

车市半年考！ 2025上半年销量盘点

闻言培

2025年上半年,中国汽车市场交出了一份极具分量的“半年考”答卷。新能源汽车渗透率突破45%、自主品牌销量占比逼近70%、海外出口延续高增长态势、智能化配置成为新车标配……这场由政策、市场、技术共同推动的产业变革中,头部车企集体发力,传统势力与新势力同台竞技,市场格局正经历深刻重塑。

自主品牌强势崛起 新能源成增长新引擎

比亚迪以近214.6万辆的累计销量一骑绝尘,毫无悬念地拿下上半年销量冠军,同比增长33.04%,王朝系列和海洋系列作为比亚迪的销量担当,持续发力。秦6月销量4.4万辆,年度累计27.43万辆,凭借其高性价比比和出色的燃油经济性,深受家庭用户的喜爱,成为了不少消费者购车清单上的首选;海鸥6月销量5.13万辆,上半年累计达到28.44万辆,小巧灵活的车身加上亲民的价格,在城市通勤市场中占得一席之地。不仅在国内市场大杀四方,比亚迪在海外市场更是大放异彩。1-6月海外累计销量超47万辆,同比激增132%,已经超过去年全年海外总销量。

作为国内整车巨头的上汽集团在今年上半年的表现非常出色,整车批售销量达205.3万辆,同比增长12.4%,终端零售交付220.7万辆,实现单月销量“六连涨”。其中,自主品牌表现尤为突出,销量达130.4万辆,同比增长21.1%,占集团总销量的63.5%,成为增长主引擎。新能源汽车销量64.6万辆,同比暴涨40.2%,智己“双6系”持续热销,引领高端纯电市场。海外市场同样亮眼,上半年销售49.4万辆,同比增长1.3%,MG品牌在欧洲市场终端交付超15万辆,实现两位数增长,全球化布局进一步深化。

吉利汽车上半年累计销量达140.9万辆,同比增长47%。新能源汽车板块无疑是吉利增长的核心动力,上半年销量高达72.52万辆,同比暴涨126%,占总销量的半壁江山。其中,银河系列表现尤为突出,上半年销量为54.84万辆,增长232%,凭借时尚的外观、丰富的配置和出色的性价比,迅速成为市场爆款,吸引了众多年轻消费者的目光。基于上半年的强劲销售表现,吉利汽车信心大增,将原定全年销售目标从271万辆上调约11%,增至300万辆,调整后目标完成率达到47%。按照规划,下半年吉利汽车还将推出6款新能源产品,进一步丰富产品线,满足不同消费者的需求,巩固其在新能源市场的地位。

长安汽车上半年销量达135.5万辆,创下近8年来新高,展现出强大的市场竞争力。在新能源领域,长安汽车同样表现出色,销售45万辆,同比增长48.8%,新能源转型步伐不断加快。启源Q07、深蓝S09、阿维塔06、凯程V919、UNI-Z PHEV等新品的推出,为长安汽车新能源业务注入了新的活力。长安汽车在海外市场也取得了不错的成绩,上半年海外销量突破30万辆,同比增长49%,海外市场的拓展为其销量增长提供了新的支撑。结合300万辆的全年销量目标来看,长安汽车目前的完成率为45.17%,发展态势良好,有望在下半年继续保持增长势头。

奇瑞集团上半年销售汽车126万辆,同比增长14.5%,其

中,出口汽车55万辆,同比增长3.3%,连续领跑中国车企出口榜单,出口量占集团总销量的44%,接近半壁江山。在新能源方面,奇瑞集团同样成绩斐然,上半年销售新能源汽车35.94万辆,同比增长高达98.6%,规模与增速均位居行业前列。混动技术的突破与海外市场的拓展成为其增长双引擎,奇瑞风云A9L、比亚迪海豹06EV等车型进一步扩大了市场覆盖面。在传统燃油车领域,奇瑞也保持着稳定的发展,旗下多个品牌车型深受消费者喜爱。

长城汽车上半年销售近57万辆,实现稳步增长,其中新能源车累计销售16.04万辆,海外销售19.77万辆。在新能源领域,长城汽车不断加大研发投入,推出了多款具有竞争力的车型,如哈弗枭龙系列、魏牌蓝山等,受到了市场的广泛关注。

新势力品牌分化加剧 头部企业优势渐显

零跑汽车堪称上半年新势力中的最大“黑马”,销量从2024年同期的8.66万辆飙升至22.1万辆,增幅惊人。2025年上半年,零跑汽车已连续4个月占据领先地位,6月销量更是达到4.8万辆,助力其在下半年进一步拉开与其他竞争者的差距。零跑汽车之所以能够取得如此优异的成绩,得益于其坚持技术创新和高性价比的产品策略。通过自主研发核心技术,降低生产成本,零跑汽车为消费者提供了具有竞争力的产品。零跑汽车今年的销量目标从冲击50万辆调整提升至50万-60万辆,若按照50万辆的目标来计算,目前其目标完成率已达44.4%,完成全年目标可期。

理想汽车以20.3万辆的成绩位列新势力前三,表现较为稳定。上半年销量同比增长7.9%,虽然增长速度相对其他新势力品牌不算突出,但理想汽车凭借其独特的增程式电动技术和智能化配置,在市场中占据了一席之地。理想L系列车型以其宽敞的空间、舒适的驾乘体验和出色的智能驾驶辅助系统,受到了家庭用户的青睐。理想汽车一直注重产品的智能化发展,不断升级智能驾驶辅助系统,提升用户体验。不过,若理想汽车全年70万辆的销售目标不变,目前其目标完成率约为29%,依然面临较大的交付压力。在竞争激烈的新势力市场中,理想

汽车需要不断优化产品和服务,提升交付效率,以完成全年目标。

小鹏汽车上半年的销量达到19.7万辆,同比实现了大幅增长,超过2024年全年交付量。智能驾驶技术的落地成为其核心竞争力,小鹏汽车在智能驾驶领域投入了大量资源,不断推动技术的研发和应用。小鹏P7+、G6等产品以其先进的AI智能属性捕获了大批用户,凭借智能辅助驾驶系统、智能互联系统等高科技配置,为用户带来了更加便捷、智能的出行体验。小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏曾表示,2025年的总销量会比2024年实现翻倍以上的增长。以小鹏汽车2024年全年共销售约19万辆的数字推算,2025年其全年销量目标约为38万辆,目前的目标完成度约为51.8%,在新势力中处于较为领先的位置。

小米汽车凭借SU7系列后来者居上,上半年交付量超过15万辆。3月,小米集团董事长兼CEO雷军宣布小米汽车全年交付目标由30万辆提升至35万辆,目前完成率约为43%。6月26日,小米汽车旗下首款SUV车型小米YU7正式上市,仅3分钟YU7订单数就突破20万辆,1小时订单数突破28.9万辆,火爆的市场反应充分展现了小米汽车的强大潜力。小米汽车将互联网思维和科技优势融入汽车制造中,注重用户体验和产品创新。SU7和YU7两款车型凭借出色的性能、时尚的外观和丰富的智能配置,吸引了众多消费者的关注。

曾经新势力造车三驾马车之一的蔚来汽车看上去有些掉队了。在推进乐道、萤火虫多品牌战略的同时,蔚来汽车上半年交付量为11.4万辆,完成率仅为25.7%,面临着不小的交付压力。蔚来汽车一直以高端定位和优质的服务著称,但在激烈的市场竞争中,也面临着诸多挑战。

除此之外,2025上半年汽车新势力行业洗牌加速,哪吒汽车与合创汽车相继破产。哪吒汽车曾登顶新势力销冠,却因过度依赖低价策略,在价格战冲击下销量暴跌,2024年销量同比下滑49.37%,累计巨额亏损,于2025年6月启动破产重整。合创汽车因产品定位模糊、同质化严重,销量持续低迷,2024年销量同比下降82.32%,资金链断裂后年初宣告倒闭。二者的退场,凸显新势力淘汰赛的残酷,也警示行业唯有以技术与创新突围,

才能避免被市场淘汰。

合资品牌市场份额受挤压 转型迫在眉睫

上汽大众上半年终端销量52.3万辆,同比增长2.3%,在合资品牌中表现较为稳定。朗逸家族6月终端销量2.5万辆,1-6月累计销量13.7万辆;帕萨特家族6月终端销售超2万辆,1-6月累计销量11.7万辆;途观家族6月终端销量近2万辆,1-6月累计销量9.1万辆;途岳家族6月终端销量1.4万辆,1-6月累计销量7.1万辆,这些经典车型依然是上汽大众的销量支柱。为了适应市场变化,上汽大众加快了产品布局的升级。下半年,大众品牌新凌渡L、朗逸Pro“双子星”即将上市;上汽奥迪A5L Sportback、AUDI新品牌首款量产车奥迪E5 Sportback也即将上市。未来,上汽大众将覆盖燃油、纯电、增程、插混全品类车型,2026年将是新能源与智能化产品集中落地的“产品大年”,预计到2030年,上汽大众将推出超20款全新车型。

一汽-大众1-6月累计销量43.6万辆,同比增长3.5%。速腾、迈腾、探岳家族等燃油车型销量给力,1-6月累计销量均超8万辆。上汽大众上半年火力全开,累计终端销量52.3万辆,同比增长2.3%,朗逸、帕萨特、途观、途岳等主力家族车型销量稳定,巩固燃油车基本盘。

日系品牌中,一汽丰田1-6月销售新车37.7万台,同比增长16%,电动化车型销量占比49%,RAV4荣放、卡罗拉锐放等车型销量稳定,全新普拉多和bZ5拉动销量。广汽丰田累计销量36.42万辆,实现同比正增长,凯美瑞、赛那、汉兰达三大旗舰燃油车上半年总销量17.91万辆,同比增长30%,占比提升至49.2%,铂智3X也有不错表现,6月交付6030台。

相比之下,部分品牌处境艰难。广汽本田1-6月累计销量15.4台,在电动化转型中面临挑战。北京现代1-6月累计销量突破10万辆,全新伊兰特、全新途胜L等车型销量有所增长,但整体仍在努力提升市场份额。

主流合资品牌通过智能化升级燃油车、加快电动化转型及“一口价”营销等策略,稳住销量并在部分领域实现突破,但各品牌发展不平衡,未来仍需持续创新,以应对激烈的市场竞争。

展望下半年,随着各大车企新车型的陆续推出,市场竞争将更加白热化。自主品牌有望继续保持增长态势,在新能源和海外市场取得更大的突破;新势力品牌将继续在技术创新和产品差异化方面发力,争夺市场份额;合资品牌需要加快转型速度,提升产品竞争力,以应对市场变化。此外,海外市场的拓展也成为新方向,不少车企加速布局步伐。

