

决胜“十四五” 打好收官战

# “十四五”五年跃迁：中国汽车以正向设计重塑竞争力

中经记者 尹丽梅 张硕 北京报道

10月20日至23日,党的二十届四中全会召开,审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》,明确了未来5年中国经济社会发展的“路线图”。这一时间节点的到来,意味着“十四五”即将画上句号。

## 跃升与爆发尤为明显

“十四五”时期,中国汽车产业的爆发是显而易见的,这种爆发也体现在高端化的大力开拓上。

“‘十四五’这5年,中国汽车总量在持续增长,年销量从2023年的3009万辆、2024年的3143万辆,至今年的预计3400多万辆,连续创下历史新高。新能源汽车的爆发也是在最近这5年。2020年,我国新能源汽车的销量仅约136万辆,而2025年全年销量规模预计将达到1650万辆。5年时间,中国品牌乘用车市占率从2020年6月的30%左右增长至目前的约70%;汽车出口亦实现里程碑式突破,出口量从过去十几年长期徘徊的百万辆级别,自2021年起一路攀升至去年的580多万辆,今年预计可能接近700万辆。”针对“十四五”时期中国汽车产业交出的答卷,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)专务副秘书长许海东对《中国经营报》记者如是表示。

“‘十四五’时期,中国汽车产业的爆发是显而易见的,这种爆发也体现在高端化的大力开拓上。”许海东补充道。

这是一个较为明显的变化。在“十四五”期间,中国汽车产业不再仅仅追求产量、规模,而是重点向技术含量更高、品牌价值更强、智能网联转型力度更深、产业链更完善的方向发展。

在这个过程中,自主品牌加快了高端化突破的步伐,通过技术、设计以及电动化、智能化提升抢占中高端市场。具体来看,一方面,主流自主高端品牌的产品攻入传统豪华车腹地。从市场层面看,自主品牌在30万元—50万元价位的产品供给显著增加,其中

今年是“十四五”规划的收官之年。5年来,中国汽车产业发展取得了新的重大成就。这从国新办近期举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上披露的一系列数据中可见一斑:“十四五”期间,我国新能源汽车产量从2020年的140万辆左右跃升到2024年的1300多万辆,销量亦实现同期增长,市场规模大概

翻了三番多。新能源汽车的销售占比从2020年的5.4%提升到40.9%;行业企业加大投入,攻克了一批技术难题,显著提升了产品的质量性能。譬如,纯电动乘用车平均续航里程接近500公里,动力电池单体成本降低了30%,但寿命提高了40%,充电速率也提升了3倍多,具备组合辅助驾驶功能的乘用车新车占比从2020年的

16.2%提升到今年上半年的62.1%。

“十四五”时期,哪些因素促成了中国汽车产业的快速发展?有哪些经验值得借鉴?新的五年计划启动在即,面对复杂多变的外部环境和国内市场消费不振的内部压力,中国汽车产业应如何走出低价无序竞争,实现质的提升?临近年底,业内外对上述问题的关注热度持续提升。



“十四五”期间,汽车出口一路攀升,今年预计可能攀升至近700万辆。

本报资料室/图

理想、问界、岚图、极狐、小鹏、蔚来等品牌构成主力阵营。这些品牌推出的车型在智能驾驶、交互体验、空间设计等维度上确立差异化竞争优势。

另一方面,中国企业向国际知名汽车品牌“反向输出”技术。譬如,宝马在中国市场深度融合了华为鸿蒙生态;大众汽车集团与小鹏汽车推进跨国技术合作,同时其基于小鹏平台研发的两款车型预计于2026年在中国市场投放;东风日产与国内智能驾驶企业Momenta达成深度合作,共同推出基于端到端智驾大模型的高阶智能驾驶方案;丰田汽车联合

Momenta开发高阶智驾。

此外,在国际市场开拓上,中国汽车品牌“出海”正从早期单一的贸易模式向“品牌出海”“生态出海”升级。从“走出去”“走进去”“走上去”逐级升级,推进本地化生产和研发,实现技术标准和品牌价值的全球输出。

“中国汽车产业在这5年中实现了爆发式发展,核心在于中国汽车企业具备了正向设计能力。我们知道了如何去正向设计汽车,如何把车的质量做好,并且具备了相应的检验检测体系去保证产品品质,这是中国车企能够在高

端化方面实现突破的基石。”许海东称,在此基础上,新势力车企加入“战局”,使得中国汽车品牌能更好地做到精准洞察年轻消费者的需求,并且做到快速响应,使得产品迭代速度空前,市场竞争力加速提升。

许海东指出,以新能源汽车为例,今年9月,各级别车型均实现正增长,其中C级和D级高端车型增速尤为显著。这表明,中国品牌通过新能源路径实现产品高端化的策略已被市场接受。与此同时,在出口市场,高端新能源车型也受到了海外消费者的青睐。

# 全面转向直营渠道 魏牌销量能否进一步突围?

中经记者 陈茂利 张硕 北京报道

“我们(魏牌)正在转直营(DTC模式),之前是经销商在售,马上就只能直营店销售了。我们门店的牌子也会改成魏牌新能源,我的工牌马上也要改了。”杭州长城汽车智选门店销售人员指着自已的工牌对《中国经营报》记者说。

据市场信息,坦克品牌正从与魏牌品牌共用的渠道中撤出,而魏牌则计划于10月底前全面采用直营模式。此次变革背后的具体考量及其对品牌可能产生的影响,已成为业界关注的焦点。就以上问题,记者向魏牌品牌公关致函询问,但在发稿前未收到答复。

“魏牌成立以来经历几次定位调整,品牌心智尚未稳固。直营模式能让品牌直接掌控用户触点、统一价格体系和服务体验,从而建立高端形象,摆脱经销商导向的传统印象。”汽车新四化产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚接受记者采访时表示,“如果直营体系能跑通,它将成为长城向智能化、用户型企业转型的重要分水岭;但若执行不力,也可能在短期内带来渠道震荡与成本压力。

长城官方数据显示,2025年1—9月,魏牌销售63593辆,同比增长96.35%。

## 全面转向直营模式

魏牌是长城于2016年成立的高端品牌,以董事长魏建军姓氏命名,旨在突破中国品牌价格天花板。成立最初两年,旗下VV系列产品凭借创新设计和配置获得市场关注,销量表现强劲。2018—2020年,虽然产品线不断丰富,但整体销量与品牌影响力遭遇挑战。2021年,长城魏牌作出决定停售燃油车,全面转向高端新能源。宣布转型后,魏牌陆续推出蓝山、高山等车型。

近日,有消息称,长城汽车对其直营服务品牌“长城智选”作出调整,展厅内仅保留魏牌旗下车型,坦克700撤出,且“长城智选”将更名为“魏牌新能源”。上述销售

人员向记者确认了这一消息。

公开资料显示,长城智选是长城旗下的直营销售体系,于2024年4月发布,旨在对标国内新势力品牌。长城智选门店布局在城市核心商圈附近,主要销售魏牌和坦克旗下高端的车型。

魏牌车型虽然在长城智选直营服务体系中销售,但也授权经销商销售。今年4月上海国际车展期间,魏牌CEO冯复之、执行副总经理谭建在与媒体对谈时谈及两种渠道的协同优势。

冯复之表示,直营体系聚焦商超等高流量场景,而经销商则依托区域优势,双方通过数字化系统实现客流与服务的双向导流,最终形

## 减少渠道内耗

“经销商模式是汽车行业沿用了数十年的主流模式。汽车厂商通过授权各地经销商进行销售,经销商需要自行投入资金建设符合标准的4S店,并从厂家批量买断车辆,存入库存。”北京一位传统车企品牌经销商告诉记者,“该模式下,库存压力以及建店成本由经销商承担。定价方面,厂家虽然给出指导价,但最终成交价由经销商决定,这导致了不同门店、不同销售人员的价格可能存在差异,消费者需要货比三家甚至讨价还价,最后成交。客户数据和服务体验也主要由经销商掌握。”

而直营模式是近年来随着新能源汽车发展才盛行的一种销售模式。由特斯拉开创,并被众多新势力和传统品牌效仿。该模式下,汽车厂商需自建直营门店和线上订购系统。消费者直接通过官方App或网站下单,价格统一透明,车辆通常由品牌方直接从工厂发货或运至统一交付中心。

在当前汽车行业渠道变革的浪潮中,“直营+授权”的双销模式正成为众多车企的战略选择,一些传统车企从最开始质疑、观望,开始试水直营模式。造车新势力也走向授权经销,在直营模式之外,引入经销模

式加速覆盖二线及以下城市。

小米汽车在其首款车型SU7的发布与推广中,便同步启动了直营与授权经销双线并行的渠道策略,旨在实现品牌形象塑造与市场规模快速扩张之间的有效平衡。

然而,两种模式共存也面临突出挑战,如何实现直营店与经销商在同一区域、同一产品上的价格协同。一旦出现价格不统一,渠道之间就容易从“共同做大市场”转向“相互争夺客户”,引发内部资源消耗。

在业内人士看来,魏牌全面转向直营可能也有减少渠道内耗的战略意图,专心打造品牌。按照魏牌

## 走向“十五五”

《汽车行业稳增长工作方案》指出,要落实好新能源汽车车辆购置税、车船税减免优惠政策,保障平稳有序过渡。

10月23日,《中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议公报》(以下简称“《公报》”)发布。《公报》指出,要扎实推动高质量发展;统筹国内国际两个大局;加快高水平科技自立自强,加强原始创新和关键核心技术攻关,推动科技创新和产业创新深度融合;大力提振消费,扩大有效投资,坚决破除阻碍全国统一大市场建设卡点堵点,深入实施提振消费专项行动;坚持智能化、绿色化、融合化方向;积极扩大自主开放,推动贸易创新发展,拓展双向投资合作空间,高质量共建“一带一路”。

由此可见,“十五五”时期,推动汽车产业实现高质量发展,加快出口步伐,关键核心技术攻关,提振消费,智能化、电动化融合发展,仍将是中国汽车产业的重点发展方向。

值得关注的是,已有事关中国汽车产业发展的顶层纲领文件在近期发布。上个月,工业和信息化部、商务部等八部门联合印发的《汽车行业稳增长工作方案(2025—2026年)》(以下简称“《汽车行业稳增长工作方案》”)指出,汽车产业是推动新一轮科技革命和产业变革的重要力量,是建设制造强国的重要支撑,是国民经济的重要支柱。当前,外部环境更趋复杂严峻,单边主义、保护主义加剧,冲击产业链供应链稳定;国内经济回升向好基础还不稳固,有效需求不足、市场无序竞争等问题挑战仍然存在,行业稳增长任务依然艰巨。

《汽车行业稳增长工作方案》指出,接下来,2026年汽车行业的发展目标是运行保持稳中向好发展态势,产业规模和质量效益进一步提升。

具体来看,《汽车行业稳增长工作方案》指出,要加快新

能源汽车全面市场化拓展。持续组织开展新能源汽车下乡活动和县域充电设施补短板试点,提升乡村居民用车电动化水平。落实好新能源汽车车辆购置税、车船税减免优惠政策,保障平稳有序过渡;进一步加大力度促进汽车消费;推动智能网联技术产业化应用,推进智能网联汽车准入和上路通行试点,有条件批准L3级车型生产准入;加快突破汽车芯片、操作系统、人工智能、固态电池等关键技术;持续开展“中国汽车品牌向上发展”专项行动,加快培育具有国际竞争力的中国品牌;加强行业监管,加大标准宣贯实施力度,提高生产一致性监督检查效能,进一步规范汽车产业竞争秩序。

中汽协副秘书长陈士华向记者分析称,《汽车行业稳增长工作方案》从着力扩大国内消费、持续提升供给质量、优化产业发展环境、提升国际开放合作水平4个维度,提出了15条工作举措,为汽车行业的稳增长和高质量发展指明了路径,为汽车市场持续向好提供了措施保障。

当前,百年变局加速演进与新一轮科技革命深度交融,汽车产业电动化、智能化正在逐步深入。这既是挑战,更是我国从汽车大国迈向汽车强国的战略机遇期。工业和信息化部副部长辛国斌近日在一场行业大会上指出,要推动人工智能与汽车产业创新深度融合,加强新一代电子电气架构、大算力芯片等关键技术突破。深入推进“车路云一体化”应用试点,支持共建可信数据空间。完善政策体系,加快组合驾驶辅助、自动驾驶等相关标准制定,优化生产准入管理制度,规范产业竞争秩序。