

# 新能源逆势爆发吉利销量登顶背后的双刃剑困局

来源：吴惠茹 发布时间：2025-11-14 12:29:26

## 第一阶段：超越性改写

你有没有注意到，前不久业内炸开了锅，吉利汽车的10月销量突破了30万辆，似乎是迎来了历史性的一刻。数据看着格外耀眼——307,133辆，环比增长12%，同比增长35%。特别是在全国乘用车市场10月前26天零售量同比下降7%的情况下，吉利还能逆势而上，简直让人拍案叫绝。但，这份“光辉”的背后，是否真的风光无限？我们不妨换个独特的视角，对这份“吉利现象”来一场深度拆解。



先来看那些亮眼的数字吧，这些可是支撑吉利10月“成绩单”的核心基石。新能源车型占据了58%的销量，达到177,882辆，其中，吉利银河系列是绝对的王牌。银河的单月销量127,476辆，同比大涨101%，提前达成“年销百万辆”的目标。产品矩阵对标精准，像价格杀手“星愿”，起价低至6.88万元，加长轴距150毫米，完全就是打着“更大更便宜”的招牌硬怼市场。再看看星舰7，直接用相似配置与混动技术，但比竞品价格少了1.2万元，硬生生把消费者的“性价比纠结症”治得服服帖帖。可以这么说，银河系列用低价加量策略极限压榨市场，却换来了相当漂亮的市场表现。

但，先慢一慢。



## 吉利销量

2024年Q3销量

**53.4** 万辆

历史新高

同比增长18.7% 环比增长11.2%

2024年1-9月总销量

**149** 万辆

同比增长32.1%

2024年Q3新能源销量

**22.6** 万辆

国内新能源渗透率超50%

2024年1-9月新能源总销

**54.6** 万辆

同比增长93%

## 单季度收入创历史新高

2024年Q3收入

**603.78** 亿元

历史新高

同比增长20% 环比增长9.8%

2024年1-9月总收入

**1,677** 亿元

同比增长36%



东梦汽车网

DONGMENGQICHEWANG

这种策略真的可持续吗？当我们刨开亮眼的销售数据，来看吉利更深层的运营逻辑，问题其实不容忽视。以价换量固然能创造短期风光，长远来却如同在一场豪赌里加倍下注。银河虽然卖得火热，却掩盖了一些令人担忧的事实：其销量中有很高比例来自价格极低的车型，比如熊猫微型车（起售价仅为2.99万元）和入门款的星愿（6.88万元）。两款车合计销量占

银河总销量的约七成。低价的诱惑确实能刺激消费，但代价如何？直接拉低了吉利的单车均价，让从前11万的指标跌到如今的9.6万元。销量再高，利润却成了“被挤薄的蛋糕”。

跨度从国内市场到海外扩展，我们也看到了吉利这种打法的延续。10月吉利出口销量突破4万台，同比增长23%。其中新能源车占到了出口总量的33%，成绩说得过去。海外市场的短期表现未必能够反映未来格局的成败。东南亚市场的银河星舰7 EM-i插电混动车实现量产下线，听着深具雄心壮志，但如何在技术、供应链、以及依赖于政策的市场环境下找到稳定的落脚点，考验才刚开始。有媒体指出，东南亚竞争对手已纷纷加速布局相似的“亲民型”新能源车型，这是否也意味着吉利的市场红利或许将面临严峻挑战？



**东梦汽车网**  
DONGMENGQICHEWANG

说到技术，吉利更不会缺席任何“热门大戏”。你是否还记得2023年长城举报某品牌混动车的常压油箱问题在行业里掀起波澜？此后，吉利在2025年重庆论坛上突然公开表示：他们拆车后证实长城举报属实。这一动态并非单纯的技术讨论，而像是一场关乎品牌信任与市场声誉的较量。这样的指控却自带，因为吉利的多款PHEV车型在2018年至2023年期间也曾使用类似的常压油箱。这一反转剧情难免让人疑虑，这是在呼吁行业规范呢？还是试图转移舆论矛头？

高销量却未必意味着“高飞”，这对吉利未来的路更提出了双重考验。高端品牌极氪的

扩张势头似乎已经放缓。举例来说，其今年上半年销量仅为9.1万辆，增速从三位数跌到了个位数。而它的首款车型极氪001更是被用户抱怨“更新频率太高，每年都像换了一代”。频繁迭代，虽然有助于提升技术，但牺牲了老客户的购买信心。

另中国汽车市场整体库存压力也在加剧。10月经销商库存预警指数翻到了52.6%，已经连续三个月高于荣枯线。虽然吉利10月的销量接近240万辆，可面对日益增长的库存风险，如何帮助经销商渡过资金周转难关，是摆在眼前的一道难题。

再来看政策角度，2026年起，新能源汽车购置税免税政策将减半，这带来的隐忧可能深远。短期内，消费者或许会被车企当前挥舞的各类优惠政策所吸引，但政策一旦退坡，市场需求将不可避免地出现下滑，高度依赖补贴而崛起的品牌是否能够稳住脚跟，谁都没有百分百的把握。

归根结底，吉利的“以价换量”战略愈渐成为双刃剑。这种经济型产品的成功故事确实感人，但从商业维度就像我们在超市买一袋超便宜的爆米花，吃多了也怕包装里满是空气。本质上，这场销量神话是吉利的一次激烈赌局，赌自己的抗压能力可以承受单车盈利的下滑，也赌自己能够在风云变幻的市场里始终跑赢同行。

留给你一个问题：对于吉利这样的打法，你认为它能持续多久？消费者会一直买账吗？

HTML版本： [新能源逆势爆发吉利销量登顶背后的双刃剑困局](#)