

回眸二〇二五

看见中国汽车业的向上力量

本报“忠阳车评”专栏记者 杨忠阳

岁序常易，新元肇启。回眸2025年，中国汽车业在价格战博弈、产业链重构和国际贸易保护压力中，顶压前行、向新攀高，交出一份超预期答卷。

中国汽车工业协会发布的数据显示，2025年，我国汽车产销分别完成3453.1万辆和3440万辆，同比分别增长10.4%和9.4%，再创历史新高，不仅展现出超强韧性与活力，成为“十四五”收官之年拉动我国经济增长、推动经济高质量发展的重要引擎，更成为引领全球汽车产业转型升级、稳定世界经济增长的关键力量。

这一年，新能源汽车国内新车销量占比跨越50%临界点，从曾经的边缘产品跃升为市场主流；

这一年，是“全民智驾”元年，车企竞相奔赴“智驾平权”新赛道，自动驾驶汽车产业从技术验证稳步迈向量产应用新阶段；

这一年，汽车出口突破700万辆，核心市场份额不断提升，海外市场成新增长极；

这一年，“反内卷”从共识变成行动，主管部门规范产业竞争秩序，主流企业开始从“卷价格”转向“优价值”。

新能源汽车跃升市场主流

50.8%！这是2025年新能源汽车国内新车销量占比。

新能源汽车国内新车销量占比首次过半意味着，国内每售出2辆新车，就有1辆是新能源汽车。新能源汽车从昔日的边缘产品，已跃升为我国新车市场主流产品和主导力量。

数字突破的背后，是我国新能源汽车的蓬勃发展。中汽协数据显示，2025年我国新能源汽车产销分别完成1662.6万辆和1649万辆，同比分别增长29%和28.2%，连续11年居全球第一位。

数字突破的背后，更是产业竞争格局的深刻重塑。在新能源汽车的强劲驱动下，自主品牌乘用车销量占有率近七成，实现对合资品牌在国内乘用车市场份额的大逆转。这标志着，自主品牌在竞争激烈的市场中已占据绝对主导地位。

传统燃油车时代，欧美日韩车企凭借百年积累的技术壁垒、完善的供应链体系和成熟的品牌认知，长期占据全球市场的主导地位。从发动机到变速箱，从底盘调校到核心零部件，中国车企在很长一段时间里只能扮演学习者和追随者的角色，产品不仅市场占有率低，而且大部分位于产业链和价值链低端。

电动化与智能化引发新一轮产业变革，为中国汽车产业换道超车带来难得机遇，改变了市场竞争逻辑和格局。在以蔚来ES8、问界M9等为代表的高端车型带动下，自主品牌产品攻破了“BBA”堡垒，实现了品牌溢价能力向上突破，推动中国汽车工业加速从“规模领先”向“价值引领”转型。

我国新能源汽车的蓬勃发展，是政策、技术、产业链共同奏响的大合唱。

政策给力。除了国家战略层面的引领，8部门出台《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026年）》，提出加快新能源汽车全面市场化拓展，为新能源汽车做大增量鼓足底气；以旧换新政策“加力扩围”，不仅确保了汽车产销量平稳增长，也推动了产品结构加速优化。商务部发布的最新数据显示，2025年，我国汽车以旧换新超1150万辆，带动新车销售额超1.6万亿元。在国内乘用车零售量中，半数以上参与了汽车以旧换新。2025年，汽车以旧换新中，新能源汽车占比近60%。汽车以旧换新并非简单“换新”，不断攀升的“含绿量”，已成为推动消费和产业双重升级的底色。

技术创新。行业企业以科技创新引领新质生产力发展，不断突破技术难题、提升产品性能，获得消费者认可。例如，纯电动乘用车平均续航里程达到500公里左右，动力电池单体成本降低30%，寿命提高40%，充电速率提升3倍多，具备组合辅助驾驶功能的乘用车新车占比再创新高。在汽车产业持续演进过程中，技术创新对整车企业与零部件供应商的战略重要性日益凸显，其不仅直接决定产品竞争力，更将重塑品牌向上突破的路径，并深远影响未来产业竞争格局。

供应链优势。供应链是汽车产业的“根系”。没有根系的发达，就没有汽车产业大树的枝繁叶茂、顶天立地。从汽车产业发展史来看，每一次汽车技术和产品的重要突破，都是整车和零部件企业共同作用的结果。目前，我国已建成涵盖基础材料、零部件、整车、制造装备等全链条、完备高效的产业体系，向全球供应了70%的电池材料、60%的动力电池，形成比较优势。

此外，基础设施的适度超前布局、超大规模市场优势、充分的竞争市场、快速的技术迭代文化和勇于尝试的企业家精神，也为我国新能源汽车的蓬勃发展注入澎湃动能。这种从整车到供应链，再到基础设施的全方位创新突破，不仅重塑着中国汽车产业在全球的地位，也为世界科技进步和消费者福祉贡献着重要的“中国方案”和“中

国智慧”。

智能化迈出“破冰”行动

2025年12月15日，工信部公布我国首批L3级有条件自动驾驶车型准入许可，重庆长安汽车股份有限公司与北汽蓝谷麦格纳汽车有限公司率先获准。随后，深蓝、极狐两款车型完成车牌登记，正式获得合法上路资格。

从车型准入许可到号牌快速落地，这是中国自动驾驶产业发展史上的一个重要节点，标志着我国自动驾驶汽车产业从技术验证稳步推进迈向量产应用新阶段。

如果说，汽车产业变革的上半场是电动化，那么下半场就是智能化。当前，智能化已成为全球汽车产业竞争新焦点，而智能化的标志就是智驾。中美两国在智能驾驶领域走在全球前列，欧洲也在全力追赶，竞争态势明显。此次对两款自动驾驶车型的许可，不仅体现了技术的发展，更是国家统筹高质量发展和高水平安全，以包容审慎监管护航前沿技术安全落地，激发产业创新活力的生动实践。

去年年初，汽车市场以一场场声势浩大的全民智驾宣言开局。比亚迪宣布，旗下“天眼神之眼”智驾系统将覆盖全产品线21款车型。长安汽车也举行了一场智能化战略发布会，发布“北斗天枢2.0”战略：根据该战略，其未来3年的新车将全系标配智驾接口，实现高阶智驾搭载更多性价比车型，并喊出“全民智驾”口号。两场发布会之后，“智驾平权”“全民智驾”迅速成为热词，舆论就此把2025年称为“智驾元年”。

然而，行业加速推进之时，几场智驾事故给市场泼来几盆冷水，监管迅速收紧。有关部门明确要求禁用“自动驾驶”“高阶智驾”等误导性表述，统一使用“组合辅助驾驶”等术语。此举推动企业回归技术本质，遏制夸大宣传，主动厘清“辅助驾驶≠自动驾驶”的边界与责任归属，为产业发展保驾护航。

受智驾安全事故监管加强和超高算力芯片技术受阻影响，2025年，我国智驾的发展虽没有“特斯拉FSD零人工接管横穿美国”的表现抢眼，但在全球率先实现了智驾平权，智驾普及率是最高的。2025年前三季度，我国具备组合辅助驾驶功能(L2级)的乘用车新车销量同比增长21.2%，渗透率达64%。在主流L2级及城市NOA(导航辅助驾驶)硬件成本加速下降的驱动下，智能驾驶技术从实验室和高端配置，迅速下沉为10万元级车型的基础L2级智驾标配，走向“全民智驾”。

从技术跃迁维度看，以人工智能为代表的新一代信息技术在汽车产品中加速应用，为智驾突破带来机遇。2025年，AI大模型与智能驾驶的端到端架构深度融合，催生VLA(视觉—语言—动作模型)与WM(世界模型)两大主流技术路线。目前，这两类技术路线正在主导高阶智能驾驶产品化，推动驾驶体验升级与产品形态重塑，加速智驾系统向自主智能体演进。

得益于在智能化技术与产业发展上的领先优势，全球知名汽车品牌已开始选择与国内头部第三方供应商合作，以实现在智驾领域的突破。包括华为、Momenta等在内的第三方技术供应商为全球智能驾驶产业提供了“中国方案”，吸引来自德、美、日、韩等国家的知名汽车品牌与中国科技企业深度合作，推动中国智能驾驶技术走向世界，提升我国在全球汽车产业价值链中的话语权。

出海向多元模式演进

在国内汽车市场竞争加剧与产业技术变革深化的双重影响下，中国车企纷纷加快出海步伐，海外市场已成为中国汽车产业的重要增长极。

中汽协数据显示，2025年，我国汽车出口超700万辆，达到709.8万辆，同比增长21.1%；其中，新能源汽车出口261.5万辆，同比增长1倍。中国汽车出口的快速增长，本质上还是依托技术创新、规模化生产和供应链完善，尤其是智能网联新能源汽车建立起来的先发优势和优质体验，使得产品具有更强的市场竞争力。毕竟，消费者对于好产品的追求并没有地域之分。

不过，当汽车贸易出口达到一定规模后，外部约束性挑战也会不断加大。随着目的国本地化制造比例的要求不断提高，在目标市场推动本土化制造成为许多企业的选择。2025年，主流车企加速推进海外建厂计划，已形成多区域生产布局。在东南亚，泰国成为中国车企深耕右舵车市场的核心枢纽，长安、比亚迪、上汽名爵等本土化工厂的产品已下线。在欧洲，比亚迪、奇瑞、小鹏等本土化生产正在有序推进。2025年，中国车企海外销量有望突破500万辆，同比增长超10%。

技术创新。行业企业以科技创新引领新质生产力发展，不断突破技术难题、提升产品性能，获得消费者认可。例如，纯电动乘用车平均续航里程达到500公里左右，动力电池单体成本降低30%，寿命提高40%，充电速率提升3倍多，具备组合辅助驾驶功能的乘用车新车占比再创新高。在汽车产业持续演进过程中，技术创新对整车企业与零部件供应商的战略重要性日益凸显，其不仅直接决定产品竞争力，更将重塑品牌向上突破的路径，并深远影响未来产业竞争格局。

供应链优势。供应链是汽车产业的“根系”。没有根系的发达，就没有汽车产业大树的枝繁叶茂、顶天立地。

亚迪、长城汽车巴西工厂已竣工投产，吉利则通过股权合作与雷诺共享本地工厂及渠道。

海外市场的本地化发展，不仅是在海外构建生产能力，更为关键的是要全面强化本地化的研发、生产、服务全产业链体系。随着比亚迪、长城等超过20个中国汽车品牌在泰国东部经济走廊建厂并启动本地化生产，宁德时代、欣旺达、蜂巢能源等大批电池、电机、电控及智能网联供应商紧随其后设立生产基地。《日本经济新闻》报道称，中国零配件在成本上具有优势，并正被包括丰田在内的整车厂在本地生产环节考虑使用。这表明，中国汽车产业出口已从整车升级为全产业链生态输出。

同时，借力跨国企业渠道出海也成为不少车企的新探索。2025年，日产汽车与东风汽车集团成立注册资本10亿元的合资公司专门负责出口业务，将中国从重要的销售市场升级为面向全球的研发与出口枢纽。大众汽车集团(中国)宣布，将更多在中国本土生产的大众与奥迪品牌车型，出口至包括欧洲在内的全球市场。

从“在中国，为中国”升级为“在中国，为世界”，跨国车企以其成熟的国际网络与品牌影响力，扮演链主或渠道整合者角色，能帮助中国供应链企业以更低成本、更高效率进入海外市场。同时，该模式不仅强化了中国制造在全球供应链中的话语权，也为中外企业合作共赢提供了新路径。

“反内卷”重塑市场竞争逻辑

《汽车行业价格行为合规指南》于2025年12月开始征求意见，其中拟明确“低于成本价销售”的判定标准，建立价格异常波动预警机制，压实企业合规主体责任，防止整车与零部件企业就价格进行串通等。这将有效遏制企业之间的恶性价格竞争，规范产业竞争秩序。

回望过去的一年，伴随着“价格战”被叫停，17家车企承诺账期不超过60天、加强产品一致性抽查等汽车行业“反内卷”措施先后落地，曾深度困扰国内汽车行业的无序价格战、虚假宣传、黑公关等顽疾，正在初步得到遏制。

与此同时，发布电池安全新标准、规范乘用车加速性能、加强搭载组合辅助驾驶功能智能网联汽车管理，主管部门强化标准引领产业升级作用，引导行业自律。主流车企重塑市场竞争逻辑，从单纯的价格与流量竞争，开始转向技术、品质、服务等核心价值比拼。

竞争是市场经济的本质特征，合理的价格机制是市场竞争机制发挥作用、激发市场活力和增强发展动力的前提和基础。然而，近年来我国汽车产业深陷以价格战为主要竞争形式的“内卷”。虽然我国汽车产业年产销量屡创新高，但利润薄如刀片。2025年前11个月，行业利润率仅为4.4%，低于同期制造业平均水平。

“内卷式”竞争，不仅压缩企业利润空间、削弱创新能力和平价动力，还带来居民收入、政府税收减少。长此以往，还会引发产品和服务质量下滑，诱发企业经营和品牌危机。作为产业经济发展中的突出现象，汽车行业“内卷式”竞争的形成具有多维性和复杂性，但主要根源在于阶段性供需失衡与市场退出机制不畅的叠加效应，亟待有效治理。

当前，我国汽车产业正处于从规模扩张向质量提升的关键阶段。深入整治“内卷式”竞争，就要加快完善汽车产业产能调控机制，加强动态监测预警，既让落后低效产能有序退出，也让新增优质产能平稳接续，统筹好新旧动能转换。

同时，强化综合治理，加强行业自律、标准引领，综合运用信用监管、价格执法、反垄断和反不正当竞争等监管手段，着力规范市场竞争秩序，形成优质优价、良性竞争的市场生态，更好发挥市场机制优胜劣汰功能。

向新攀高，提质增效。我国汽车产业不能只做“量的冠军”，更要成为“质的标杆”，这也是实现高质量发展的必然要求。

忠阳车评


杨忠阳专栏

该给车企订单泡沫挤压水分

随着“双碳”目标的持续推进，新能源汽车驶入快车道，车企纷纷加大投资力度，产能建设如火如荼。然而，一些车企为了抢占市场份额，不惜通过虚报产能、哄抬价格等方式，导致行业出现严重的产能过剩和价格战。

产能过剩和价格战不仅损害了消费者的权益，也对整个行业造成了负面影响。因此，必须采取有效措施，挤压车企订单泡沫，促进汽车产业健康可持续发展。

首先，要建立健全行业监管机制，加强对车企产能和订单的监管，避免产能过剩和价格战。同时，要加大对虚报产能、哄抬价格等违法行为的处罚力度，形成有力震慑。

其次，要引导车企理性投资，避免盲目扩张产能。车企应根据市场需求和自身实力，科学规划产能，合理安排生产，确保产能与市场需求相匹配。

最后，要建立健全行业标准，规范市场竞争秩序，促进行业健康发展。

忠阳车评

车门把手实用安全比新奇独特更重要

随着汽车智能化、网联化的发展，越来越多的新奇设计出现在车门把手上。然而，实用性才是最重要的。车门把手的功能不仅仅是美观，更是安全。

首先，实用性是最重要的。车门把手应该方便易用，易于抓握，能够提供良好的握持感。如果车门把手过于复杂或者设计不合理，可能会导致驾驶员在紧急情况下无法快速打开车门，从而增加安全隐患。

其次，安全性也是至关重要的。车门把手应该坚固耐用，能够在碰撞等极端情况下保持稳定，不会轻易断裂。如果车门把手在碰撞中脱落，可能会导致驾驶员无法及时逃生，造成严重后果。

最后，美观性也不能忽视。车门把手的设计应该符合整体车身风格，能够提升车辆的整体形象。

忠阳车评

车企为啥争造人形机器人

随着人工智能技术的飞速发展，人形机器人逐渐走进人们的视野。车企们纷纷加入这场热潮，争相研发人形机器人。那么，车企为什么会对人形机器人如此感兴趣呢？

首先，车企希望利用人形机器人提高生产效率。通过引入人形机器人，车企可以实现生产线的自动化，减少人工操作，降低生产成本，提高生产效率。

其次，车企希望通过人形机器人提升用户体验。人形机器人可以提供更加人性化的服务，满足用户的需求，提升用户的满意度。

最后，车企希望通过人形机器人展示品牌形象。通过研发人形机器人，车企可以展示自己的技术创新实力，提升品牌形象，吸引更多消费者关注。

忠阳车评

“智驾平权”莫忘安全

随着自动驾驶技术的不断发展，越来越多的车企开始推出自动驾驶功能。然而，自动驾驶技术的安全性一直备受关注。因此，车企在追求自动驾驶技术的同时，也不能忘记安全。

首先，车企需要确保自动驾驶系统的可靠性。自动驾驶系统必须能够准确识别路况，做出正确的决策，避免交通事故的发生。

其次，车企需要加强自动驾驶系统的监管。自动驾驶系统必须定期接受检查和维护，确保其始终处于良好的工作状态。

最后，车企需要提高驾驶员的安全意识。驾驶员必须了解自动驾驶系统的操作方法，避免因操作不当而导致交通事故。

忠阳车评

车市营销浮夸之风不可长

近年来，国内汽车市场竞争愈发激烈，一些车企为了争夺市场份额，纷纷采取各种浮夸的营销手段，如虚假宣传、夸大宣传等，这种现象必须引起重视。

首先，虚假宣传是一种违法行为。车企在宣传产品时，不能捏造事实，误导消费者。虚假宣传不仅损害了消费者的权益，也损害了企业的信誉。

其次，夸大宣传也是一种不良风气。车企在宣传产品时，常常会夸大产品的性能和优点，这不仅会让消费者产生误解，也会让竞争对手感到不公平。

最后，浮夸的营销手段还会导致资源浪费。车企在进行虚假宣传和夸大宣传时，往往需要投入大量的资金和精力，这不仅浪费了资源，也浪费了消费者的时间和精力。

忠阳车评

有效整治汽车行业“内卷式”竞争

近年来，汽车行业市场竞争愈发激烈，一些车企为了争夺市场份额，纷纷采取各种浮夸的营销手段，如虚假宣传、夸大宣传等，这种现象必须引起重视。

首先，虚假宣传是一种违法行为。车企在宣传产品时，不能捏造事实，误导消费者。虚假宣传不仅损害了消费者的权益，也损害了企业的信誉。

其次，夸大宣传也是一种不良风气。车企在宣传产品时，常常会夸大产品的性能和优点，这不仅会让消费者产生误解，也会让竞争对手感到不公平。

最后，浮夸的营销手段还会导致资源浪费。车企在进行虚假宣传和夸大宣传时，往往需要投入大量的资金和精力，这不仅浪费了资源，也浪费了消费者的时间和精力。

忠阳车评

治理“零公里二手车”乱象

在国内汽车市场竞争加剧与产业技术变革深化的双重影响下，中国车企纷纷加快出海步伐，海外市场已成为中国汽车产业的重要增长极。

中汽协数据显示，2025年，我国汽车出口超700万辆，达到709.8万辆，同比增长21.1%；其中，新能源汽车出口261.5万辆，同比增长1倍。中国汽车出口的快速增长，本质上还是依托技术创新、规模化生产和供应链完善，尤其是智能网联新能源汽车建立起来的先发优势和优质体验，使得产品具有更强的市场竞争力。毕竟，消费者对于好产品的追求并没有地域之分。

不过，当汽车贸易出口达到一定规模后，外部约束性挑战也会不断加大。

随着目的国本地化制造比例的要求不断提高，在目标市场推动本土化制造成为许多企业的选择。2025年，主流车企加速推进海外建厂计划，已形成多区域生产布局。

在东南亚，泰国成为中国车企深耕右舵车市场的核心枢纽，长安、比亚迪、上汽名爵等本土化工厂的产品已下线。

在国内汽车市场竞争加剧与产业技术变革深化的双重影响下，中国车企纷纷加快出海步伐，海外市场已成为中国汽车产业的重要增长极。

中汽协数据显示，2025年，我国汽车出口超700万辆，达到709.8万辆，同比增长21.1%；其中，新能源汽车出口261.5万辆，同比增长1倍。中国汽车出口的快速增长，本质上还是依托技术创新、规模化生产和供应链完善，尤其是智能