

# 2025年,新能源汽车有哪些新看点?

2024年,国内新能源汽车市场表现亮眼,年度产销首次突破1000万辆大关,其中新能源乘用车市场渗透率连续多月超过50%。

2025年,新能源汽车还会延续旺盛势头吗?



(网络图)

## 七家车企超额完成销量目标

从已发布的数据来看,有7家车企超额完成了2024年度销量目标,分别是比亚迪、奇瑞、吉利、理想、小米、零跑、奔腾。

其中,比亚迪全年累计销量427.21万辆,同比增长41.26%,不仅在中国汽车市场成为销量冠军,也成为全球新能源车市场销量冠军。

奇瑞集团2024年销量260.39万辆,同比增长38.4%,销量创下其历史新高;营收首次达到4800亿元,同比增长超50%。此外,奇瑞2024全年新能源汽车销量58.36万辆,同比大幅增长232.7%。

吉利汽车2024年销量达217.65万辆,同比增长超32%,超额完成全年销量200万目标,创年销量历史新高。其中,吉利2024年新能源总销量888235辆,同比增长约92%,超额完成全年销量目标。

理想汽车2024年共交付50.05万辆,同比增长33.1%。历史累计交付量为113.39万辆。成为造车新势力中第一个实现年销50万辆的品牌。其中,2024年12月理想汽车交付了58513辆,同比增长16.2%,又一次刷新了理想汽车的月交付量纪录。

小米汽车也交出了一份令人满意的成绩单。小米公司董事长雷军在2024年12月31日的跨年直播中宣布,小米汽车全年总交付量达到13.5万辆,顺利完成年度目标的13万辆。同时,他还在直播中为2025年设定了新的目标——实现年销售30万辆。

零跑汽车也展现出强劲的市场竞争力和快速增长的潜力。年初设定的25万辆销量目标在去年11月便成功达成,全年总销量更是逼近30万辆,同比增长高达128%。目前,零跑汽车已启动新年促销活动,其创始人兼CEO朱江明公开表示,活动期间购车可享至高1.5万元现金红包及多项购车权益。

一汽奔腾在2024年也表现出色,全年销量达到150777辆,同比增长25%,创下近十年新高,成功完成了年初定下的“突破15万辆”目标。

不过,并非所有车企都能在激烈的市场竞争中如愿以偿。2024年,也有不少造车企业未能达到年初的销量目标。

蔚来和极氪目标完成率均超过90%;深蓝汽车、岚图汽车和阿维塔的完成率也超过80%。

赛力斯2024年销量为426885辆,年度销量目标60万辆,完成率约为71.15%。

小鹏汽车2024年累计交付新车超19万台。年初,小鹏汽车CEO何小鹏曾豪言要实现全年业绩翻倍,设定了约28万辆的销量目标。然而,实际完成度仅为67.88%。

智己汽车2024年全年累计销售65505台。智己汽车年初设定的销量目标为12万辆至13万辆,全年目标达成率仅一半

## 几家欢乐几家愁

左右。

也有一些车企似乎陷入更大的困境。

2024年下半年,哪吒汽车多次传出经营不善的消息。自去年10月以来,哪吒汽车深陷欠薪、裁员风波,CEO也不再是张勇,而由创始人、董事长方运舟兼任。

极石汽车在2024年的市场表现也不容乐观。其首款车型极石01定位为小众高端,定价35万元左右,但市场反应平平。截至2024年11月,极石汽车累计销量仅为5039辆,月均销量不足400辆。尽管11月单月销量达到650辆,但全年业绩与主流新势力相比相差甚远。

创维汽车2024年前三季度累计销量为9681辆,全年销量有

望突破1万辆。尽管销量数据尚可,其“缓解高血压、提高免疫力”等宣传被质疑为营销噱头,未能带来持续的品牌认可。

飞凡汽车在2024年的表现并不理想。数据显示,飞凡汽车2024年前三季度累计销量仅5775辆,11月销量更是跌至376辆,相较于2023年全年2万辆的销量,退步明显。

作为长城汽车旗下专注女性市场的品牌,欧拉汽车曾凭借黑猫、白猫等车型的热销获得了广泛关注。

不过,数据显示,2024年前9个月,欧拉累计销量仅4.7万辆,同比下滑39.3%。为了应对困境,欧拉宣布将其APP的全部服务迁移至长城汽车的APP,意图整合资源、简化运营。

## 新的一年,新能源汽车如何突破?

2025年,新能源车企面临双重考验:既要实现销量快速增长,又要寻找创新突破之路。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预测,2025年国内新能源汽车销量将达到1500万辆,国内外总销量或突破1650万辆,增速为30%左右。与此同时,除了纯电动汽车外,插混、增程等融合了电动与燃油的先进技术,将成为新能源汽车增量中的重要力量。

乘联会秘书长崔东树预计,2025年国内汽车零售增速将达到2%,但走势呈现“前低后高”。

岚图汽车CEO卢放认为,在2024年市场渗透率接近50%

的基础上,2025年新能源汽车渗透率有望达到60%。

英国《金融时报》根据投行和研究机构提供的数据认为,中国将超越国际预测和此前设定的目标,预计2025年国内新能源汽车(包括纯电动汽车和插电式混合动力汽车)销量将超过1200万辆。与此同时,2025年传统动力汽车销量预计将低于1100万辆,较2022年的销量减少近30%。

随着新能源汽车市场的迅速扩张,竞争也日益加剧。如何在激烈竞争中站稳脚跟、谋得先机,是车企必须妥善解决的问题。

目前,多家车企纷纷推出新一轮限时优惠活动,力图在新的一年里抢占市场先

机。小鹏、极氪、零跑、智己、乐道、深蓝等多个新势力品牌也相继推出现金补贴、保险优惠、贷款利息减免等多种促销方式,力争在1月春节前提升销量。

北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔接受中新社国是直通车采访时表示,2025年,随着技术的进一步革新和市场竞争的加剧,只有不断提升核心竞争力和适应市场变化的车企,才能在激烈的竞争中占据一席之地。

张翔表示,只有更加注重技术研发、产品质量和消费者需求的车企才能突出重围,并推动中国汽车产业迈向更加高效、可持续的增长阶段。

(据中国新闻网)