

自主品牌加速崛起 六大车企半年销量破百万

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“从发布的运行数据看,(今年)上半年汽车市场延续良好态势,多项经济指标同比均实现两位数增长。这是最近几年来,上半年运行表现最稳的一年。”日前,在2025中国汽车论坛上,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋如是坦言,“这是非常来之不易的。”

中国汽车工业协会数据显示,2025年1—6月,我国汽车产销分别完成1562.1万辆和1565.3万辆,同比分别增长12.5%和11.4%。这也是我国汽车历史上同期产销首次均超过1500万辆。其中,新能源汽车产销分别完成696.8万辆和693.7万辆,同比分别增长41.4%和40.3%。

在汽车行业整体向好、市场需求持续释放的大背景下,多家主流车企近期陆续披露了 2025年上半年

龙头车企上半年销量亮眼

2025年上半年,多家汽车集团表现亮眼,销量突破百万辆大关。

2025年上半年,中国车市竞争激烈,比亚迪、上汽、一汽、吉利、奇瑞等车企集团表现尤为亮眼,销量均突破百万辆大关,其中比亚迪和上汽突破200万辆。

具体来看,比亚迪上半年汽车销量 214.6 万辆,同比增长 33.04%。紧随其后,上汽上半年实现整车批售 205.3 万辆,同比增长 12.4%,自年初起已连续六个月保持销量同比正增长。

上汽方面表示,今年上半年,上汽通过全面深化改革、加快创新转型,自主品牌、新能源、海外市场“新三驾马车”均有不俗表现。上汽自主品牌销售 130.4 万辆,同比增长 21.1%,占公司销量比重达 63.5%,同比提升 4.6%;新能源车销售 64.6 万辆,同比大增 40.2%;海外市场努力克服各种不利因素,实现销售 49.4 万辆,同比增长 1.3%,稳步回升向好势头明显。

《中国经营报》记者了解到,自主品牌是上汽今年上半年销量增长的核心驱动力。相关数据显示,今年上半年,上汽乘用车销售 36.8 万辆,同比增长 9.8%,国内市场销量更是同比大增 54.7%;上汽大通销售 10.7 万辆,同比增长 11.2%;上汽通用五菱则销售 75.3 万辆,同比增长 32.2%。

在自主品牌高歌猛进的同时,上汽旗下的合资阵营亦交出一份可圈可点的“期中答卷”。上汽大

年的销量数据。从已公布的成绩单来看,多家车企均交出了不错的“成绩单”。

在 2025 年上半年的汽车市场激战中,头部车企的表现格外引人注目,比亚迪、上汽集团、一汽集团、吉利汽车、长安汽车、奇瑞汽车 6 大车企集团集体迈入“百万辆俱乐部”。

造车新势力市场竞争格局也得以重塑。2025 年上半年,零跑汽车累计交付 22.17 万辆,稳居新势力阵营第一。理想汽车和小鹏汽车则分别以 20.38 万辆、19.72 万辆的交付量紧随其后。

对于车市下半年的走势,华创证券研报表示:“7—8 月行业进入传统淡季,但我们预计下半年终端市场有望继续旺销,叠加‘反内卷’以及近期行业去库存,下半年价格战风险下降。”

众方面向记者提供的数据显示,2025 年上半年,其终端销量达 52.3 万辆,同比增长 2.3%。

奇瑞今年上半年销量创历史同期新高,集团半年销售汽车 126 万辆,同比增长 14.5%;且以历史最快速度,5 个月实现销量过百万辆。截至 6 月底,奇瑞累计全球用户超过 1698 万户。

吉利控股集团上半年总销量 193 万辆,同比增长 30%。其中,新能源销量 100.1 万辆,同比增长 73%,新能源渗透率 52%。吉利控股集团整车销量已连续三个季度稳超 90 万辆。

记者了解到,吉利汽车控股有限公司(0175.HK,以下简称“吉利汽车”)上半年销量达 140.9 万辆,同比增长 47%,新能源(含吉利、领克、极氪)总销量 72.5 万辆,同比增长 126%。基于上半年的销售表现,吉利汽车决定将原定全年销量目标由 271 万辆增至 300 万辆。

吉利控股集团方面对外表示,按品牌来看,今年上半年,吉利银河销量为 54.8 万辆,同比增长 232%,年度“百万银河”销量目标达成进度已过半;领克品牌销量为 15.4 万辆,同比增长 22%;极氪品牌销量为 9 万辆。“在燃油领域,吉利中国星今年上半年累计销量达 61.6 万辆,连续 16 个月稳居自主品牌第一,进一步巩固了吉利在燃油车领域的行业领先地位。”

新能源汽车仍“高歌猛进”

新能源汽车已经成为我国汽车市场的主导力量。

今年上半年,我国新能源汽车依旧保持着高增长态势。中国汽车工业协会数据显示,2025 年 1—6 月,新能源汽车产销分别完成 696.8 万辆和 693.7 万辆,同比分别增长 41.4%和 40.3%。

在行业整体向好的环境下,各大车企凭借技术迭代与产品升级的持续发力,均取得了颇为亮眼的市场成绩。比如上汽,今年上半年新能源汽车累计销售 64.6 万辆,同比增长 40.2%。

奇瑞新能源增速迅猛,“油电协同”和智能化战略持续构建新优势。上半年奇瑞集团推出的全新产品中,新能源全新车型占比 83%。在风云 A9L、风云 T8、星纪元 ET、山海 T1、iCAR V23、智界 R7 等产品带动下,集团上半年销售新能源汽车 35.9 万辆,同比增长 98.6%。

记者了解到,吉利控股集团今年上半年累计新能源销量已破百万辆,创历史新高,吉利在新能源领域的规模化优势持续巩固,领跑行业转型。仅以沃尔沃汽车(VOLCAR—B.ST)为例,其今年上半年销量 35.4 万辆,其中新能源车全球销量 15.5 万辆,新能源渗透率 44%。

吉利控股集团方面表示,今年上半年,根据《台州宣言》精神,吉利控股持续推动汽车业务整

“内卷式”竞争态势缓解

我们更要品牌,更要创新,更要管理的变革,更要质量和服务的升级。

“这段时间以来,‘反内卷’工作取得了积极进展,行业主流车企也主动作为,加强自律,特别是快速采取了实质性举措带头维护供应链稳定,维护供应商利益。当前,‘反内卷’治理工作还在不断深化。”谈及车市“反内卷”,付炳锋在 2025 中国汽车论坛上如是说道。

众所周知,这几年中国车市的竞争日趋激烈。从最初的价格战硝烟弥漫,到后来的配置军备竞赛愈演愈烈,这种过度聚焦短期市场争夺的竞争模式,侵蚀了汽车产业链的健康生态。

乘联分会秘书长崔东树指出,2024 年汽车行业利润总体表现不强,销售利润率仅有 4.3%,较



2025年上半年,6家车企销量突破百万辆,其中上汽销售205.3万辆,同比增长12.4%。

夏治斌/摄影

合,回归一个吉利。这是吉利控股聚焦汽车主业、提升资源利用效率、深化品牌协同的重要步骤,有利于提高创新能力与盈利能力,强化吉利在智能新能源汽车领域的全球竞争力。

聚焦到造车新势力上,零跑汽车上半年累计交付 22.16 万辆,同比增长 156%。理想汽车上半年交付 20.38 万辆紧跟零跑。小鹏汽车上半年销量为 19.72 万辆,已超去年全年销量。

而作为曾在“蔚小理”第一梯队中占据领跑位置的蔚来汽车,其上半年的市场表现则相对平稳。记者从蔚来汽车方面获悉,其上半年累计交付新车 11.4 万辆,同比增长 30.57%。

“我国汽车产销规模连续两年跃升 3000 万辆台阶,新能源汽车快速发展,年产销突破 1000 万辆。到目前为止,新能源汽车保有量占比达到 10%。展望全年,新能源汽车销量预计将达到 1600

万辆,新车销量占比有望超过 50%。”付炳锋在 2025 中国汽车论坛上如是说道。

付炳锋还表示:“新能源汽车已经成为我国市场的主导力量,标志着我国电动化转型升级上升到稳态发展的高度,顺利完成第一阶段产业与市场结构的调整,实现了从传统燃油车主导到新能源汽车引领的历史性跨越,为全球汽车产业转型发展提供了可行经验。”

车企争抢乾崑智驾 “华系SUV”暗战升级

中经记者 张家振 武汉报道

华为乾崑智驾和鸿蒙座舱,已经不是“界字辈”车型的专属。

随着自主新能源品牌“All in 智能化”趋势蔓延,多家车企正积极拥抱华为,争抢最新版华为乾崑智驾上车先机。“华系 SUV”暗战也一触即发,售价已从 30 万—50 万元价格区间下探到 20 余万元。

7 月 12 日正式上市的岚图 FREE+便是典型案例。据了解,行业首搭华为乾崑智驾 ADS 4 与鸿蒙座舱 HarmonySpace 5 的岚图 FREE+共推出 3 款车型。根据计划,华为乾崑智驾 ADS 4 将在岚图 FREE+开启交付 3 个月内实现首批 OTA 升级。

《中国经营报》记者在采访中了解到,目前,除了与华为鸿蒙智行强关联的“五界”(问界、智界、享界、尊界、尚界)外,搭载乾崑智驾和鸿蒙座舱的车型还在加速扩张,并已从轿车、SUV 拓展到 MPV 甚至越野赛道。

今年,国内智能辅助驾驶系统正进入大规模普及期。不过,有业内人士分析认为,在大部分主流车企均将和华为合作的情况下,乾崑智驾系统将不再局限于鸿蒙智行旗下产品,抢占最新版智驾系统上车先机也成为相关车企增强产品吸引力的重要手段。市场定价和客群定位类似的车型竞争也将更趋激烈,能否带来“问界式”的销量大幅提升“神话”还是未知数。

东风系快速提升“含华量”

据了解,同属东风汽车高端自主新能源序列的猛士科技,也正全面拥抱华为智驾。

7 月 17 日,猛士科技旗下继猛士 917 之后的第二款民用车型——猛士 M817 开启预售,Pro 版售价 32.99 万元,Max 版售价 35.99 万元。

猛士 M817 也是猛士科技与华为合作打造的首款全栈华为智能越野 SUV,主要聚焦城市通勤、近郊出游、长途穿越等场景。新

销量“神话”能否复制?

据了解,华为智能汽车解决方案在 2021 年开启商用,合作车型开始上市。2024 年 4 月,华为乾崑品牌正式发布,至今共经历了三大版本的更新。

“目前,乾崑智驾的活跃用户已经突破 70 万人,累计智能辅助驾驶里程突破 35 亿公里,智能辅助泊车累计使用 2.3 亿次。”华为智能汽车解决方案 BU CEO 靳玉志表示。

在这一过程中,最早推出问界品牌的赛力斯无疑成为最大受益者。相关数据显示,问界品牌已推出 M5、M7、M8、M9 四大系列车型,用户总数突破了 70 万大关。

搭载华为乾崑智驾与鸿蒙座

车除搭载最新版的华为乾崑智驾 ADS 4 和 鸿蒙座舱 HarmonySpace 5 外,还包括乾崑车控、乾崑车云和鲸鲮通信等全套华为智能汽车解决方案。

“中国越野 SUV 已进入智能越野新时代。”猛士科技总经理、CEO 曹东杰表示,通过高阶智能技术与新能源越野技术融合,智能越野将更好满足用户可城可野、全场景适用的需求。

事实上,在猛士 M817 之前,岚图汽车旗下的岚图梦想家、岚图 FREE+ 和全新岚图知音均已宣布投入华为智驾怀抱。作为备受市场关注的“华系 SUV”,岚图 FREE+ 全系标配最新华为乾崑智驾和鸿蒙座舱,华为乾崑智驾 ADS 4 将在开启交付 3 个月内实现首批 OTA 升级。

此外,搭载华为最新一代乾崑智驾 ADS 4 与鸿蒙座舱 Harmo-

nySpace 5 的全新岚图知音也将于今年 8 月底上市。全新岚图知音由岚图汽车与华为双方技术团队历时 13 个月打造,并对智能驾驶、智能座舱、智能底盘、三电系统与座舱舒适性五大板块进行了联调联试。

目前,“五界”尚未搭载华为乾崑智驾 ADS 4 和鸿蒙座舱 HarmonySpace 5。作为华为鸿蒙智行“五界”之外的品牌,岚图汽车如何抢占华为最新智驾上车

的先机,快速提升“含华量”?

对此,岚图汽车 CEO 卢放回應称,坦率地讲,他们(指华为)内部肯定也要评价哪个项目成长性更好,在市场上卖得更好,哪个团队最有干劲,匹配合作最好等因素,内部其实也是一种资源竞争关系。“此外,岚图汽车在跟华为合作时,能够消耗比较少的资源,也就是有更高的效率,这不是一般企业能做到的。”

舱的全新岚图梦想家乾崑版自上市以来,销量也得以快速攀升。今年 6 月,岚图汽车实现单月销量 10053 辆,同比增长 83%。岚图梦想家以 8300 辆的销量成为新能源 MPV 市场销量冠军,单车平均成交价超 39 万元。

不仅如此,在央企东风造车基因和华为乾崑智驾加持下,岚图 FREE+ 也取得了良好开局,在正式上市 15 分钟后,搭载华为“全家桶”的岚图 FREE+ 大定锁单即超万辆,达到 11583 辆。

华为智驾的品牌号召力还在持续显现。根据猛士科技方面发布的信息,猛士 M817 在 7 月 17 日开启预售 1 小时后,小定数量就已

达到 9713 辆。

而随着华为智驾业务不断推进,与华为合作的车企也越来越多。据不完全统计,截至今年上半年,已有 11 家汽车集团采用华为乾崑智驾方案,合作的汽车品牌超过 15 个。除华为鸿蒙智行合作推出的智选车品牌“五界”外,达成战略合作的车企还包括阿维塔、东风汽车旗下的岚图汽车和猛士科技,以及上汽通用五菱和奇瑞捷途等。

不只是竞争激烈的 SUV 市场,多款豪华越野产品也将投入华为智驾怀抱。据了解,除了开启预售的猛士 M817 外,捷途汽车旗下的捷途纵横 G700 也已官宣

将搭载华为乾崑智驾系统,预计将于今年三季度举办上市发布会。

值得关注的是,合作车企已不再局限于新能源汽车领域,一汽奥迪和上汽奥迪推出的新产品也将搭载华为智驾。据靳玉志介绍,即将上市的奥迪 A5L sport back 是全球首款搭载华为乾崑智驾的燃油车,奥迪 Q6L e-tron 也将搭载该技术。“随后,奥迪 A4、A5、Q5 这些主流车型都会全部搭载华为乾崑智驾。”

不过,随着合作车企越来越多,同样搭载乾崑智驾和鸿蒙座舱的车型如何实现差异化竞争、如何避免相互内耗也是业界关心的问题。

目前,尽管问界依然是鸿蒙

智行的销量主力,但销量已呈现出下滑趋势。而在华为和奇瑞汽车合作打造的智界品牌中,智界 R7 的销量已由今年 1 月的 11422 辆下滑至 6 月的 3194 辆;另一款车型智界 S7 市场表现也有待进一步提升,今年上半年累计销量仅 4503 辆,单月销量已由今年 1 月的 1088 辆下降至 6 月的 491 辆。

上述业内人士分析称,中国汽车品牌之间的竞争正进入到生态竞争阶段,在车企集体“All in 智能化”背景下,仅某项智驾技术领先很难筑成品牌的“护城河”。相关车企打造差异化产品的同时,还需要在生产制造、供应链体系、用户服务、场景生态等方面提升竞争力。