

# 吉利汽车再发动一场局部战役

来源：张佩珊 发布时间：2025-11-15 22:14:49

杀个回马枪。

用最新武器，在最熟悉擅长的市场，夺回主导权。

卧榻之枕，岂容他人酣睡。

在经营业绩基础筑牢后，资本市场自然会有回响。



01

2025年秋季，中国汽车市场迎来名副其实的产品和市场“大丰收”。

刚刚过去的一个月，吉利汽车（）又卖爆了。

更确切地讲，是银河品牌，势头太猛。

纵观所有大厂新势力品牌，有庞大规模且能保持三位数增长的，有且仅有银河品牌，甚至相比纯造车新势力也非常突出。

不过，虽持续打破月销历史纪录，但银河还要再进一步。

02

因此，一边是10月30日，吉利汽车在最熟悉的A级车细分市场，又发动了一场新战役。

另一边是，几乎同时期，吉利汽车将“接手”上汽通用位于沈阳的工厂，为银河品牌打

破产能瓶颈，扩充产能。

这践行了吉利董事长李书福不再新建产能，而是吉利将整合国内现有资源的发展承诺。

在巅峰时期，上汽通用年产销量曾经突破200万辆，但目前企业总体年销量跌至不到50万辆，其沈阳工厂产能为30万辆。

如今，吉利银河，终于可以放开手脚。

### 03

《汽车K线》认为，此次星耀6上市，对吉利汽车战略意义有三点：一是全面加速扩张A级车市场份额，与帝豪、星瑞、银河A7等车型一道，实现对整个A级轿车燃油+新能源的各个细分市场无死角覆盖。

二是助力银河品牌站稳月销10万、年销百万之后，并迅速朝着月销15~20万、年销150~200万辆迈进。

吉利汽车公告显示，2025年10月，银河品牌销量为12.7万辆，同比增101%；前10个月销量为100.2万辆，同比增长187%。

受银河品牌拉动，吉利汽车同期月销创历史新高首破30万辆，年累计销量高达247.7万辆，同比增44%。

### 04

正如吉利销售公司总经理范峻毅所言，吉利银河是最快达成百万销量的新能源品牌，且让全年300万辆目标变得已无悬念，问题是将超过多少。

今年前三季度，吉利星愿成为不带任何定语“全品类销冠”，已经让人看到吉利汽车打造爆款的能力。

如果吉利不为2026藏销量，2025年吉利可能冲击年销325万辆。

三是为吉利移动出行领域提供更好的供给，持续扩大市场份额。

众所周知，吉利集团旗下曹操出行已经实现港股IPO，不过除了自有车辆，依然有不少外部品牌车型，如比亚迪、丰田、日产等。

如今，作为新一代国民电混家轿，星耀6的问世能够为吉利在出行市场打破僵局，实现专车领域新突破。

数据显示，我国出行网约车保有量约为300万辆。而星耀6的购车、用车和养车成本和越级配置，将让其不仅在家用市场具备神车潜质，在出行市场同样大有可为。

### 05

这款售价6.88万元起的国民电混家轿，采用吉利先进的技术，让高阶技术和品质下放。

从2L级别的馈电油耗、1.5万公里保养，到超国标的碰撞极限测试，再到吉利体系的智能科技赋能……无不是在打破A级车等同于将就的传统认识。

其实，过去10年，从吉利汽车进入2.0时代开始，“高质优价”就是吉利产品的重要战术。帝豪、博瑞、博越……到今天新能源时代的星愿、银河E5、星耀8、银河M9、星耀6，每款车的目标都是细分市场销冠。

范峻毅表示，吉利银河的目标，不是要在某一个细分市场占一个位置，而是要在每个细分市场，都要为用户带来超越期待的选择。

对于星耀6，从发布配置到价格，很明显以竞品月销超过2万辆的成绩来看，简直是来势汹汹。

更不用提，星耀6在发布会上那个在海外的“堵城”测试油耗，似乎预示着银河品牌和吉利汽车海外市场又多了一员猛将。

Views of AutosKline:

对每一个细分市场都不放松，持续发动最猛烈攻势。最好的防守就是进攻。

HTML版本： [吉利汽车再发动一场局部战役](#)