

# “十四五”收官战将落幕 汽车业锚定“十五五”谋转型

中经记者 陈燕南 北京报道

当 2025 年“金九银十”车市旺季的数据落定，中国汽车“十四五”的收官战也即将落幕。在“十五五”规划建议中“坚持智能化、绿色化、融合化方向”的锚定下，这场由政策与市场双轮驱动的变革，正深刻重塑着全球最大汽车市场的竞争格局，或将带领中国汽车冲向更广阔的市场。

《中国经营报》记者注意到，10 月份，车市呈现“总量增长”的鲜明特征：油电协同发展，自主车企集体冲刺高端化。进入 11 月，记者在进博会上观察到，不少跨国车企也在拥抱中国科技，

## 政策市场双轮驱动 车市增长超预期

以旧换新、购置税减免等政策延续有效激活了汽车大市场。

2025 年，中国车市的“热度”从年初延续至今，10 月作为旺季收官节点，再次验证了市场的强劲韧性。

在业内人士看来，除了市场旺季规律，车企冲刺年度目标也是成就销量新高的关键。据统计，销量前 10 的汽车集团有 9 家公布了年度销量目标，其中 3 家前三季度完成了全年目标的 70% 以上。

中汽协数据显示，今年 9 月，我国汽车产销分别完成 327.6 万辆和 322.6 万辆，环比分别增长 16.4% 和 12.9%，同比分别增长 17.1% 和 14.9%，汽车产销历史同期首次超过 300 万辆，月度同比增速已连续 5 个月保持 10% 以上。1—9 月，我国汽车产销量分别完成 2433.3 万辆和 2436.3 万辆，同比分别增长 13.3% 和 12.9%。其中，新能源汽车产销量均超过 1100 万辆，同比增长均超过 30%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的 46.1%。燃油车市场也显现回暖迹象，

加速智能化，实现协同发展。

谈及今年车市的表现，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）专职副秘书长许海东用一个“出乎意料”阐述了他的观点：“照此趋势，今年车市全年销量超过 3400 万辆已无悬念，这比协会年初的预测高出了 100 万辆。”

中国国际贸易促进委员会汽车行业分会副秘书长柴宗祥在接受记者采访时则表示，随着不同背景的企业加入，汽车产业的市场格局将变得更加复杂。然而，我们也应看到，汽车已不再是一个单纯的交通工具，而是成为融合多种技术要素的“朝阳产业”。这要求企业家具备更高的视野和更宏观的判断。

传统燃油乘用车国内销量已连续 4 个月实现同比增长，1—9 月累计销量同比增长 1.7%，扭转前 8 个月同比下降趋势，形成新能源与燃油车协同增长的多元化市场格局。

政策红利的持续释放是市场增长的核心驱动力之一。今年以来，国家层面先后出台超长期特别国债支持消费品以旧换新、新能源汽车购置税减免政策延续等多项举措，其中 3000 亿元超长期特别国债资金定向支持包括汽车在内的大宗消费，直接激活了下沉市场与焕购需求。

10 月 20 日，国家统计局新闻发言人就 2025 年前三季度国民经济运行情况答记者问时表示，今年分 4 批向地方下达了 3000 亿元超长期特别国债资金支持消费品以旧换新加力扩围，以“真金白银”助力居民消费需求释放。截至 9 月 10 日，全国汽车以旧换新申请量已突破 830 万份，相当于每天有超 3 万人申请换新车。

## 新能源汽车“多点开花”

自主品牌汽车销量不断攀升。

在整体市场增长的背后，记者注意到，自主品牌呈现新能源汽车“多点开花”的趋势。数据显示，10 月多家企业销量创历史新高。北汽新能源成为当月最大“黑马”，单月销量首次突破 3 万辆大关，达 30542 辆，同比增长 112%，环比增长 48.7%；1—10 月累计销量 142043 辆，同比增长 73%，提前两个月完成全年销量目标。其“极狐+享界”双品牌战略成效显著：极狐品牌聚焦中高端纯电市场，10 月销量 23387 辆，同比激增 110%，旗下极狐 T1 车型自 9 月上市后订单累计突破 5 万辆；享界作为与华为合作的豪华品牌，首款车型享界 S9 以 30 万—40 万元价格切入市场，10

## 重构豪华智能新生态

有专家认为，“十五五”期间，中国汽车产业将迎来关键转型与高速发展阶段。

豪华车市场传统霸主奔驰、宝马、奥迪（BBA）正加速电动化转型，全力稳固新赛道上的领先地位。尽管 3 家企业未直接披露 10 月新能源销量，但值得关注的是，BBA 在华新能源产品持续升级，尤其在智能化领域的突破尤为亮眼。记者注意到，在今年进博会上，宝马展台的另一大亮点是 BMW 新世代技术展示区，为公众带来 BMW 新世代车型上搭载的 BMW 驾控超级大脑、BMW 新世代电驱系统、大圆柱电池等实物及素材展示。新世代不仅是一款车，更是宝马在设计、技术和理念上的一次重要飞跃，同时也标志着 BMW 纯粹驾驶乐趣提升至新高度。新世代的创新成果将应用在未来所有 BMW 车型上，覆盖多种驱动形式及全部细分市场。

“进博会不仅展示了中国高水平对外开放的成果，更为全球企业

月销量 6700 辆，直接跻身豪华新能源轿车销量前三，重新定义“中式新豪华”的产品标准。

中国一汽的新能源转型同样可圈可点。10 月自主品牌销量 9.22 万辆，其中自主新能源汽车销量 3.89 万辆，同比增长 56.7%。红旗品牌持续领跑高端自主市场，单月销量突破 4.5 万辆，同比增长 19.9%，新能源产品占比提升至 35%，红旗 EHS9、红旗 EQM5 等车型在公务车与私人市场同步发力；一汽奔腾则实现“弯道超车”，10 月销量达 20400 辆，创 10 年单月新高，其中新能源车型销量 18468 辆，渗透率高达 90.5%，旗下奔腾 NAT 作为网约车市场主力车型，1—10

与中国在创新合作、产业融合和共享机遇方面提供了重要平台。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔表示，“开放带来机遇，合作实现共赢。宝马长期在中国深耕厚植，我们对中国市场的信心，源自其高水平的对外开放格局。未来，宝马将引入更多创新产品和技术，携手中国伙伴持续推动创新，在满足中国消费者多元化出行需求的同时，共同推动中国汽车产业向智能化、可持续和高质量发展迈进。”

据了解，以新世代为契机，宝马携手中国合作伙伴迈入合作共赢 2.0 时代。宝马积极与中国领先的科技企业合作，深度集成 Deep-Seek 的 AI 大模型能力；正在与阿里巴巴深度定制 AI 智能体，打造更懂中国用户的 BMW 智能个人助理；融合华为鸿蒙生态，进一步拓展车内数字生态场景与功能，为用户打造无缝衔接的全场景智能体验；宝



智能化成为汽车发展的“下半场”。图为自动驾驶汽车。

陈燕南/摄影

月累计销量突破 12 万辆，成为细分市场“隐形冠军”。

长城汽车与小米汽车则展现出稳健增长态势。长城汽车 10 月销售新车 116799 辆，环比增长 7.75%，新能源车型销售 32039 辆，环比增长 6.34%；1—10 月新能源车型累计销售 243531 辆，同比增长 21.22%，魏牌新能源 10 月销量同比

增长 187.50%，坦克 400 Hi4-T 等混动车型持续热销。

小米汽车 10 月交付量超 4 万辆，与 9 月历史峰值基本持平，产能爬坡进度超预期，YU7 系列车型交付周期较原定缩短 4—10 周。同时渠道建设加速，全国门店数量达 424 家，覆盖 125 个城市，为后续增长奠定基础。

# 尊界热销叠加营收回暖 江淮汽车迈入业绩增长新阶段

日前，江淮汽车发布 2025 年第三季度报告，公司单季度实现营业收入 115.13 亿元，同比增长 5.54%，环比增长 20.44%。此外，江淮汽车销量稳步提升，资本市场给予积极反馈。

这一数据在当下尤为引人注目。结合尊界 S800 订单超预期、研发投入持续高增等表现，预示着江淮汽车或已迎来阶段性业绩拐点。拆解江淮汽车的业绩数据，可以看出公司这一拐点的背后，并非简单的市场周期性回暖，而是公司战略转型进入收获期的集中体现。它由“高端突破”与“基盘稳固”双引擎共同驱动：一方面，S800 的市场热销，既提升了品牌形象，也改善了公司的产品结构；另一方面，在商用车、皮卡及国际市场等传统优势领域，打造了“新旧动能协同发力”的稳健发展格局。

伴随着中国汽车产业从“链式结构”向“网状生态”的转型契机，江淮汽车还通过与华为、宁德时代等巨头深度绑定，构建了独特的生态竞争优势，这种“伴生式发展”模式，不仅是单一产品的合作，更是传统车企在智能化转型中，实现组织再造与能力跃迁的范式创新。

江淮汽车用自己切身的实践，为中国大型车企在智能新能源浪潮中的转型提供了一个值得深入观察的样本：一个“高举高打”与“稳扎稳打”并行的样本、一个“不偏科”的样本。

## 业绩拐点信号渐显

江淮汽车 2025 年第三季度的业绩表现，释放出积极的企稳信号。数据显示，江淮汽车第三季度单季营收 115.13 亿元，同比增长 5.54%，结束了连续两个季度的同比下滑态势；更值得关注的是，营收增长并非依赖传统业务“以价换量”，而是来自高端产品的结构拉动。

高端产品主要指的是尊界 S800 的放量。尊界 S800 作为江淮汽车

与华为深度合作的结晶，上市 19 天累计大定超 5000 台，4 个月突破 15000 台，其市场表现具有战略层面的破局意义。

15000 台的大定订单，证明了尊界 S800 已获得相当一部分先锋用户，尤其是 90 后及家庭用户的认可，其在竞争激烈的高端智能电动车市场站稳了脚跟。这不仅是单一车型的成功，其更深层次的价值在于，它有效地提升了江淮汽车的品牌影响力，改善了公司的产品矩阵和品牌溢价能力，推动品牌朝着高价值区间跃迁，更为未来单车利润率的提升打开了想象空间。

“营收改善、结构优化”的双重特征，也意味着江淮汽车的高端化战略已初显成效。之所以说江淮汽车迎来阶段性业绩拐点，背后的核心逻辑也正是基于其高端化战略的初步兑现。

在奋力冲击高端的同时，江淮汽车的“基盘稳固”战略同样发挥着关键作用，展现出强大的韧性。2025 年 1—9 月，江淮皮卡销量突破 4.5 万台，稳居行业第二；新能源轻卡销量超 1.5 万台，同比增长 62%；重卡新能源车型交付近 3500 台，同比增幅高达 108%。在国际市场，公司成功打造了 5 个年销超万台的市场，中高端轻卡出口更是连续十四年位居行业第一。

皮卡、商用车、海外市场等传统优势业务，在行业波动中扮演了公司“稳定器”和“压舱石”的角色，确保了江淮汽车在进行高端智能转型时，公司的整体运营依然能够保持稳健。

“高端突破”与“基盘稳固”并非割裂，而是相辅相成的战略组合，前者打开增长空间，后者保障转型安全。通过这套战略组合拳的协同发力，江淮汽车进一步拓宽了企业护城河。

资本市场已清晰地对江淮汽车今年的市场表现给予积极反馈。从二级市场表现来看，江淮汽

车 2025 年 1—9 月股价累计涨幅达 47.39%，显示投资者对其转型前景的认可。多家券商发布研报给予“买入”或“增持”评级，认为公司正处在业绩反转的前夜。

## 技术筑牢发展基石

在智能新能源转型赛道上，研发投入的“量”与“质”直接决定企业的长期竞争力，江淮汽车 2025 年前三季度的研发表现可谓亮眼，其前 9 月研发投入超 30 亿元，同比增长超 30%，这一数据不仅体现了公司向“科技型企业”转型的决心，也为其长期竞争力奠定了坚实基础。

高强度的研发投入，最终需要落在具体的产品和技术成果上。尊界 S800 便是一个典型的“专利密集型产品”，这一单款车型的申报专利高达 341 项。截至目前，江淮汽车累计授权专利超 1.6 万件（ZL201811456801.3、ZL201710152375.3、ZL201710382666.1……），今年以来申请的 537 项专利中发明专利占比达 93.7%，技术含金量持续提升。尤其在车路云协同技术、车道级定位方法、自动驾驶场景生成等方面都实现突破。

当然，江淮汽车的研发投入并非盲目扩张，而是聚焦于“整车集成、用户体验层设计、关键技术、智能制造”四大核心能力的“收敛式”创新，相关的技术成果也在不断落地。

具体来看，在新能源领域，江淮汽车的电池 PACK 体积分组效率提升至 64%，能有效提升整车续航；DHE155 发动机平台热效率达 46.4%，达到行业领先水平。在智能化领域，尊界 S800 搭载以四激光雷达为核心的全向感知网络，成为行业首款量产 L3 级智能驾驶车型；推出的“ICDC 全域线控智慧底盘”则展现了先进的底盘控制技术，可轻松完成横向出库的动作。

江淮汽车的技术成果也在快速转化为产品竞争力。在第 32 届中国汽车工程学会年会暨展览会

（SAECCE2025）开幕当天，2025 年“中国汽车工程学会科学技术奖”举行颁奖典礼。江淮汽车的“智能网联车辆数据安全与高效防护技术及应用”“高效环保轻型柴油机关键技术研究及产业化”项目分别荣获科技进步奖一等奖与三等奖。前者可赋能江淮汽车提升数据安全防护能力，后者则赋能商用车业务，助力柴油车型满足最新排放法规，保持市场竞争力。

高强度研发投入虽在短期内拖累利润，却是智能电动车时代的必然选择。江淮汽车通过技术长线布局，正逐步从“制造驱动”转向“创新驱动”，为下一阶段的竞争赢得主动权。

“在当下的环境条件中，尤其是众多的新技术扑面而来，要想提升江淮汽车的竞争力，一定要在科研科技投入上不断地加强。”对于如何在激烈的市场中提高竞争力，江汽集团控股公司党委书记、董事长兼总经理项兴初直言，“这几年来，我们就认准这个方向，在智能网联和新能源方向上，尤其是围绕消费者体验的技术和产品方面，一定要加大创新投入。”

## 生态合作重塑格局

“我们认为这一轮传统汽车产业的转型，它必须改变原来的整零链式结构，要变成‘我中有你，你中有我’的网状生态型结构。这也是我们为什么跟华为深度合作，把各自最优秀、最优势的地方，拿出来进行深度地相互赋能。”对于汽车产业的变革，项兴初说道。

众所周知，当下国内汽车产业的合作与竞争正由“链式结构”向“网状生态”转型。在这个转型的过程中，江淮汽车通过与华为、宁德时代构建起了“双巨头加持”的生态合作模式。而与华为、宁德时代的深度绑定，正在为江淮汽车打开短期破局与长期发展的双重空间。



江淮汽车与华为的合作，已远超简单的技术采购或联合开发，升维至“伴生式发展”的深度。

从研发、制造到管理，江淮汽车与华为深度融合。在研发端，双方组建超 5000 人的专属研发团队，成立尊界上海研发中心，整合全球高端人才资源，同步与清华大学、中国科大等高校及院士团队合作，共研新架构、新材料、新技术，形成“产学研用”的创新体系。

在制造端，江淮汽车与华为联合打造的尊界超级工厂，工厂基于华为 iDME 技术实现了“数字孪生+智能迭代”，每秒可采集 30 万条数据，实现了生产流程的持续优化与自我进化。

尤为关键的是，在管理端，江淮汽车全面对标华为，系统引入了 IPD（集成产品开发）、LTC（线索到回款）、ISC（集成供应链）等流程化组织变革，实现了企业内在能力的大跃迁。

江淮汽车还与华为在多个领域扩展合作。比如，4 月 22 日，江淮汽车与华为数字能源签署全面深化战略合作协议，在新能源汽车智能驱动部件产品领域展开合作；6 月 17 日，江淮汽车与华为签署战略合作协议，在智能汽车解决方案、商用车超快充技术、企业数智化及绿色低碳转型领域深化合作，共同推动汽车产业智能化、电动化发展。

再比如，江淮汽车与宁德时代

的战略合作，双方在签署的深化战略合作协议中，双方共同聚焦“技术协同+市场开拓”的两大核心。

双方致力于联合打造先进动力电池产品，在前瞻研发、新技术和新材料应用方面深度协同，共同打造技术领先一代的动力电池解决方案，塑造技术品牌；推进新模式动力电池产品的合作，共同开展平台化车型研究，联合攻关，共同挖掘用户使用场景，寻求商业落地机会。

在业内看来，这种从“链式结构”到“网状生态”的转型，江淮汽车的价值已在尊界 S800 的热销中得到初步验证。从中长期看，“华为智能化+宁德时代电池+江淮智能制造”的协同效应，将构成江淮汽车难以被复制的核心优势，打开更广阔的增长空间。

## 结语

2025 年第三季度的业绩表现，已经显示出江淮汽车正站在一个由战略转型驱动业绩拐点的关键节点。而在“高端突破”与“基盘稳固”的双引擎模式下，以及“技术长线主义”与“生态合作共赢”的双轮驱动下，江淮汽车已经为其短期破局和长期发展注入了强劲动能。

从传统业务的稳健发力搭配尊界 S800 的品牌“破圈”，到研发投入的持续增长，再到与华为、宁德时代的生态融合，江淮汽车也为传统车企的转型提供了极具参考价值的范式。广告