掀起“一口价”风潮 燃油车打响“反击战”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

新能源汽车愈演愈烈的“价格战”之下，燃油车企业也加速革新。

乘联会最新数据显示，2025年2月，全国新能源乘用车市场走势超预期，共计零售69万辆。新能源车零售渗透率为49.5%，较去年同期提升15个百分点，但仍未过半。

《中国经营报》记者注意到，2025年，燃油车市场掀起新一轮“价格战”风暴，以上汽通用、上汽大众、吉利汽车、奇瑞汽车为代表的传统车企推出“一口价”策略，试图通过透明定价和低价争夺市场份额。例如，吉利汽车将A级轿车门槛下探至4万元级。

对此，多名业内人士表示，一方面，燃油车品牌试图通过“一口价”模仿新能源的定价逻辑，消除“价格不透明”的竞争短板；另一方面，传统燃油车因定价权分散导致价格体系混乱，主机厂需通过“一口价”收回定价权，防止终端价格战损害品牌形象。

与此同时，各大车企还在继续推动油电平权，试图补上燃油车在智能化方面的短板。例如，吉利宣布将会在后续所有产品的改款及新产品中使用全新3.0的电子电气架构，让所有的燃油车都能具备智能驾驶和智能网联功能。

工业和信息化部党组成员、副部长辛国斌在中国电动汽车百人会论坛（2025）上表示，行业企业把竞争重点从拼价格转到提质量、优服务上来，走可持续发展道路，从注重规模增长向注重规模和效益双提升转变。

2025年，众多车企针对燃油车车型推出“一口价”。图为别克2025款昂科威S白金版。 受访者/图

推出“一口价”大幅让利

燃油车“一口价”模式，对于提振销量的促进作用显而易见。

在国内造车新势力和“BBA”的双重冲击下，二线豪华汽车品牌代表的凯迪拉克可谓“腹背受敌”。相关数据显示，2024年，凯迪拉克销量仅为11.38万辆，同比下滑37.8%。

为此，凯迪拉克选择通过“一口价”模式大幅让利。2025年3月1日，全新CT5推出3款车型，限时一口价为21.59万—26.59万元，相比官方指导价最高降幅达8.4万元，相比旧款CT5起售价降价超7万元。

凯迪拉克相关负责人向记者表示，早在去年9月全新XT5上市时，凯迪拉克便已率先在豪华品牌中推出限时“一口价”政策。这一营销创新举措不仅降低了经销商的拷车成本，更是让消费者走进门店后能更充分体验产品，而非花大量精力在终端议价和门店比价环节。

记者从凯迪拉克方面了解到，全新XT5上市后，2024年12月终端销量6161辆，同比大涨114%。

同样因“一口价”销量大涨的还有别克。时间拨转至2024年9月，别克昂科威Plus推出16.99万元的“一口价”，销量从月均不足5000辆攀升至破万辆；2025年3月18日，别克2025款昂科威S白金版上市，同样推出“一口价”，其中25T白金版13.99万元，25T进享白金版14.99万元。

上汽通用汽车副总经理薛海涛表示，今年，燃油车市场预计依旧非常难。但对于别克来说，燃油车市场份额还有50%左右，是不能舍弃的市场，所以别克整体市场思路是“抢夺燃油车、突破新能源”。

此外，吉利汽车宣布第4代帝豪自动挡车型“一口价”5.89万元起，手动挡车型起售价4.89万元；奇瑞汽车也宣布，为旗下超30款车型推出限时“一口价”，其中爆款车型瑞虎8售价低至7.49万元。

“‘一口价’是由上汽大众在2024年8月成都车展上首次提出的。”上汽大众销售与市场执行副总经理、上海上汽大众汽车销售有限公司总经理傅强表示，现在可以看到越来越多的主机厂都在推“一口价”，从市场反馈来看就知道这一模式是比较好的，得到了用户、经销商和厂家三方的喜爱。

傅强也坦言，当市场发生变动、竞争更加激烈、量价不平衡时，一定会去寻找下一个平衡点，因此没有企业可以发布“一口价”后就不再调整。这也说明（首次）定“一口价”非常关键，定准后短期内最好不要再有变化。

价格体系更加透明

“一口价”对于主机厂大有裨益，能够进一步提升销售效率。

“在有‘一口价’之前，用户一直有这样的疑问，不知道这个车到底是什么价格，动不动有5万元、6万元的折扣，但折扣过后用户还觉得可能存在议价空间，所以‘一口价’可以打消用户顾虑。”傅强强调。

“‘一口价’对于主机厂也大有裨益，能够进一步提升销售效率。”资深汽车分析师张雷分析称，一是统一价格减少经销商内斗，避免跨区域价格博弈；二是短期内提振销量，同时为电动化转型铺路；三是通过“一口价”增加优惠力度，后续还可动态定价匹配市场需求，从而降低库存压力。

傅强表示，希望把经销商变成服务商，经销商只要为用户提供好的服务就可以获得佣金。“之前对于经销商的考核以销量为主，反而扰乱了市场价格。今年上汽大众对经销商考核，50%与经销商的服务质量挂钩。”

但由于燃油车品牌大多不是直营门店，市场依旧存在诸多乱象。凯迪拉克一直是陈鑫（化名）最为青睐的品牌，利用今年春节假期，他进入“试驾模式”，准备购入人生第一台车。“CT5颜值高，操控也强，但我却对它‘祛魅’了。”全新CT5发布后，陈鑫再次试驾，但他对销售方案并不满意。

陈鑫告诉记者，虽然全新凯迪拉克CT5的“一口价”相比老款降价不少，但到4S店却要求必须贷款，而且贷款少一些还不行，增加的利息导致优惠力度并没有想象中的那么大。

据上述凯迪拉克负责人透露，凯迪拉克所推行的“一口价”，均为全款“一口价”，没有任何门槛和限制条件，所有消费者进店即可享。此外，用户还可叠加丰富的购车权益，包括置换补贴、国家地方补贴、各种金融方案、保险补贴等不断做“减法”。

上述凯迪拉克负责人进一步表示，凯迪拉克也发现市场中存在各种五花八门“一口价”“惊喜价”，它们往往以五年分期价、全款分期价，以非常低的价格作为触点吸引用户进店后在所谓的“一口价”上不断做加法，让消费者的实际支出远超过宣传价格，可以说“套路”重重。

补齐智能化短板

燃油车仍旧是车企不愿轻易放弃的“领土”。

在2024年吉利汽车业绩发布会上，吉利汽车集团CEO、吉利汽车控股有限公司执行董事淦家阅表示，基于对全球市场的深度调研，吉利观察到尽管中国新能源渗透率领先全球，但欧洲及其他主要市场的新能源普及仍处于初级阶段，传统燃油车在相当长时期内仍将占据重要市场份额。

“吉利不会退出燃油车市场，我们认为客户需求一定是多元化的，吉利将始终秉持满足用户不同需求的企业宗旨。”淦家阅在中国电动汽车百人会论坛（2025）期间进一步表示，当国内新能源市占率达到60%时，吉利同步具备支撑40%燃油车市场份额的体系能力，将根据市场动态持续优化产品布局，不会实施渐进式收缩策略。

相比新能源车，智能化是燃油车的最大短板，不得不加快“补课”。“从2025年起，我们会让猎鹰智驾覆盖奇瑞全品牌的全系车型，涉及燃油车和新能源全动力，在全球市场同步推进。”近期，奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃表示。

据介绍，奇瑞猎鹰智驾分为三大系列，猎鹰500主打端到端大模型行泊一体智驾系统，支持高速NOA、城市记忆领航等高阶功能。猎鹰700则在前者的基础上算力大幅提升，支持高速NOA、城市NOA、代客泊车及车位到车位的全场景无缝融合。

“猎鹰900采用VLA+世界模型新一代智驾系统，具备L3级自动驾驶能力，为用户提供更高级别的智能驾驶体验。”奇瑞方面表示，到2025年年底，其将有30余款车型搭载猎鹰智驾，覆盖奇瑞全品牌全系车型，同样涵盖燃油车。

“吉利始终将燃油车业务视为核心优势领域，未来将持续加大战略投入。”据淦家阅介绍，吉利将聚焦产品、打造爆款，集中资源打造“星越L、星瑞、博系、缤系、帝豪系”五大产品序列，通过技术迭代与品质升级巩固市场地位。同时，加速燃油车智能化升级，实现油电技术平权。

淦家阅还表示，2025年，吉利将会让所有燃油车全面加快智能化和网联化进程。未来，燃油车将全面搭载Flyme Auto智能座舱系统，构建人车交互新体验。同时千里浩瀚的智能驾驶也将会赋能燃油车，真正做到油电同智。

“‘一口价’是燃油车在新能源浪潮下的生存策略，但其本质仍是过渡手段，长期需依赖燃油车智能化、产品力的提升和油电同权的政策支持。”张雷分析道。

车企智驾“贴身肉搏” 激光雷达企业成“香饽饽”？

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“车市竞争的上半场是电动化，下半场是智能化”，已然成为行业普遍共识。进入2025年，随着传统车企与造车新势力纷纷亮出自己的智驾战略，这一论断得到了更加切实的展现。

今年2月，比亚迪发布“天神之眼”高阶智驾系统，计划将高阶智驾下沉至10万元以下的车型，打响“智驾平权”第一枪。此后，长安、吉利、奇瑞等相继推出各自的智驾方案。

而在车企的智驾“贴身肉搏战”中，激光雷达作为自动驾驶的关键传感器之一，其重要性愈发凸显，市场需求在持续增长。如此背景下，激光雷达企业也迎来前所未有的发展机遇。

今年3月，华福证券研报指出，智驾平权将带来激光雷达需求的台阶式增长。数据表明，10万—20万元级别的新能源汽车是市场的主流消费区间，拥有庞大的消费群体。“因此，若激光雷达在此区间车型上实现标配，市场普及速度将快速提升，并打开巨大的市场发展空间。”

聚焦于市场竞争，当下的激光雷达行业已呈现出多元化的发展态势。以2024年为例，禾赛科技、速腾聚创、华为技术、图达通等激光雷达供应商的市场份额已经超过九成。

除车载外，不少激光雷达企业也将视角聚焦到机器人领域。针对智驾技术全面普及带来的发展机遇、公司跨市场发展的考量等问题，3月31日—4月1日，《中国经营报》记者分别以致电致函的方式联系禾赛科技、图达通等方面，但截至发稿，尚未收到相关回复。

激光雷达产业发展提速

作为全球汽车行业公认的“高阶智能驾驶元年”，2025年年初至今已有超过20家主流车企对外发布新一代的智驾战略、技术路径等各种信息。汽车行业的智能化竞争日趋激烈。

比如，奇瑞在3月18日发布猎鹰智驾系统，涵盖猎鹰智驾200、猎鹰智驾500、猎鹰智驾700、猎鹰智驾900四个版本。据悉，奇瑞2025年的全系车型都将搭载猎鹰智驾系统。

不久前，极氪千里浩瀚智驾发布三大核心科技成果，行业首创、全球首发G-AES通用障碍物连续自动避让功能，行业首个满血版车位到车位和面向未来的L3级智能驾驶技术架构。

而在车企智能化驾驶技术角逐日趋白热化之际，曾因“价格高昂”“应用小众”而备受质疑的激光雷达，凭借其超高清感知精度与全景环境建模能力，在暴雨、浓雾等极端场景下展现出的卓越稳定性，正获得越来越多主流车企认可，从而迎来了属于自己的高光时刻。

激光雷达搭载情况如何？盖世汽车研究院智能驾驶配置数据库的统计显示，2024年中国乘用车市场激光雷达标配量超过136万辆，搭载率由2022年的0.5%增加至2024年的6%。

对于激光雷达行业的未来发展前景，北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔表示，目前，大部分车企在智能驾驶领域的主要技术路线离不开激光雷达的辅助，它们主要采用“激光雷达+多传感器融合”的解决方案。不过，也有少数车企，如特斯拉、极氪、小鹏等，选择采用纯视觉方案，主要依赖摄像头与AI算法实现环境感知。“在当前阶段，随着智驾平权的推进，激光雷达的市场需求也会持续攀升，行业未来发展前景被普遍看好。”

此外，华福证券研报也指出，2025年，汽车行业正经历着一场颠覆性的变革，“全民智驾”时代加速到来。继2月10日比亚迪发布智驾平权方案后，国内各大车企快速跟进，推进智能驾驶功能普及，吉利、奇瑞等大厂的跟进意味着全民智驾的到来。“在这场变革中，激光雷达作为智能驾驶的核心技术，也迎来了前所未有的发展机遇，驶入了发展的快车道。”

张翔称：“激光雷达行业本身也在不断发展和升级。产品形态从最初的机械式，逐步向固态、半固态及相固态方向升级。每次技术升级，都可能重塑市场格局，催生新的行业巨头。”

逐渐形成垄断格局

激光雷达行业正逐渐形成垄断格局。盖世汽车研究院乘用车智能驾驶配置数据库数据显示，2024年，速腾聚创、禾赛科技、华为技术、图达通四家公司的合计市场份额超过99%。

“激光雷达行业存在显著的规模经济效益。当头部企业的规模不断扩大时，其采购成本和生产成本会随之降低，利润则会相应提高。长此以往，行业门槛会不断提高，市场格局逐渐稳固，新企业进入的难度也随之增大。从这方面来看，激光雷达行业与动力电池行业具有相似性。当发展到一定阶段，可能会形成少数企业主导甚至垄断的市场格局。”张翔补充道。

禾赛科技2024年全年营收20.8亿元，其中第四季度营收7.2亿元。全年激光雷达总交付量为501889台，同比增长126.0%；其中第四季度交付量达222054台，同比增长153.1%。

国内市场，禾赛科技ATX正被众多主机厂客户规划为2025年量产车型的标配。截至目前，禾赛科技已与22家国内外汽车厂商的120款车型达成量产定点合作关系。据公开数据，2024年中国市值最高的10家汽车制造商中，有9家已经与禾赛科技达成了量产定点合作关系。

3月31日，速腾聚创也对外发布了2024年业绩财报。财报显示，2024年全年公司总收入约为16.5亿元，同比增长47.2%。经调整净亏损约为3.96亿元，同比下降约8.9%。

截至2024年12月31日，速腾聚创已成功取得28家汽车整车厂及一级供应商的95款车型的量产定点订单，并为12名客户的32款车型实现SOP（Start of Production，生产启动）。与此同时，速腾聚创与全球310多家汽车整车厂和一级供应商建立了合作关系。2024年，来自用于ADAS（Advanced Driving Assistance System，高级驾驶辅助系统）应用的激光雷达产品的销售收入由2023年的人民币7.77亿元增加至13.353亿元，同比大幅增长71.8%。

记者注意到，成本的下降，或是激光雷达得以广泛应用的重要原因之一，多家激光雷达企业推出了千元级别的产品。在2025中国电动汽车百人会论坛上，速腾聚创执行董事兼CEO邱纯潮接受采访时就指出，过去10年，激光雷达价格从七八万美元降至如今低于200美元。

对于激光雷达成本的降低，盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，激光雷达成本下降将极大地改变激光雷达行业的市场竞争格局。成本的降低意味着更多的车企能够负担得起激光雷达，这将促使激光雷达市场迅速扩大，吸引更多的参与者进入，加剧市场竞争。同时，成本的降低也将使得激光雷达在自动驾驶汽车中的普及率大幅提升，推动自动驾驶技术的发展。

卡位机器人赛道

面对火爆的机器人赛道，很多企业都在跨界布局。车企方面就包括特斯拉、上汽、奇瑞、小米等，零部件企业包括均胜电子、三花智控等，激光雷达企业同样也在深耕机器人赛道。

“我们已将激光雷达硬件和感知解决方案应用用例广泛扩展到汽车行业以外，如农业机器人、检测机器人、物流机器人、V2X解决方案和真值解决方案。截至2024年12月31日，我们已为机器人及其他非汽车行业的大约2800名客户提供服务。”速腾聚创表示。

在出货量方面，相关数据显示，截至2024年12月31日，速腾聚创的激光雷达产品、用于ADAS应用的激光雷达产品、用于机器人及其他产品的激光雷达产品的销量分别为约54.42万台、51.98万台及2.44万台，分别较2023年度增加约109.6%、113.9%及47.0%。

记者注意到，禾赛科技同样深度布局机器人赛道。今年1月，禾赛科技在CES 2025上发布面向机器人领域的迷你型超半球3D激光雷达JT系列，并宣布已开始向客户量产交付。

JT系列可广泛应用于人形机器人、配送机器人、清扫机器人、AGV、港口物流自动化、静态感知等领域。2024年12月，禾赛科技面向机器人市场单月交付激光雷达已超过2万台。

对于2025年发展规划，禾赛科技称，公司激光雷达交付量预计2025年将提升2至3倍，达120万至150万台。值得注意的是，其中机器人领域激光雷达交付量预计将达近20万台。

谈及激光雷达企业相继布局机器人领域，江瀚表示，激光雷达企业纷纷布局机器人市场是行业发展的必然趋势。

随着机器人技术的不断进步和应用场景的拓展，机器人对高精度、高可靠性的感知技术需求日益增长。“激光雷达作为一种重要的感知技术，在机器人领域具有广阔的应用前景。因此，激光雷达企业布局机器人市场是顺应行业发展趋势的必然选择。”江瀚补充道。