

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2025.04)

盖斯特管理咨询有限责任公司
2025年04月22日
gast@gast-group.com

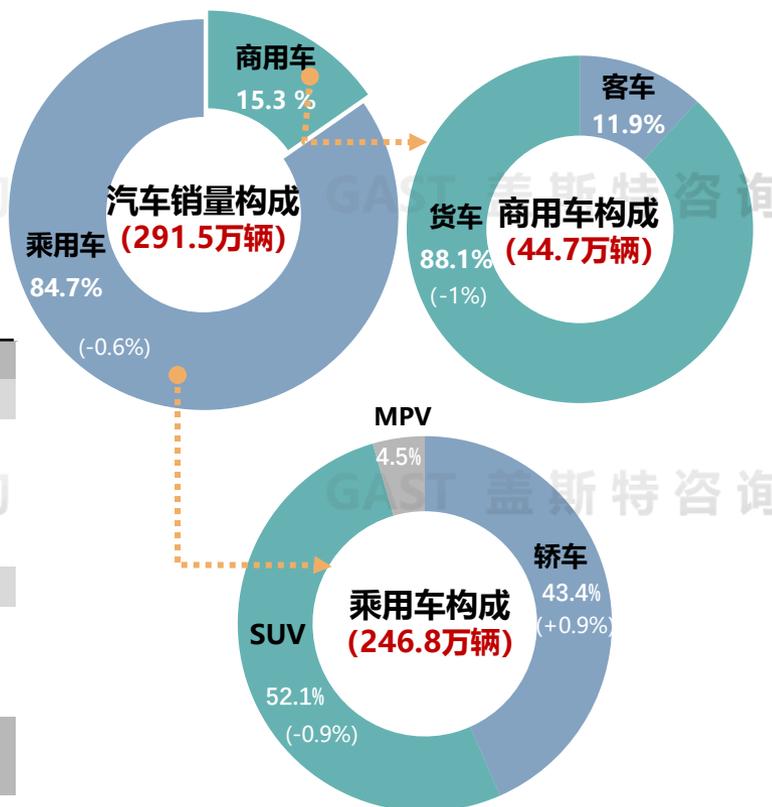
细分市场总览

- 3月，乘用车同比增速高于整体市场；商用车环比恢复，但较去年同期仍小幅下滑
- 3月，NEV同环比延续高增长；NEV出口实现较高增长，整体出口量同比保持稳定

2024年3月~2025年3月汽车市场总体销量走势



3月各细分市场占比及同比份额变化

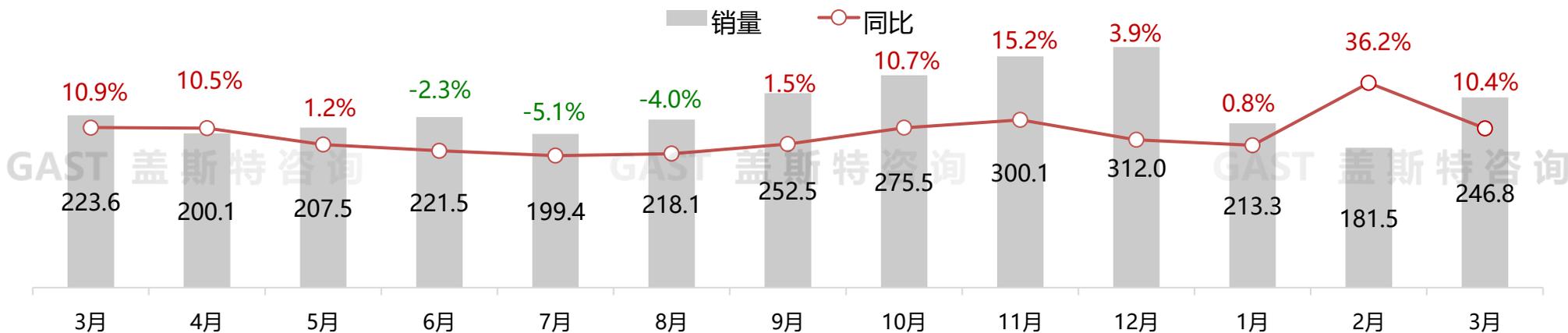


万辆	3月销量	3月环比	3月同比	3月NEV渗透率	1-3月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量	291.5	37%	8.2%	-	747	11.2%	-
乘用车	246.8	36%	10.4%	-	641.9	12.9%	-
轿车	107.1	39.4%	8.7%	-	272.6	11.1%	-
SUV	128.6	34.3%	9.2%	-	340.7	9.9%	-
MPV	11.1	33.6%	7.3%	-	28.6	32.8%	-
新能源销量	115.8	37.4%	39.2%	47%	290.3	46.4%	45.2%
商用车	44.7	42.8%	-2.4%	-	105.1	1.8%	-
客车	5.3	55.2%	-0.1%	-	12.5	9.8%	-
货车	39.4	41.3%	-2.7%	-	92.6	0.8%	-
新能源销量	7.9	61.2%	54.9%	17.7%	17.2	60.7%	16.4%
新能源总销量	123.7	38.7%	40.1%	42.4%	307.5	47.1%	41.2%
出口销量	50.7	14.9%	1%	-	142	7.3%	-
新能源出口量	15.8	20.1%	26.8%	31.2%	44.1	43.9%	31.1%

乘用车整体市场：同环比均两位数增长

- 3月，乘用车市场销售246.8万辆，同比增长10.4%，环比增长36%
- 同环比增长原因：①政府及车企补贴政策刺激；②出口量维持同比两位数高增长

2024年3月~2025年3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：**商务部组织开展汽车流通消费改革试点，促进二手车、汽车后市场发展
- **地方政策：**沈阳追加汽车消费补贴资金2千万；浙江开展县域充换电设施申报补贴

供给特征

优惠力度加大，NEV迭代加速

- 长城、奇瑞等自主品牌陆续推行一口价模式 → 优惠力度扩大
- 车展前，NEV产品推全新车型+加速产品更新换代

消费特征

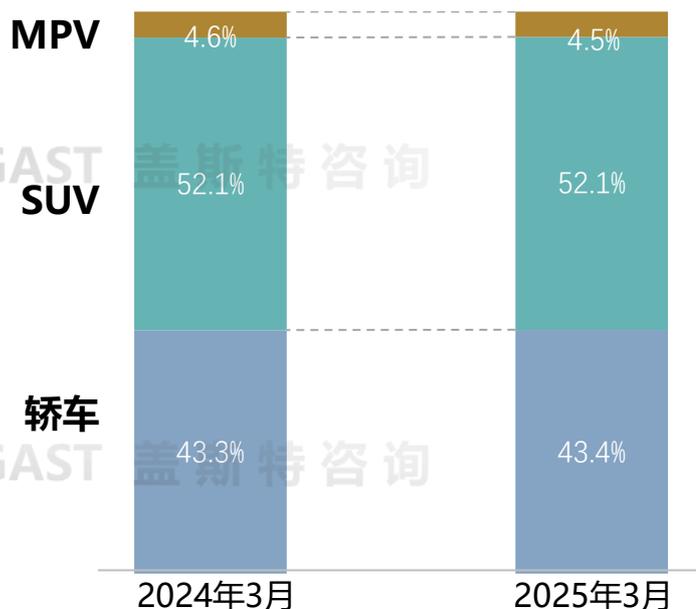
消费需求恢复

- 车企通过智驾平权、一口价等优惠措施 → 增加消费者消费热情
- 地方政府陆续追增购车补贴 → 刺激地方消费潜力释放

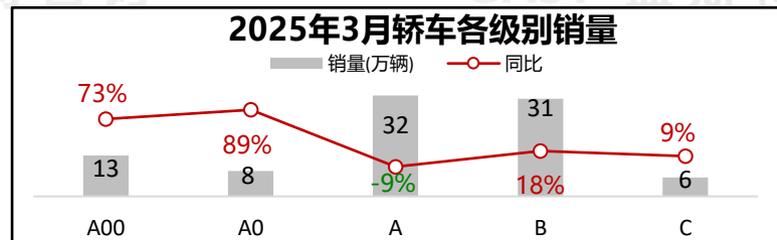
乘用车品类维度：轿车份额小幅回升

- 从份额变化看：3月SUV份额同比无变化，轿车同比增长0.1个百分点
- 从单月销量看：三大品类环比均实现超30%增长，其中SUV同比增长近10%

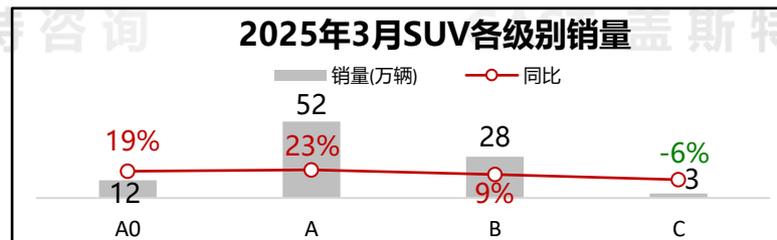
2025年3月狭义乘用车结构同比变化



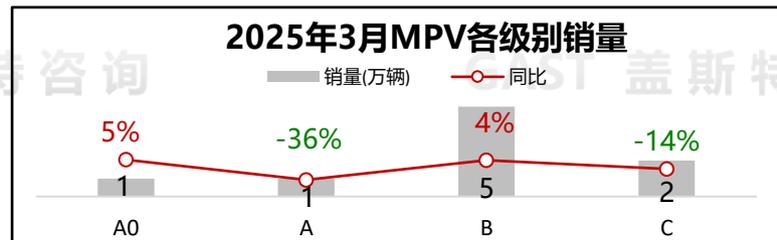
轿车



SUV



MPV

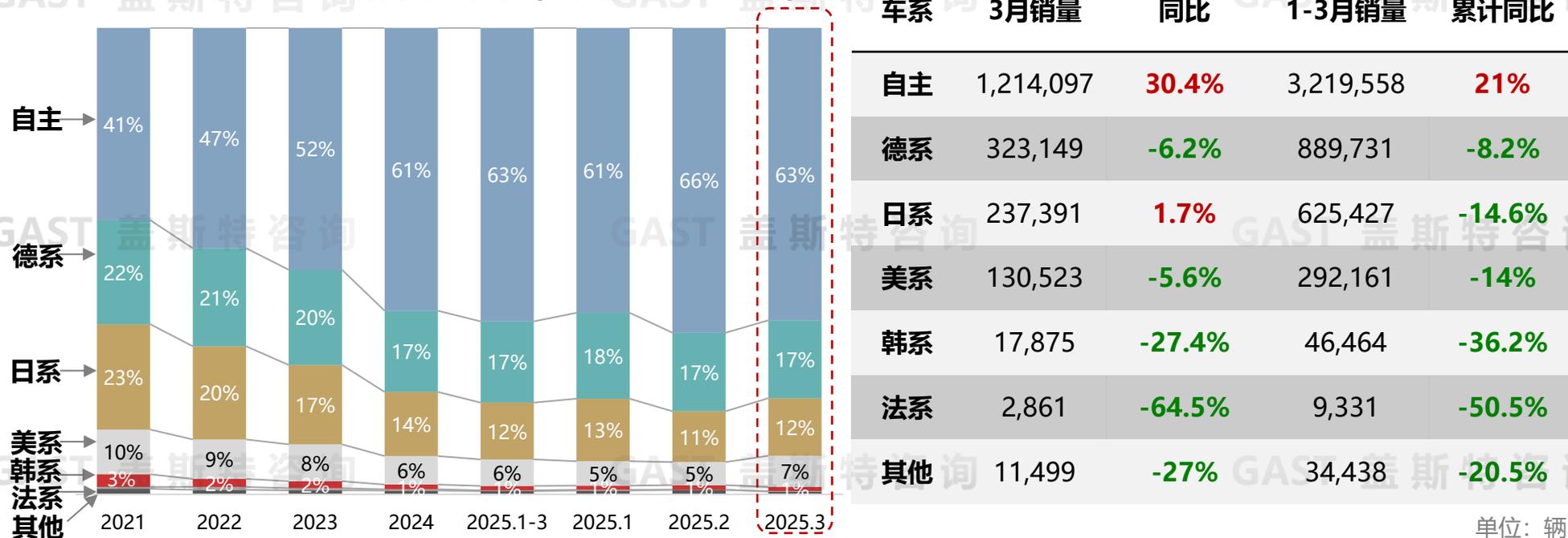


- 轿车环比增幅最高：①小微车型环比大幅回升；②新能源产品贡献较大增量
- SUV同比增幅最高：①自主品牌出口拉动；②主流市场ICE车型增长较高

乘用车国别维度：自主品牌份额环比小幅下滑

- 市场份额：自主品牌市场份额环比小幅下滑至63%，但较去年同期增长7个百分点
- 同比增幅：自主品牌累计同比增速进一步扩大，合资品牌中仅日系实现同比微增

各国别细分市场市场份额变化（按国内零售量统计）



- 美系份额增长：① 新款Model Y交付；② 别克三大车系同比增长均超60%
- 日系份额增长：① 一口价优惠政策；② NEV新品上量（丰田同比两位数增长）

乘用车厂商排名TOP10

■ 3月，TOP10中自主品牌占6席，且TOP4均为自主品牌，其中长城成为唯一同比负增长自主品牌；合资品牌中特斯拉中国凭借新款车型交付，排名重返TOP10

GAST 盖斯特咨询

2025年3月乘用车企业广义批发销量TOP10

GAST 盖斯特咨询

➢ 比亚迪Q1销量已超百万辆，同比增长57.9% → 其中3月出口量超7万辆，再创历史新高

➢ 吉利NEV单月销量近12万辆，同比增长167% (NEV销量占比达52%) → 其中银河系销量超9万
 ➢ 奇瑞集团Q1累计出口量近26万辆，成为出口TOP1厂商 → 集团总销量创历史一季度销量新高
 ➢ 一汽大众3月ICE销量小幅回升，同比增长1.4%，但NEV销量不及预期 → 单月销量同比下滑1.7%

➢ Q1宏光MINIEV系列累计销量超8.6万+缤果系列累计销量近5万 → 集团整体NEV销量同比超70%增长
 ➢ 焕新版Model Y交付+Model 3实行5年0息 → TSL单月销量环比增长156% (Q1累计同比增长3.6%)
 ➢ 长城汽车除WEY与皮卡单月销量实现同比增长，其余各品牌均下滑，其中欧拉品牌同比销量腰斩

合资/外资品牌

自主品牌

第一梯队

23.1%
371,419



比亚迪汽车

第二梯队

53.9%
232,177



吉利汽车

17.7%
206,093



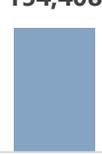
奇瑞汽车

4.5%
159,287



长安汽车

-1.7%
154,408



一汽大众

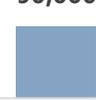
第三梯队

45.4%
94,929



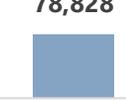
上汽通用五菱

0%
90,000



上汽大众

-11.5%
78,828



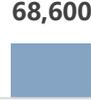
特斯拉中国

-6.1%
77,564



长城汽车

5.5%
68,600



广汽丰田

单位：辆

商用车整体市场：同比小幅下滑

- 3月商用车销售44.7万辆，同比下降2.4%，环比增长42.8%
- 原因分析：①宏观经济仍未有明显好转；②新一轮补贴政策效果未充分显现

2024年3月~2025年3月商用车销量走势(万辆)



货车市场特征

- **市场表现：**3月货车销量达39.4万辆，同比下降2.7%，环比增长41.3%
- **原因分析：**①基建、物流行业未明显好转，市场信心不足；②经销商库存暂未完全消化；③重卡市场销量下滑较大

客车市场特征

- **市场表现：**3月客车销售达5.3万辆，同比下降0.1%，环比增长55.2%
- **原因分析：**①政策向NEV倾斜 → NEV客车同比增加+其他动力形式同比有下滑；②海外需求增加+内需减少 → 总销量基本与去年持平

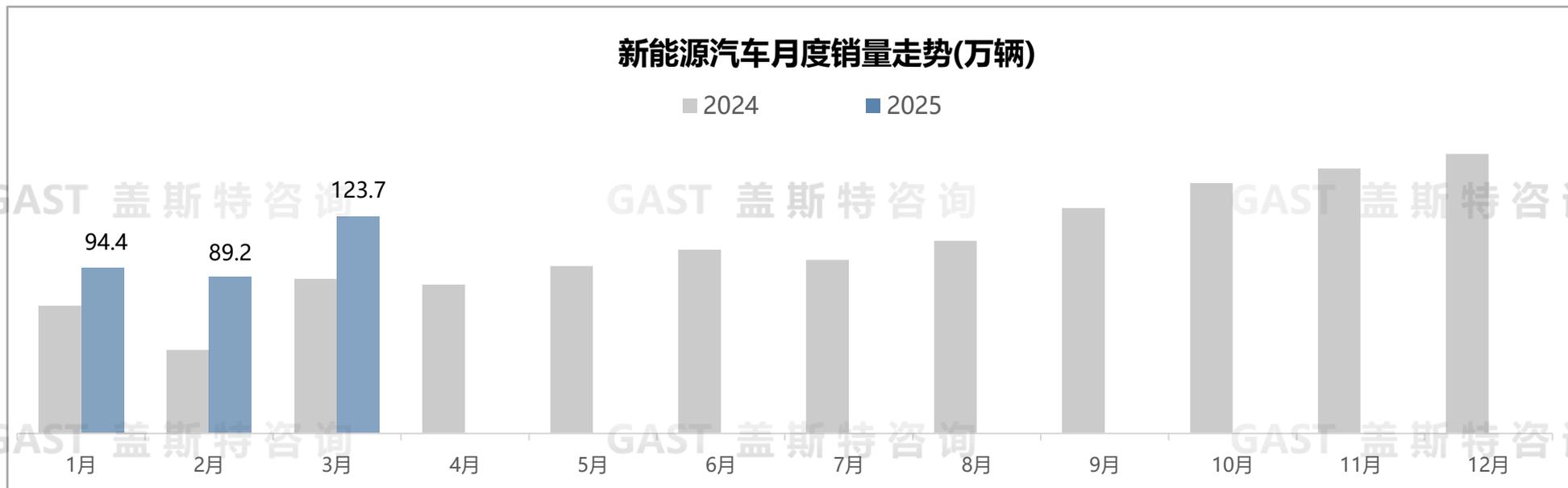
新能源汽车总体概况

- 3月，NEV汽车共销售123.7万辆，同比增长40.1%；全市场NEV渗透率达42.4%
- 3月，乘用车市场NEV渗透率达46.9%，国内乘用车市场NEV渗透率达49%

2025年3月新能源汽车销量情况

新能源汽车月度销量走势(万辆)

■ 2024 ■ 2025



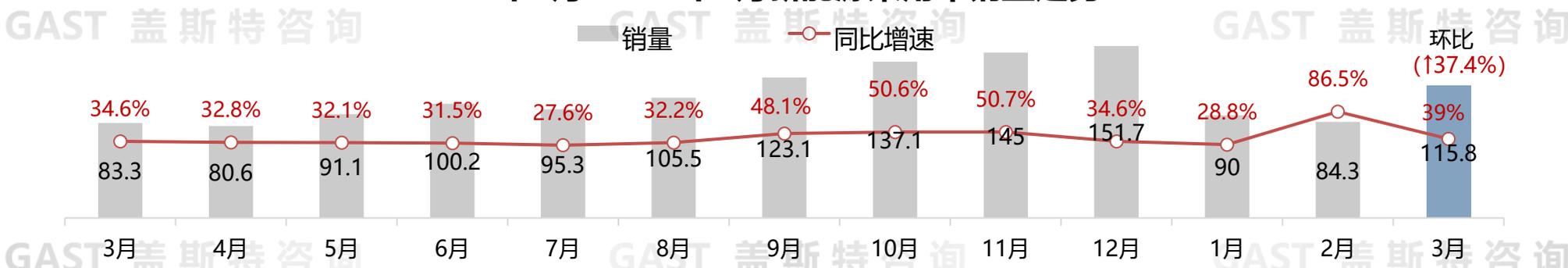
- 国内以旧换新和地方促消费政策相继落地 → 国内NEV市场超40%增长
- 插混动力车型贡献出口新增量 → 出口NEV销量仍保持超25%正增长

新能源乘用车市场概况

■ 3月，新能源乘用车销售115.8万辆，同比上升39%，环比上升37.4%

单位：万辆

2024年3月-2025年3月新能源乘用车销量走势



政策导向

- **国家政策：**相关部门印发《提振消费专项行动方案》，加大汽车以旧换新的支持力度
- **地方政策：**北京、浙江、山东等积极出台相关政策促进汽车消费

区域特征

- **大型城市：**销量趋于稳定，整体增速放缓，市场增长依赖于换购需求
- **中小型城市和县乡：**A0级及以下销量明显提升 + 插混车型销量增长 → 新能源车渗透率快速提升

车系特征

- 2025年3月，新能源乘用车渗透率
 - 自主品牌63.2% (同比↑11%)
 - 主流合资品牌4.9% (同比↓1%)
 - 豪华品牌36% (同比↓1%)

□ 车企积极推进主流市场“智驾平权”策略 + “一口价”降价促销模式 + 小微车市场实现复苏性增长 → NEV乘用车实现同环比近40%增长

新能源乘用车TOP15车型

- 从品牌来看，比亚迪占据7席 → 仍保持断层领先，Model Y超越宋系列重返榜首
- 从动力形式看，TOP15中纯电车型数量上升为10席，插混车型数量下降至4席

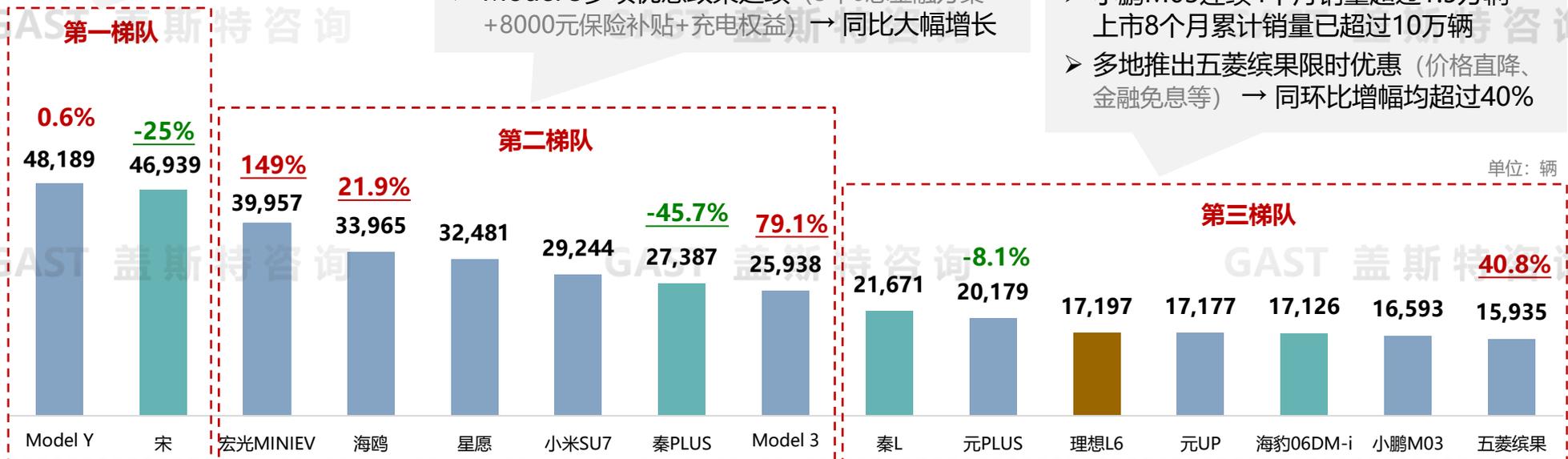
2025年3月新能源车型零售销量TOP15

- 新款Model Y上市交付 → 单月环比销量实现近5倍增长
- 同级竞品增多（银河星舰7、零跑C10等）→ 宋PRO与宋PLUS销量同比降幅均超20%

- 宏光MINIEV四门版车型上市带来主要增量+部分老款车型降价 → 单月销量创近两年新高
- 吉利星愿持续加大优惠力度 → 月销量创历史新高，且连续三个月突破2.8万辆
- Model 3多项优惠政策延续（5年0息金融方案+8000元保险补贴+充电权益）→ 同比大幅增长

- 海豹06DM-i终端优惠有所扩大 → 环比增幅超40%（与秦L销量差距缩小）
- 小鹏M03连续4个月销量超过1.5万辆 → 上市8个月累计销量已超过10万辆
- 多地推出五菱缤果限时优惠（价格直降、金融免息等）→ 同环比增幅均超过40%

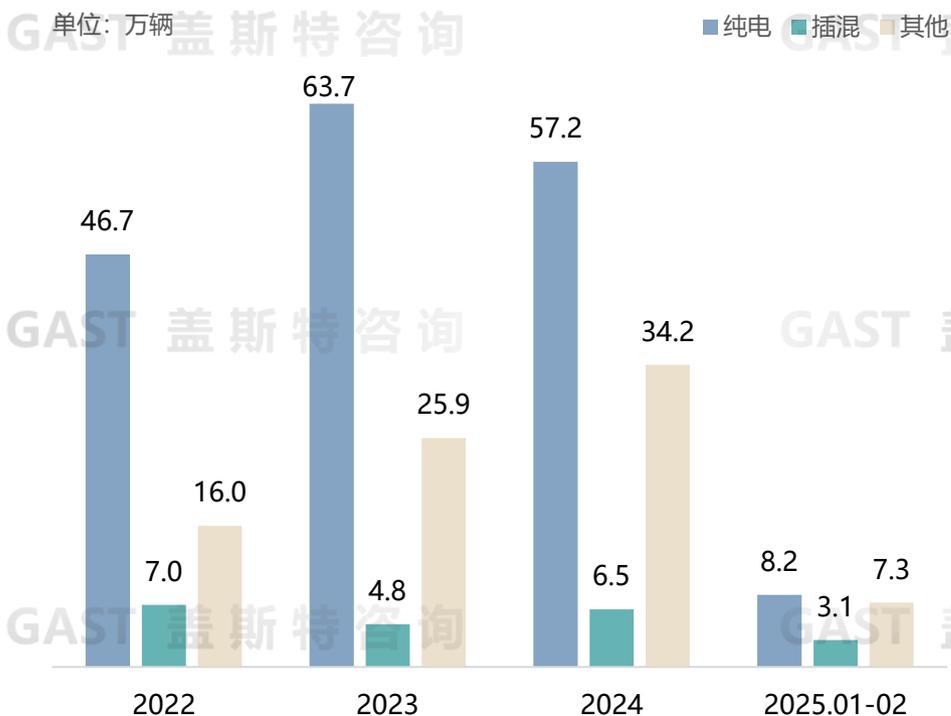
BEV PHEV REV



市场热点：中国车企出海欧洲迎来转机

■ 1-2月，中国出口欧盟销量达18.5万辆，同比增长17%，主要依靠NEV驱动增长

2022-2025年2月 中国汽车出口欧盟销量



中国汽车出口欧洲销量仍保持正增长

- 整体销量：加征关税以来销量未下滑 → 2月，中国汽车出口欧盟销量超7.6万，同比增长2%，市场份额达4.1%（去年同期为2.5%）
- NEV方面：插混贡献新增量，BEV销量显著下滑
 - 1-2月，插混车型销量超3万，同比增长410%，已超2024全年销量的47%，其中BYD、MG、Jaecoo插混车型销量较高
 - 2月，BEV出口量同比下滑31%；1-2月，同比下滑15%

政策环境变化 → 短期阵痛与长期机会并存

- 欧盟拟对华采用“最低进口价格”机制（替代现行对华关税政策） → 一定程度上放宽对中国BEV限制（但对出口占比较高的小车市场仍有较大影响）
- 中国车企仍要从长线出发 → 逐步推进全产业链出海的进程，实现生产&供应链、研发、品牌、人才等本土化仍是必选项

□ 若“最低进口价格”机制实施，中国NEV车型出海欧洲将迎来重大转机；但对车企而言，持续强化海外市场本土化能力+加速中高端车型出海是关键



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百余份供选购



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