

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2025.07)

盖斯特管理咨询有限责任公司

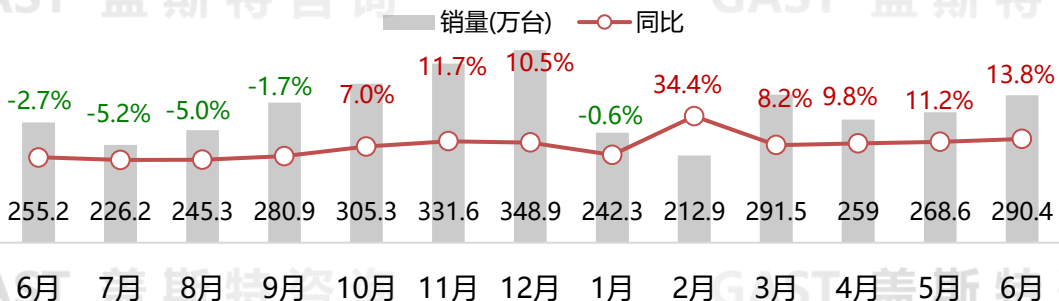
2025年07月24日

gast@gast-group.com

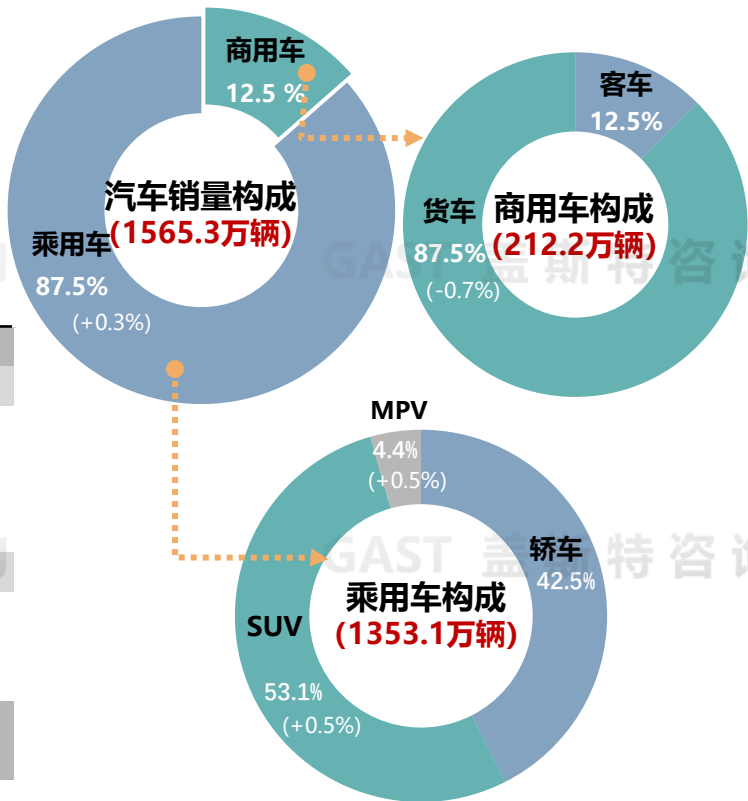
细分市场总览

- 上半年，乘用车市场同比增幅高于整体市场，但商用车市场仍未展现出复苏迹象
- 上半年，NEV实现同比超40%增长；NEV出口破百万 → 带动整体出口两位数增长

2024年6月~2025年6月汽车市场总体销量走势



1-6月各细分市场占比及同比份额变化

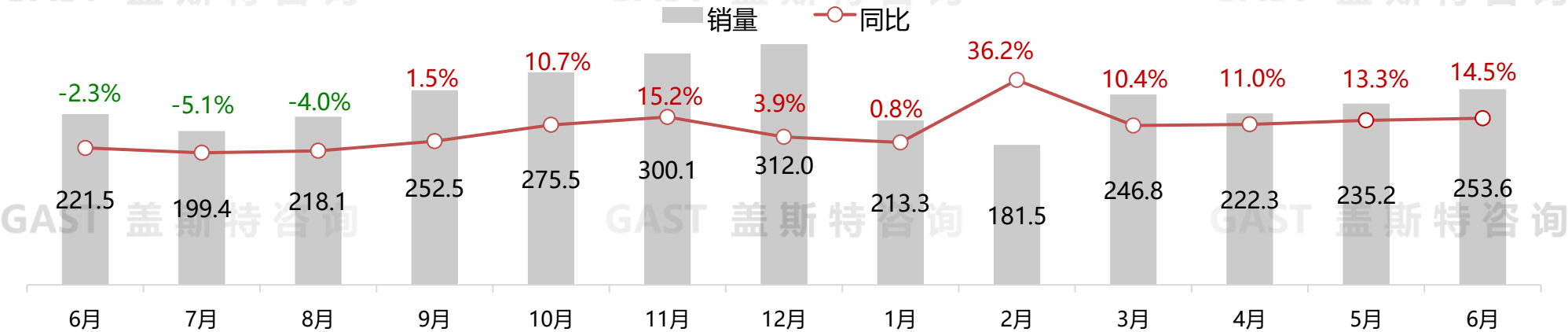


万辆	6月销量	6月环比	6月同比	6月NEV渗透率	1-6月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量	290.4	8.1%	13.8%	-	1565.3	11.4%	-
乘用车	253.5	7.8%	14.5%	-	1353.1	13%	-
轿车	105.7	5.8%	10.4%	-	575.1	11.7%	-
SUV	136.4	8.1%	18.3%	-	718.6	11.7%	-
MPV	11.4	16.6%	24.4%	-	59.4	25.4%	-
新能源销量	125.1	1.4%	24.9%	49.3%	653.5	39%	48.3%
商用车	36.9	10.3%	9.5%	-	212.2	2.6%	-
客车	5.3	22.6%	22.6%	-	26.6	8.7%	-
货车	31.6	8.5%	7.5%	-	185.6	1.8%	-
新能源销量	7.8	6.8%	66%	21.1%	40.2	66%	18.9%
新能源总销量	132.9	1.7%	26.7%	45.8%	693.7	40.3%	44.3%
出口销量	59.2	7.4%	22.2%	-	308.3	10.4%	-
新能源出口量	20.5	-3.6%	140%	34.6%	106	75.2%	34.4%

乘用车整体市场：上半年实现超预期增长

- 上半年，乘用车市场销售1353.1万辆，同比增长13%；其中“两新”政策拉动、叠加企业端加大新品供给，并加码优惠政策，对乘用车市场增长起到关键支撑

2024年6月~2025年6月乘用车销量走势(万辆)



政策特征

国家、地方出台多项措施

- **国家政策：**五部门发布通知，组织开展NEV汽车下乡活动
- **地方政策：**广州、深圳优化摇号规则，其中广州市实施“久摇不中”申请人直接领取号牌政策

供给特征

车企普遍发力高级别车型

- 上半年上市的全新车型共计56款，其中新能源车型占比高达97%，且车企普遍发力大尺寸车型（C级及以上车型占整体新车总量比例为43%）

消费特征

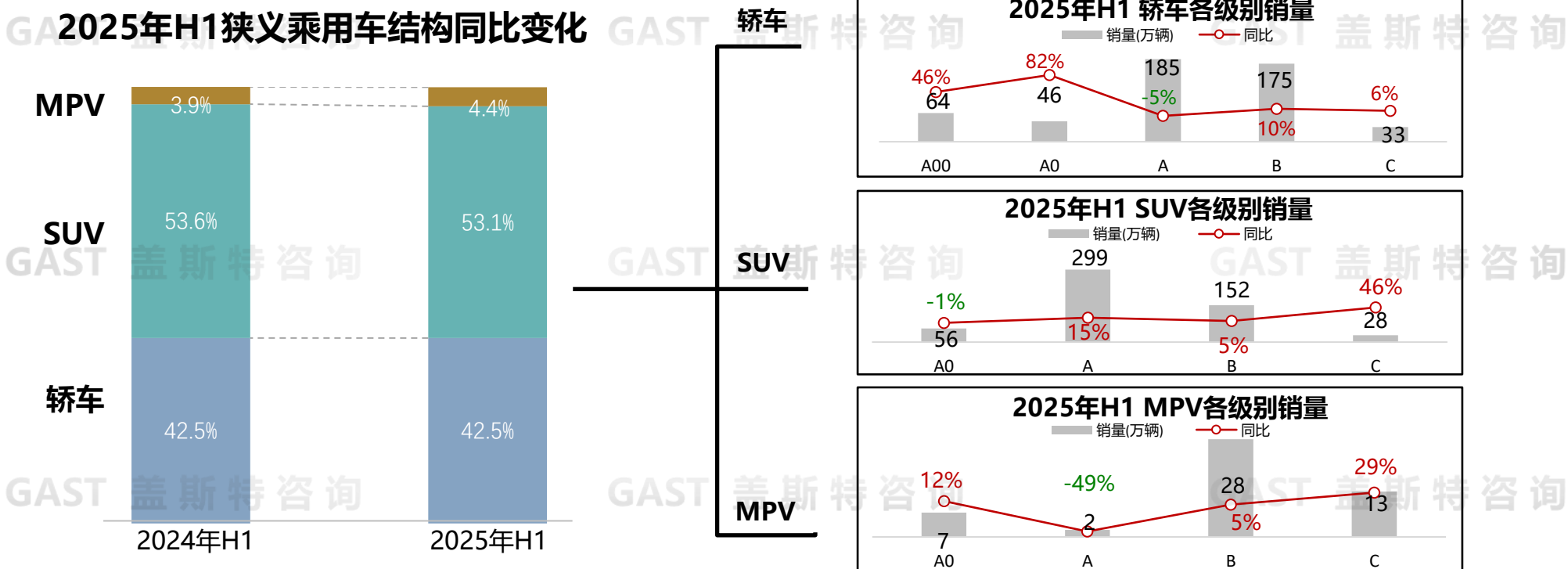
增换购成为购车消费主流

- 以旧换新政策推动下，呈现消费升级趋势，增换购成为购车消费绝对主流，上半年个人首购消费份额已降至30%左右

乘用车品类维度：MPV销量及份额双增长

- 从份额变化看：上半年MPV同比增长0.5个百分点，SUV同比降低0.5个百分点
- 从累计销量看：上半年各品类均保持同比高增长，其中MPV同比实现超20%增长

2025年H1狭义乘用车结构同比变化

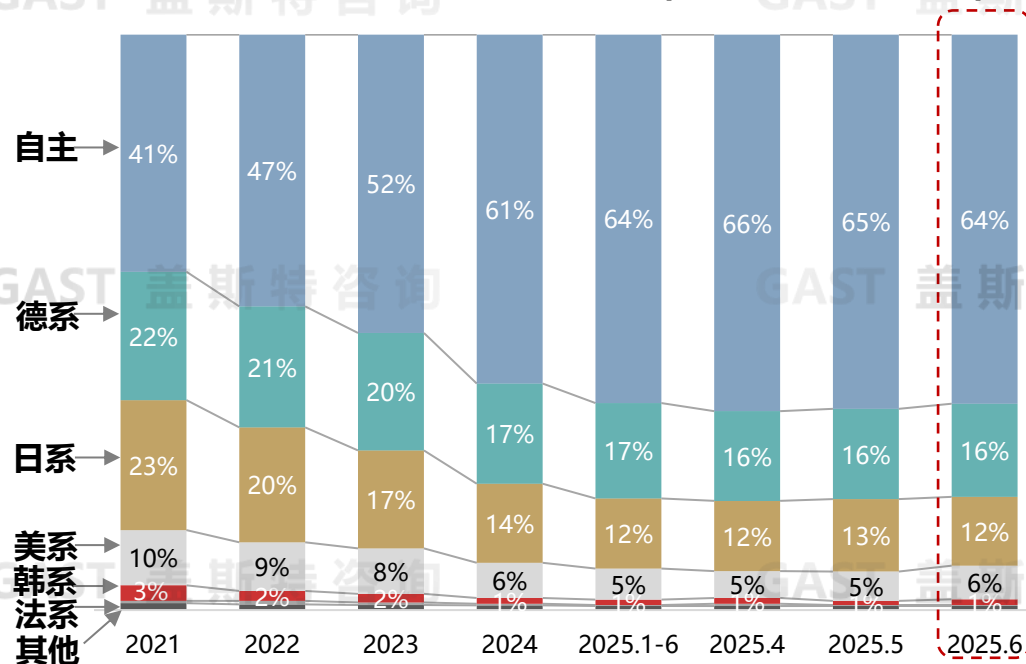


- MPV同比高增长原因：上半年热门MPV车型集中焕新+降价促销带动中高端MPV ↗
- SUV份额下滑原因：①上半年SUV新品数量低于轿车；②燃油SUV出口量持续下滑

乘用车国别维度：自主品牌份额稳定增长

- 市场份额：上半年，自主品牌市场份额为64%，较2024年全年增长3个百分点
- 同比增幅：上半年，仅自主品牌实现正增长；美、日系同比降幅较Q1有较大收窄

各国别细分市场市场份额变化（按国内零售量统计）



车系	6月销量	同比	1-6月销量	累计同比
自主	1,338,742	29.6%	6,973,108	25.7%
德系	336,920	2.7%	1,806,718	-5.3%
日系	250,812	-0.4%	1,334,612	-9%
美系	120,027	7.6%	592,747	-9.6%
韩系	20,046	6.5%	97,453	-27.2%
法系	3,725	-34.3%	23,254	-40.5%
其他	14,847	-4.1%	73,926	-16.1%

单位：辆

- 美系降幅收窄：全面铺开一口价 → 别克+凯迪拉克部分车型同比超30% ↗
- 日系降幅收窄：丰田有明显回暖，连续5个月实现同比正增长（降价+NEV增量）

乘用车厂商排名TOP10

- 上半年，TOP10中自主品牌占据7席（TOP4均为自主品牌），自主品牌均保持同比正增长；合资品牌销量有所分化，其中一汽丰田同比实现超20%正增长

2025年H1乘用车企业广义批发销量TOP10

➢ BYD上半年累计销量突破200万辆，其中出口贡献关键增量（达47万辆）→ 同比增长1.3倍

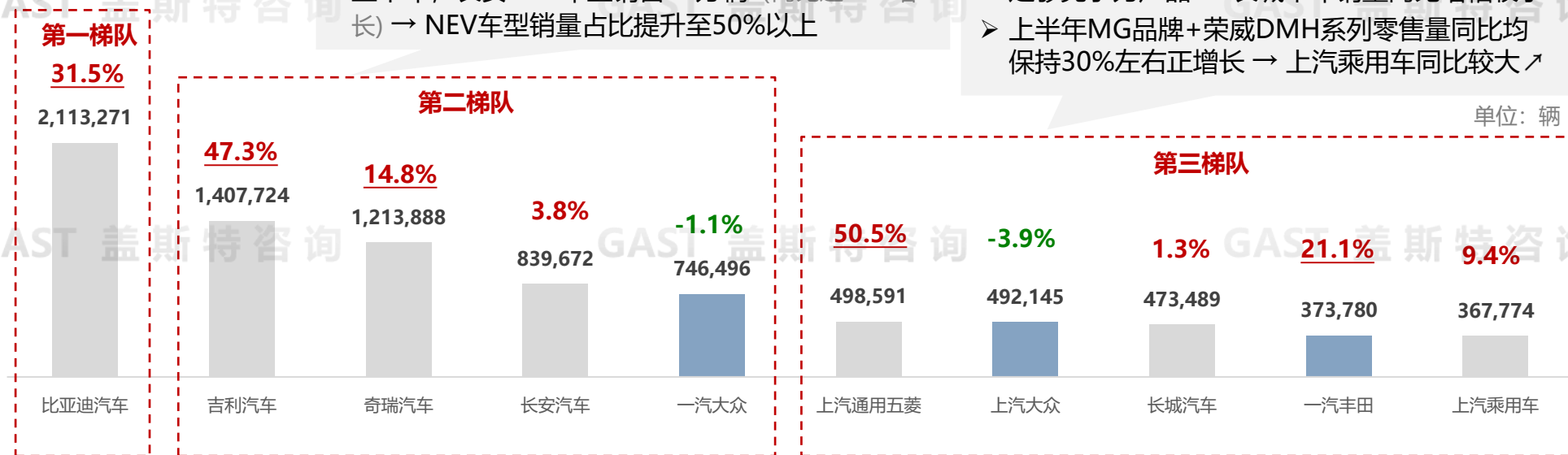
- 吉利上半年扩大主流市场NEV布局，银河销量同比超2倍增长 → 吉利集团半年度销量目标达成率为47%，并将全年销量目标上调至300万辆
- 上半年，奇瑞NEV销量达36万，同比增长98.6%；累计出口量达55万辆，占总销量比例进一步下滑
- 上半年，长安NEV车型销售45万辆（同比近50%增长）→ NEV车型销量占比提升至50%以上

- 上汽通用五菱NEV连续6个月保持50%以上同比高增长，其中宏光MINIEV系列同比增长105%
- NEV车型推新速度较慢，且主流NEV市场缺乏足够竞争力产品 → 长城半年销量同比增幅较小
- 上半年MG品牌+荣威DMH系列零售量同比均保持30%左右正增长 → 上汽乘用车同比较大 ↗

合资/外资品牌

自主品牌

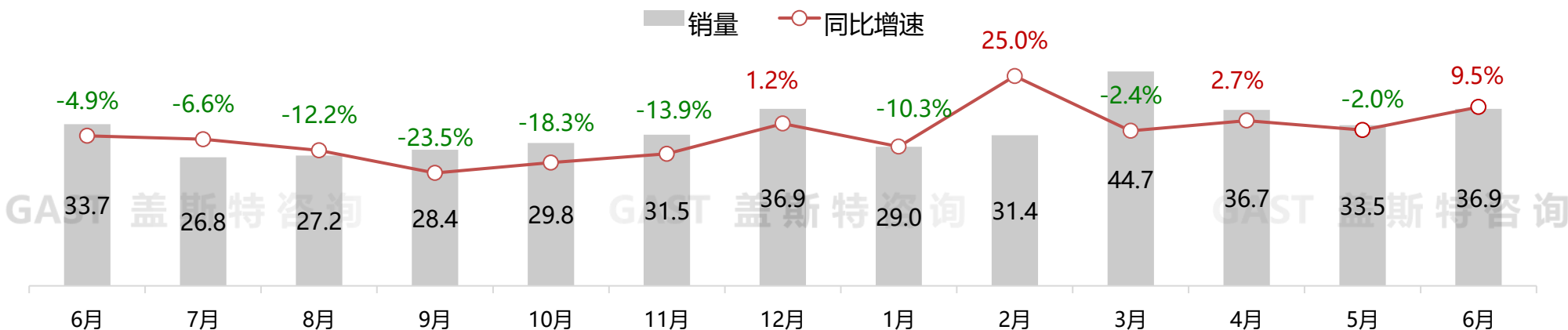
单位：辆



商用车整体市场：同比小幅增长

- 上半年，商用车销量出现较大起伏，累计销售212.2万辆，同比增长2.6%
- 同比正增长原因：①NEV商用车销量超60%增长；②出口维持同比两位数增长

2024年6月~2025年6月商用车销量走势(万辆)



卡车市场特征

- **市场表现：**1-6月卡车市场销售185.6万辆，同比增长1.8%
- **原因分析：**NEV商用车新品持续推出，且应用场景增多 + NEV利好政策推动 → NEV车型需求有所扩大（重卡和轻卡市场 → NEV渗透率已超20%）

客车市场特征

- **市场表现：**1-6月客车市场销售26.6万辆，同比增长8.7%
- **原因分析：**上半年旅游市场复苏，叠加以旧换新、新能源下乡等政策刺激NEV客车置换需求 → 上半年客车市场表现优于货车市场

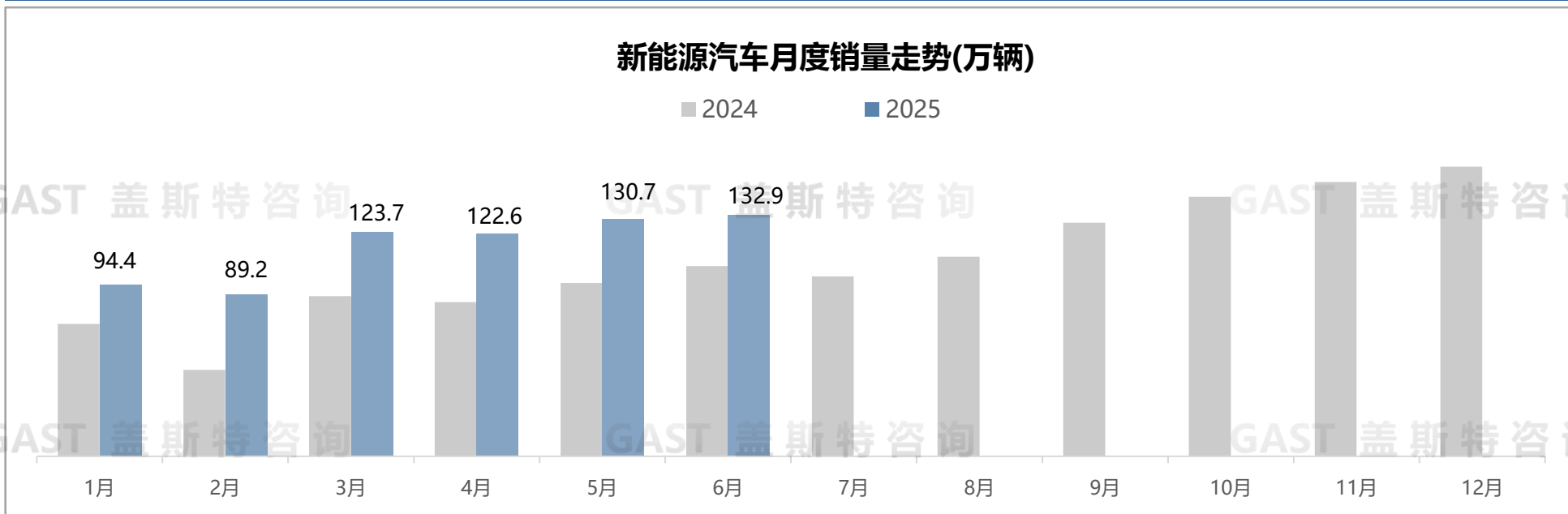
新能源市场总体概况

- 上半年，新能源汽车销售693.7万辆，同比增长40.3%（增幅较去年全年有所扩大）
- NEV渗透率：1-6月全市场渗透率44%，乘用车市场渗透率48%（同比↗9个百分点）

2025年上半年新能源汽车销量情况

新能源汽车月度销量走势(万辆)

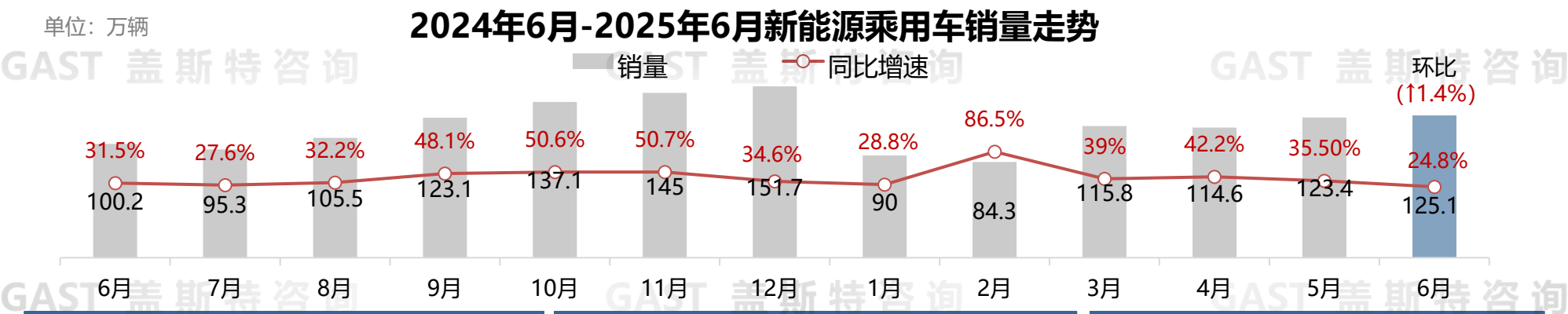
■ 2024 ■ 2025



国内新一轮以旧换新政策陆续落地刺激NEV置换需求释放 + NEV出口同比增长超75% → 上半年整体NEV市场实现超预期增长

新能源乘用车市场概况

■ 上半年，新能源乘用车累计销售647.8万辆，同比增长38.6%



政策导向

- **国家政策：**工信部等五部门联合发布新能源下乡活动的通知 → 推动下沉市场的NEV汽车消费
- **地方政策：**江苏、山东等积极推动NEV下乡并组织巡展、试驾等活动

区域特征

- **大型城市：**延续高销量，但整体增速放缓，增量依赖于增换购需求
- **中小型城市和县乡：**充电基础设施逐渐完善+新能源下乡政策驱动 → NEV渗透率进一步提升

车系特征

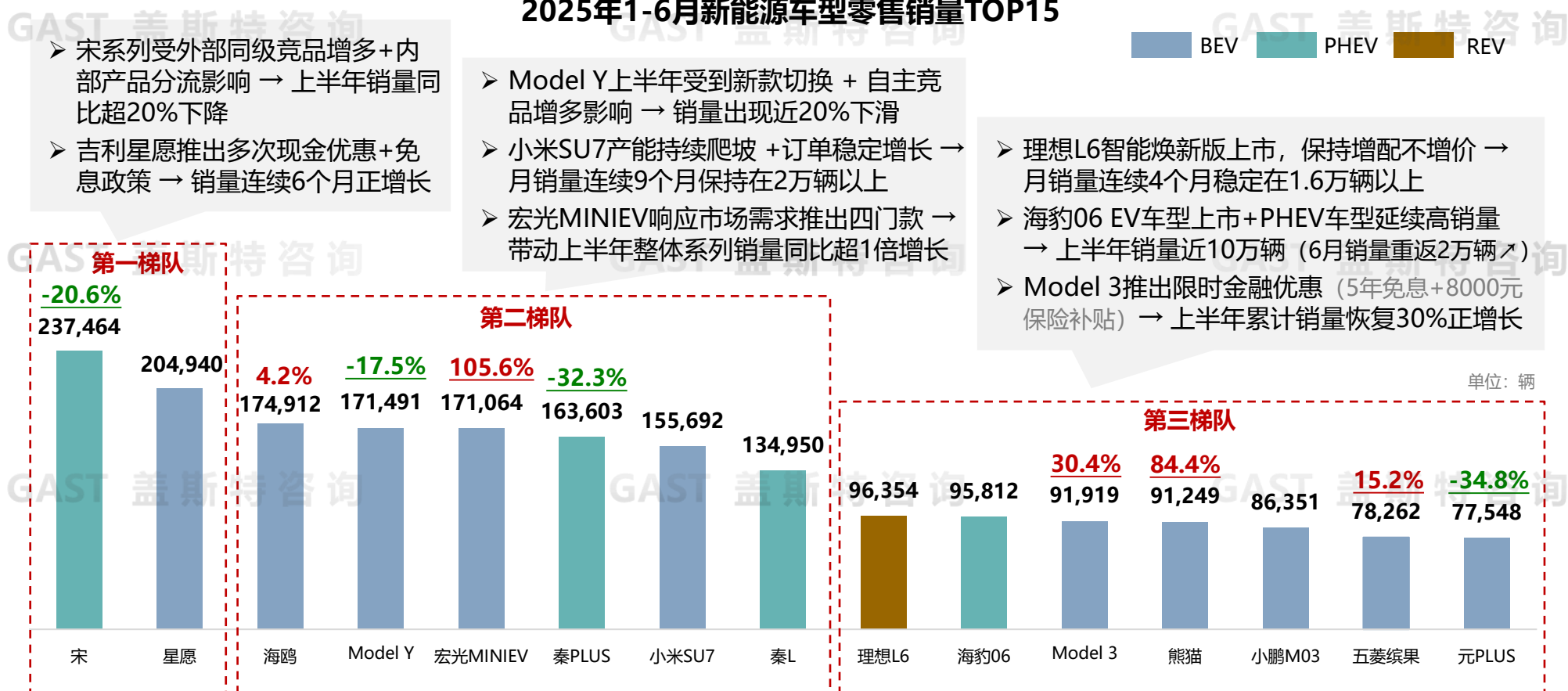
- 上半年，新能源乘用车渗透率：
 - 自主品牌64.0% (同比↑11%)
 - 主流合资品牌5.0% (同比↓2%)
 - 豪华品牌34.9% (同比↓2%)

□ 上半年NEV乘用车延续高增长态势：①NEV新品供给丰富（自主品牌占主导，合资加快NEV新品落地）；②各车企启动多轮价格优惠，刺激NEV消费需求

新能源乘用车TOP15车型

- 从品牌看，比亚迪占据6席位→依旧保持断层领先（但多数车型销量出现同比下滑）；
从动力类型看，纯电车型占据主导地位（纯电占据10席，插混+增程占据5席）

2025年1-6月新能源车型零售销量TOP15



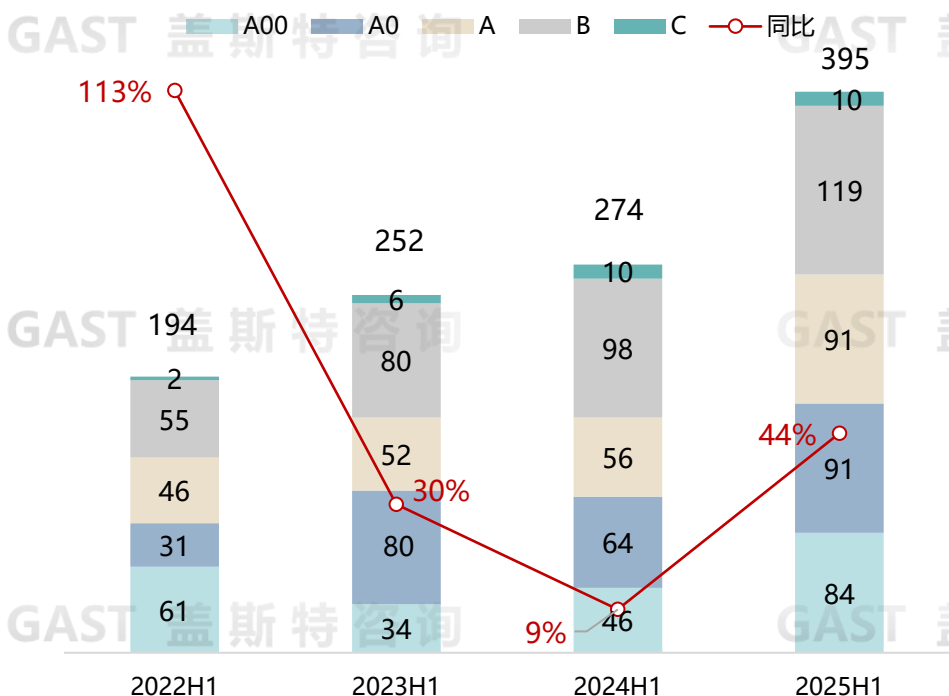
- Model Y上半年受到新款切换 + 自主竞品增多影响 → 销量出现近20%下滑
- 小米SU7产能持续爬坡 + 订单稳定增长 → 月销量连续9个月保持在2万辆以上
- 宏光MINIEV响应市场需求推出四门款 → 带动上半年整体系列销量同比超1倍增长

- 理想L6智能焕新版上市，保持增配不涨价 → 月销量连续4个月稳定在1.6万辆以上
- 海豹06 EV车型上市+PHEV车型延续高销量 → 上半年销量近10万辆（6月销量重返2万辆↗）
- Model 3推出限时金融优惠（5年免息+8000元保险补贴）→ 上半年累计销量恢复30%正增长

上半年市场热点①：纯电市场展现强劲增长势头

■ 2025年上半年，纯电汽车市场批发量达395万辆，同比增幅超过其他动力形式

纯电车型分级别销量（万辆）



2025年上半年整体纯电市场保持强势增长

- 2025年上半年纯电市场同比增长121万辆，且除C级市场外均有显著增长，其中A级及以上市场纯电份额大幅提升
- **供给端**：主流市场BEV车型供给扩大，且综合产品力大幅提升
- **需求端**：充电基础设施完善+BEV车型综合产品力提升 → 保守型用户对BEV车型接受度提升（仍以代步需求为主，看重低使用成本）

从级别看：A00/A级市场同比增速超过整体市场

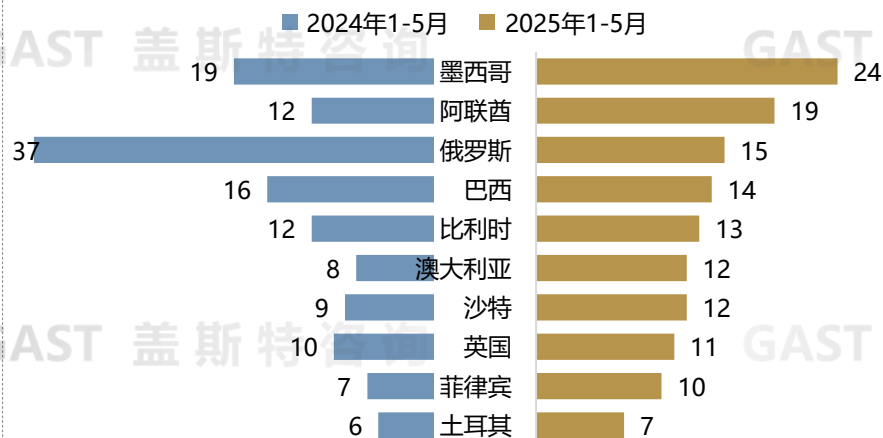
- **A00级**：政策补贴进一步拉低微型车购车门槛+叠加本身产品力升级（最低续航普遍大于200km）→ 同比增幅最高
- **A0级**：小型车持续向精品化、精致化趋势升级+部分车型成为自主品牌海外出口主力 → 较去年同期有近30万增量
- **A级**：自主车企普遍缩小同级别纯电车型与PHEV/REV产品价格差（提升主流纯电价格竞争力）→ 较去年同期有35万增量
- **B级**：置换政策刺激下销量稳定增长 → 仍维持纯电最高份额

□ 自主品牌加速BEV产品供给，并提升各级别BEV产品综合竞争力，叠加主流市场用户对纯电产品接受度持续提升 → BEV市场上半年实现全面增长

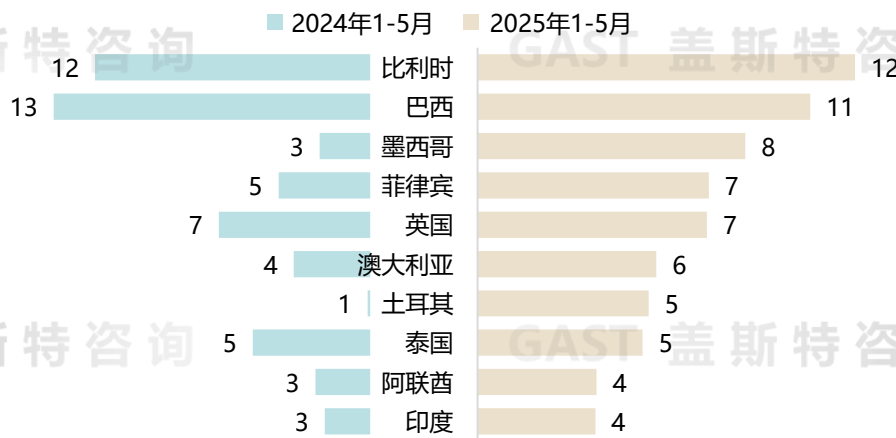
上半年市场热点②：汽车出口目的地结构有所分化

■ 从主要出口国家看，墨西哥超越俄罗斯（市场萎缩较大）成为中国最大汽车出口国

2025年整车出口量TOP10国家（万辆）



2025年NEV出口量TOP10国家（万辆）



整体出口：俄罗斯大幅下滑，新兴市场增量

- **俄罗斯市场出现结构性下滑：**1-5月中国累计向俄罗斯汽车出口量同比下滑超50%，降至中国第三大出口国
 - **下滑原因：**①俄提升汽车进口关税，限制平行进口；②俄本地市场消费疲软；③去年俄本地经销商囤货导致库存问题
- **新兴市场实现替代性增长：**墨西哥、阿联酋分别受益于对美国、中东地区转口优势，累计出口增幅均超过20%

NEV出口：从依赖少数成熟市场 → 多区域渗透

- **NEV出口表现整体好于预期，比利时超越巴西成为TOP1：**①比利时等欧洲国家仍为NEV车型进口主力，但BEV车型略有下滑，插混同比实现超4倍增长；②巴西决定恢复对BEV及PHEV进口关税 → 中国向巴西NEV出口量小幅下滑
- **拉美、中东等国成为NEV出口全新增长极：**墨西哥（政策支持）、土耳其（自主车企扩大布局）等国排名大幅前移

上半年市场热点③：部分主流合资车企表现回暖

■ 从整体数据看，上半年合资车企仍呈下滑态势，但部分头部车企实现逆势回暖

2025年上半年部分合资车企销量

品牌	销量（万辆）	同比表现
一汽丰田	37.8	17%
上汽通用别克	19.4	6%
上汽大众	49.8	2.7%
广汽丰田	36.4	0.6%
一汽大众	43.6	0.2%
东风日产	24.4	-17.3%
广汽本田	16.6	-24.5%
东风本田	14.9	-34.1%

从整体数据看，合资车企稳住36%市场份额

- 6月主流合资品牌零售量同比增长5%，扭转单月持续下滑趋势 → 2025年上半年合资占国内乘用车市场份额稳定在36%左右
- 合资品牌仍主要依靠ICE基本盘支撑：通过扩大“一口价”等促销模式 + 提升燃油车智能化水平 → 提升综合产品力，支撑销量增长
- 部分合资新上市NEV车型销量有回升，但对整体销量拉动作用有限

从合资车企表现看，仍呈现两级分化

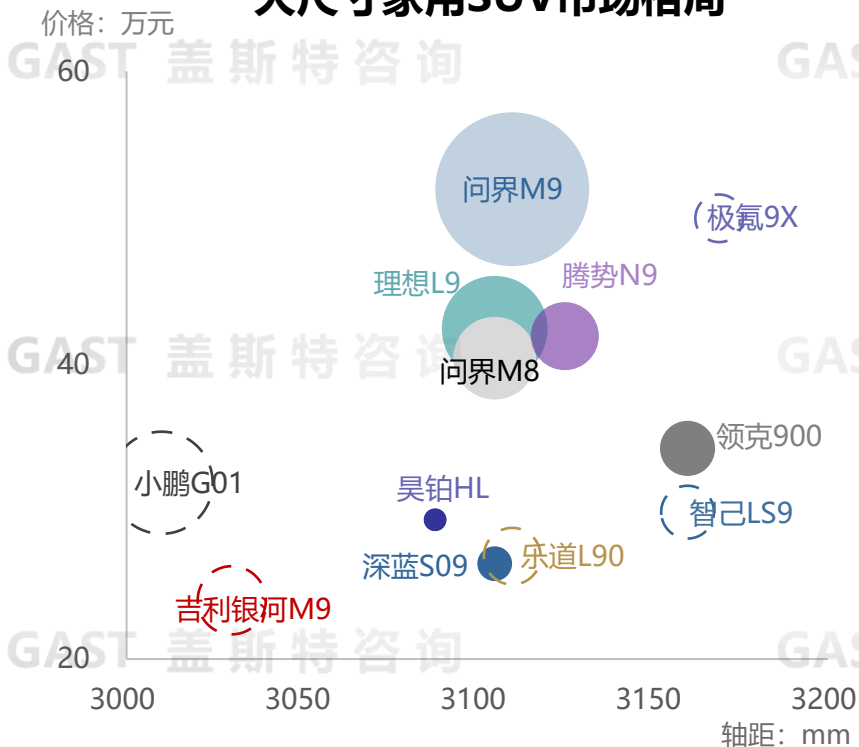
- 上半年销量回暖的合资车企仍主要依靠燃油车拉动：
 - 大众、丰田系品牌仍持续推动燃油车产品力升级（上汽大众 → 聚焦ICE智能化升级；丰田系主销车型全面HEV化） → 仍能守住基本盘
 - 别克同期基数较低，且聚焦ICE“一口价” → 同比较高增长
- 部分销量持续下滑合资企业 → 聚焦全新NEV车型寻求突围：
 - 东风日产依靠N7上市，销量同比降幅有所收窄（但仍处于转型初期）

□ 上半年主流合资车企普遍放下身段，强化与中国科技企业合作，并对中国合作伙伴放权 → 部分车企取得初步成效，但能否持续稳住市场下滑仍待验证

上半年市场热点④：大尺寸家用SUV市场竞争加剧

■ 上半年，自主车企集中布局大尺寸家用SUV市场 → 该细分市场规模快速扩大

大尺寸家用SUV市场格局



上半年大尺寸家用SUV市场发展现状

- 伴随新品集中涌入，大尺寸SUV市场基盘快速扩大 → 上半年该市场销量已达12万辆
 - 车型售价下沉趋势显著：领克900及深蓝S09售价进入20-30万元区间
 - 动力形式以增程+插电产品为主；TOP5车型占据终端市场超80%份额
- 从市场竞争格局来看：自主完全占据主导地位，传统豪华品牌持续边缘化（份额已下滑至10%以下，宝马X7、奔驰GLS月销仅百辆）
 - 头部自主车型保持断层领先：问界M9+理想L9占据终端市场60%份额

下半年市场发展趋势预判

- 从整体市场看：下半年，大尺寸家用SUV市场仍有至少6款新品上市，叠加上半年上市新品开始上量 → 全年销量有望突破35万辆
- 从市场竞争格局看：①30万级以上市场相对固化（问界两款车型占据最高份额，新进入者上量难度大）；②20-30万级市场处于车企集中布局阶段，未来竞争持续加剧（深蓝、乐道新车有较大突围概率）

□ 大尺寸SUV市场竞争强度持续提升：优势车企通过扩大产品布局巩固领先地位；新进入者聚焦更大尺寸（且价格更低）+ 多元化动力形式寻求差异化竞争



智慧的传播者
Sharing Wisdom with You

公司简介

盖斯特管理咨询公司立足中国、面向世界，专注汽车全产业链生态，聚焦产业、企业、技术三大维度，进行战略设计、业务定位、管理提升、体系建设、流程再造、产品规划、技术选择及商业模式等深度研究。为汽车及相关行业的各类企业提供战略、管理、技术等全方位的高端专业咨询服务，为各级政府提供重要决策支持和实施方案建议。自创立以来，盖斯特以成为全球领先的汽车咨询公司为愿景，以“智慧的传播者”为使命，以帮助客户创造真正价值为目标，注重实际效果和长期合作，凭借全面、系统、先进、务实的咨询方法，已经与150余家国内外企业、行业机构及各级政府建立起了战略合作伙伴与咨询服务关系



公众号二维码

服务领域

为客户提供多样化的专业服务，供客户灵活选择合作模式，包括但不限于：

- 面向企业高层以及各级政府的战略、管理、技术等咨询服务
- 全方位定制式的专题研究服务：涵盖宏观经济、产业发展、政策法规、万物互联、商业模式、企业战略与管理、汽车市场与用户、产品研究、产品开发方法、关键技术、综合技术、节能汽车、新能源汽车、智能汽车、数字化转型、智能制造、车展研究、论坛解读等各个领域
- 作为客户长期可依赖的智库资源和伴随式顾问，提供可随时满足客户各种需求的定制式咨询服务，以及智力投资服务
- 提供会员制的沟通交流与深度研究的行业高端共享平台（CAIT）
- 拥有中、英、日三种语言的专题研究报告千余份供选购



网站二维码

联系方式
0512-69576333: 电话
GAST@gast-group.com: 邮箱
www.gast-auto.com: 网址