

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2025.08)

盖斯特管理咨询有限责任公司

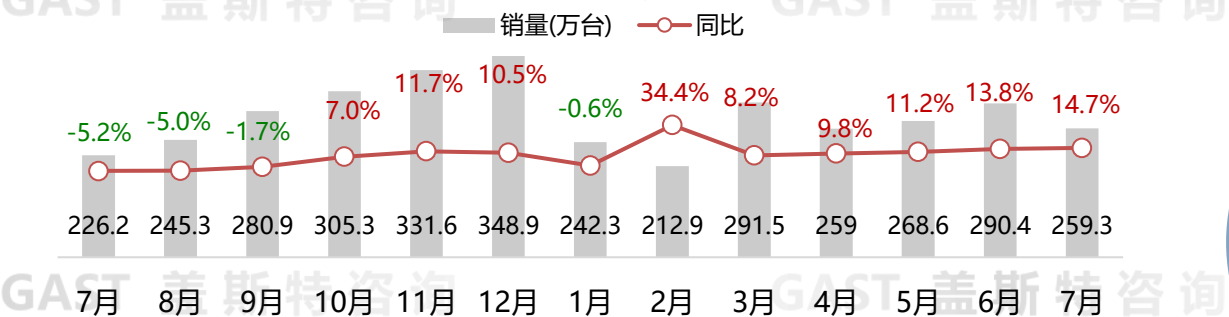
2025年08月25日

gast@gast-group.com

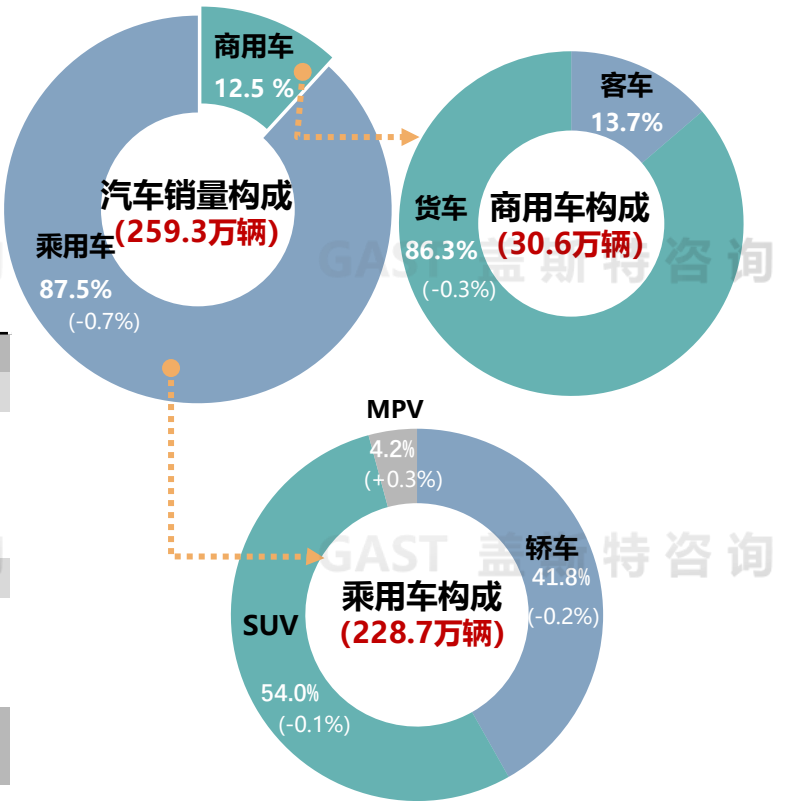
细分市场总览

- 7月，乘用车及商用车保持同比超14%增长；但商用车环比两位数下滑，波动较大
- 7月，NEV及出口保持同比高增长，其中NEV出口量环比实现逆势增长（插混带动）

2024年7月~2025年7月汽车市场总体销量走势



7月各细分市场占比及同比份额变化

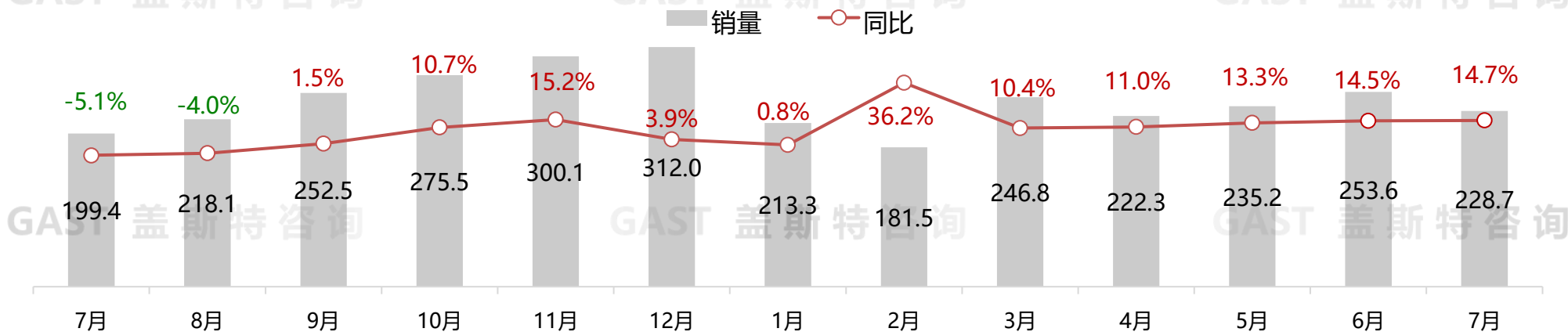


	万辆	7月销量	7月环比	7月同比	7月NEV渗透率	1-7月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量		259.3	-10.7%	14.7%	-	1826.9	12%	-
乘用车		228.7	-9.8%	14.7%	-	1584.1	13.4%	-
轿车		95.6	-10.7%	12.2%	-	671.5	11.8%	-
SUV		123.5	-10.5%	12.8%	-	843.3	11.9%	-
MPV		9.6	-15.7%	24.3%	-	69.3	25.3%	-
新能源销量		119.5	-4.5%	25.4%	52.3%	775.3	37.1%	48.9%
商用车		30.6	-17.1%	14.1%	-	242.8	3.9%	-
客车		4.2	-21.2%	16.3%	-	30.7	9.7%	-
货车		26.4	-16.4%	13.8%	-	212.1	3.1%	-
新能源销量		6.7	-14.1%	76.3%	21.9%	46.7	67.4%	19.2%
新能源总销量		126.2	-5%	27.4%	48.7%	822	38.5%	45%
出口销量		57.5	-2.8%	22.6%	-	368	12.8%	-
新能源出口量		22.5	10%	120%	39.1%	130.8	84.6%	35.5%

乘用车整体市场：同比维持两位数增长

- 7月，乘用车市场销售228.7万辆，同比增长14.7%，环比下降9.8%
- 同比增长原因：①合资ICE维持高促销 → 国内销量同比增长7.1万辆；②出口拉动

2024年7月~2025年7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：**财政部、国家税务总局调整超豪华小汽车消费税政策
- **地方政策：**济南等地下半年第一轮汽车消费补贴开启

供给特征

推新节奏放慢，但ICE促销仍扩大

- 7月，车型推新节奏较慢+部分车企统一安排高温假期 → 交付量下滑
- 国家管控趋严，车企促销力度有所回收，但部分ICE优惠政策仍有扩大

消费特征

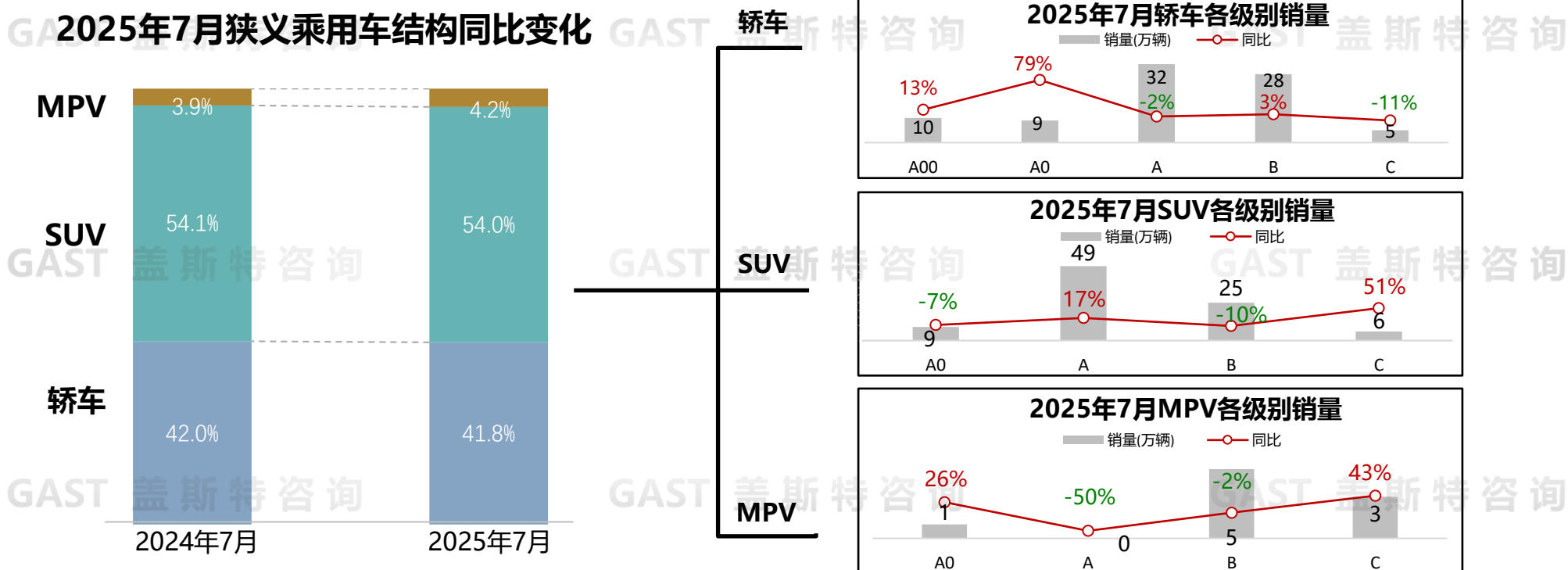
淡季市场存在观望情绪

- 三季度“两新”补贴资金发放出现空窗期+权益政策缩减 → 消费者选择延缓购车决策

乘用车品类维度：MPV同比增幅最高

- 从份额变化看：7月MPV同比增长0.3个百分点，轿车同比降低0.2个百分点
- 从单月销量看：7月各品类环比降幅均超10%；MPV同比实现24%较高增长

2025年7月狭义乘用车结构同比变化



□ 近期MPV市场销量呈稳步提升态势，更多是由于新品增量效应，叠加产品迭代加速带来的存量转化，但并未真正扩大整体MPV市场规模

乘用车厂商排名TOP10

- 7月，TOP10中自主品牌占据6席（且TOP4均为自主品牌），多数品牌保持同比两位数高增长；TOP10合/外资品牌中，仅一汽大众实现同比微增

2025年7月乘用车企业广义批发销量TOP10

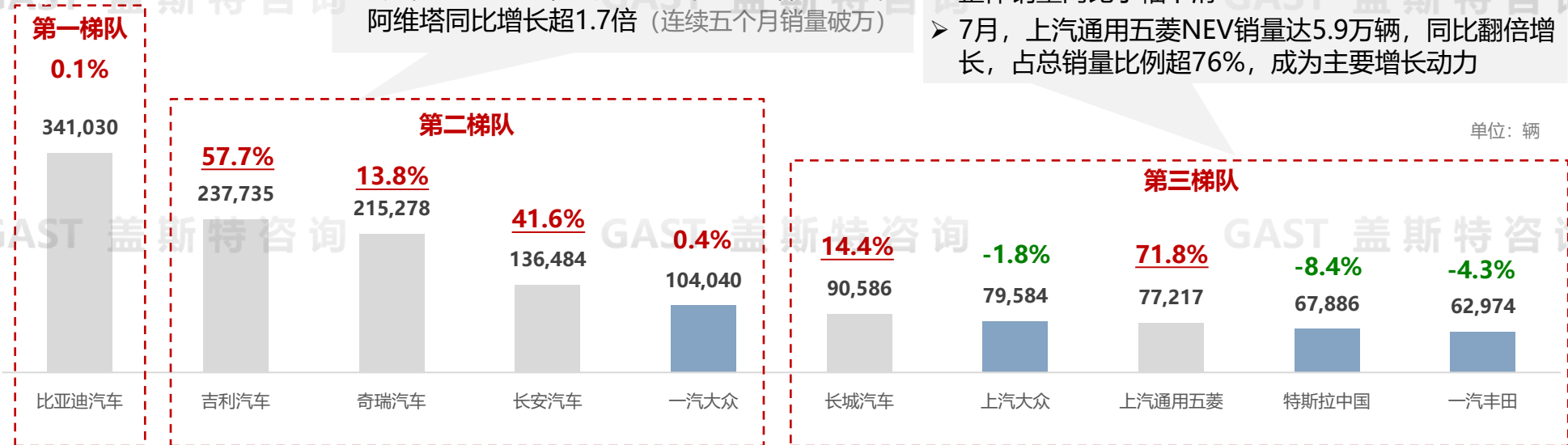
➢ 7月，比亚迪出口同比增长1.6倍，带动整体销量同比微增（但国内市场受吉利影响较大→市占率同比下滑近3个百分点）

- 7月，吉利实现同环比逆势增长，吉利NEV销量超13万，同比增长1.2倍，NEV渗透率达55%（国内市场市占率同比提升接近4个百分点）
- 7月，奇瑞NEV销量超6.5万辆，同比增长44%；出口11.9万辆，同比增长32%（占总销量53%）
- 7月，长安NEV销量超8万辆，同比增长74%，阿维塔同比增长超1.7倍（连续五个月销量破万）

- 7月，高山系销量超6千，带动魏牌同比增长超2.6倍；长城整体出口4.1万辆，同比增长7.6%
- 7月，上汽大众推出SUV系列优惠政策，带动途岳系销量超1.2万辆（同比翻倍增长），但NEV销量不佳→整体销量同比小幅下滑
- 7月，上汽通用五菱NEV销量达5.9万辆，同比翻倍增长，占总销量比例超76%，成为主要增长动力

合资/外资品牌

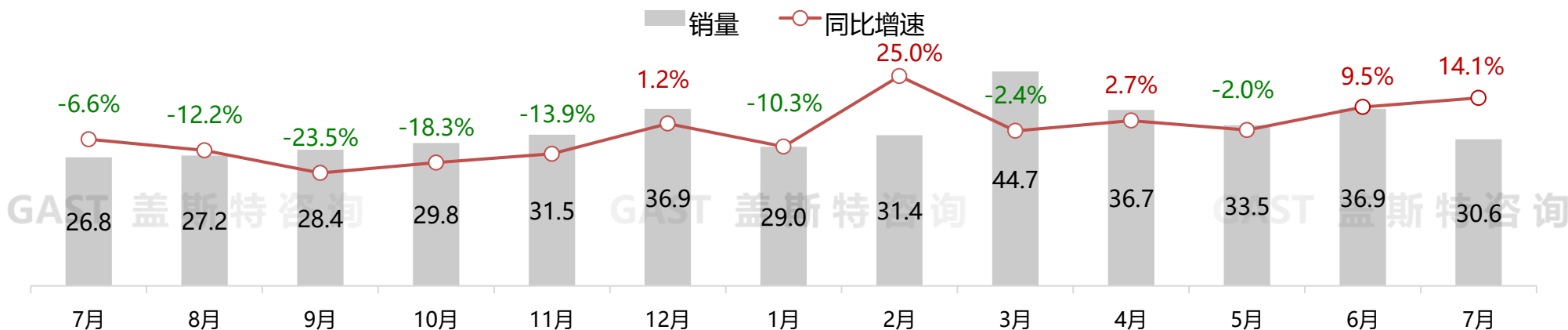
自主品牌



商用车整体市场：环比大幅下滑

- 7月商用车销售30.6万辆，同比增长14.1%，环比下降17.1%
- 环比下降原因：①商用车进入传统淡季效应，需求不足；②以旧换新政策刺激弱

2024年7月~2025年7月商用车销量走势(万辆)



卡车市场特征

- **市场表现：**7月货车销量达26.4万辆，同比增长13.8%，环比下降16.4%
- **原因分析：**①同比增：去年同期基数较低+NEV市场需求增长拉动；②环比降：7月，整体基建、物流行业仍不景气+前期车企促销导致需求提前释放

客车市场特征

- **市场表现：**7月客车销售达4.2万辆，同比增长16.3%，环比下降21.2%
- **原因分析：**①同比增：NEV客车需求稳定上升+客车出口同比增长超25%（轻客贡献主要增量）；②环比降：传统客车淡季+地方补贴落地较为滞后

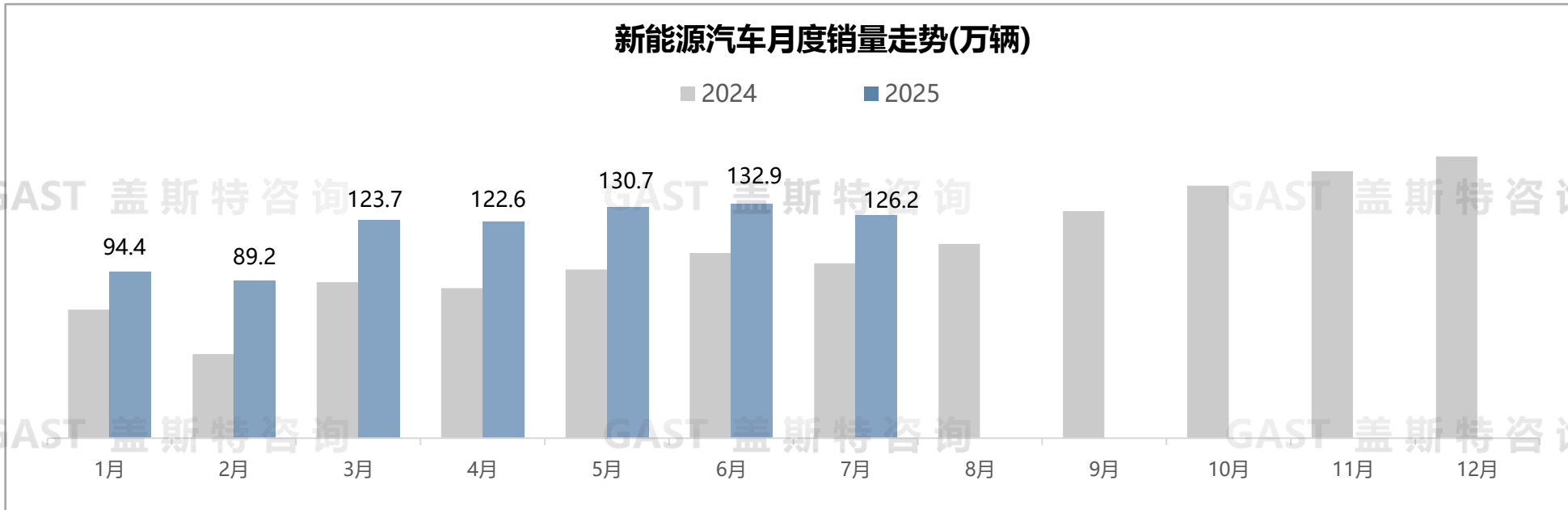
新能源市场总体概况

- 7月，NEV汽车共销售126.2万辆，同比增长27.4%；全市场NEV渗透率达48.7%
- 7月，乘用车NEV渗透率达52.3%，国内乘用车市场NEV渗透率达54.5%

2025年7月新能源汽车销量情况

新能源汽车月度销量走势(万辆)

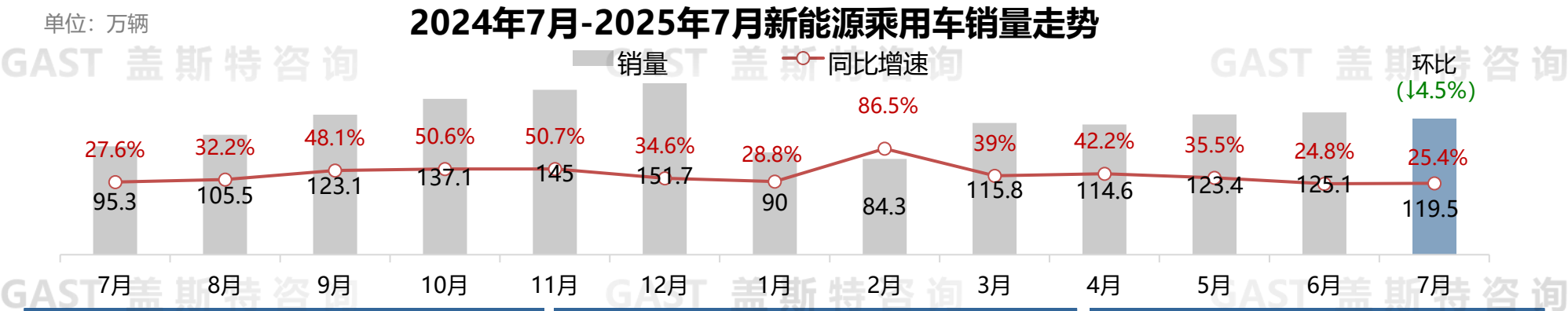
■ 2024 ■ 2025



□ 以旧换新政策持续刺激国内换购需求释放 + NEV出口延续加速扩张趋势（同比增长1.2倍） → 整体乘用车市场NEV渗透率稳定在50%以上

新能源乘用车市场概况

■ 7月，新能源乘用车销售119.5万辆，同比上升25.4%，环比下降4.5%



政策导向

- **国家政策：**国家发展改革委、能源局等部门联合印发《关于促进大功率充电设施科学规划建设的通知》
- **地方政策：**海南、重庆、湖北等地积极践行低碳政策

区域特征

- **大型城市：**整体增速放缓，市场趋于稳定
- **中小型城市和县乡：**新能源下乡等政策推动+补能基础设施不断完善 → NEV渗透率有较大提升

车系特征

- 7月，新能源乘用车渗透率：
 - 自主品牌67.4% (同比↑5%)
 - 主流合资品牌6.6% (同比↓1%)
 - 豪华品牌43.5% (同比↑5%)

□ **NEV乘用车同比延续高增长原因：①新一轮NEV下乡政策实施扩大下沉市场消费规模；②自主品牌二季度发布新品普遍开始上量**

新能源乘用车TOP15车型

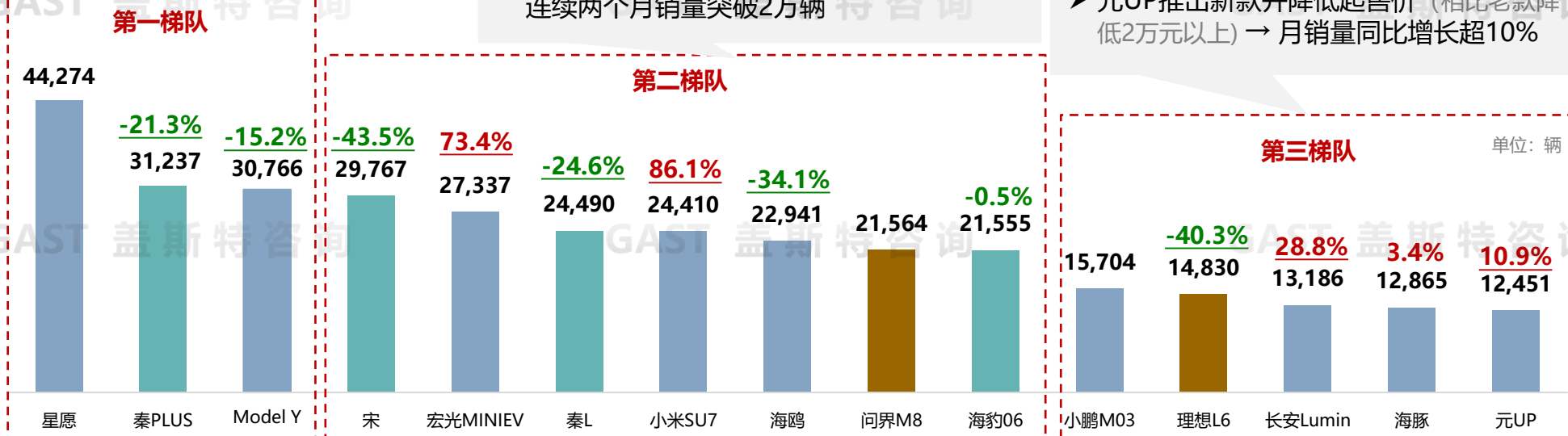
- 从品牌来看，比亚迪占据7席位 → 仍保持断层领先（但多数车型出现同比两位数下滑）；从动力类型看，纯电车型仍占据主导地位（纯电占据9席，插混+增程占据6席）

2025年7月新能源车型零售销量TOP15

- 吉利星愿推出限时优惠（全系降价3000元+5万24期免息）→ 销量连续7个月保持正增长（零售销量创新高）
- 同级国产竞品持续上量，对Model Y冲击较大 → 月销量同比大幅下滑

- 宋系列受市场同级竞品增多 + 内部产品分流影响 → 较去年同期销量下滑超2万辆
- 小米SU7受YU7开始交付影响，连续两个月销量低于2.5万辆
- 问界M8产能稳定爬坡+订单量稳定增长 → 连续两个月销量突破2万辆

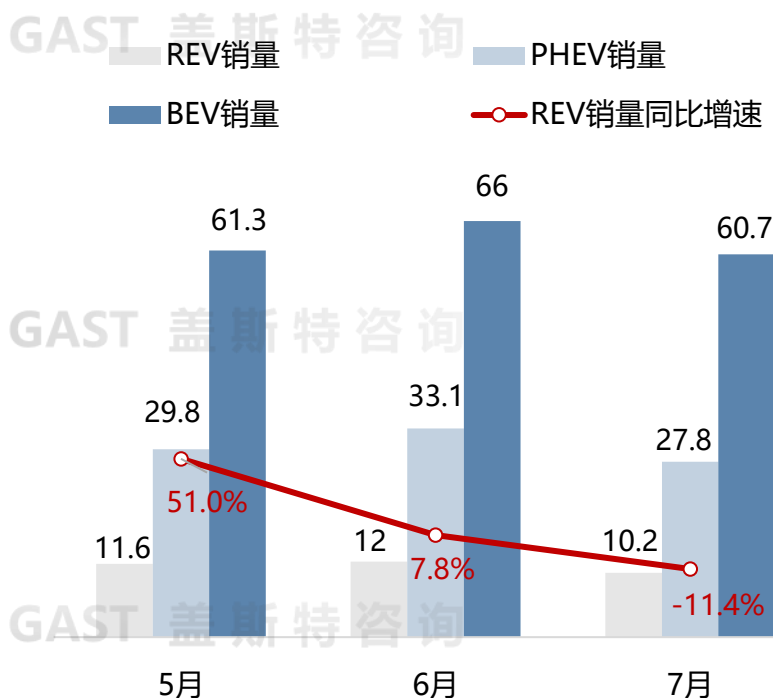
- 小鹏MONA M03的MAX版本开启上市交付 → 月销量连续两个月环比正增长
- 理想L6面临其他竞品“以大打小”竞争策略 → 同环比均出现较大下滑
- 元UP推出新款并降低起售价（相比老款降低2万元以上）→ 月销量同比增长超10%



市场热点①：7月增程销量出现同环比双下滑

■ 7月REV销售10.2万辆，同环比均出现超10%下滑，整体表现弱于插混及纯电市场

2025年5-7月分动力形式NEV零售量（万辆）



增程销量出现阶段性下滑原因解读

- **中高端市场：**家用定位增程SUV集中布局，但整体市场容量有限，叠加部分车型处于新款迭代周期+纯电分流 → 导致中高端市场下滑
- **主流市场：**用户聚焦城市通勤&中短途出游场景 → 增程产品优势不突出，且不具备价格优势，纯电逐步占据主导地位

增长瓶颈下车企仍扩大REV布局，但产品策略有所调整

- **增程阵营持续扩大：**智己、广汽、别克近期相继发布全新增程技术
- **中高端定位增程车型技术向纯电端倾斜：**下半年待上市车型普遍聚焦“超快充+大电池+长续航”（纯电续航超过400km+搭载5C超充）

**GAST
判断**

- 下半年伴随大电池增程车型陆续投放，有潜力扩大增程车型场景边界（纯电续航可覆盖更多日常出行场景），带动全年增程市场销量接近140万辆（同比超15%增长）

□ 充电设施普及带来用户对纯电接受度提升，导致增程市场陷入增长瓶颈；下半年增程车型通过技术进阶（并与场景化体验深度绑定），有望带来全新增量

市场热点②：超豪华小汽车消费税政策调整

■ 7月17日，财政部、税务总局发布《关于调整超豪华小汽车消费税政策的公告》

政策核心调整内容

	调整前	调整后
征收门槛	零售价≥130万元（不含增值税）车型	零售价≥90万元（不含增值税）车型
征收范围	仅包含燃油车	包含纯电动、燃料电池等所有动力模式
税收环节	在生产/进口+零售环节征税	仅在零售环节征收消费税（没有排气量的车型）
其他	- 明确二手超豪华车交易免税 - 零售销售额界定：包括以精品、配饰和服务等名义收取的价款	

政策调整原因&市场影响判断

- **政策调节原因：**强化消费引导 + 完善汽车税制体系
 - 有利于加强政策对消费引导作用；降低税收门槛扩大税基
 - 进一步推动新能源汽车税制成熟化：当前新能源汽车在整体汽车产业税收贡献中占比仍不足15%
- **政策带来的市场影响判断：**对市场发展&格局演变影响小
 - 政策主要影响车型为开票价101.7-146.9万元区间* → 2025年H1该价格段销量不足4万辆（占整体市场比例仅0.2%）

GAST 观点

- 政策短期内促进消费者提前购车，但超豪华车用户价格敏感度低，市场占比小 → 政策长期影响有限（可控）
- 豪华小汽车消费税政策调整只是起点，其他汽车税费改革预计后续将有序推进

□ 伴随新能源汽车保有量持续增长，对相关税费调整契合行业发展趋势；车企需要提前做好包括优惠税费政策在内的政策调整过渡，保持连续性



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