

2025年乘用车市场 总结及展望

汽车之家研究院

前言

当前，中国汽车产业正处在一个复杂而关键的转型阶段。在由电动化、智能化主导的深刻变革中，市场增长的动力机制、竞争的底层逻辑与产业的全球位势均在经历系统性重构。宏观环境波动、技术路线分化、消费需求演进与全球格局变迁相互交织，使得行业既面临“内卷式”竞争压力，也迎来价值跃升与全球化突破的历史性机遇。

在此背景下，把握市场发展的核心脉络与潜在方向尤为关键。本报告基于对2025年中国乘用车市场的持续追踪与深度分析，提炼出决定未来走向的关键性趋势，并以此为基石，对2026年进行前瞻性研判。希望通过这份报告为行业发展及厂商决策提供参考和依据，共同探索在不确定性中稳健前行的确定性路径。

2025年

乘用车七大发展趋势

趋势一 政策效用递减、车市增势放缓，26年或将迎来新能源最后一年两位数增长

趋势二 新能源结构分化，纯电稳健增长，插混&增程增速高位回落，份额拐点显现

趋势三 中国品牌量价双升，海外品牌加速调整却难以扭转下滑颓势

趋势四 智驾推动新能源智能化再次提速，“油电同智”仍存鸿沟

趋势五 “反内卷”治标不治本，电动车仍陷泥潭，行业利润持续低迷

趋势六 下沉市场贡献增长动能，新能源区域间发展差异缩小

趋势七 出口增长超预期，“本地化生产”助力中国品牌海外销量持续增长

趋势一

政策效用递减、车市增势放缓，2026年 或将迎来新能源最后一年两位数增长

研究院

汽车之家研究院

汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

“两新”政策边际效用递减，2025年乘用车市场同比增长3.8%，增速放缓

- 与2024年下半年相比，2025年“两新”政策补贴月均申请量下滑13%，销量贡献占比下滑2个百分点，政策的边际效用递减

“两新”政策补贴情况对比

	2024.H2	2025
补贴申请量	660万	1150万
月均申请量	110万	96万 ↓13%
贡献占比	50%	48% ↓2pct

- 2025年乘用车销量达2374万辆，同比增长3.8%，增速进一步放缓

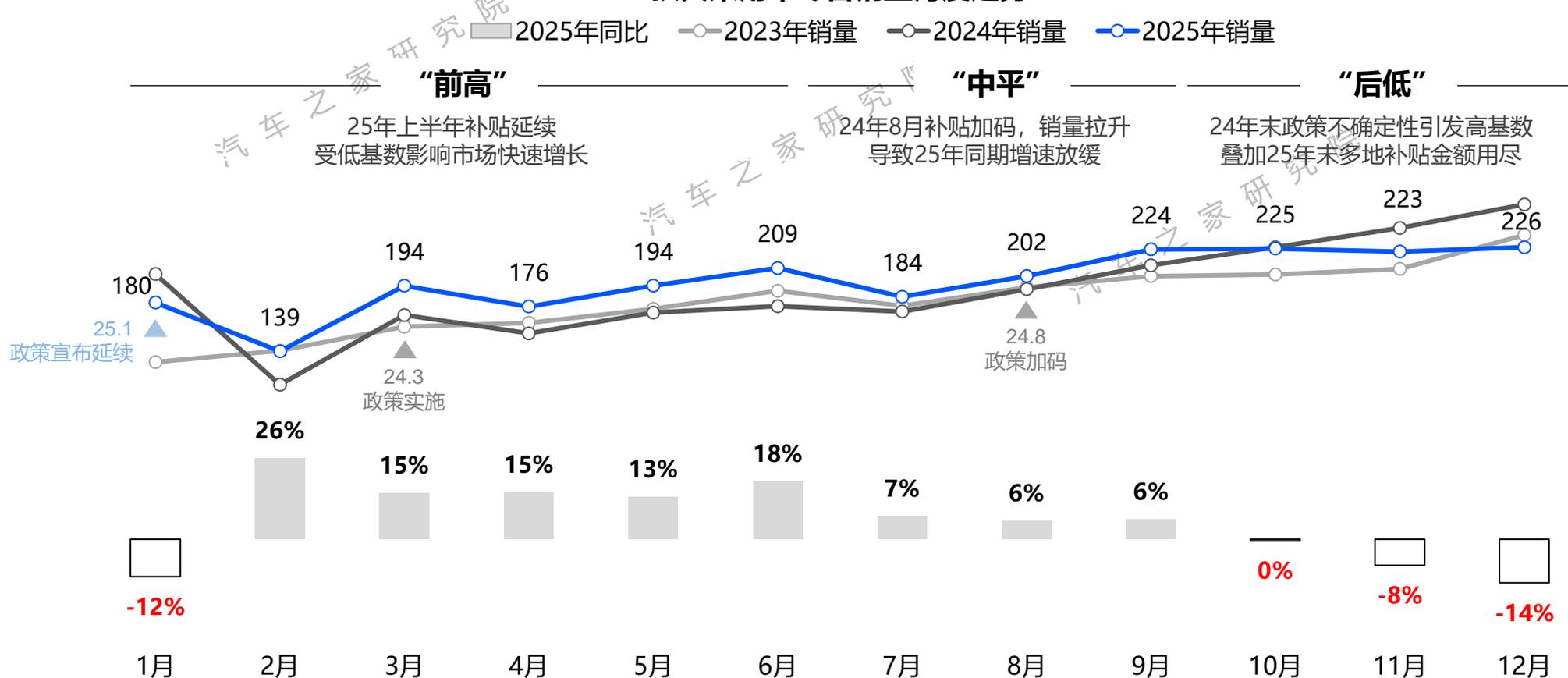
狭义乘用车零售销量表现

	2023	2024	2025
销量	2172万	2288万	2374万
同比	5.7%	5.4%	3.8%

月度走势“前高、中平、后低”，与“两新”政策实施节点高度相关

- 2025年月度同比增速呈现“前高、中平、后低”的阶段性走势，其月度波动受政策实施节点影响：
 - “前高”：由于2024年上半年“两新”政策力度较小、刺激作用有限，故24年上半年销量基数较低，导致2025年上半年迎来高速增长
 - “中平”：2024年8月加大补贴力度，快速拉升销量，使24年下半年销量持续增长，故2025年下半年开始增速放缓，三季度同比回落至个位数
 - “后低”：2024年年末“两新”政策能否延续存在不确定性，引发恐慌性消费，进一步拉高24年底销量基数，叠加2025年末多地补贴用尽，导致Q4负增长

狭义乘用车零售销量月度走势



2026年影响乘用车市场增长的核心因素仍依赖于政策效果，叠加宏观及市场因素

整体市场

【行业政策】“两新”政策效用预计进一步下降

- 国补总金额从750亿元/季度减少至625亿元/季度，可能导致汽车补贴总量减少
- 补贴方式调整为按车价补贴，低价车补贴金额减少，对中低端需求刺激力度减弱

【宏观经济】经济增长依赖政策托底，消费复苏乏力

- 金融机构普遍预测 2026 年GDP增长4.2%~5%，低通胀持续，增长依赖政策托底；消费者信心指数预计仍在90%左右，低于荣枯线，消费复苏乏力

【行业预测】26年同比增速在-7%~2%之间

- 行业协会普遍预测26年车市增长持平或微增
- 金融机构相对悲观，半数机构认为26年车市将负增长

新能源市场

【行业政策】购置税政策调整，抑制供需两端

- 新能源购置税调整为减半征收，最高减免额度下调至1.5万元，削弱新能源车价格竞争力，抑制需求增长
- 购置税政策提高插混/增程车纯电里程门槛至100公里以上，双积分政策调整为续航<100km车型无积分，低续航插混车型短期供给收缩

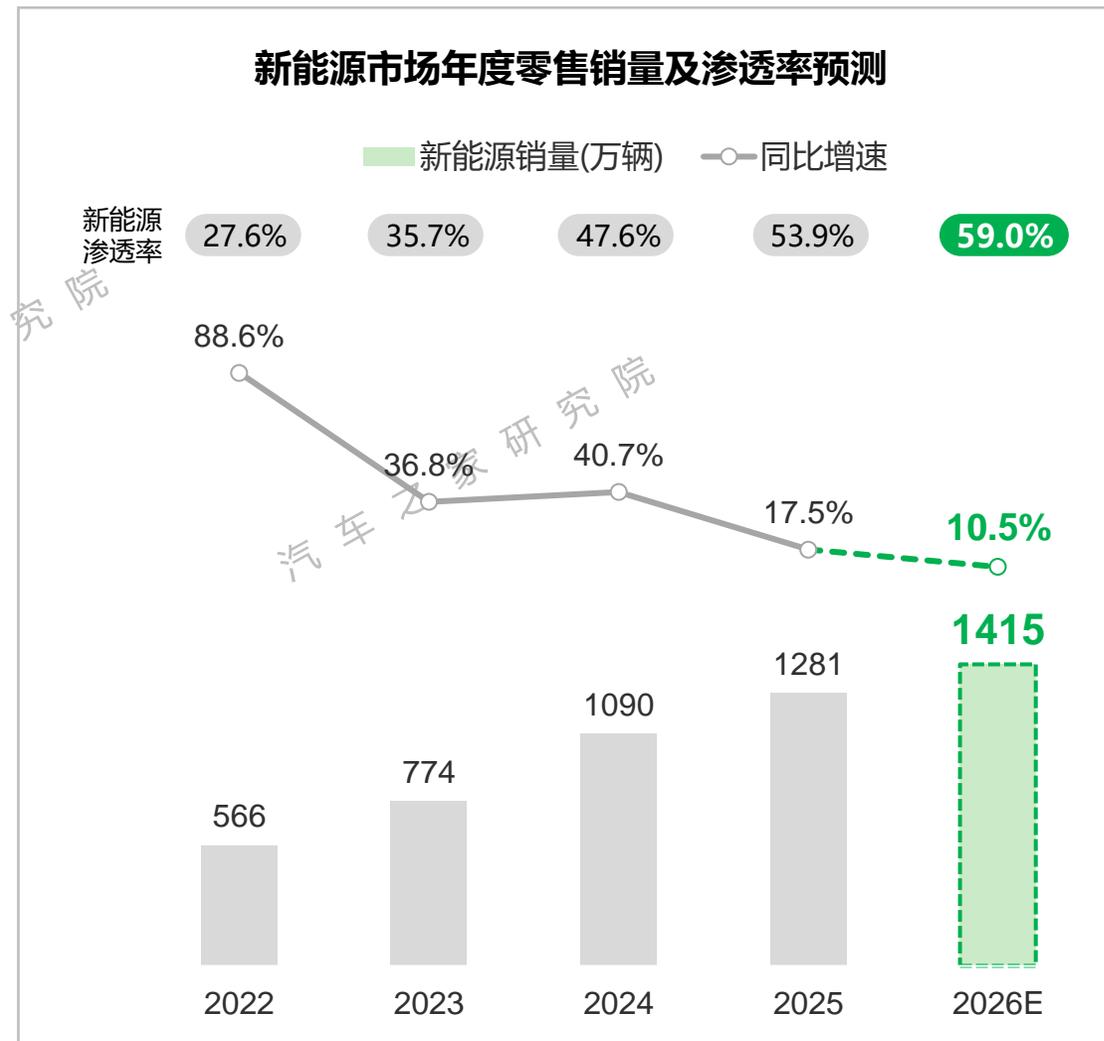
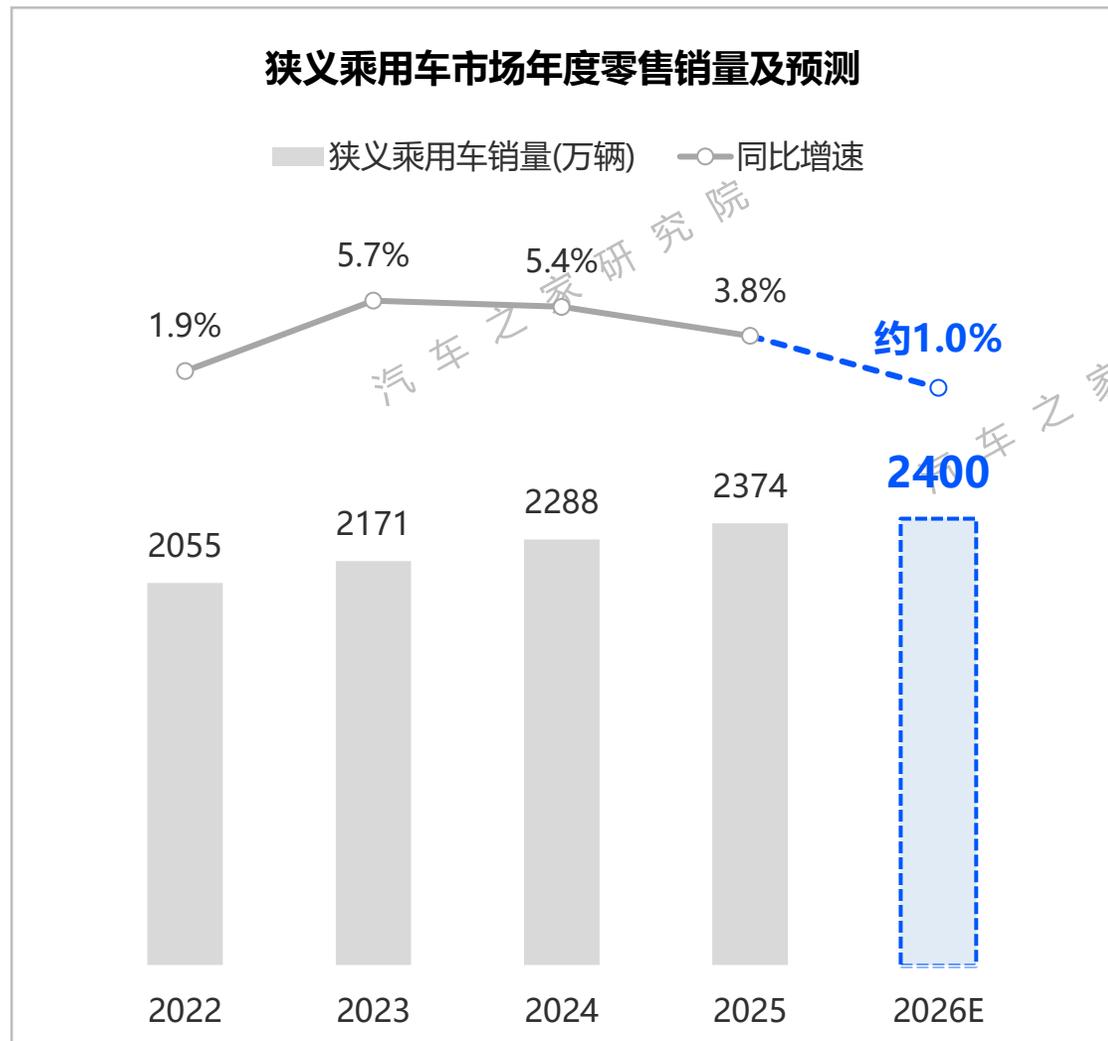
【市场因素】插混/增程市场增长动力不足

- 插混/增程市场增速大幅放缓，对新能源市场推动力减弱
- 汽车之家数据显示，偏好新能源用户增至60%后进入平台期

【行业预测】普遍预测新能源渗透率在60%左右

- 行业协会及金融机构普遍预测2026年新能源渗透率在60%左右，预测范围在58%~62%之间

汽车之家研究院判断，2026年乘用车销量预计将达2400万，增速收窄至1% 新能源销量1415万，渗透率59%，恐将迎来最后一年两位数增长

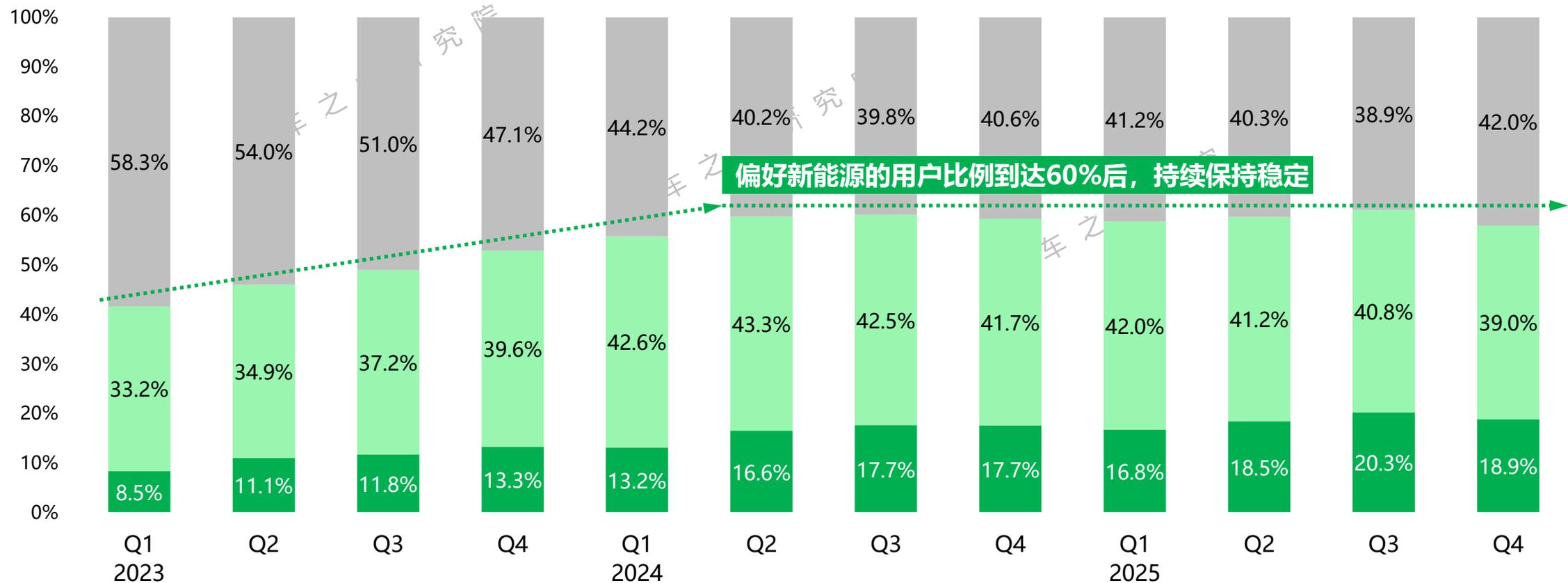


附录1 偏好新能源的用户占比进入增长平台期

- 经验证，汽车之家浏览新能源的用户占比与新能源渗透率具有较强的线性相关性，可作为前瞻性预测输入
- 该数据显示，偏好新能源的用户占比达60%后持续平稳，我们判断新能源将进入增长平台期

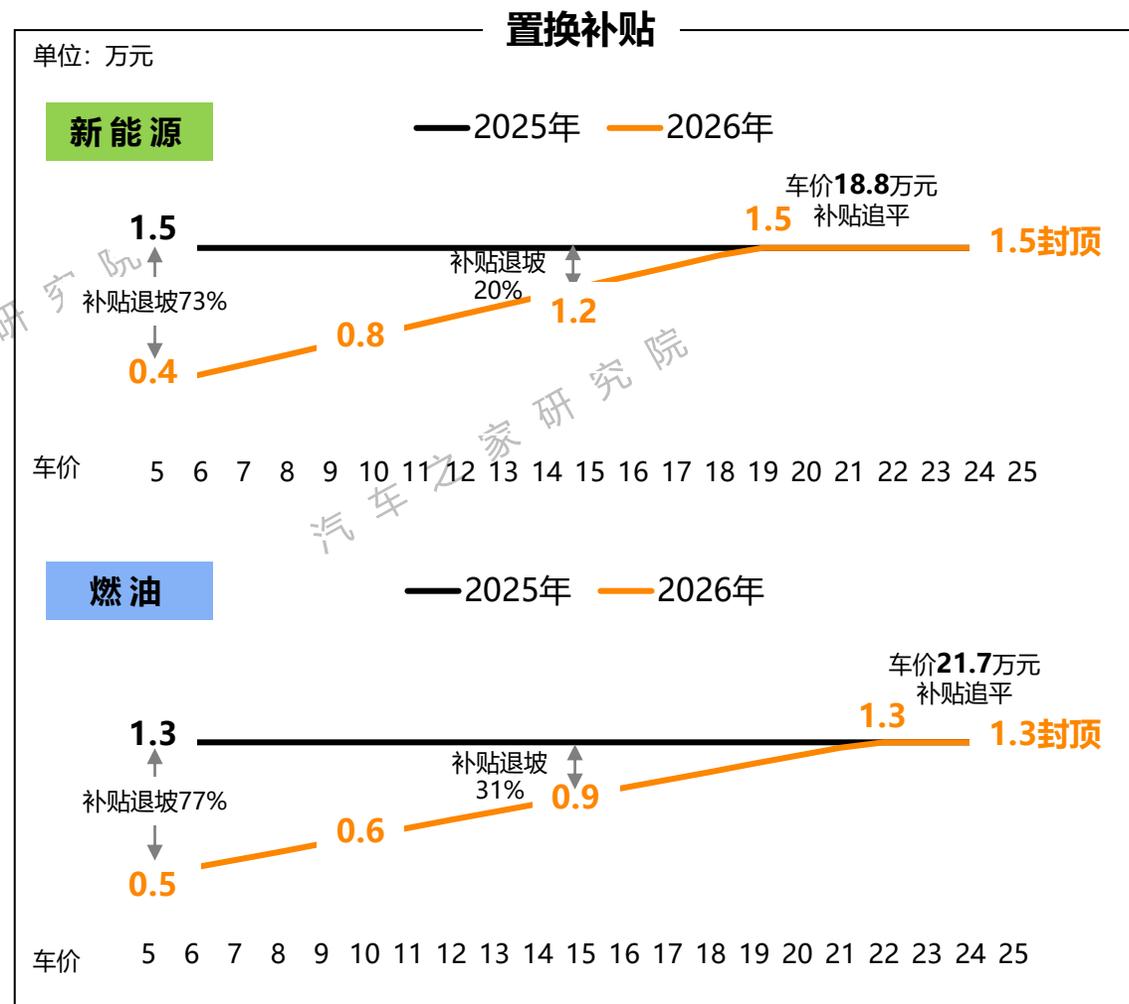
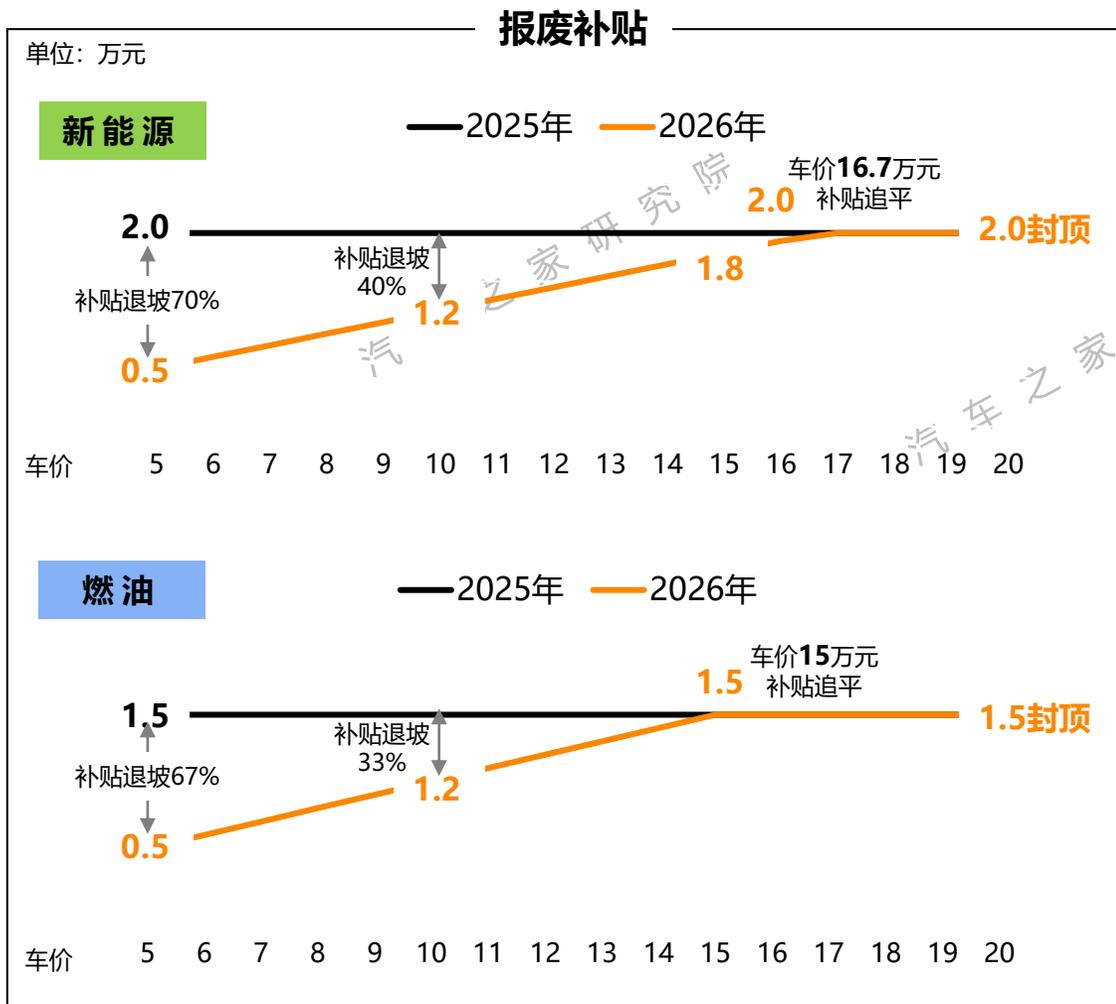
汽车之家用户选购意向能源类型

■ 仅新能源 ■ 新能源燃油 ■ 仅燃油



偏好新能源的用户比例到达60%后，持续保持稳定

附录2 2026年“两新”政策在15万元以下市场补贴力度退坡显著，对中低端主流市场需求刺激减弱，影响总量释放，同时使销量结构向中高端倾斜



趋势二

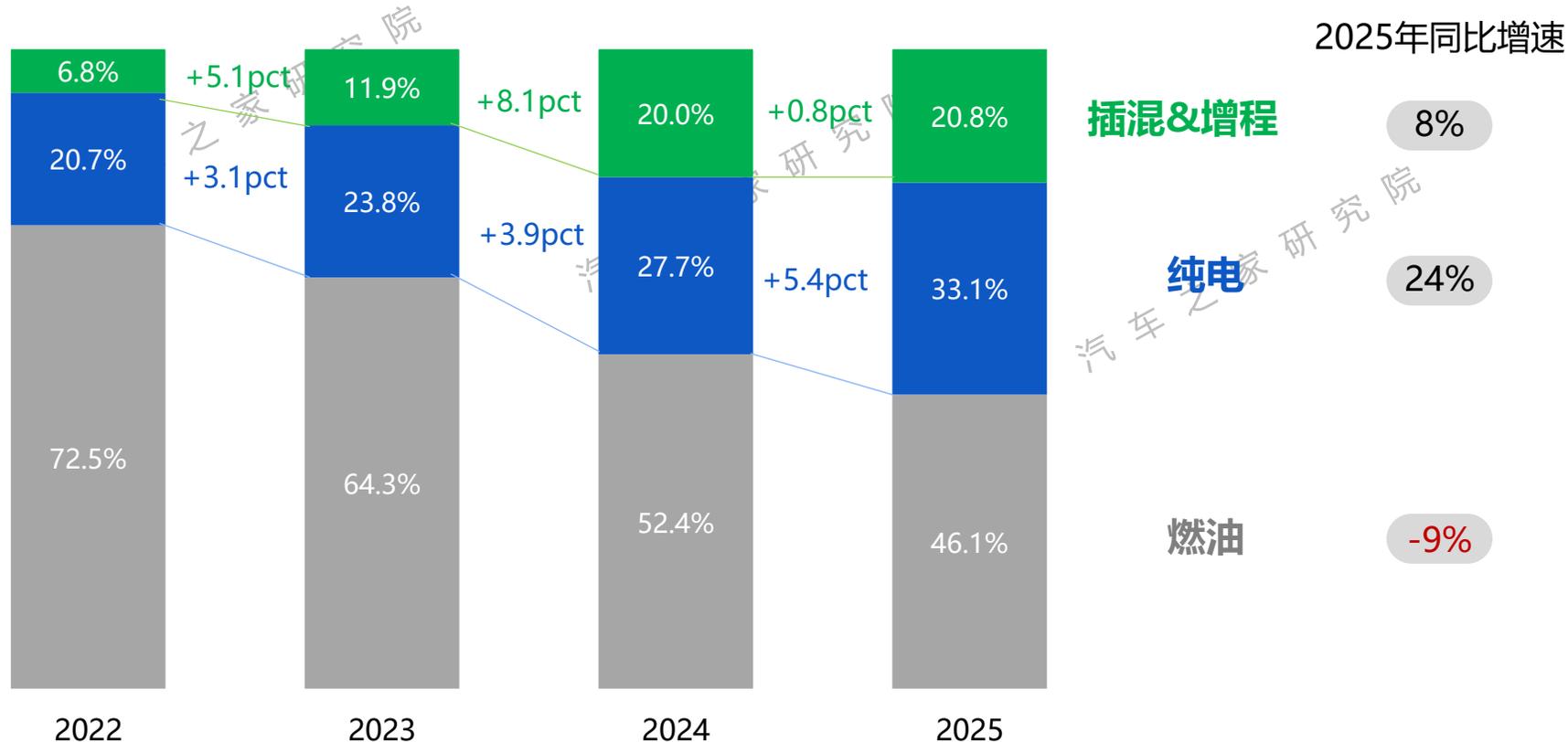
新能源结构分化，纯电稳健增长， 插混&增程增速高位回落，份额拐点显现

乘用车市场总结及展望

2025年新能源市场份额首超燃油，主要增长动力来自纯电车型

- 新能源市场份额上涨至53.9%，较24年上涨6.2个百分点

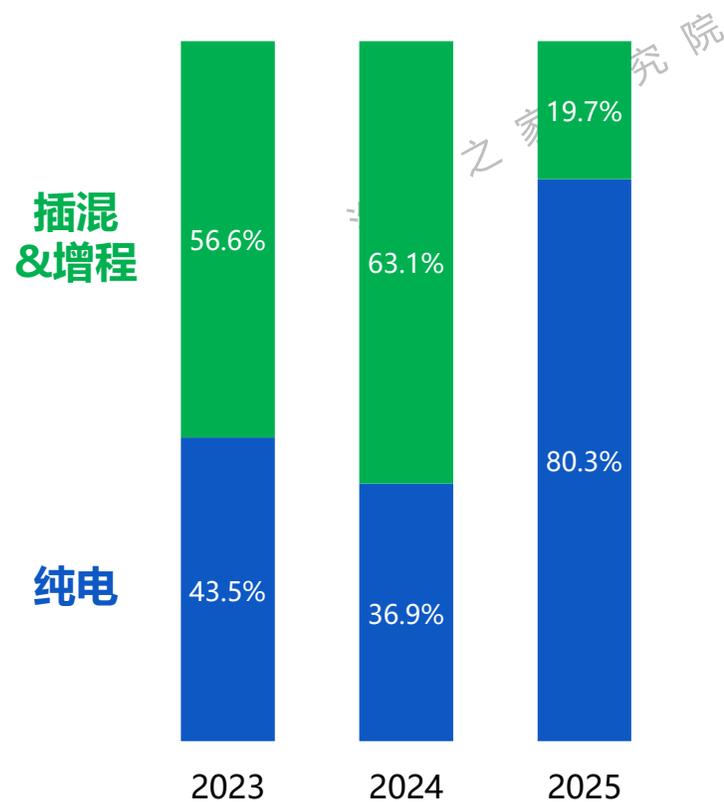
乘用车市场分能源类型份额变化



新能源内部结构分化，纯电增长稳健，插混&增程增长失速

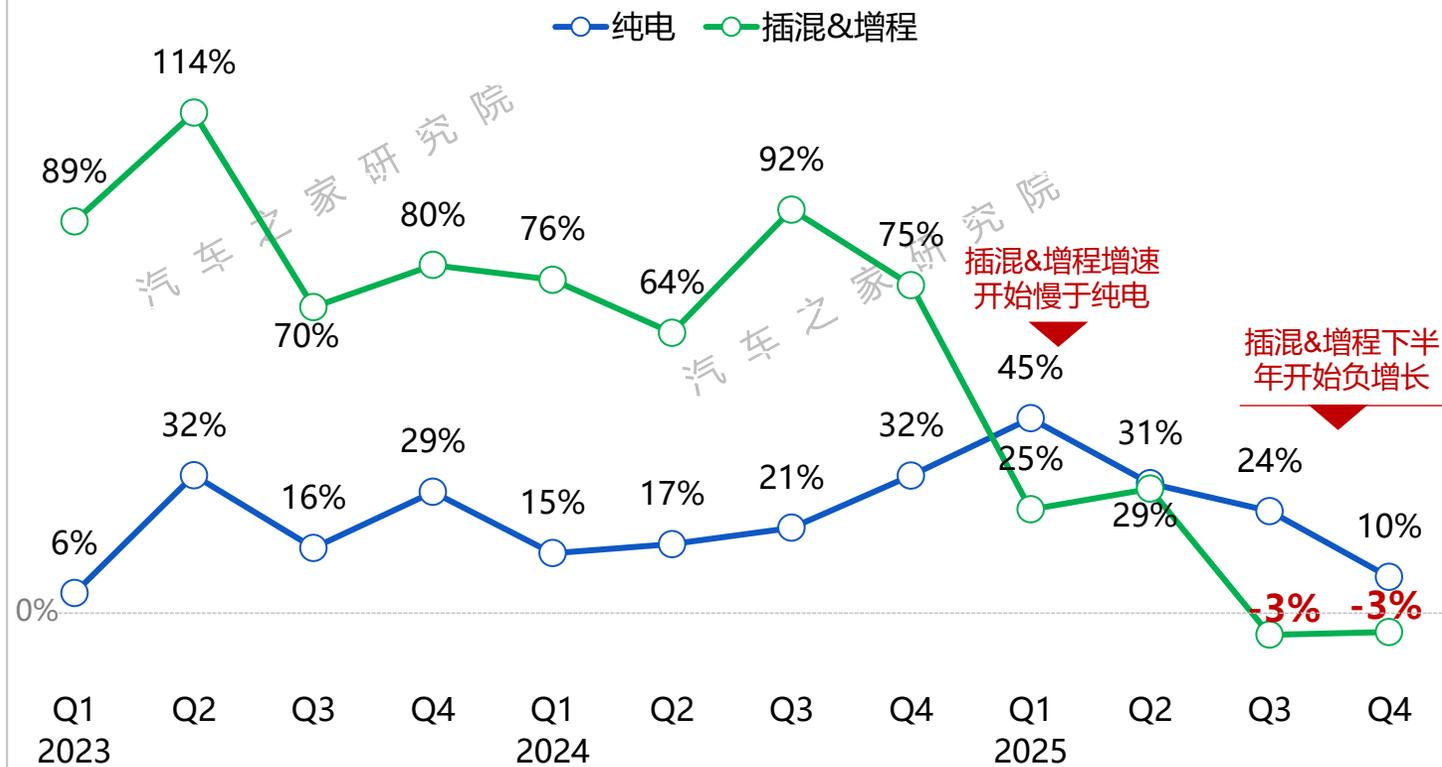
- 2025年新能源市场增长驱动力发生逆转，从插混&增程拉动转为纯电主导

新能源各能源类型增量贡献占比



- 插混&增程增长失速始于年初，Q1增速即低于纯电，下半年转为负增长

新能源各能源类型分季度同比增速

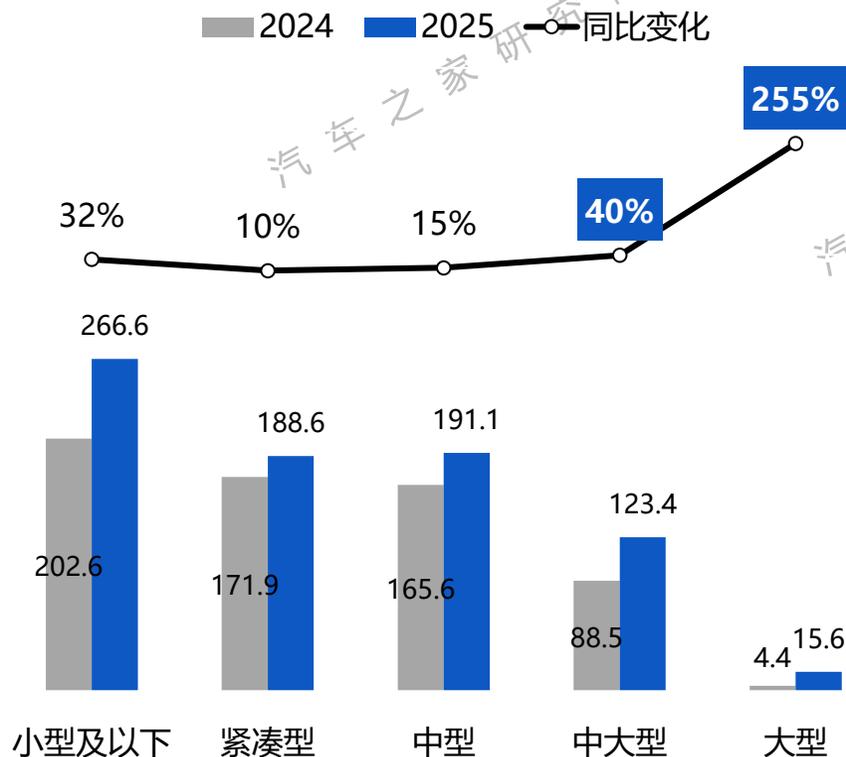


纯电市场结构向上跃迁，插混&增程受紧凑型市场影响增速下滑

纯电市场两端增长：

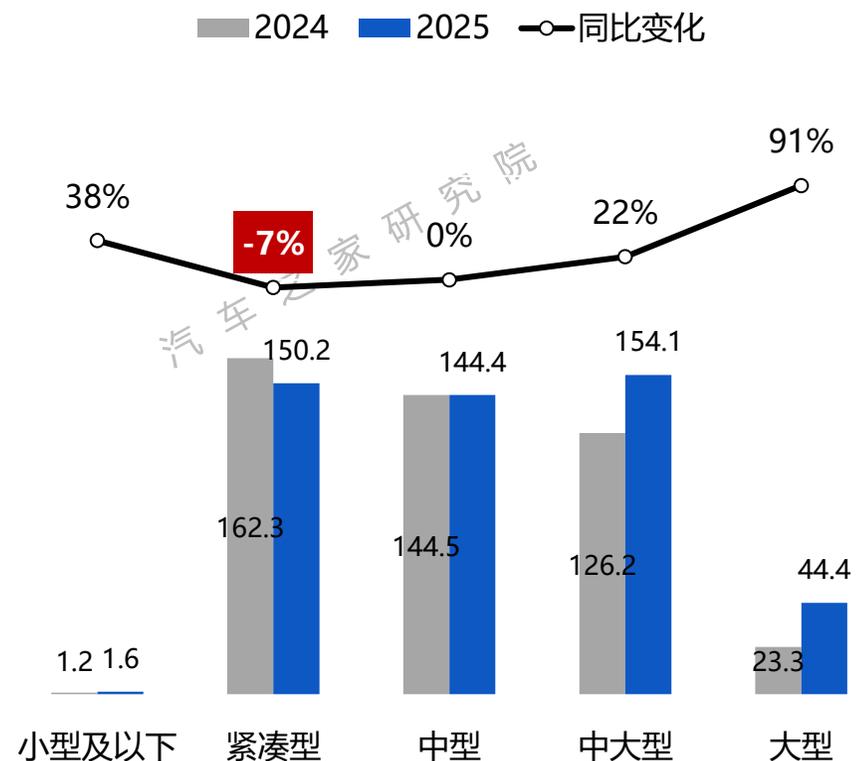
- 小型及以下：获得政策红利，贡献最大销量增长
- 中大型以上：销量激增50%，成为非政策刺激下的市场亮点

纯电不同级别销量（万辆）



- 插混&增程市场在主销紧凑型市场销量出现7%的负增长，导致整体增长失速

插混&增程不同级别销量（万辆）



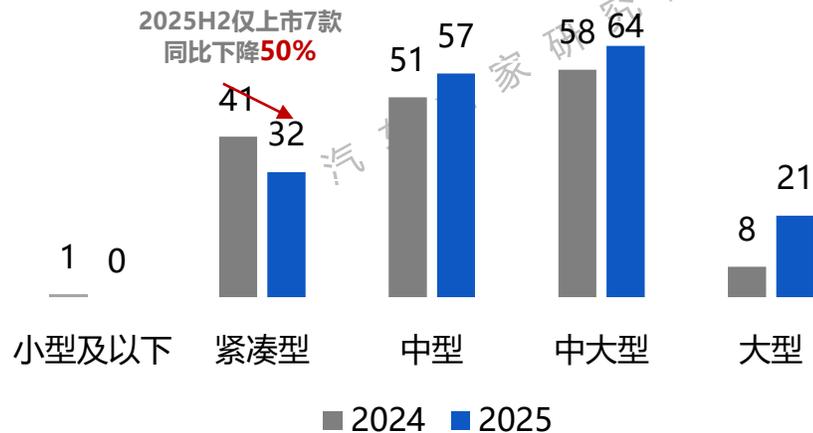
插混&增程的下滑，一方面源于紧凑型新车供给收缩，增量贡献萎缩

- 插混&增程25年共有174款新车上市，同比+9%，但作为主销市场的紧凑型却大幅下滑

插混&增程分级别新车上市数量

(包含全新车、改款、换代车型)

2025H2仅上市7款
同比下降50%

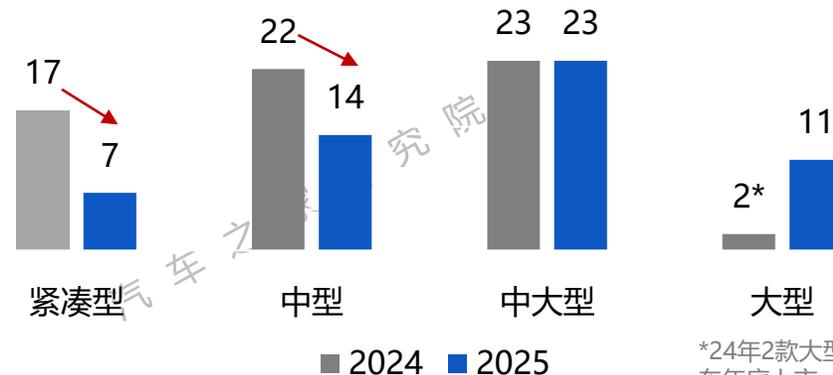


- 从全新车维度来看：紧凑型供给收缩显著，25年仅上市7款，对应销量贡献同比下滑26%，中型车叠加车型产品力减弱原因，销量同比下降69%

插混&增程分级别全新车数量

25年销量贡献 (万辆)
同比

级别	2024	2025
紧凑型	18.9	14.0
中型	22.7	7.0
中大型	38.4	23.0
大型	15.0	11.0



*24年2款大型车年底上市

26年紧凑型新车规划持续收紧，对销量端形成更大下行压力

2026年车企对插混&增程新车规划*

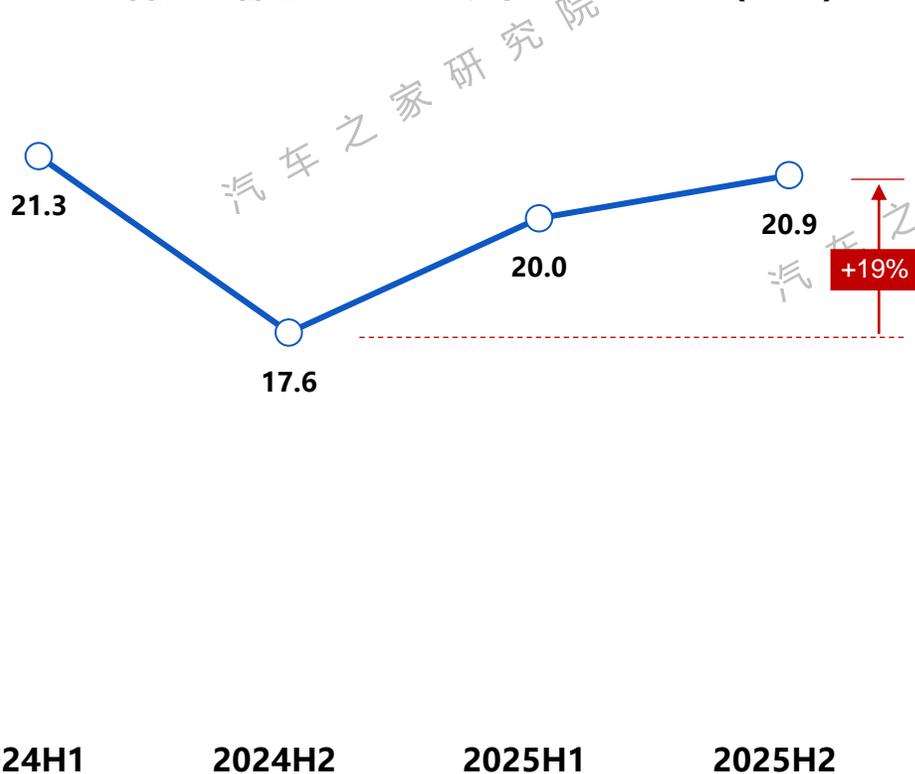


*车企新车上市规划根据行业资料进行不完全统计

另一方面，插混&增程市场均价上涨，油车主销车型降价，此消彼长下失去价格竞争力

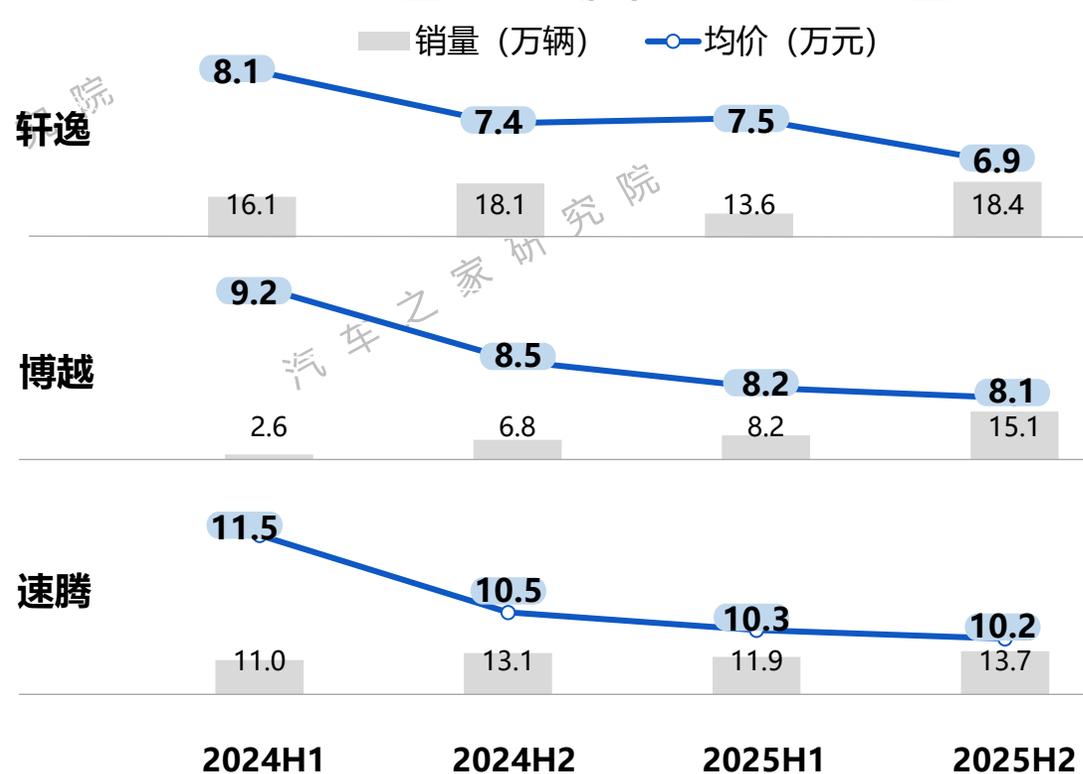
- 伴随新车结构变化，插混&增程新车均价持续上涨，尤其下半年同比上涨19%

插混&增程当年上市新车MSRP均价（万元）



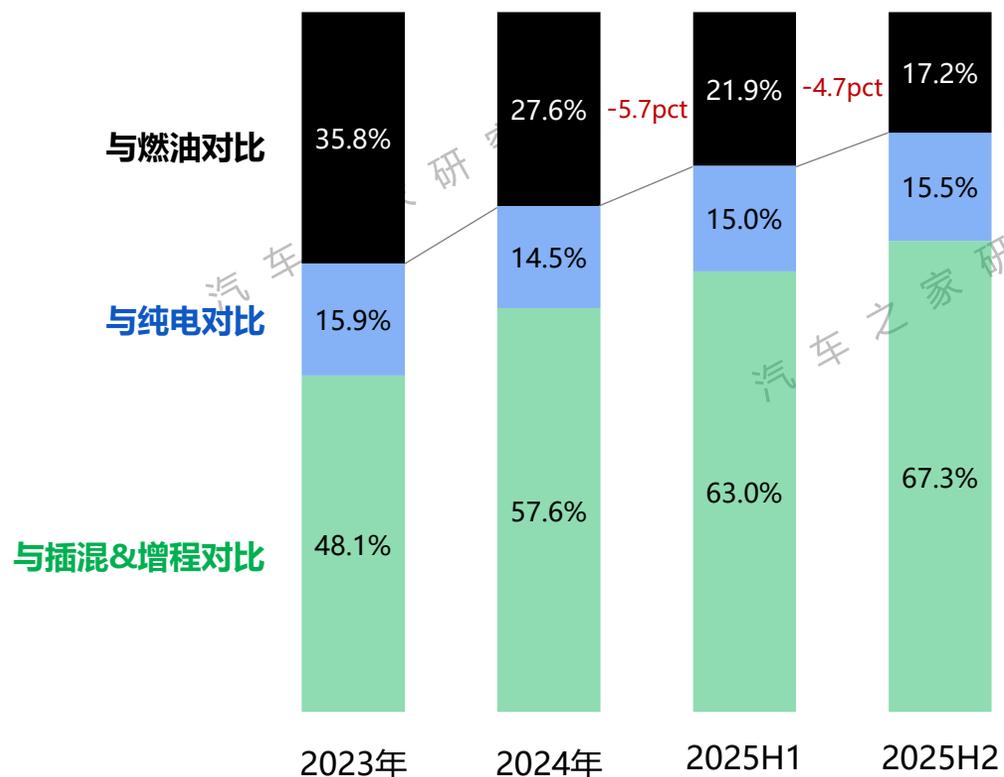
- 与此同时，紧凑型燃油车却在持续降价，竞争力增强，实现销量上涨或止跌回升

2025H2销量TOP3燃油车终端零售价及销量



进而导致插混&增程对油电摇摆用户抢夺能力减弱，增量争夺难

插混&增程车型与其他能源类型的对比次数分布



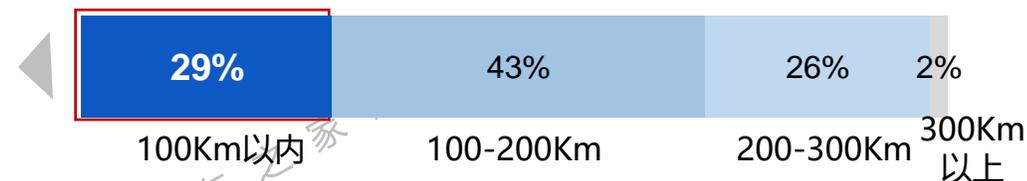
- 插混&增程早期销量的快速增长，来自于车型价格下探后对燃油车抢夺能力增强（对油电摇摆用户的抢夺）
- 随着大量潜在摇摆用户基本完成销售转化，同时插混 & 增程价格竞争力减弱，对燃油车的抢夺能力呈现下滑态势

26年政策引导淘汰落后产能，将影响插混&增程市场30%存量车型

- 2026年购置税政策与“双积分”政策对插混&增程市场同步收紧，续航门槛提升将直接影响29%的存量车型，而更严格的积分核算则倒逼企业进行全面的能效技术升级，技术落后产能面临淘汰，市场加速向高技术标准切换

政策	关键指标	旧标准/阶段 (2024-2025)	新标准/阶段 (2026-2027)	政策影响
购置税减免政策	纯电续航里程要求	≥43公里	≥100公里	近3成续航不达标旧款车面临淘汰或升级

2025年插混&增程CLTC里程在100公里以下的渗透率近30%



“双积分”政策	单车标准积分	1.0分	0.5分	对油耗和电耗有更高要求，技术储备不足的车企达标压力增大
---------	--------	------	------	-----------------------------

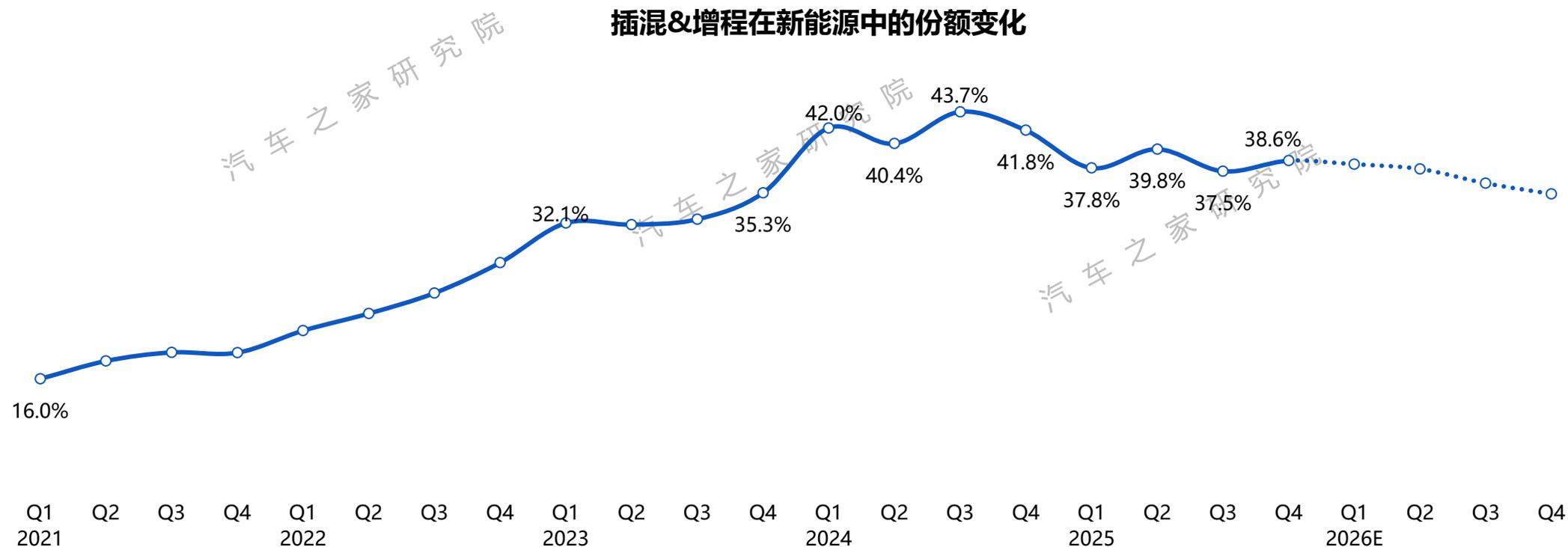
(当车型电量保持模式的燃料消耗量及电量消耗量不满足技术条件时，按标准车型积分0.5倍计算，且仅限本企业内使用)

购置税政策文件：《关于2026—2027年减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求的公告》
双积分政策文件：《关于2026—2027年度乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分管理有关事项的通知》

预计插混&增程市场份额峰值已过，未来将进入存量调整期

- 插混&增程车型已阶段性完成对首批摇摆用户的转化，伴随着油混（HEV）竞争加强与自身供给减弱的影响，在新能源中份额峰值已过，26年份额或将持平或小幅下滑

插混&增程在新能源中的份额变化



趋势三

中国品牌量价双升，海外品牌 加速调整却难以扭转下滑颓势

研究院

汽车之家研究院

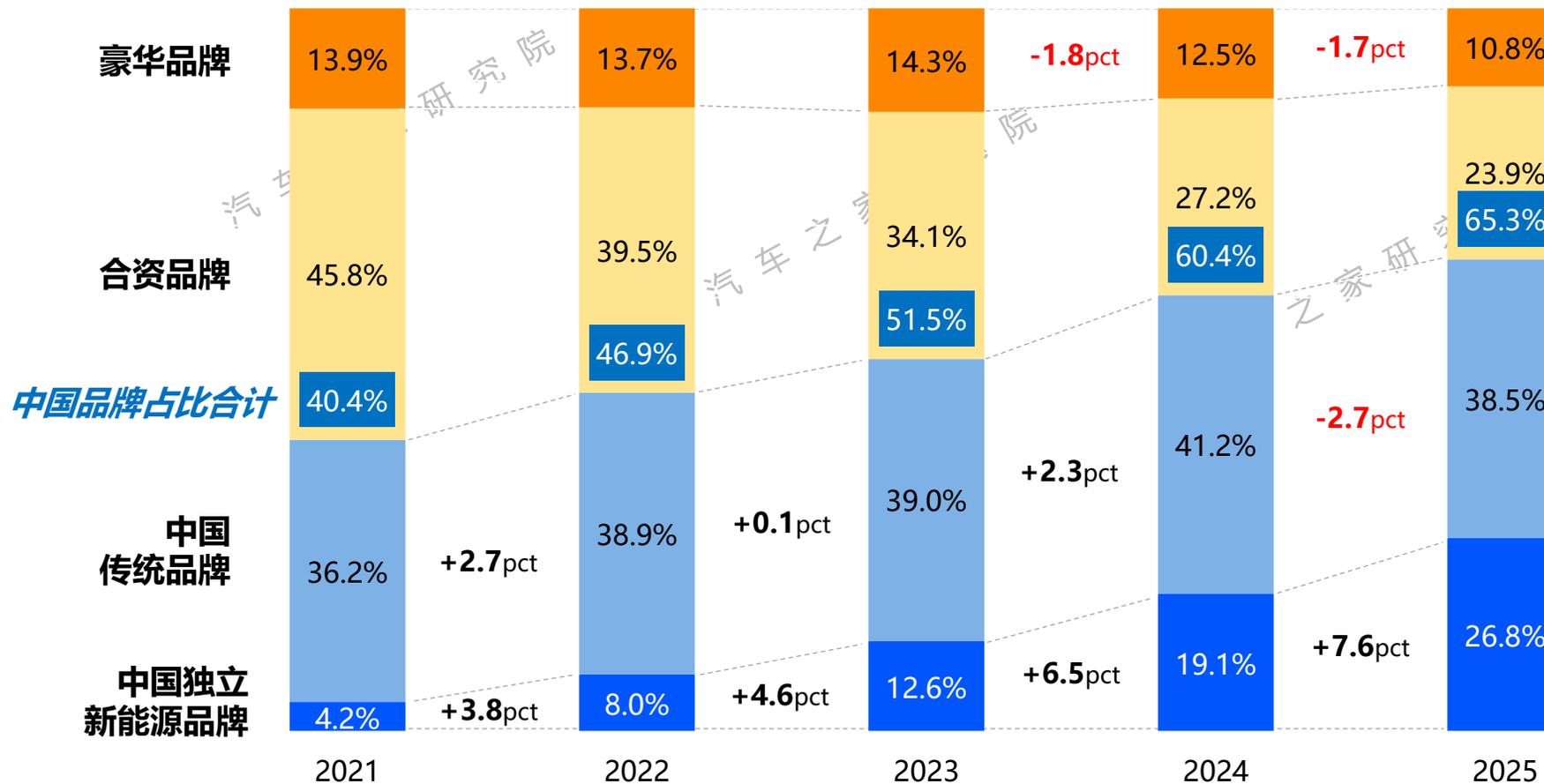
汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

中国独立新能源品牌快速增长，带动中国品牌份额突破65%，实现销量提升

- 中国独立新能源品牌份额增长幅度持续提速，中国传统品牌近年来份额首次出现下滑
- 海外品牌份额仍在持续萎缩，其中豪华品牌2023年前份额仍能维持在14%左右上下浮动，但从2024年至2025年已出现较大幅度连续下滑

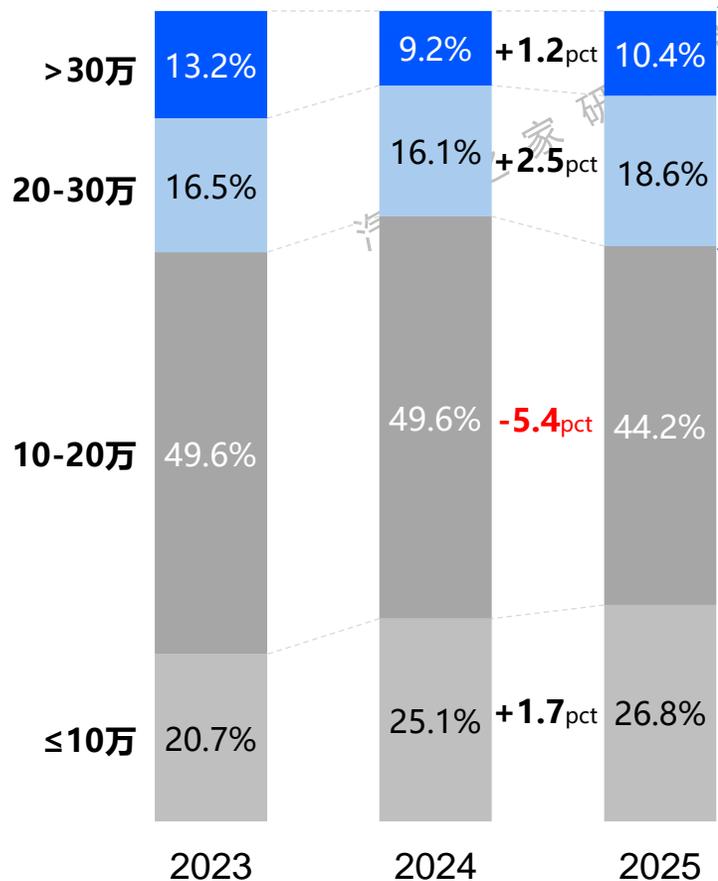
各品牌类型年度销量占比变化



中国品牌依靠独立新能源品牌在20万以上中高端市场份额增长，实现高价突破

2025年20万以上市场复苏

分价位段销量分布



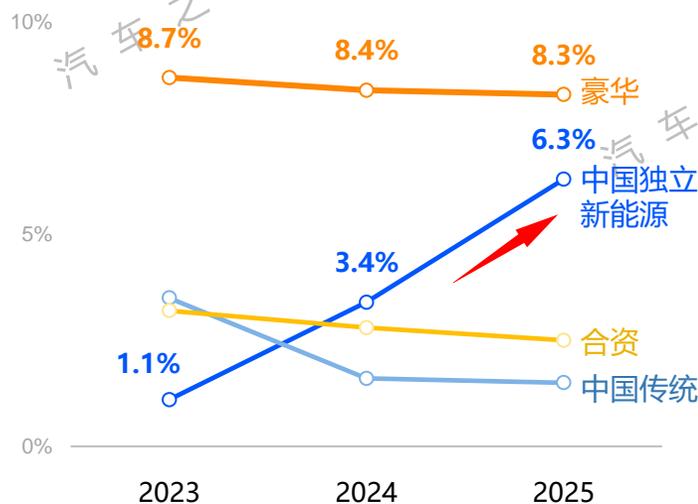
- 在20万以上市场中，中国品牌占比达42.3%，相比2024年提升16.8pct，中国独立新能源品牌份额显著提升，引领中高端市场渗透

20万以上市场中国品牌占比

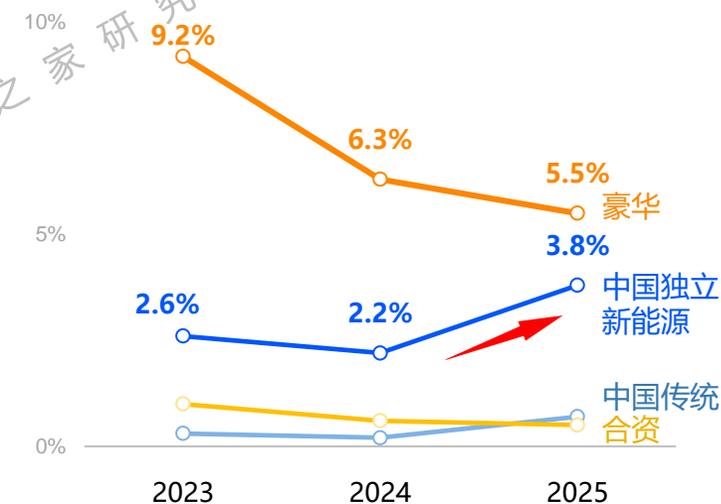
42.3%

vs24年 +16.8pct

20~30万各品牌类型占比



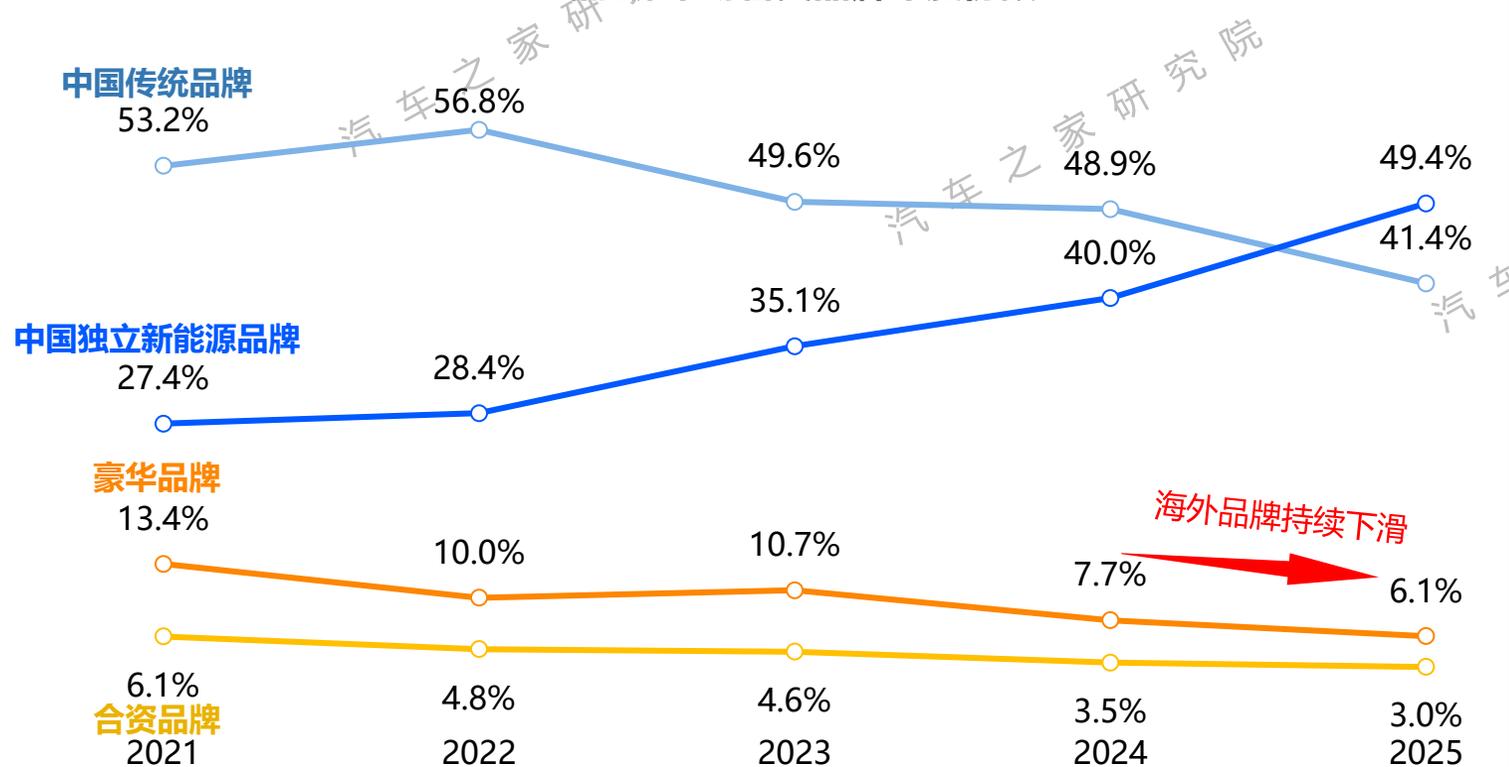
>30万各品牌类型占比



在新能源市场中，海外品牌难止下跌趋势，份额继续下滑

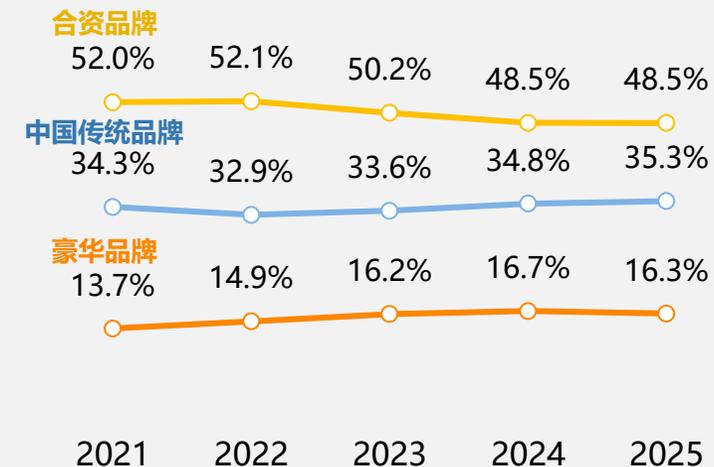
- 新能源市场中，中国品牌领先优势持续扩大
- 传统主机厂在经营上向独立新能源品牌倾斜、加之新势力持续崛起，份额从中国传统品牌流转至中国独立新能源品牌
- 海外品牌市场份额面临持续下滑，目前在新能源市场中，份额已不足10%

新能源市场各类品牌年度份额



VS 燃油车市场

各类品牌份额基本保持稳定



海外品牌持续下滑

海外品牌正在努力扭转局势： 动作1 - 加深本土合作，智能化方面有望追平中国品牌

- 在智能辅助驾驶方面，海外品牌多由Momenta、华为提供智驾解决方案，根据2025年汽车之家AH-IT评测结果，搭载华为和Momenta的车型在智驾方面基本都能达成中上等水平，海外品牌有望在智能辅助驾驶表现上追平中国品牌
- 在智能座舱方面，一方面海外品牌选择和华为、小米、百度合作，实现座舱生态融合，另一方面选择不同企业的AI大模型提升座舱交互体验，但实际体验仍需检验
- 除此之外，在电池、充电方面也多有尝试，大众还与小鹏尝试联合车型开发，强化整体产品实力

近期海外品牌与中国供应商合作情况

品牌	智能辅助驾驶	智能座舱	电池	充电	车型开发
大众/奥迪	华为、Momenta 卓驭科技、地平线	华为、亿咖通科技 高德、科大讯飞	-	小鹏汽车 联合建设快充网络	小鹏汽车 首款车为与众08
奔驰	Momenta 增持投资	华为、字节跳动	-	-	-
宝马	Momenta	华为、阿里巴巴	宁德时代 亿纬锂能	-	-
丰田	Momenta	华为、小米、腾讯	宁德时代 比亚迪	-	-
本田	Momenta、百度	华为、百度	-	-	-
日产	华为	华为、科大讯飞	宁德时代	-	-
通用	Momenta	华为、百度、腾讯	宁德时代	-	-
福特	-	百度	-	-	-
现代	-	百度	-	-	-

但合作供应商同样也是中国品牌的合作对象，海外品牌难以形成差异化优势

- 华为在2026年将持续扩大合作品牌范围，新增2大HI模式品牌，同时扩容产品矩阵，其2026年即将上市的新车占比达1/4
- 而将Momenta作为供应商的中国品牌也不在少数。海外品牌的智能化水平只能说不再落后，但同样也无法成为其与中国品牌竞争时的领先优势，未来如何打造鲜明的产品特征才是实现差异化竞争的关键



华为



Momenta

鸿蒙智行



问界

2026年预计上市新车数量 3款



智界

4款



享界

2款



尊界

2款



尚界

2款



上汽乘用车

2款



智己

暂无



比亚迪

5款



仰望

暂无



腾势

4款

HI模式



阿维塔

4款



极狐阿尔法

暂无



岚图

1款



深蓝

暂无



方程豹

1款



星途

9款



捷途

1款



广汽传祺

暂无



埃安

1款



昊铂

2款



红旗

4款



奇瑞风云

暂无

新发布HI模式合作品牌

奕境

1款

启境

2款

注：这些品牌2026年预计上市的新车仅依据品牌信息进行统计，并未确定全部都使用Momenta智能驾驶系统

2026年上市新车数量预计40余款
约占全部新车的25%

2026年上市新车数量预计约18款
约占全部新车的9%

动作2 - 推出新能源全新平台，部分获认可，但规模不足，暂未扭转用户认知

近期海外品牌平台/架构革新情况

品牌	平台/架构名称	是否本土主导	即将上市车型	已上市车型
大众	平台CMP/电子电气架构CEA	是	ID.AURA	-
奥迪	高端电动平台PPE	-	A6L e-tron	Q6L e-tron
	智能数字平台ADP	-	-	E5 Sportback
奔驰	紧凑型纯电车平台MMA	是	-	CLA新能源
宝马	新世代平台 (Neue Klasse)	-	iX3	-
丰田	中小型车新能源平台	是	-	铂智3X
	中大型车高兼容性平台	是	铂智7	-
本田	Architecture W纯电平台	是	烨品牌专属车	-
日产	"天演" 架构	是	-	N6、N7
	云熠纯电平台	-	N8	-
通用	别克 "逍遥"	是	至境E7	至境L7 至境世家EV
	奥特能平台2.0	-	-	别克E5
福特	福域原生智能新能源架构	-	-	智趣烈马
现代	E-GMP	-	-	EO羿欧

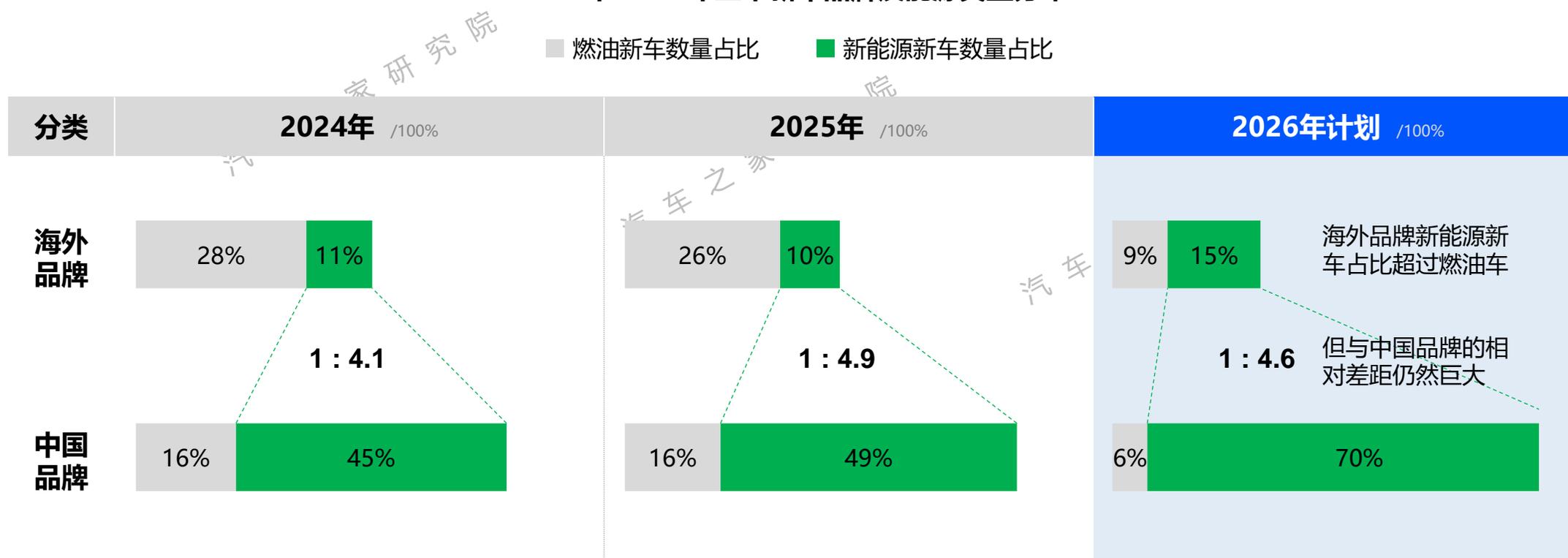
- 这些新平台车型中，50%车型月均销量超过了其所在的细分市场平均月销，得到市场认可。但仅3款车型月销>5000台，其他车型销量规模有限，难以承担推动海外品牌份额回归的重任

	新平台车系名称	上市时间	月均销量	细分市场月均
1	 铂智3X	2025.03	7001	2156
2	 日产N6	2025.12	6822	3160
3	 日产N7	2025.04	5042	1829
4	 别克至境世家	2025.12	2596	1886
5	 别克至境L7	2025.09	1986	701
6	 奥迪E5 Sportback	2025.09	1663	2370
7	 别克E5	2025.06	1235	1398
8	 奥迪Q6L e-tron	2025.08	834	2431
9	 奔驰CLA新能源	2025.11	685	1160
10	 EO羿欧	2025.10	186	2370

动作3 - 26年新车投放计划明显向新能源倾斜，但与中国品牌相比差距显著

- 从2026年新车上市节奏来看，海外品牌在积极布局新能源市场，2026年新车上市计划中，新能源新车数量首次超越了燃油车。但是，和中国品牌相比，海外品牌在新能源上虽然有所发力，但整体新车数量和占比仍远落后于中国品牌，产品布局的速度和节奏仍有所不足

2024年~2026年上市新车品牌及能源类型分布



海外品牌能否挽回颓势？

本土化合作

智能化水平难以
形成差异化优势

新平台产品

销量规模有限，
短期难以扭转用户认知

新车布局

新能源布局提速，
但与中国品牌差距大

虽然海外品牌产品力有所提升，但短期内用户认知仍存惯性，2026年恐难形成竞争优势，需继续对用户心智施加影响，才能在中长期竞争中挽回颓势

趋势四

智驾推动新能源智能化再次提速， “油电同智” 仍存鸿沟

研究院

汽车之家研究院

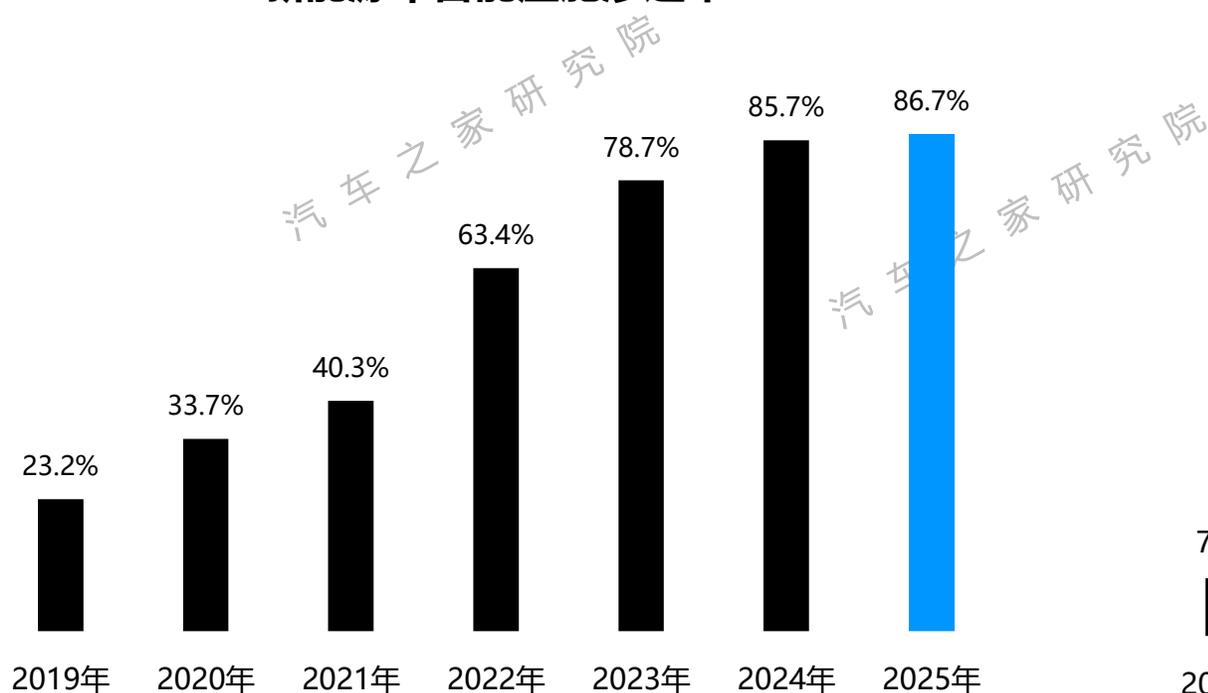
汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

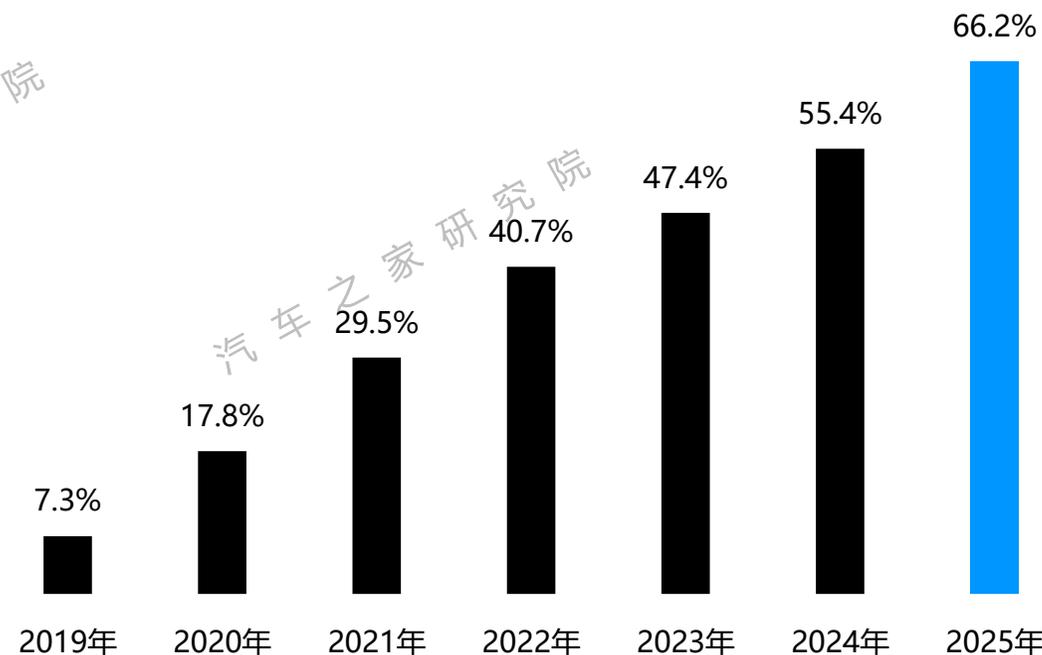
新能源智驾快速发展，带动智能化进程加速，智舱已近标配化

- 新能源智能座舱和智能辅助驾驶的市场渗透率不断攀升。智能座舱已实现标配化，渗透率近87%；而在“智驾平权”浪潮下，L2级及以上智能辅助驾驶进入快速普及期，市场渗透率提升至66%，较2024年提升近11个百分点，推动智能化水平再次加速

新能源车智能座舱渗透率



新能源车智能辅助驾驶渗透率

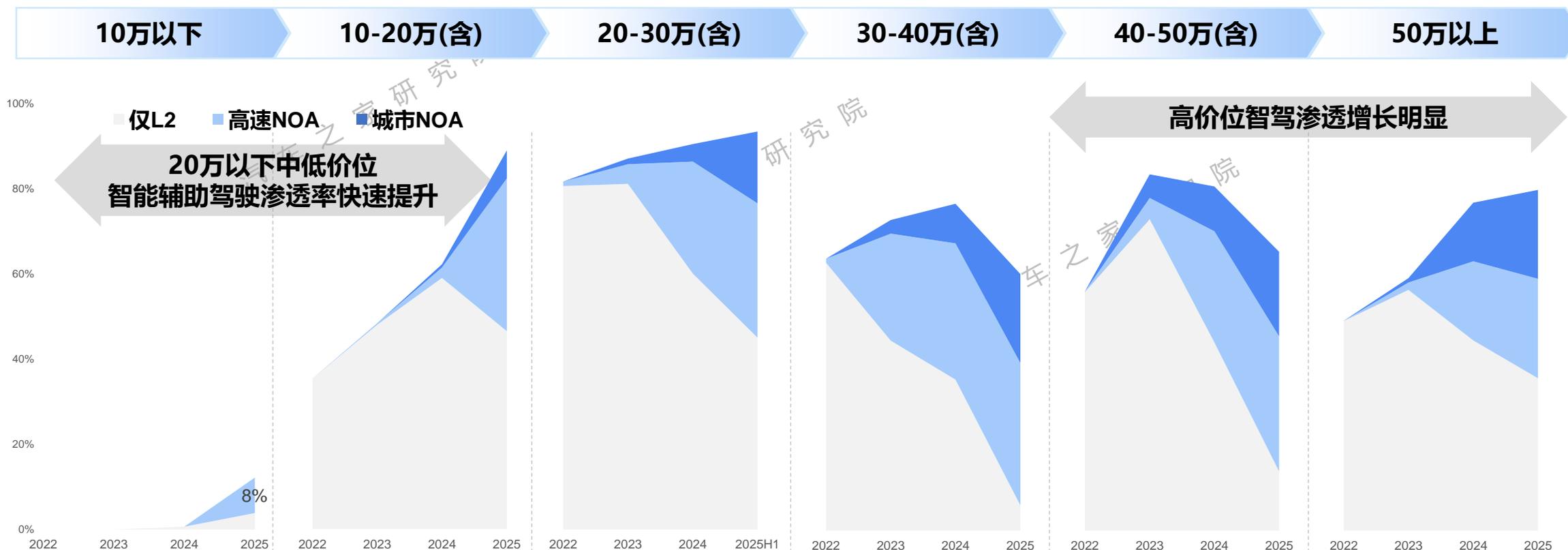


智能座舱是指标配10英寸以上中控屏、语音交互、车联网、OTA功能的车型；智能驾驶是指标配L2以上智能驾驶的车型，包括ACC自适应巡航和车道保持辅助系统

高阶智驾下探至20万内市场拉动整体智驾渗透率增长，高端市场加快升级替换

- 20万以下中低价位市场的高阶智驾25年实现从零突破、快速提升；
- 高端市场则加快了高阶智驾替代L2的节奏，特别是40万以上市场在24年还处于智驾洼地，25年已经追上市场发展水平

新能源各价位段智能驾驶渗透情况



智驾的快速普及引发用户认知变化，对未来车型的智驾配置提出更高要求

高速&城市辅助驾驶 用户认知

智驾被认为是基础配置

- 半数以上用户认为高速/城市路段辅助驾驶应该属于车辆的基础配置

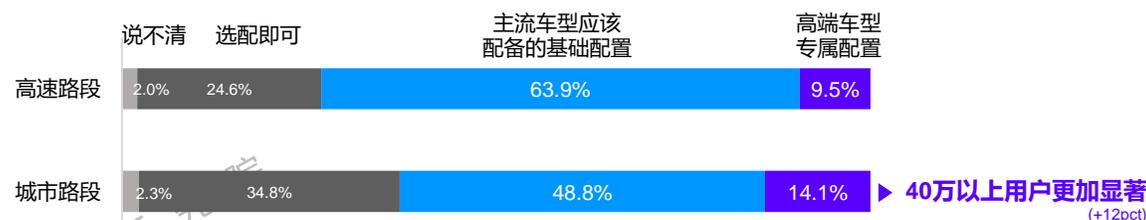
但是用户付费意愿低

- 即便是城市辅助驾驶，愿意额外支付5000以上的用户也不足10%

若不具备智驾功能，将影响大部分用户的购买决策

- 若车型不提供高速路段辅助驾驶功能，72%的用户会重新考虑，甚至近3成用户会直接放弃该车型

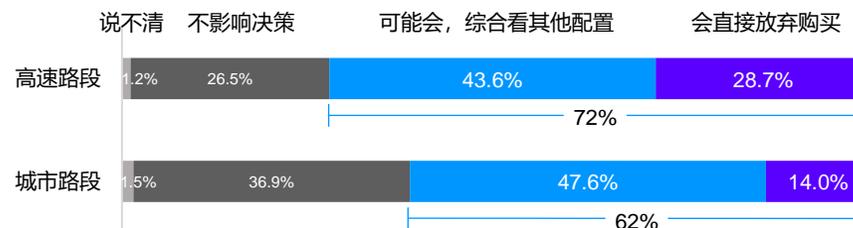
Q: 您认为以下辅助驾驶功能属于?



Q: 您是否愿意为城市路段辅助驾驶支付额外费用?



Q: 如果不提供以下辅助驾驶功能，会影响购买决策吗?



26年智驾竞争将开启下一阶段，L3级功能加快推进商用步伐

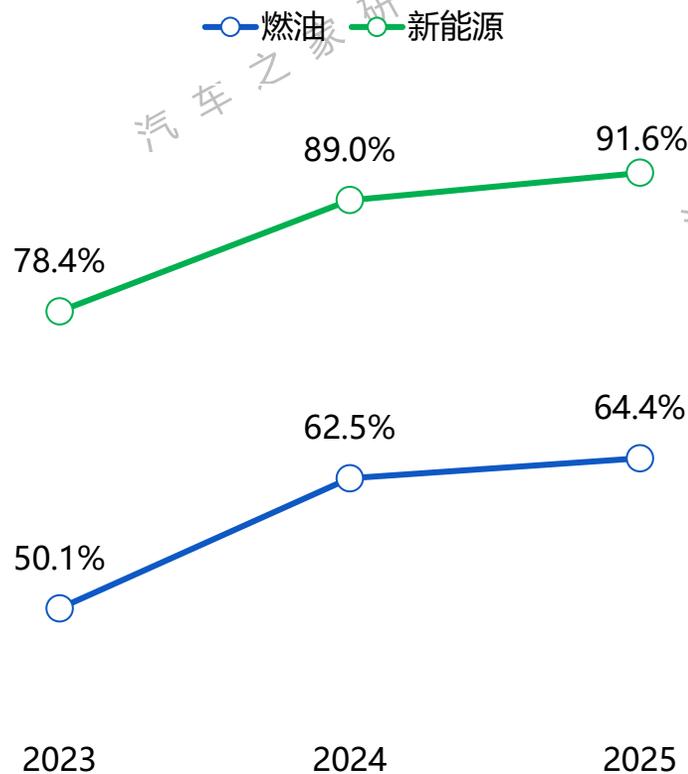


在新能源智能化快速发展之下，油车是否跟上了智能化步伐？

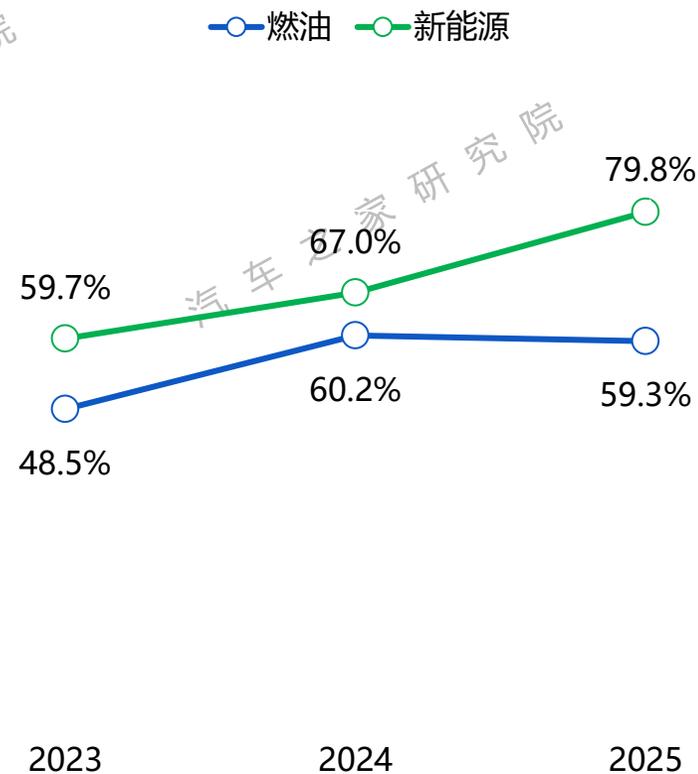
油电尚未“同智”，油车仍需努力

- 25年油车在智能座舱和智能驾驶新车装配上并没有明显增长，尤其智驾增长陷入停滞；
- 与新能源新车相比，油车在智驾和智舱方面存在明显差距，目前仅处在新能源23年前水平

分能源类型智能座舱新车标配率



分能源类型智能驾驶新车标配率



趋势五

“反内卷”治标不治本，电动车 仍陷泥潭，行业利润持续低迷

研究院

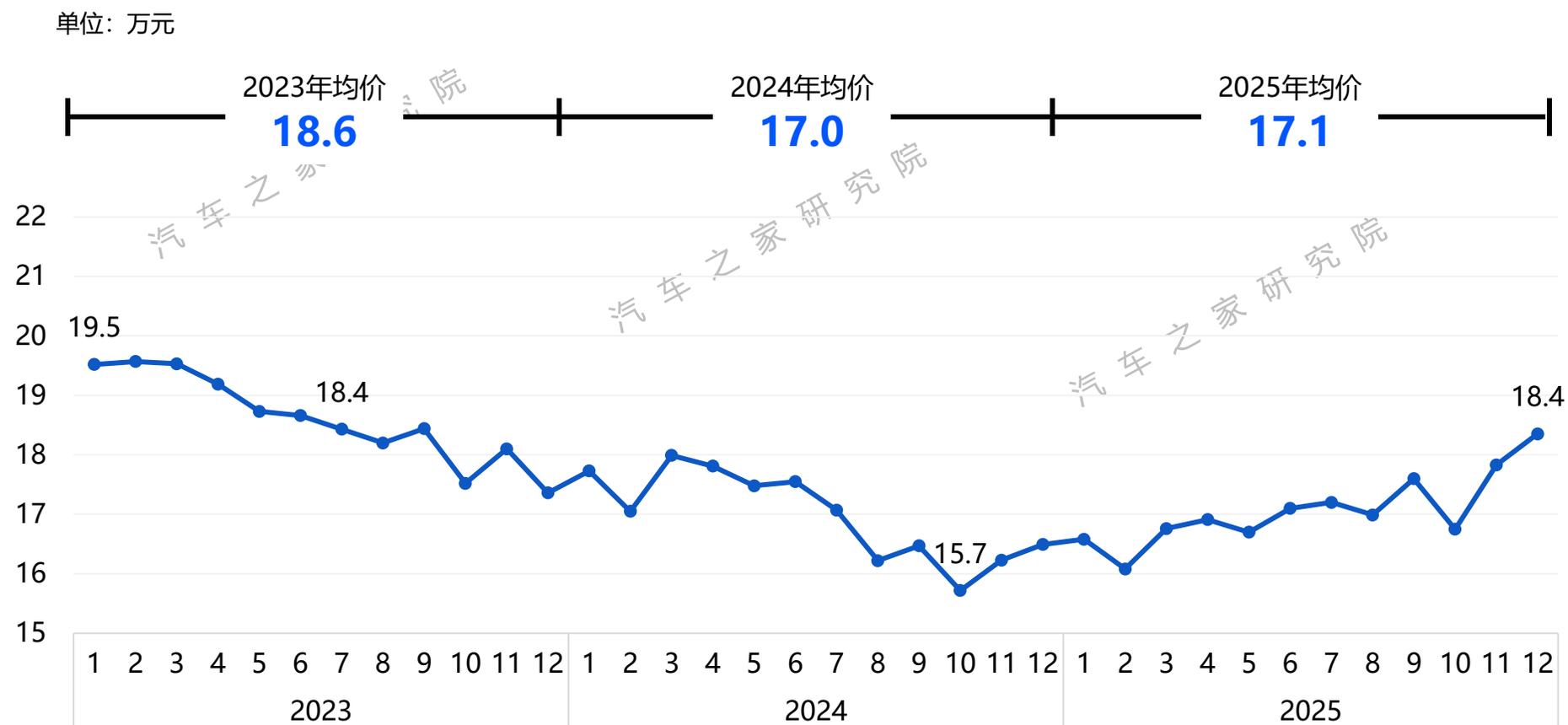
汽车之家研究院

汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

市场单车均价25年逐月回升，年末恢复至2023年中水平，价格回稳是否意味“反内卷”政策成效显著？

单车平均零售价格月度趋势

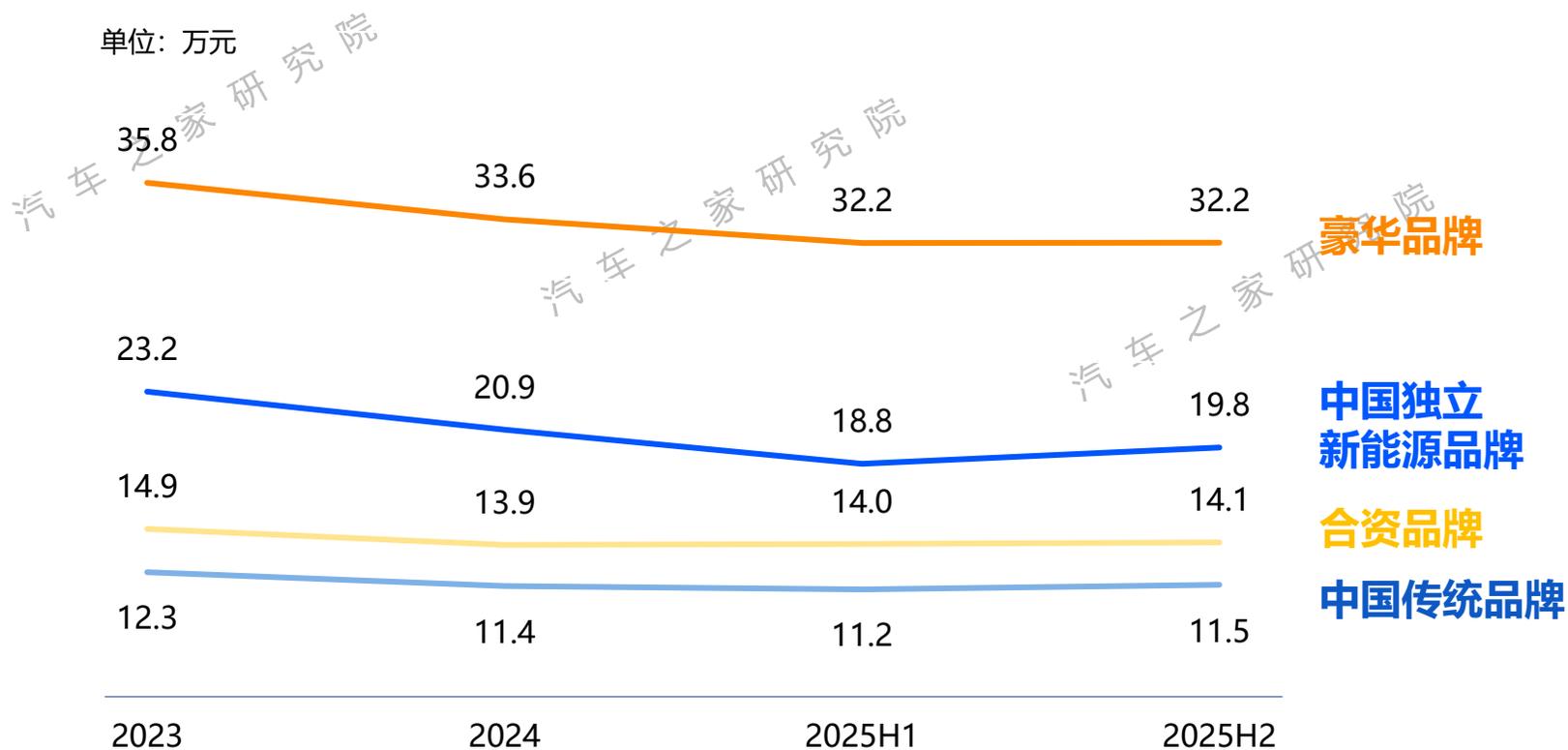


数据说明：零售价为开票价，以约30%乘用车销售数据为基础计算

分品牌类型看，四类品牌单车均价在25年均呈现下滑趋势，市场均价的回升本质是销售结构变化的结果

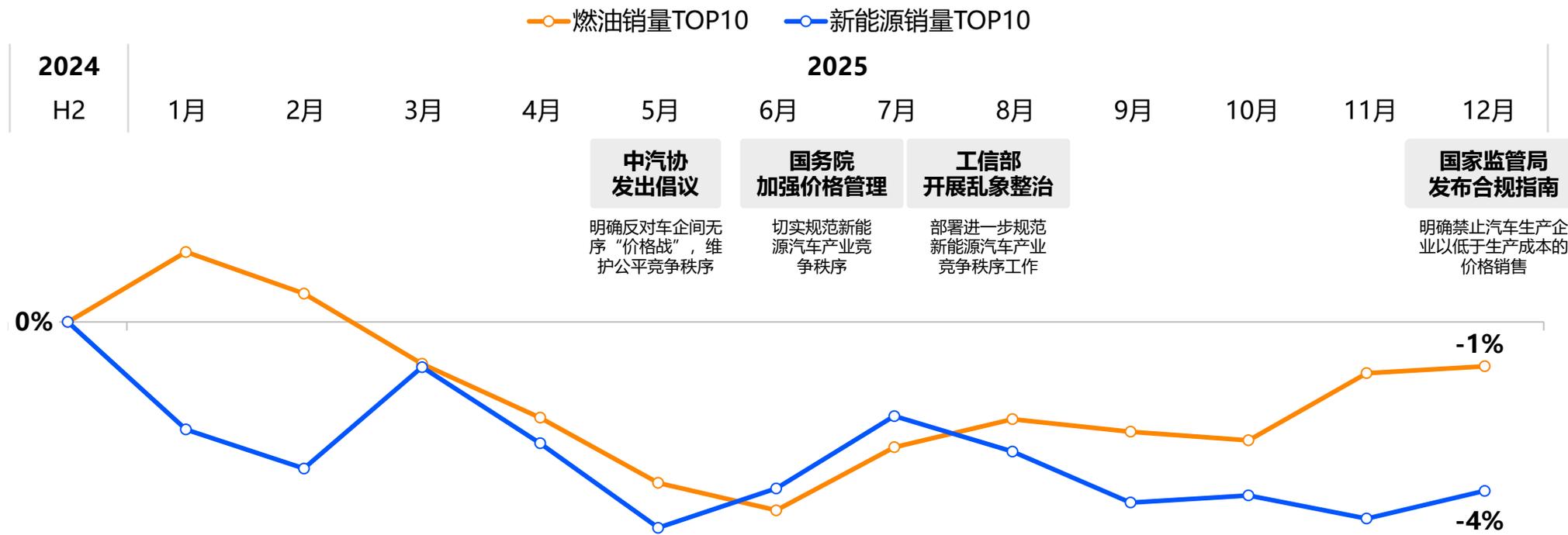
- 仅有中国独立新能源品牌在25年下半年实现明显的价格回升，但并未恢复到24年平均水平

不同品牌单车平均零售价格走势



分能源类型看，燃油车下半年降价幅度收窄已现成效，而新能源市场激烈竞争之下，降价幅度短暂收窄后又持续扩大

热销车2025年平均降价幅度



计算说明:

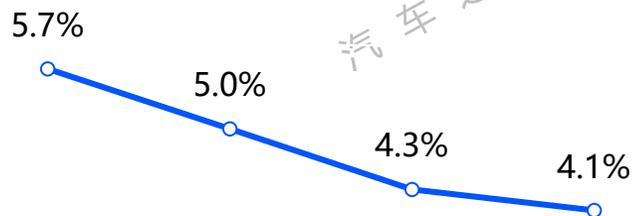
选取2024年H2销量TOP10车系，以2024年H2单车均价为基准值

- 燃油车TOP10车系销量占燃油市场22%
- 新能源车TOP10车系销量占新能源市场30%

“反内卷”收效甚微也体现在行业利润上，汽车行业利润率跌至历史低位，中国车企利润总额下滑，新能源仍陷亏损泥沼

汽车行业利润率

汽车制造业率大幅低于其他制造业，如医药(14%)、食品(7.7%)、计算机通信(4.3%)

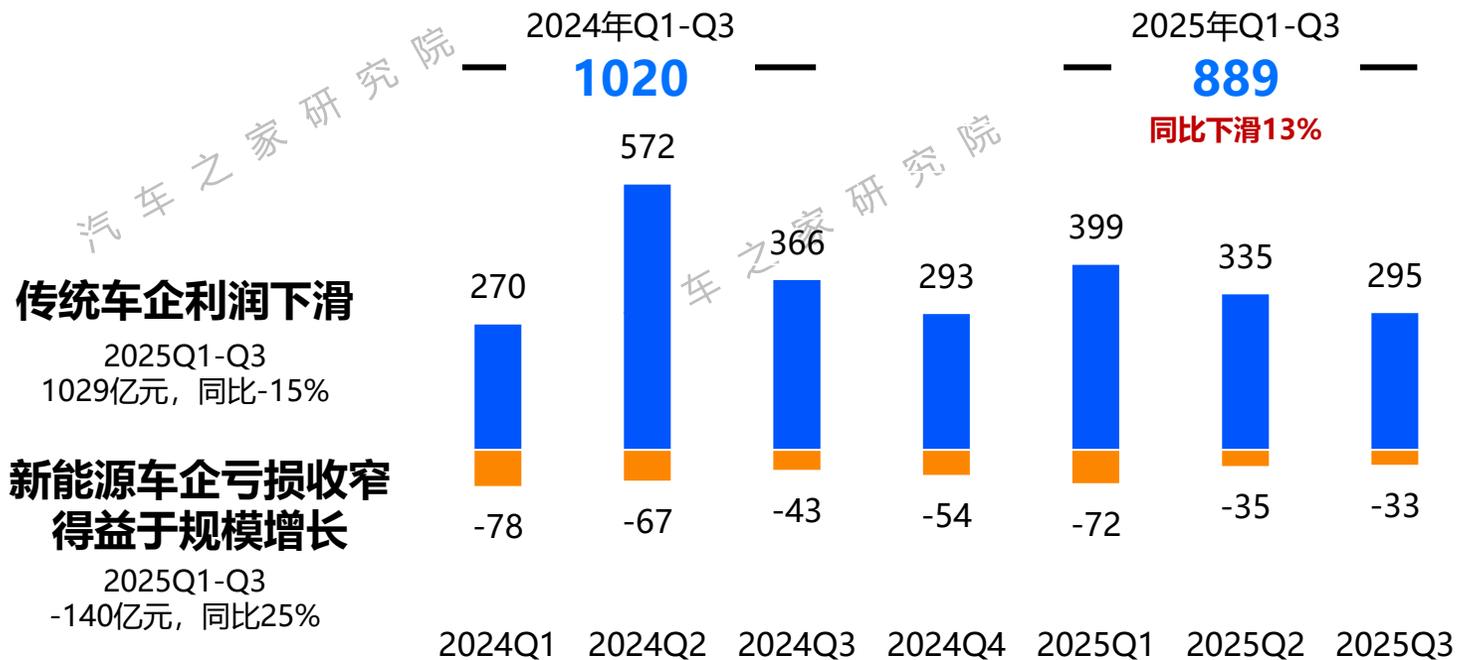


2022 2023 2024 2025

国内上市车企净利润

■ 10家传统车企 ■ 6家新能源车企

单位：亿元



说明：10家传统车企为上汽集团、北京汽车、长城汽车、长安汽车、广汽集团、奇瑞汽车、吉利汽车、江淮、江铃；6家新能源车企为理想汽车、小鹏汽车、蔚来、零跑汽车、赛力斯、北汽蓝谷

15万以下市场

2025年市场份额达60%，2026年受政策补贴退坡冲击，
车企为守住市场基盘，或将采取更加激进的促销手段

报废补贴退坡约10-80%，置换补贴退坡约20-85%

2026年政策退坡，油电市场均受影响，
车企或将进一步释放利润换取销量，
行业利润改善之路愈艰

10万



15万



20万



25万



趋势六

下沉市场贡献增长动能， 新能源区域间发展差异缩小

研究院

汽车之家研究院

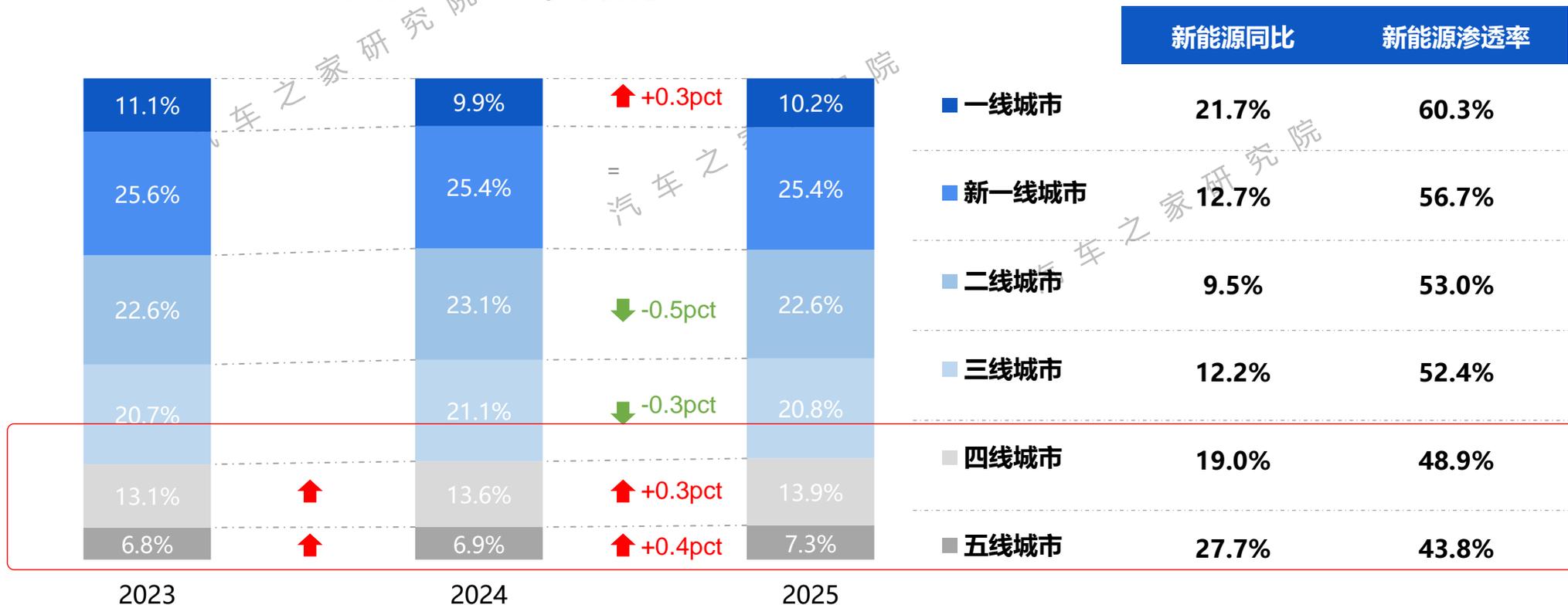
汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

低线城市份额持续增长，新能源的高速增长推动其成为市场增长核心动能

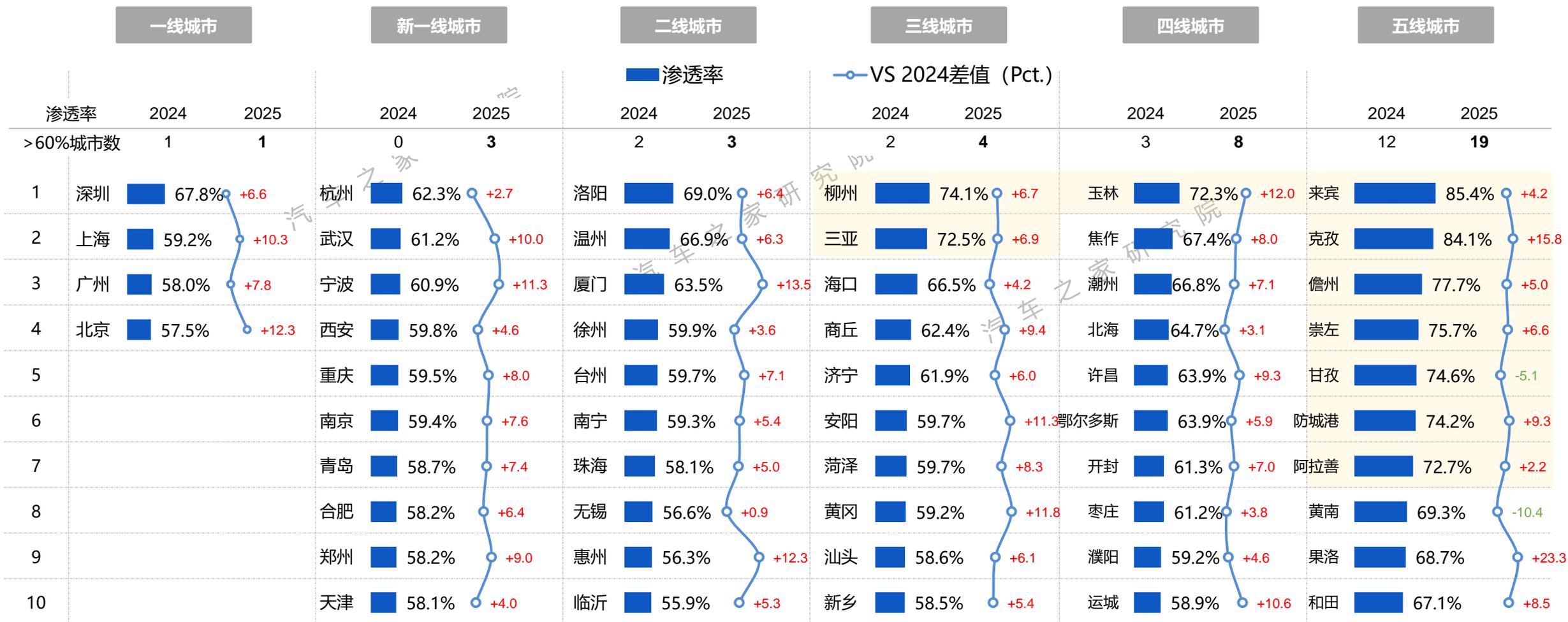
- 随着能源局等部门持续推行的充电设施“乡乡全覆盖”政策，截至2025年底，全国充电桩总量超2千万个，19个省份实现该目标，推动新能源在下沉市场的快速发展

各城市级别市场份额变化



低线城市头部市场渗透率甚至高于高线城市，意味着低线城市的新能源仍有较大提升空间

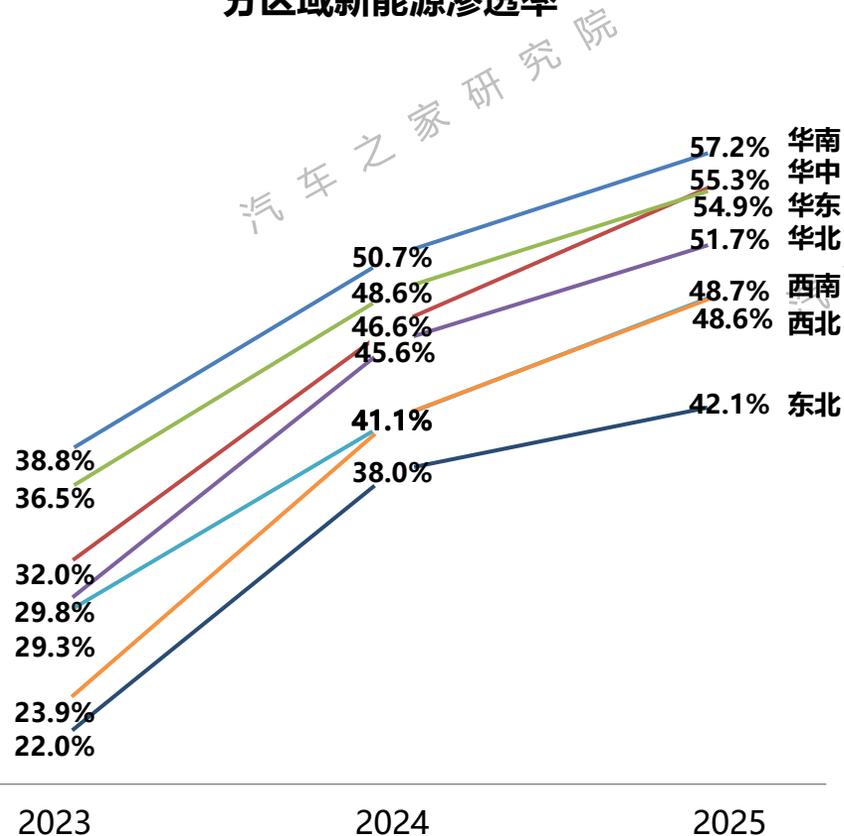
2025年分城市级别新能源渗透率TOP10



区域间新能源渗透率差距缩小，东北靠插混拉动增长、新能源渗透率初现天花板

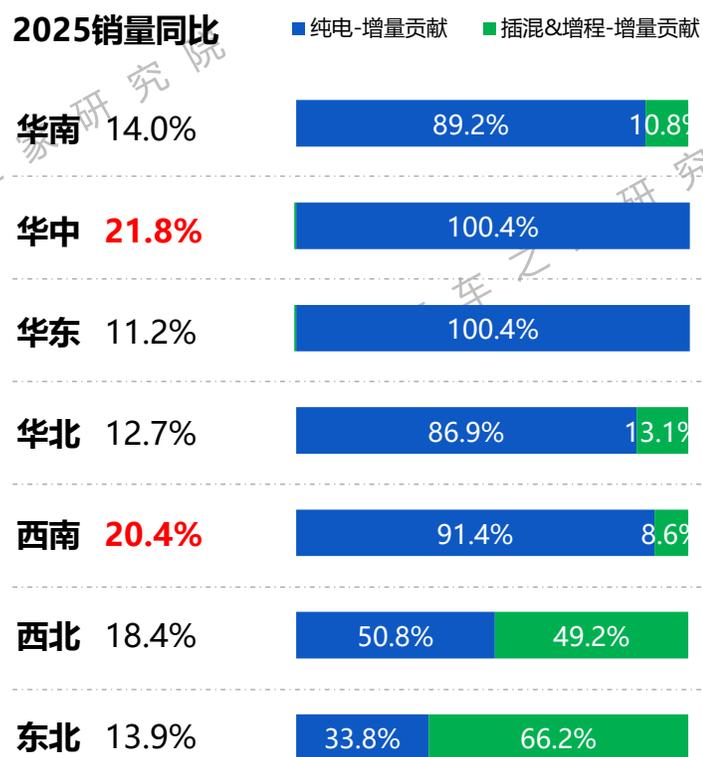
- 区域间新能源渗透率差距逐年缩小，仅东北地区受冬季低温严寒影响，新能源渗透率接近天花板。除东北外，其他六区渗透率差值缩小到10个百分点以内
- 除西北和东北外，其他5个区域纯电是绝对增长驱动力，插混&增程仅在北部地区保留增长优势

分区域新能源渗透率



2025年分区域新能源销量与增量贡献率

2025销量同比



城市同比增速TOP3

1	2	3
惠州 (广东) 41.4%	江门 (广东) 37.3%	儋州 (海南) 35.6%
荆州 (湖北) 50.6%	三门峡 (河南) 44.8%	恩施 (湖北) 41.2%
厦门 (福建) 51.4%	赣州 (江西) 44.8%	漳州 (福建) 40.7%
乌兰察布 (内蒙古) 58.1%	忻州 (山西) 55.1%	承德 (河北) 52.2%
黔东南 (贵州) 76.2%	铜仁 (贵州) 59.9%	玉溪 (云南) 46.9%
吴忠 (宁夏) 86.4%	武威 (甘肃) 60.5%	巴音郭楞 (新疆) 54.2%
齐齐哈尔 (黑龙江) 72.2%	朝阳 (辽宁) 68.7%	佳木斯 (黑龙江) 62.7%

趋势七

出口增长超预期，“本地化生产”助力 中国品牌海外销量持续增长

研究院

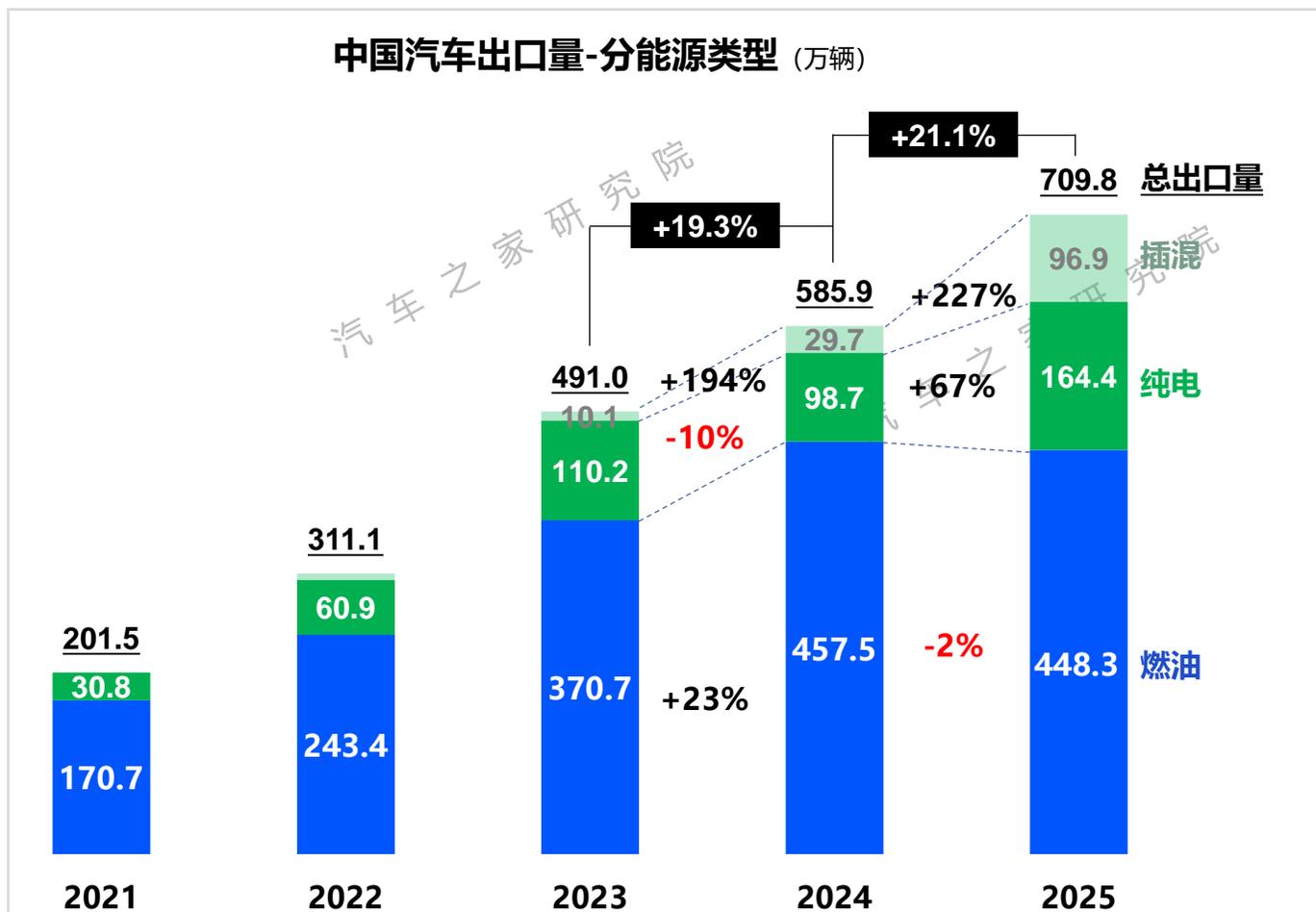
汽车之家研究院

汽车之家研究院

乘用车市场总结及展望

2025年中国汽车出口增速超预期，总量突破700万

变化1：插混爆发、纯电恢复，新能源带动增长



契合过渡需求，插混持续高速增长

- 插混“可油可电”的特性能有效缓解里程焦虑，契合充电基础设施薄弱地区（中南美、东南亚）的过渡期需求，2年间持续高速增长

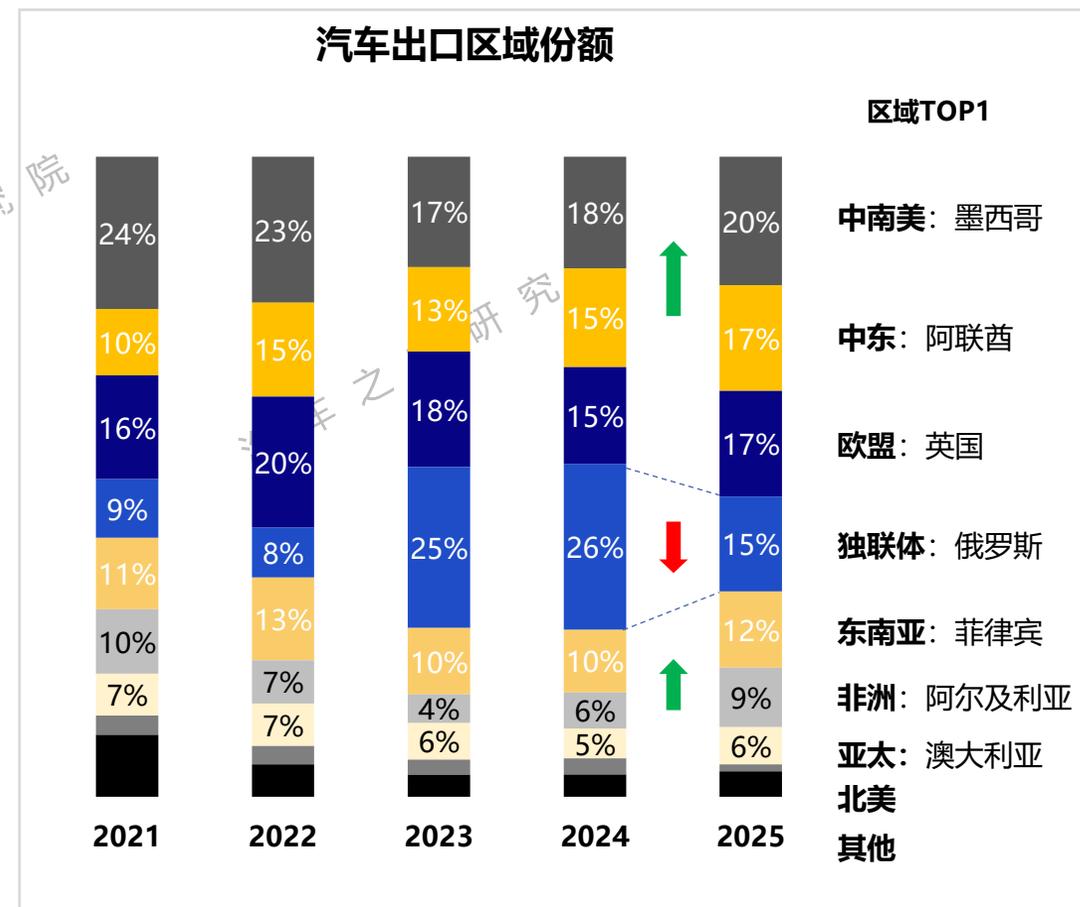
多元化市场布局，纯电恢复增长

- 欧盟加征关税：**2024年纯电出口下滑，主要受欧盟对中国纯电汽车加征关税的直接冲击，同时贸易保护主义蔓延，加拿大和美国也于2024年对华电动汽车加征关税
- 多元市场开拓：**得益于中国车企对东南亚、中南美、澳新等市场的开拓，2025年纯电恢复增长

变化2：市场重心切换，中南美、非洲、中东承接俄罗斯份额

- 中南美、非洲和中东是增量贡献TOP3区域，贡献73%增量；
- 俄罗斯出口下滑：俄罗斯带动独联体区域出口量下滑，从份额第一下滑至第四。俄罗斯实施高额关税实施贸易保护、日韩欧品牌回归加剧市场竞争、以及中国产品自身在极寒适应性及售后服务体系上暴露短板，三大因素共同作用造成这一结果

排名 VS24年	2024年 出口量	2025年 出口增量或减量	2025年 出口量	增量贡献	同比
↑1 中南美	112.5	51.5	164	27%	46%
↑1 中东	98.0	41.0	139	21%	42%
↑1 欧盟	96.0	41.0	137	21%	43%
↓3 独联体	162.0	-39.0	123	-20%	-24%
— 东南亚	61.0	36.0	97	19%	59%
— 非洲	35.0	43.0	78	22%	123%
— 亚太	29.4	15.6	45	8%	53%
— 北美	15.0	-6.0	9	-3%	-40%



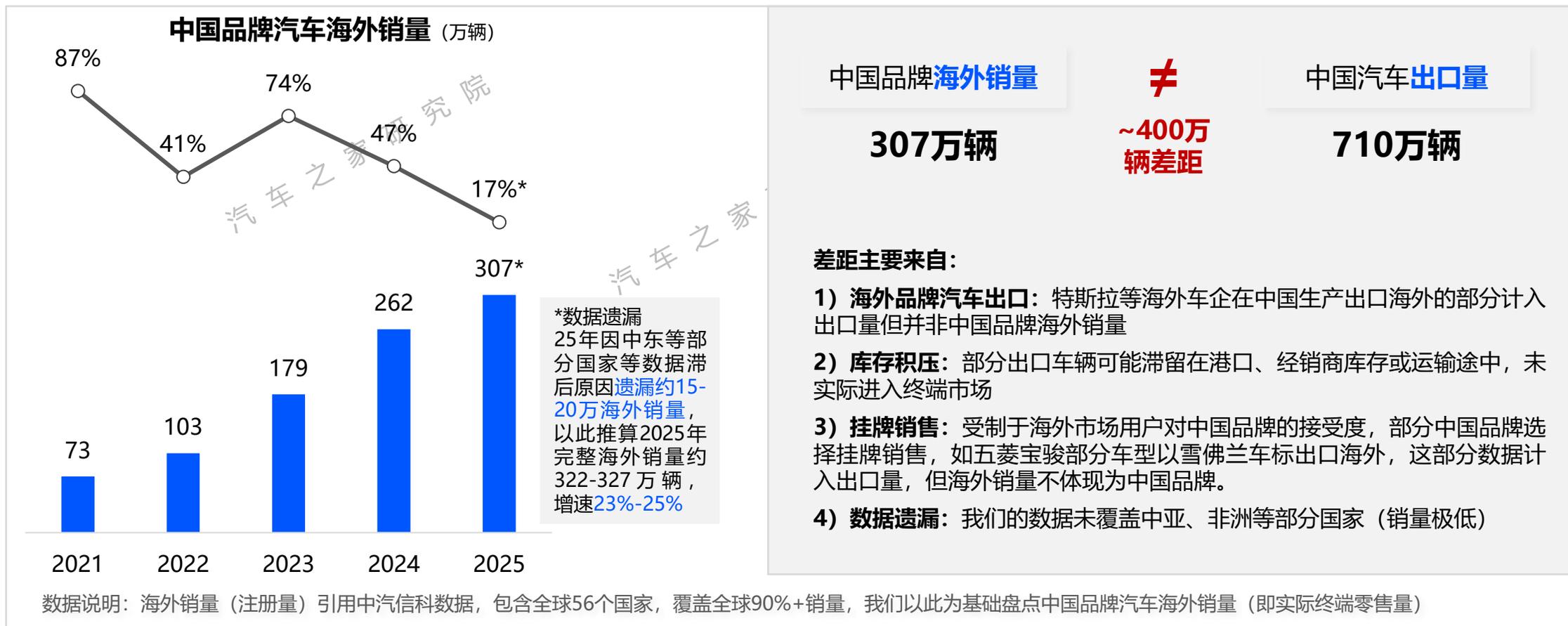
变化3：比亚迪实现百万出口，与奇瑞共同贡献66%增量

整车出口量前十企业 (万辆)

排名 VS24年		2024年 出口量	2025年 出口增量	2025年 出口量	增量贡献	同比
—	奇瑞	114.4	20.0	134.4	16%	17%
↑4	比亚迪	43.3	62.1	105.4	50%	143%
↓1	上汽	92.9	2.1	95.0	2%	2%
↓1	长安	53.6	10.1	63.7	8%	19%
↓1	吉利	53.2	7.4	60.6	6%	14%
↓1	长城	45.3	5.3	50.6	4%	12%
—	北汽	27.4	3.4	30.8	3%	12%
↑2	东风	24.6	3.4	28.0	3%	14%
↓1	特斯拉	26.0	-3.4	22.6	-3%	-13%
↓1	江淮	24.9	-2.7	22.2	-2%	-11%

出口高速增长，但真正能体现中国品牌在全球是否崛起的是——

中国品牌海外销量

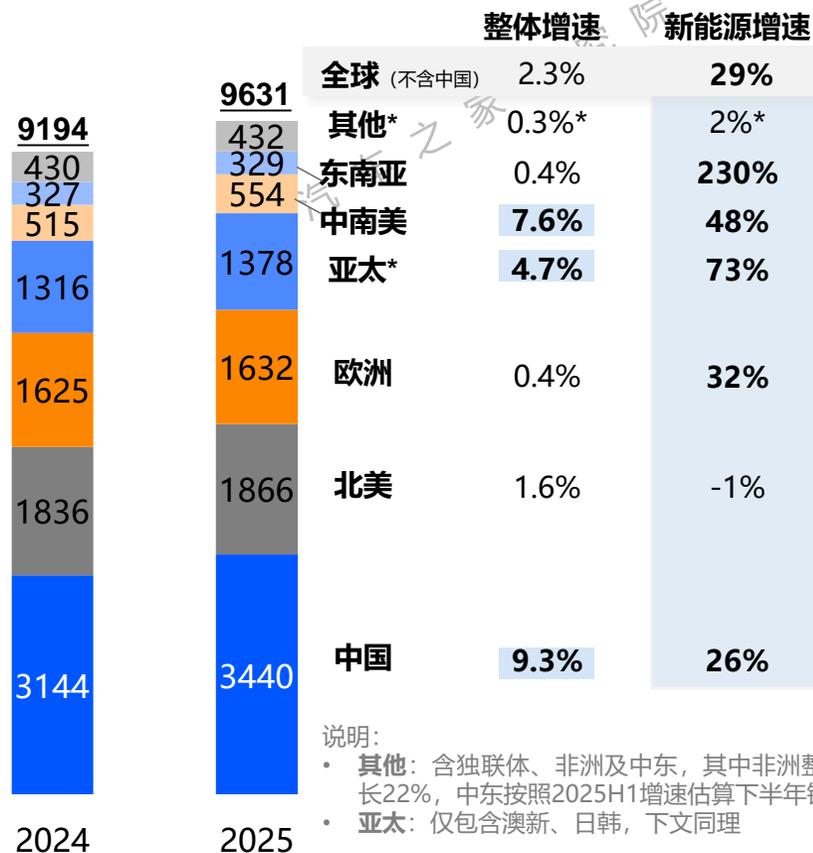


海外市场销量大盘微增，核心由新能源驱动

欧洲、东南亚本土销量以纯电驱动，中南美插混带动增长

- 亚非拉带动全球销量增长
- 除北美外，新能源是各经济体销量增长的核心驱动力。但全球新能源渗透率仅11.4%，仍处于较低水平

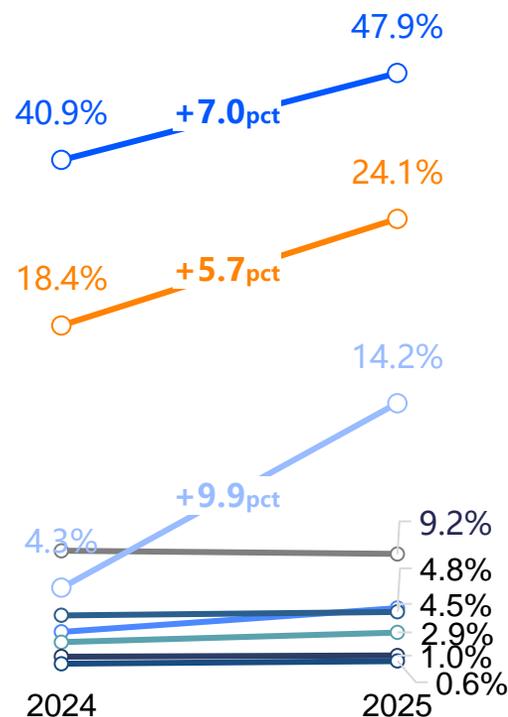
全球汽车销量 (万辆)



- 中国、欧洲、东南亚新能源渗透率增速快，且都依靠纯电驱动
- 新能源渗透率第三梯队中南美、独联体、非洲等以插混驱动

全球主要经济体汽车新能源渗透率

渗透率同比变化



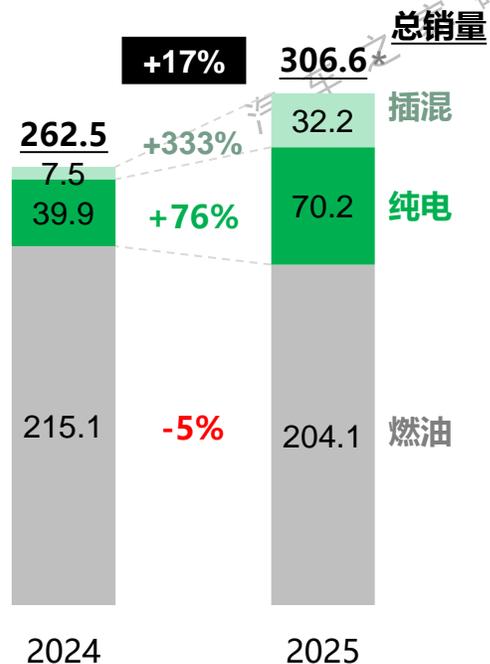
梯队	纯电	插混
第1梯队		
中国	+6.3pct	+0.7pct
第2梯队		
欧洲	+3.8pct	+1.9pct
东南亚	+9.2pct	+0.7pct
第3梯队		
北美	-0.3pct	0
亚太	+1.8pct	+0.2pct
中东	+0.2pct	+0.1pct
中南美	+0.2pct	+0.6pct
独联体	+0.0pct	+0.1pct
非洲	-0.1pct	+0.3pct

计算说明：例，纯电渗透率变化=25年纯电销量/整体销量-24年纯电销量/整体销量

与出口结构类似，中国品牌海外插混车型销量爆发，纯电保持增长 东南亚、欧洲是25年中国品牌海外销量核心增长区

- 中国品牌海外销量破300万，插混海外销量增长超3倍

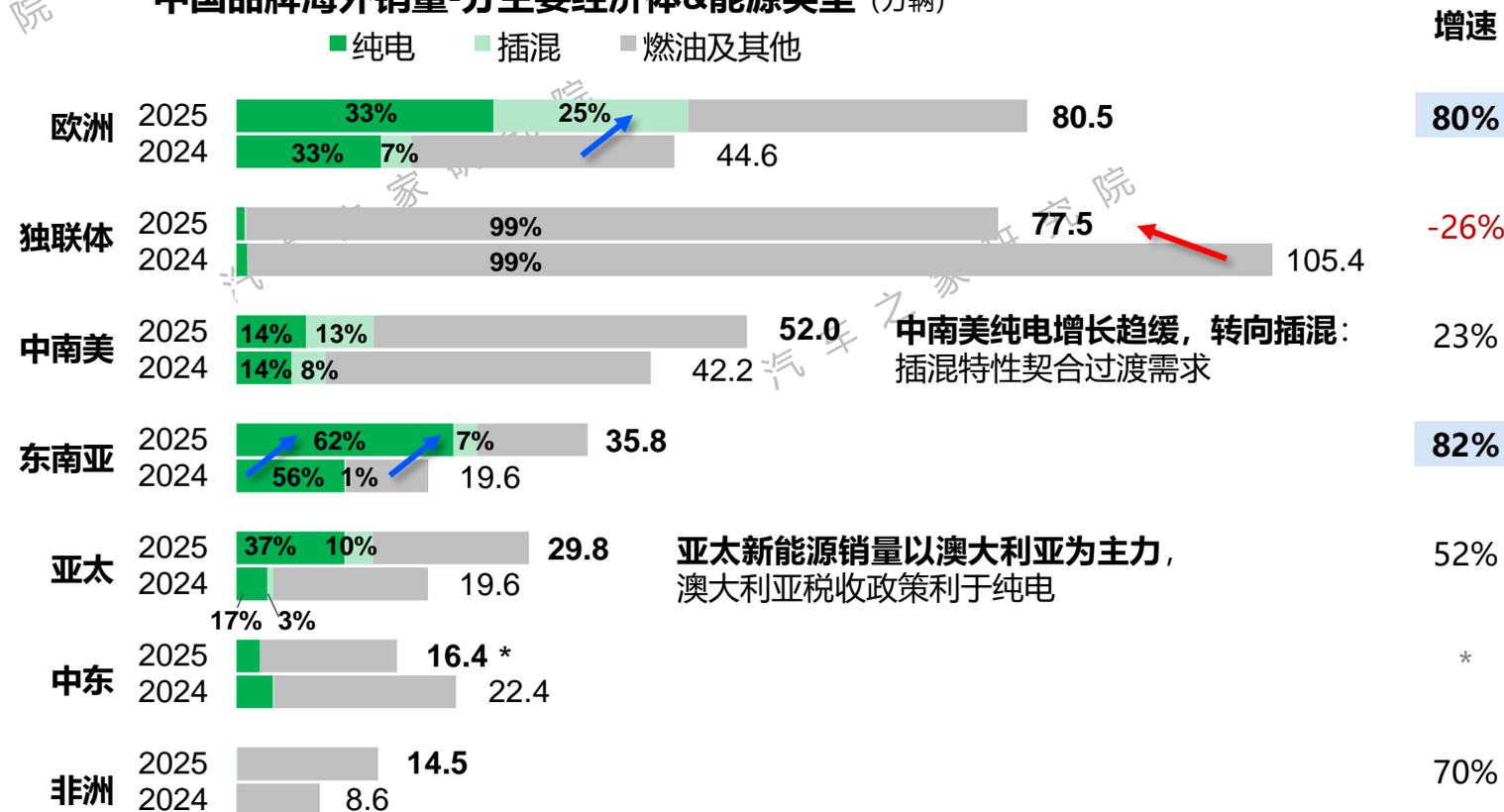
中国品牌汽车海外销量 (万辆)



说明：25年因中东等部分国家数据更新滞后原因遗漏约15-20万海外销量（燃油车为主），完整海外销量约322-327万辆，增速23%-25%

- 欧洲插混销量份额提升显著：欧盟针对中国纯电车增加关税，车企调整销售重点
- 东南亚纯电插混双轮驱动：纯电翻倍，插混跟进抢占份额
- 以俄罗斯为核心的独联体区域销量下滑：受俄罗斯增加关税、日韩欧品牌回归影响

中国品牌海外销量-分主要经济体&能源类型 (万辆)



2026年本地化工厂陆续投产，海外产能释放，进一步推动中国品牌海外销量提升

预计2026年，中国汽车的海外增长将从“出口驱动”转向“本地化驱动”，这不仅会提升销量，更将重塑竞争格局和增长质量，将制造优势转化为品牌优势、供应链优势和用户体验优势

- **欧洲市场纯电深度渗透**：随着产能落地与中欧价格承诺框架的实施，预计26年起中国品牌将实现在欧洲纯电市场的深度渗透与份额爬升
- **东南亚市场纯电&插混双轮驱动**：预计26年纯电仍将是增长的核心引擎，而插混也因契合过渡期需求将持续增长

以欧洲、东南亚2026年新增工厂为例

地区	建厂国家	中国品牌	2026年新增产能：约80万辆	主要车型
欧洲	匈牙利	比亚迪	30万，26Q1试生产，Q2正式投产	纯电+插混车型（元up/元plus/海豚/海鸥）
	西班牙	奇瑞	计划27年5万辆，到29年增至15万/年	燃油+新能源，EBRO S700及 Omoda5/Jaecoo7
东南亚	印度尼西亚	比亚迪	15万，26Q1正式投产	纯电+插混
	马来西亚	比亚迪	建设CKD工厂，计划2026年投产	预计为新能源车型
	马来西亚	上汽集团	计划2026年Q1启动CKD组装	首产MG S5纯电，后续引入混动及燃油车
	马来西亚	小鹏	计划26年量产	新能源车型G6、X9
	越南	奇瑞	26年中期投产，初期3-6万辆/年	燃油+新能源，以Omoda & Jaecoo品牌为主
	越南	吉利	计划2026年投产，初期年产能7.5万辆	燃油+新能源，计划3年推9款新车型
	越南	长安	预计26Q2本地化率80%以上，年产5-7万辆	燃油+新能源

打造研究智库 赋能汽车行业

专 业 | 权 威 | 深 刻

汽车之家研究院



— 扫码关注 —



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告