

The Mobility Paper

Market Landscape

2025年 5月

中国大陆汽车市场展望

本土品牌在变革与转型中走向全球

S&P Global
Mobility

摘要

在汽车产业深度变革的当下，从传统机械车辆向智能移动出行平台的转型正加速推进。本土品牌在这股浪潮中，一方面积极深耕国内市场，凭借对本土消费者需求的精准洞察与快速响应，不断推出贴合市场的创新车型与软件应用；另一方面，也将目光投向全球市场，开启全球化征程。

在变革与机遇并存的复杂行业背景下，这些本土车企的短发展前景如何？面对全球化挑战又该如何应对？面对日益加剧的地缘政治不确定性、逆全球化、保护主义抬头等挑战，他们又该如何精准定位以充分把握全球扩张机遇？

本文将从宏观经济、市场动态、产量预测、海外战略等维度，深入剖析其中的关键点。

本《汽车纵览》将涵盖以下内容：

- 经济环境：机遇与挑战并存
- 2025年轻型车产量预计增长2%
- 短期内市场格局将持续分化
- 2025年新能源汽车的三大特征
- 价格战：从激烈到平稳的转变
- 中国车企海外扩张战略前瞻
- 关键点

说明：本文中所涉及的S&P Global Mobility[标普全球汽车]的预测和观点，均基于中美全面关税纷争之前的市场情况。截至2025年5月，中美两国已同意在90天内大幅降低关税，标志着两国贸易紧张局势有望缓和。

中国大陆汽车市场展望

本土品牌在变革与转型中走向全球



经济环境： 机遇与挑战并存

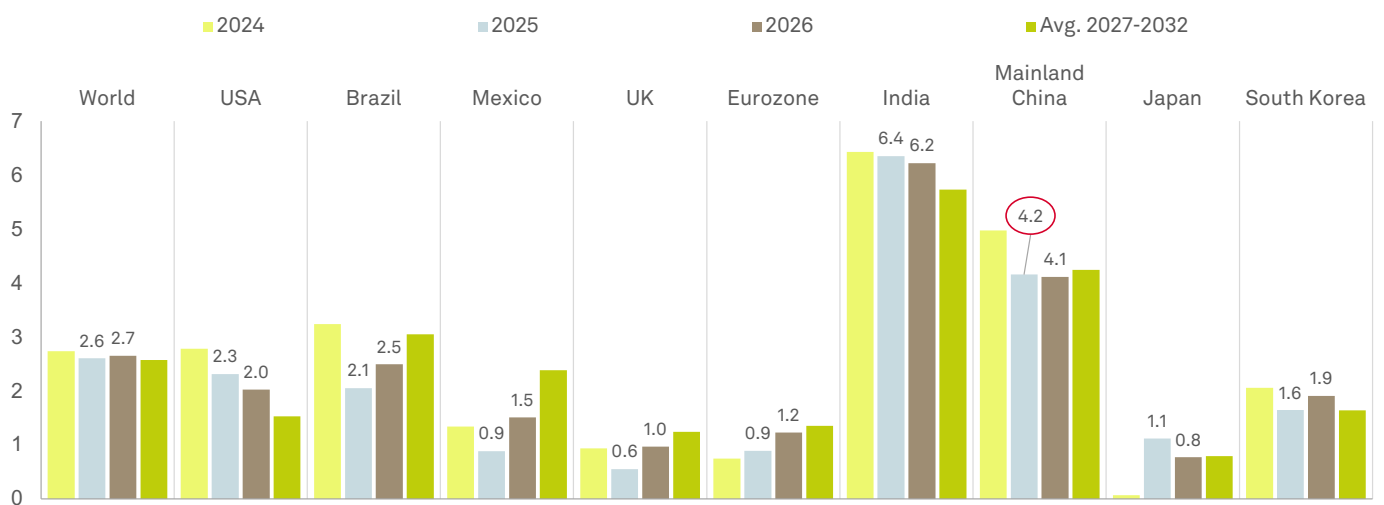
特朗普第二任期的开启，为全球经济增添了浓重的不确定阴影。基于此，S&P Global Mobility[标普全球汽车]宏观经济团队下调了今年全球经济增长预期，对中国GDP增长预期从去年的4.6%降至4.2%。不过，中国政府工作报告提出了更加积极乐观的展望，预计2025年中国GDP增长将维持在5%左右，并将凭借灵活的财政工具与货币政策，抵御外部不确定性对经济的冲击。

这种复杂的经济环境，对中国车市而言，既是挑战也是机遇。全球经济复苏动能不足，国际经贸合作变数增多，无疑将会给车市发展带来一定阻碍。但国内政策的有力支持，又为车市稳定发展注入了强心剂，为车企在困境中寻找突破提供了可能。

全球经济增长率

美国大选后的政策转变预计将拖累全球经济增长；潜在增长动能趋弱

全球经济增长率（同比%）



截至2025年3月17日

资料来源：S&P Global Market Intelligence[标普全球市场财智]

2025年轻型车 产量预计增长2%

回顾2024年，在国家两轮置换补贴刺激以及强劲的出口表现推动下，车市整体产量呈现前低后高的走势，翘尾效应显著。步入2025年，置换补贴政策延续，预计将会为车市的稳定提供一定支撑。但对外贸易的不确定性增加，以及激励政策效果的淡化，可能使车市季节性产出逐渐回归正常水平。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计2025年中国汽车市场下半年仍有冲击年度销量的潜在动能，但翘尾幅度相较于2024年将会较为平缓。从产量增长的角度来看，轻型车产量将保持稳定，预计全年增长2%。然而，长期视角下，人口增长的下行压力高于分析师前期预期，中长期预测将会被进一步的下调，长期增幅预计维持在一个相对平稳的水平。

随着今年新车型的持续推出，以及国家3,000亿人民币“以旧换新”专项资金的支持下，新能源仍然是带动整体市场销量增长的主要因素之一，渗透率也会进一步提高。

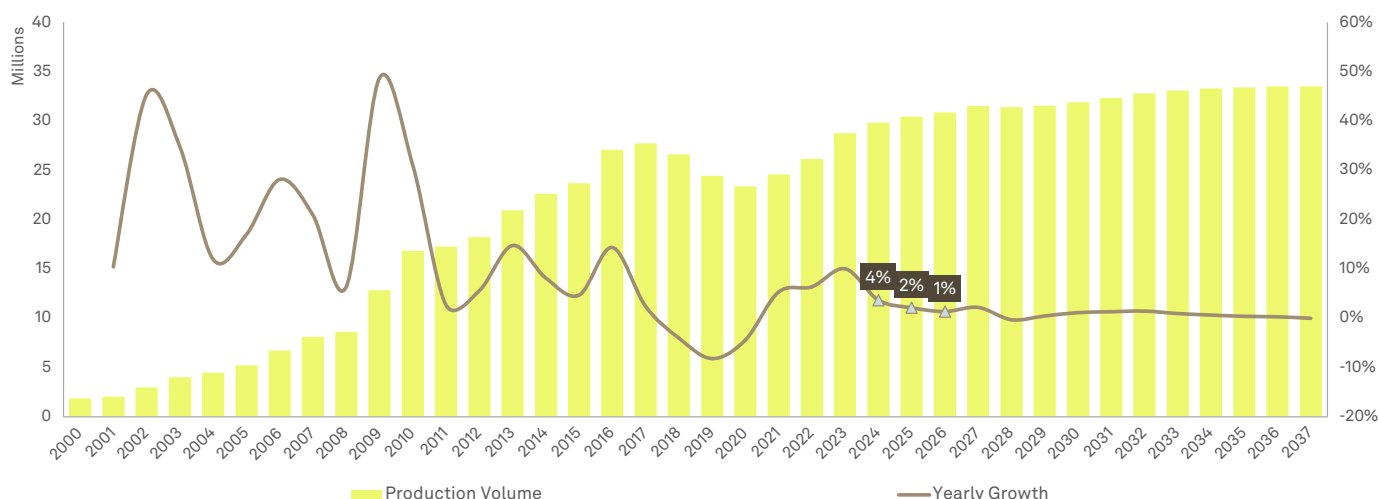
沈佳慰

S&P Global Mobility
中国市场轻型汽车销量预测分析师

中国大陆轻型汽车产量长期预测

短期回调后，在新能源汽车和出口的推动下，行业产量可保持稳定；长期来看，人口数量将持续加速下降。

轻型汽车生产变革



截至2025年3月

资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]



短期内市场格局将持续分化

近年来，中国车市在增长的同时，新能源汽车渗透率迅速攀升，2024年已接近50%，目前中国在电动汽车普及方面已超越美国和欧盟，领先全球。

这一惊人的数据反映出政府通过政策激励推动可持续出行的决心，同时也体现出本土消费者对电动出行和智能驾驶技术日益增长的兴趣，这些因素共同推动着电气化转型的进程。

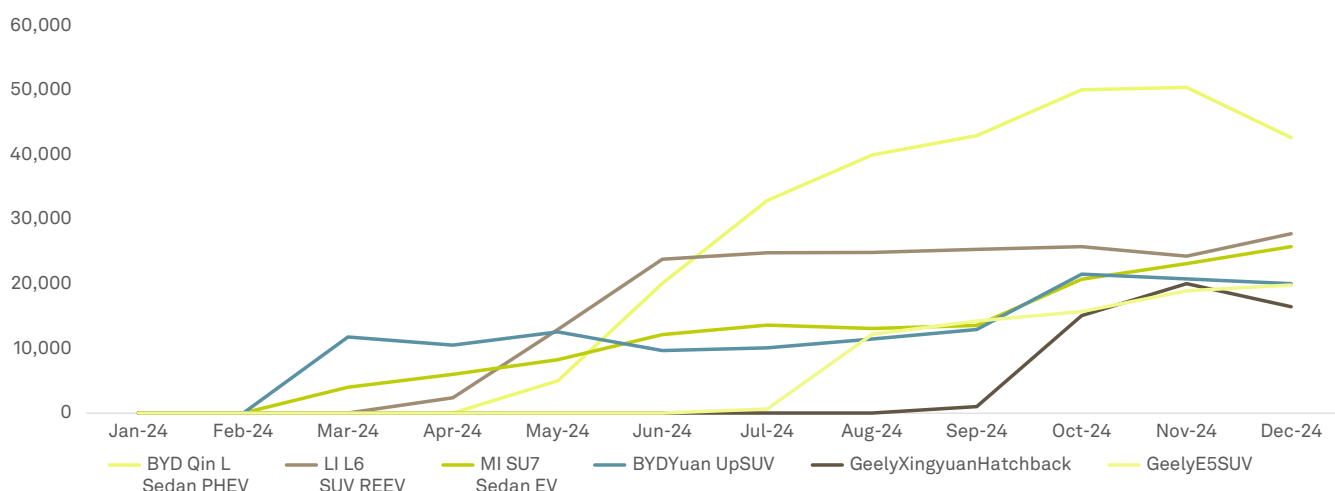
2024年，新能源汽车（NEV）市场渗透率大幅攀升，这一激增态势背后有两大关键转折点。回顾2024年新能源汽车渗透率增长背后有两个关键时间点，一是8月后，购车补贴方面明显向新能源汽

车倾斜（新能源补贴20,000元，燃油车补贴约15,000元，且新能源车购置税减免），这些政策差异引发了新能源汽车市场的需求集中爆发。

二是3月后，自主品牌推出各种爆款车型，自去年4月起每月推出5至10款新车型，90%以上为新能源车型。同时，自主品牌新能源新车具备上市即交付且首月快速上量、交付能力强和速度增长快（一般5至10个月达到单月销量高峰，大幅短于燃油车的12至24个月）的特点，例如2024年比亚迪秦L DM-i的销量在上市6个月后达到单月销量5万台，而2015版的大众朗逸从开售到单月2万销量用时约21个月。

热门新能源车型快速进入市场

热门新车型的销售发展趋势



数据汇编于2025年3月
资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]

从部分热门车型的销量月度跟踪可以看出，自主品牌新能源车型呈现两个特点：快速交付、迅速达到销量高峰。自主品牌的新能源车型往往从上市的第一个月开始快速上量，实现“上市即交付”，减少消费者的等待时间，提高订单转化率。

沈佳慰

S&P Global Mobility
中国市场轻型汽车销量预测分析师

与此同时，2024年，市场内卷程度也在不断加剧，入门型经济型车系成为竞争最为激烈的“红海”，价格战的硝烟弥漫，众多车企全年承受着巨大的利润压力。除了价格战的压力外，新能源渗透率的持续提升，成为合资品牌整体市场份额下滑的关键结构性因素。

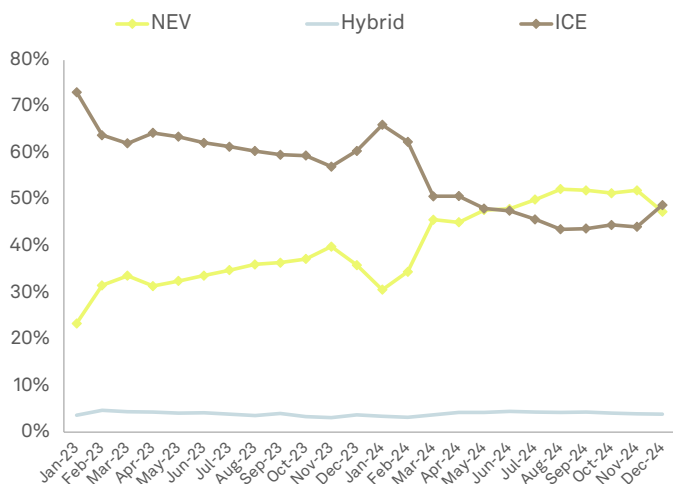
2025年，随着新车型的陆续推出，结合国家以旧换新政策的延续以及特别国债的资金支持，新能源汽车仍然是带动整体市场销量增长的主要因素之一，在强有力政策推动和消费者接受度不断提升的支撑下，其渗透率也会得到进一步提高。

除此之外，自主与合资品牌的市占率也在发生明显转换。回顾2024年，在非新能源市场，大众和丰田等合资品牌虽仍占据超60%的销量份额，但市占率已呈现缓慢下降趋势；而在新能源市场，特斯拉、一汽-大众、上汽-大众、丰田等品牌的市占率则相对较低。

中国大陆乘用车动态

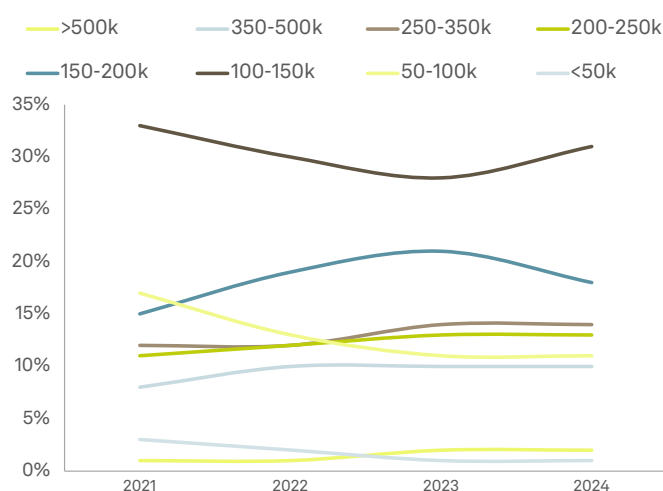
新能源汽车占比持续上升，进一步抢占传统燃油车的市场份额；入门级经济型车型已成为竞争最激烈的价格区间。

2023年至2024年新能源汽车份额



截至 2024年12月
资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]

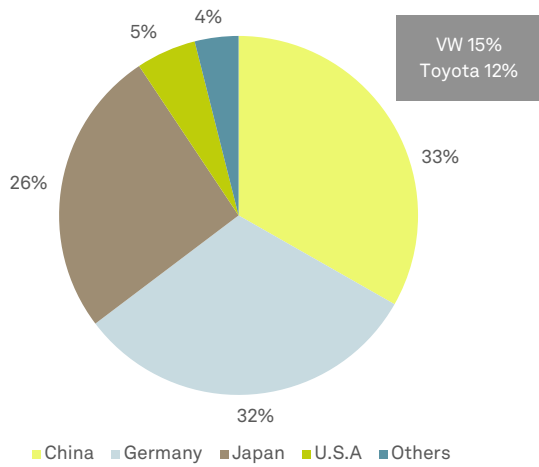
按价格划分的市场份额



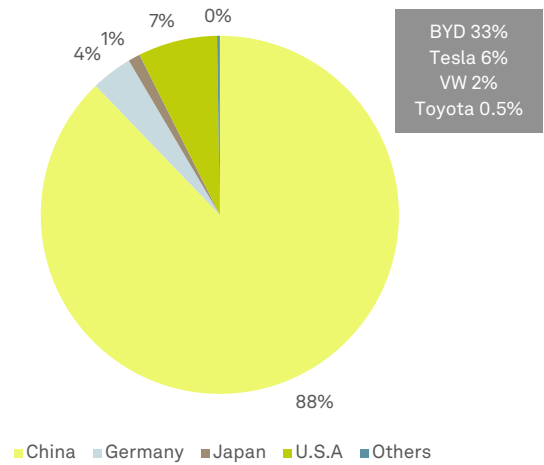
截至 2024年12月
资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]

本土品牌主导中国大陆新能源汽车市场

非新能源汽车领域品牌来源分布



新能源汽车领域品牌来源分布

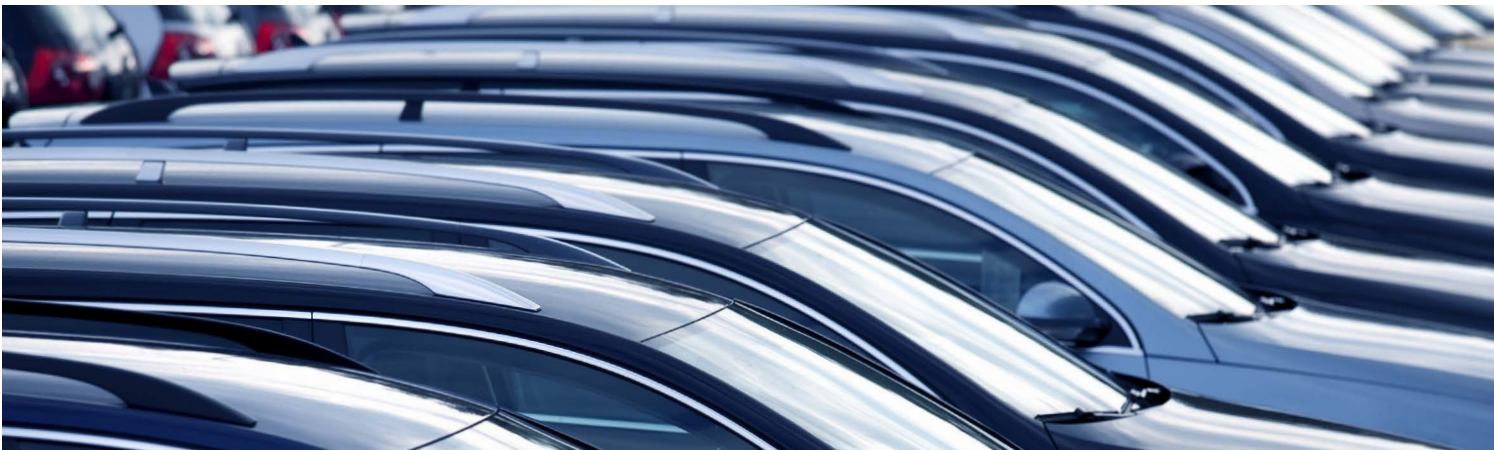


数据汇编于2025年3月，基于2024年1月至12月中国大陆车辆保险数据。
资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]

S&P Global Mobility[标普全球汽车]认为短期内市场还将继续分化，头部企业依靠技术以及服务将继续巩固其头部的地位，而合资品牌及中小型品牌可能会面临更大的挑战。

最近，合资品牌纷纷推出与本土供应商合作的新能源车型，并试图通过新的产品策略和“一口价”等定价策略来扭转局面，但从目前来看，对其整体销量的影响较为有限。

尽管当前环境复杂多变，但自主第一梯队车企，将凭借大规模的规模效应、智驾平权以及与强势供应商的紧密合作，在不确定性中实现增长。以鸿蒙智行为代表的新势力，在2025年也会展现出持续的增长动力。随着竞争差距不断扩大，合资品牌阵营中的日系车企，可能会面临更严峻的挑战。市场额进一步流失的可能性与日俱增。



2025年新能源汽车的三大特征

新能源汽车的迅猛发展，催生了一系列鲜明的市场特征。

首先，自主品牌新能源车型优势愈发凸显。在尺寸、定价、补贴等方面，相较合资燃油车已具备显著优势。此外，由于自主品牌新能源汽车销量占比更高，他们也将获得更多的行业补贴。当下，自主品牌新能源车型不仅与合资燃油车竞争，还积极与同品牌燃油车以及主流的新能源车型展开对标，并通过采用非一线电芯供应商产品和简化零部件配置等方式压缩成本，实现纯电车价格低于燃油车和混动车价格，推动了品牌的新能源渗透率的进一步提升。

吉利实现油电同价之路：在量产车型中采用二级电池供应商



Model Name	Geely Boyue L	Geely E5	Geely Starship 7
PSD	ICE	BEV	PHEV
Bodytype	SUV	SUV	SUV
Length	4,670 mm	4,615 mm	4,740 mm
MSRP (RMB)	115,700 – 149,700	109,800 – 145,800	99,800 – 132,800
Battery cell supplier	-	Yaoning(Geely incubated enterprise) / SVOLT	CALB / SVOLT
Sales Mo.	12,700	14,128	17,098

注：基于2024年12月中国大陆车辆保险数据。

数据汇编于2025年3月

资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]

其次，智驾平权成为2025年中国汽车市场年度主题。比亚迪率先发力，在主流车型上不同程度地配置天神之眼智驾系统，引发行业广泛关注。长安、吉利、奇瑞等传统车企以及理想、零跑等新势力纷纷跟进，发布或强调自身智驾战略。今年被业内普遍认为是L2+高速路智驾普及元年。

其次，智驾平权成为2025年中国汽车市场年度主题。比亚迪率先发力，在主流车型上不同程度地配置天神之眼智驾系统，引发行业广泛关注。长安、吉利、奇瑞等传统车企以及理想、零跑等新势力纷纷跟进，发布或强调自身智驾战略。今年被业内普遍认为是L2+高速路智驾普及元年。

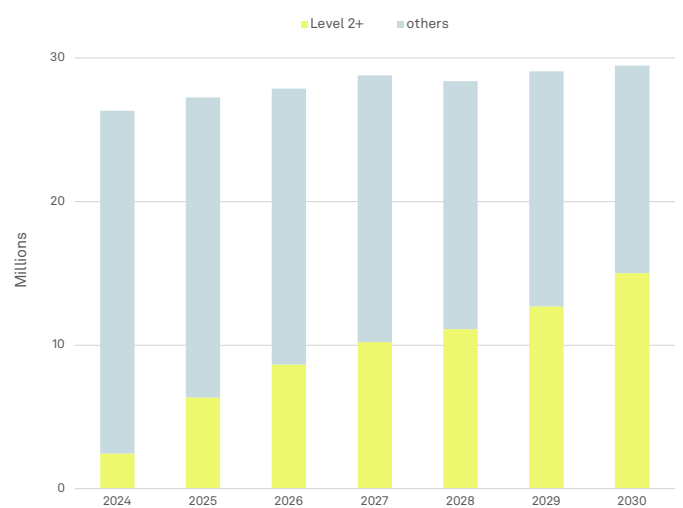
再者，国内高端品牌凭借实惠的价格和出色的技术展示，正重塑中国大陆高端汽车细分市场的格局。此前，国内高端市场主要由外国汽车制造商主导，尤其是在轿车和SUV细分市场，如今这一局面已开始变化。多款热门的国产车型价格位于20万至30万元人民币之间，并且配备了行业领先的驾驶辅助功能。智能座舱功能及相关配置正逐渐成为标配，或者通过促销和车主回馈活动提供。如今，高端汽车市场的主要战场已不再是国产与外资品牌之间的较量，而是日益成为国内高端品牌内部的竞争。

比亚迪在全系车型中搭载L2+级自动驾驶功能

中国新车市场L2+级自动驾驶功能渗透率



按价格划分的市场份额



数据汇编于2025年3月

资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]



价格战：从激烈到平稳的转变

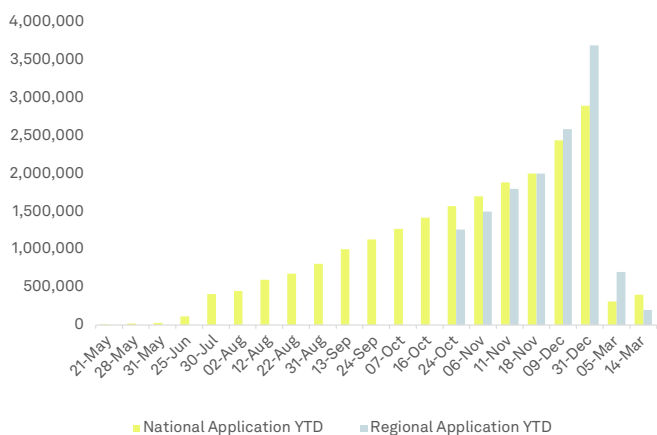
回顾过去，价格战一直是中国大陆车市竞争的重要手段。但2025年市场显露出降温迹象，S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计，随着各品牌转向更为平衡的定价策略，激烈“厮杀”的价格战将迎来一个降温期。

过去价格战的爆发，主要受资金和头部玩家两大因素影响。为使车辆具备价格竞争优势，品牌需投入大量资金用于车价补贴、贴息、贷款优惠、保险补贴等售前售后优惠活动，这无疑给企业带来巨大的资金压力。

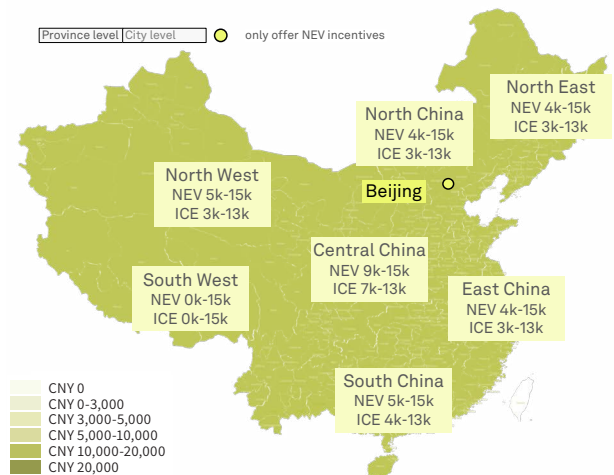
而政府主导的以旧换新报废补贴和地方政府的置换补贴，在稳定市场价格方面发挥了关键作用。这些政策工具减轻了品牌的资金负担，使其能够以较少的资金投入提供更具竞争力的折扣，并为消费者提供更多样化的补贴形式，如多年无息贷款、赠送车辆保险及其他有针对性的优惠，这些补贴形式在不影响基础定价的前提下提高了车辆的交付价值。

强劲刺激政策持续发力

报废补贴和以旧换新补贴申请量 (按数据发布日期统计)



2025年第一季度各地区置换补贴政策



数据汇编于2025年3月

资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]



2024年，新能源价格战主要集中在上半年，随着下半年国补政策正式生效，市场价格折扣幅度得到明显改善，更多厂商开始从直接降价转向依靠国补吸引消费者购车。相比之下，在燃油车和豪华车市场，由于补贴金额与新能源车存在较大差距，在一定程度上加重了燃油车品牌的资金负担。

如今，市场上头部玩家的策略正在发生转变，从以往的价格战转向追求收入和利的增加。一方面，通过推动国内生产车型出口，赚取出口利润，改善企业毛利；另一方面，借助车型创新和更新，抬高终端市场价格，如比亚迪标配智驾系统、吉利和长安将数字化座舱和激光雷达等配置集成至其中端车型，这些措施使品牌能够提升车辆价值并维持价格，而无需依赖降价。

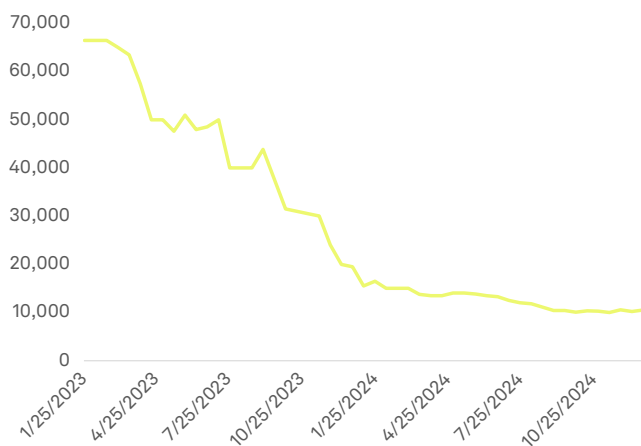
尽管价格战趋于稳定，但随着新能源车型智能化配件价格下调预期以及电池原材料价格的下降预期，新能源品牌仍拥有较为灵活的产品和定价策略，未来新能源车价格仍存在一定的下探空间，尤其是面向大众市场销售的车型。

2024年在两轮置换补贴的刺激以及出口的加码下，产量呈现前低后高，翘尾效应明显。随着今年年初宣布置换补贴的延续，以及对外贸易的不确定性增加，我们预计产出的季节性变化会回归到正常水平，但下半年主机厂冲击年度销量目标，月度产仍有较大翘尾的可能性。

何珏
S&P Global Mobility
大中华区轻型车生产预测分析师

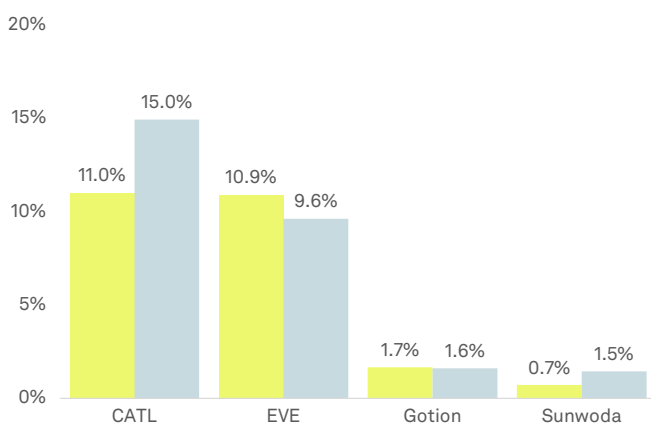
电动汽车仍有降价空间

碳酸锂-亚洲到岸价 (美元/吨)



数据汇编于2025年3月
资料来源：S&P Global Mobility[标普全球汽车]，宁德时代/亿纬锂能/国轩高科/欣旺达季度报告。

电池供应商销售净利润率 (2024年1月至9月)



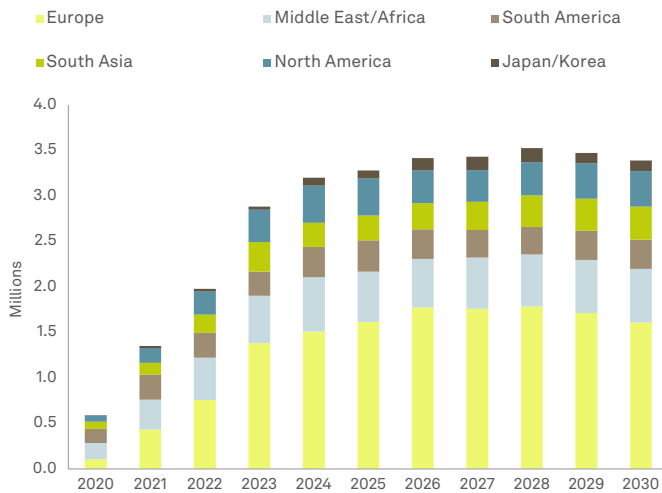


中国车企海外扩张战略前瞻

近年来，中国车企积极投身海外市场，汽车出口成绩斐然。东南亚、欧洲等地成为中国车企竞相布局的重点区域。短期内，中国汽车出口有望保持增长态势，但鉴于外部环境的复杂性和不确定性增加，增速可能会有所放缓。贸易壁垒、地缘政治风险等因素，成为车企和供应商在出口过程中必须面对的重要挑战。

中国大陆汽车制造商海外业务展望

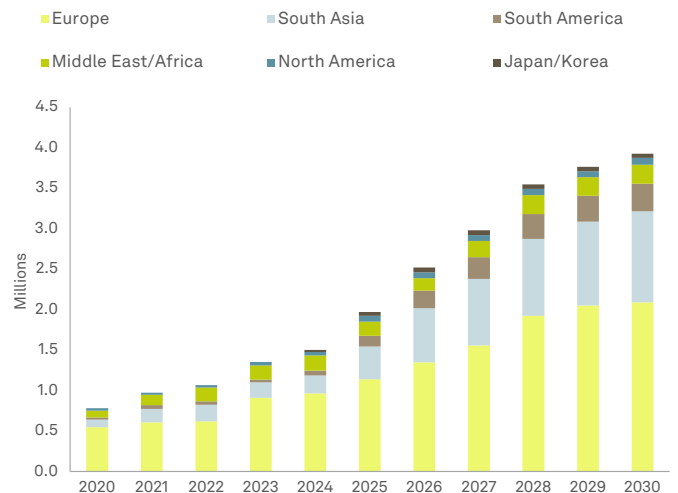
中国品牌汽车出口目的地



截至2025年3月

资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]

中国汽车制造商海外产能



从2024年中国品牌出口情况来看，欧洲占据出口量的50%，其中东欧的俄罗斯市场是主要出口目的地，而西欧市场占比为18%。中东和非洲、南美洲分别占比17%和12%，北美地区主要的出口地为墨西哥，东盟和大洋洲市场各占6%。

尽管出口增势强劲，但考虑到地缘政治紧张局势加剧以及政策调整等因素，市场仍对未来的贸易稳定性感到担忧。

面对欧盟对中国进口电动车征收的反补贴关税，不同车企适用不同税率，中国车企迅速调整产品策略。以名爵为例，在关税实施后，及时调整产品组合，向欧洲市场投放混合动力产品，并取得了一定成效。同时，欧洲轻型车市场动力类型偏好也发生了变化，电动车规模增长放缓，混动需求有所增长。

从长远来看，中国品牌全球化进程将持续推进，海外销量占比有望进一步提升，S&P Global Mobility [标普全球汽车] 预计到2030年将超过20%。

预计短期内, 出口仍将保持增长, 但是增速可能会因外部环境放缓, 但是面对越来越多的不确定性, 例如贸易壁垒以及地缘政治风险, 比亚迪、长城等车企正通过本地化生产和品牌建设提升竞争力, 中国主机厂海外产能也是在持续夸张, 甚至看是在成熟市场布局。

宋慧

S&P Global Mobility
中国汽车咨询业务的高级顾问

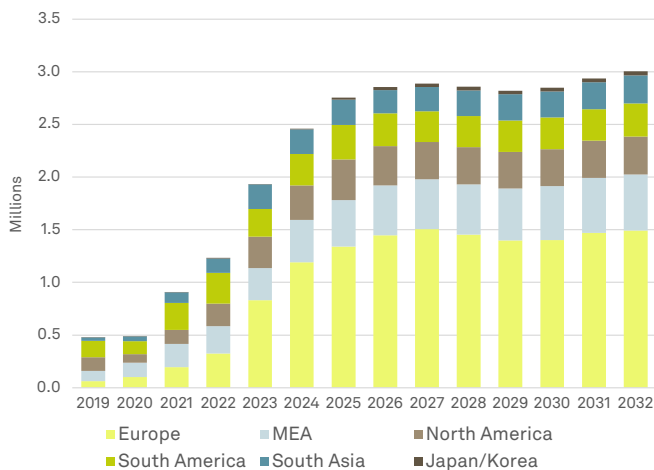
为应对海外市场需求和日益加剧的贸易不确定性, 越来越多的中国车企将在海外建设本地化生产基地, 产能出海已成为不可逆转的趋势, 随着时间的推移, 这将导致出口量增速逐步放缓。

中国大陆的汽车行业正站在一个关键的十字路口, 机遇与挑战并存。无论是应对复杂多变的经济环境, 还是把握新能源发展的历史机遇, 亦或是在海外市场拓展中寻求突破, 车企都需要不断创新、灵活应变, 方能在激烈的市场竞争中脱颖而出, 实现可持续发展。

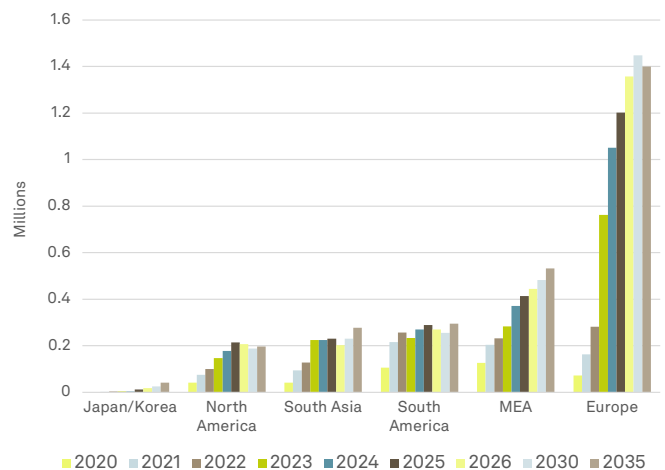
中国产轻型汽车全球出口展望: 出口量可能即将接近峰值

关税措施叠加本土化产能扩张影响将导致出口增长放缓

中国产汽车进口量 (按销售目的地)



中国品牌轻型汽车出口销量 (按地区)



欧洲地区指西欧、中欧和东欧。

2025年1月轻型汽车销量预测。

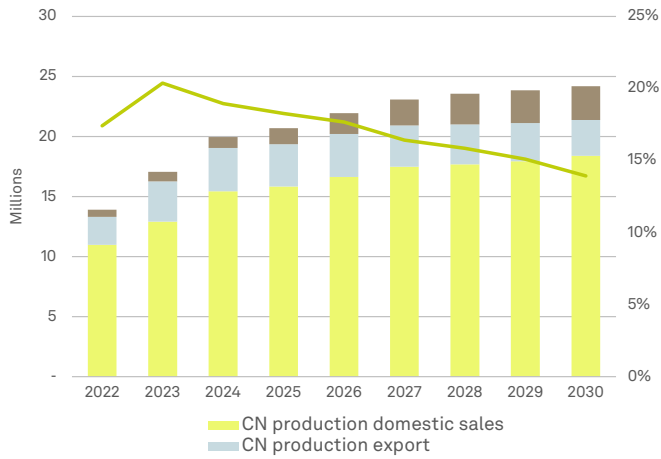
资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]

*中国品牌不包括沃尔沃

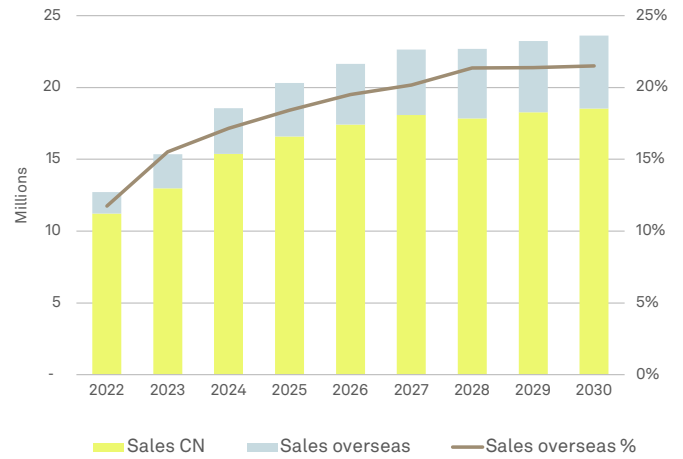
中国汽车制造商全球产量与全球汽车销量对比

由于出口量小幅下调，中国汽车制造商的海外产量有所上调，长期的海外销量也有所上调。

中国国内产量与海外产量对比



中国国内销量与海外销量对比



数据汇编于2025年2月

资料来源: S&P Global Mobility[标普全球汽车]2025年1月轻型汽车销量预测。

关键点

中国政府工作报告预计2025年中国GDP增长维持在5%左右，并将凭借灵活的财政与货币政策，抵御外部不确定性对经济的冲击。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计2025年中国市场轻型车产量将增长2%。

2025年，随着新车型的陆续推出，结合国家以旧换新政策的延续以及特别国债的资金支持，新能源汽车仍然是带动整体市场销量增长的主要因素之一。

短期内市场将继续分化，头部企业依靠技术以及服务将继续巩固其头部的地位，而合资品牌及中小型品牌可能会面临更大的挑战。

智驾平权成为2025年中国汽车市场年度主题，但其在三四线及以下城市的实际效果仍有待进一步观察和验证。

国产豪华品牌正凭借价格和科技优势，强势冲击传统豪华市场；国产豪华车的竞争焦点，正从与外资豪华品牌的竞争，逐渐转向内部竞争。

价格战趋于稳定，比亚迪、特斯拉等头部玩家的策略发生明显转变，从以往的价格战转向追求增收增利。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计到2030年，中国轻型车出口量占比将超过总销量的20%。

为应对海外市场需求和贸易不确定性，越来越多的中国车企将在海外建设本地化生产基地，产能出海已成为不可逆转的趋势。

编辑:

**何珏**

大中华区轻型车生产预测分析师

何珏女士目前担任S&P Global Mobility大中华区轻型车生产预测分析师,主要负责大中华区轻型车产量预测,研究内容包括行业政策、市场趋势、OEM战略、平台规划、产品生命周期以及中长期产量规划的,着重研究中国品牌以及新兴品牌。加入S&P Global之前,何女士拥有超过丰富的汽车行业经验,先后服务于大型汽车经销商集团以及知名汽车零部件公司,担任销售运营分析及商业分析等职务。何女士拥有大连海事大学工学学士学位。

**沈佳慰**

中国市场轻型汽车销量预测分析师

沈佳慰女士负责S&P Global Mobility中国大陆市场的轻型汽车销量预测。沈女士拥有6年汽车行业研究经验。沈女士最初为跨国合资整车制造商提供轻型乘用车市场研究和内部战略咨询服务,后续进入豪华造新能源品牌帮助其进行整体市场研究框架的搭建,有较丰富的中国轻型乘用车市场研究经验。目前,沈女士专注于为整车企业和零部件企业提供关于轻型车在中国市场短期及中长期销量趋势的洞见和竞争形势的洞察。沈女士拥有上海外国语大学企业经济学学士、德语语言文学学士和德国拜罗伊特大学企业经济学硕士学位。

**宋慧**

中国汽车咨询业务的高级顾问

宋慧于2023年加入标普全球中国汽车咨询业务的担任高级顾问。在加入标普全球中国汽车咨询业务前,他在Gates担任高级系统工程师,负责传动系统的计算仿真与整车试验,以及NVH分析、技术对标等复杂分析,在传统内燃机与混合动力领域积累了非常多的技术经验。在此之前,他也曾在多家汽车零部件供应商担任过应用与项目管理,工艺工程师等多个岗位。宋慧拥有德国锡根大学车辆工程硕士学位与上海同济大学车辆工程学士学位。目前复旦大学工商管理学硕士学位在读。

引文

发言人: 何珏、沈佳慰、宋慧

项目: 解决方案网络研讨会《中国汽车市场短期预测：本土品牌与全球扩展》

日期: 2025年3月21日

Access: <https://event.on24.com/wcc/r/4838422/21A106E4874D7BC9DA175A55AA3B983E>

关于标普全球汽车

在标普全球汽车，我们从无与伦比的汽车数据中提供宝贵的深度见解，助力客户审时度势、决胜千里。我们的专业知识可帮助客户优化业务，直抵目标消费群体，塑造未来出行趋势。我们打开汽车创新的大门，展示当前的汽车购买模式，并帮助客户规划发展面向未来的新兴技术。

标普全球汽车是标普全球（纽交所代码：SPGI）的一个部门。标普全球是全球资本、大宗商品和汽车市场的信用评级、基准、分析和工作流程解决方案的领先供应商。通过我们提供的各项服务，我们帮助全球众多领先企业把握经济形势，以便他们能够为当前和未来制定计划。

Contact Us

Email AskMobility@spglobal.com

Telephone

America +1 800 447 2273
Asia Pacific +604 291 3600
EMEA +44 (0) 134 432 8300
Japan +81 3 6262 1887

Corporate Site

Chinese spglobal.com/China_Automotive
English spglobal.com/Mobility
Japanese spglobal.com/Japan_Automotive
Korean spglobal.com/Korea_Automotive

Calendar

spglobal.com/AutoCalendar

Content

spglobal.com/TheMobilityPaper

Connect

Mobility LinkedIn Group



S&P Global Mobility
WeChat (Public)



Conversation

spglobal.com/ConversationalSurvey

Customer Bulletin

spglobal.com/MobilityBulletin

Mobility YouTube



S&P Global Mobility
WeChat (VIP)

