2—3年的发展，汽车智能化已经进入到比较理性的阶段，不仅关注“好用”，也关注“好玩”。

消费者对智能化的关注点从



张永伟
中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长

“有没有”进入到“好不好”的阶段，这样的变化意味着汽车智能化已经进入需要依靠真正的技术、产品体验才能赢得这场竞争的新阶段，继续沿用行业早期靠造概念、炒噱头来发展智能化的路是走不通的。

《中国经营报》：业内有个观点是，燃油车无法智能化，电车与智能化更匹配。对此，你怎么看？

张永伟：智能驾驶（L2级及以上）的渗透率在不到4年时间就已突破50%，特别是智能电“一体化”趋势，传统L2级辅助驾驶的普及率在油车、电车中都比较高，但到了更高级的智驾功能（如领航辅助驾驶），电车的优势就更加明显，也就是说电车与智能化的技术和产品有更高的适配度。

《中国经营报》：2024年是城市NOA的元年，高阶辅助驾驶能力也将成为衡量车企竞争实力的一个重要标准。消费端对智能化的接受度是怎么样的？

张永伟：智能化对消费者购车选择的影响越来越大。2024年，智能化已经成为新能源汽车消费者购车的第二个主要因素，这体现出市场需求也在拉动汽车智能化发展。

《中国经营报》：近日，理想汽车发布新的战略定位：不再仅仅是一家汽车制造企业，而是致力于成为一家AI企业。其战略转型的背景在于电动车市场的竞争已经从电动化转向智能化，而真正的智能化不仅仅是软件智能，而是AI赋能下的彻底进化。对此，你怎么看？

张永伟：这说明汽车智能化的边界进一步拓展。这个行业有一个有趣的趋势，智能汽车“在路上”叫智能汽车；“升上去”就是飞行汽车，就变成低空产业范畴。发展智能汽车可以立足汽车技术链与产业链，进一步发展聚合型的智能产业，低空经济、具身智能或者人形机器人技术就是代表，这会带来意想不到的溢出效应。

《中国经营报》：当前，全球汽车产业正处于深度变革期、洗牌期，汽车产业链、供应链和价值链有怎样变化？

张永伟：传统汽车价值链以制

造为中心，进入智能电动汽车时代以后，汽车产业链边界进一步拓宽。继生产制造之后，服务化将成为汽车价值链新高地。比如金融、保险、能源充电、数据与信息服务、检测认证、电池回收、二手车、国际化等。

所以新能源汽车的发展不仅影响着造车行业本身，对其上下游产业链、相关生态都有着深远的影响，与智能电动汽车相关的新产业、新服务、新业态也在加速涌现，带来了许多新的“赛道”机会。

《中国经营报》：你曾提到，智能化将带来新的增量，到“十五五”规划末至少有2万亿的增量。这些增量集中在哪些领域？

张永伟：这些增量主要集中在零部件领域。因此，发展智能化，不仅需要高度重视整车智能化，还要重点布局智能化的增量部件和升级型零部件行业。

最近我们的调研发现，传统零部件正在通过AI技术实现快速转型升级。例如传统汽车大灯在智能化加持下，价值从几千元跃升至1万、2万甚至高达3万元，并且供不应求。这仅仅是因为加入了智能化的控制技术，产品就得到了一次彻底的改变。

这表明汽车行业不是没有需求，关键在于供给方能否满足这种需求。如果汽车企业特别是零部件企业能根据需求推出高价值的智能化产品，就能实现供不应求。

《中国经营报》：智能汽车对芯片的需求量急剧增加，以前一款燃油车搭载约600颗芯片，现在每辆车至少需要3000颗芯片。前几年，汽车行业遭遇了“芯片荒”，这两年虽然不短缺了，但国产化水平仍不高，一些芯片面临被“卡脖子”的风险，对于汽车芯片的发展你有什么建议？

张永伟：走向智能化之后，汽车产业成了越来越具有半导体属性的产业。在电动化阶段，汽车的很多产值、利润是在电池环节。到了智能化时代，芯片将会像电池一样成为汽车的重要组成部分。未来，汽车产业可能会从“为电池打工”转变为“为芯片打工”。面对汽车芯片应用的日益广泛，我们提出了“一降两提升”的发展思路：

一方面，降低对先进制程的依赖度。尽管汽车芯片正逐步向先进制程迈进，但目前仍以成熟制程为主。汽车行业在追求芯片技术升级时，应避免走移动端的发展路径，即使是大算力计算芯片领域也要通过架构和设计创新，用成熟制程解决先进性问题，摆脱对先进制程的过度依赖，降低被外部技术“卡脖子”的风险。

另一方面，支持全球芯片企业在中国提升本土化。现在海外芯片在我国汽车上的占比接近90%。为了实现供应链的稳定性，我们需要提升跨国芯片企业在中国的本土化率。此外，要支持国内企业提升替代能力，增强国产芯片在汽车芯片中的占比。