

中国汽车市场未来三年格局与蔚小理、零跑破局之路

来源：罗翔宝 发布时间：2025-11-11 16:09:15

中国汽车市场未来三年格局与蔚小理、零跑破局之路

问界M8最低售价：35.98万起图片参数配置询底价懂车分4.05懂车实测空间·性能等车友圈2.4万车友热议二手车35.80万起 | 27辆风云A9L最低售价：13.99万起最高降价：1.00万图片参数配置询底价懂车分4.02懂车实测空间·性能等车友圈4.2万车友热议二手车13.78万起 | 7辆

1、引言

在汽车产业智能化与电动化的浪潮席卷之下，中国汽车市场正经历着前所未有的深刻变革。未来三年，市场格局将迎来重塑，各大车企间的竞争也将愈发激烈。在此背景下，蔚小理和零跑等新势力车企面临着新的挑战与机遇，探寻适合自身的发展路径成为关键。本文将深入剖析未来三年中国汽车市场的新格局，并探讨蔚小理和零跑的最佳解决方案。

2、未来三年中国汽车市场新格局研判

中国长安汽车
— CHANGAN —



新央企 新长安

长安汽车10月 新能源销量再创新高

2025年1-10月新能源销量超过2024年全年

长安汽车2025年10月销量表现

新能源销量

同比增长36%

119000 辆

海外销量

同比增长25%

58000 辆

总计销量

同比增长11%

278000 辆



阿维塔



深蓝汽车



长安启源



长安汽车



长安凯程



东梦汽车网

DONGMENGQICHENGWANG

头条 @ 眉山蜀水

2.1 中国自主品牌崛起，前十竞争格局初现

未来三年，中国汽车市场前五的有力竞争者将聚焦于比亚迪、上汽、赛力斯、吉利、奇瑞和长安。这些车企凭借在技术研发、生产制造以及市场拓展等多方面的优势，有望在激烈的市场竞争中脱颖而出。



AITO 鸿蒙 智行

问界 M7

上市41天累计大定突破

90000

台

每一份选择 都是信任

建议零售价**27.98**万元起

赛力斯汽车 | 华为 联合设计

广告 | 车型图片信息（外观、色彩等）仅供参考，实际交付车辆可能存在差异，请以实际销售车型为准。

DONGMENGQICHEWANG

而前十的有力竞争者则包括北汽、一汽、东风、江淮、长城、广汽和小米汽车。这些车企也都在积极布局，试图在市场中占据一席之地。

2.2 汽车行业似迎“电信称霸”式革命



奇瑞集团10月销量战报
单月281161辆
新能源销量破11万
累计用户突破1800万

International Chery

+ 关注

24

2

单月新能源销量首破11万
出口最快速度突破百万辆
1-10月累计销量228.9万辆

拍同款 · 使用同款音乐
热门音乐，一键开拍

少推荐

@时间旅途123互

#奇瑞集团10月销量281161辆 #奇瑞集团... 展开

汽车网

回顾华为在电信领域的辉煌历程，2006年左右开始布局，余承东以分布式基站成功打开欧洲市场，2010年左右华为开始被广泛认可并大规模进入市场，从2006年随后持续约10年主

导中国电信市场GSM/GPRS网络的搬迁替换。

如今，中国领先全球的智能 + 电动 + 汽车领域，正第二次踏入类似华为曾经主导的全球电信称霸之战。智能电动汽车的发展模式与电信行业变革有着诸多相似之处，都将经历技术突破、市场拓展以及行业格局重塑等阶段。

2.3 “华为系”引领高端市场

在比亚迪、鸿蒙智行五界等的带动下，中国品牌全面进入智能电动汽车新时代，自主品牌销量有望突破3000万辆。其中，“华为系”表现尤为突出，“华为系”涵盖鸿蒙智行五界以及搭载华为ADS的智能电动汽车。凭借华为在智能科技领域的深厚积累和强大品牌影响力，未来三年，“华为系”将在25万元以上市场占据大半壁江山，引领高端智能电动汽车市场的发展潮流。

2.4 头部车企竞争格局预测

（1）中国Top 5之争白热化——能够进入全球十大汽车制造商

未来三年，自主品牌销量前五的车企，其规模将与世界十大主机厂330 - 350万辆的门槛大体相当。

比亚迪凭借其在新能源领域的全面布局和领先技术，大概率将继续保持领先地位。

上汽、吉利、奇瑞和长安也都有望凭借各自的优势，成功跻身全球十大主机厂之列。

在盈利能力方面，预测前五名排名依次为比亚迪、赛力斯、吉利、奇瑞和上汽。比亚迪凭借其垂直整合的产业链和强大的成本控制能力，盈利能力有望持续领先；赛力斯通过与华为的深度合作，在高端市场取得突破，盈利能力也将逐步提升；吉利、奇瑞和上汽则凭借丰富的产品线和广泛的市场布局，在盈利方面具备较强竞争力。

（2）中国Top 5 - 10竞争激烈——世界五百强是门槛

北汽和江淮与华为合作的“界”车，如享界和尊界，凭借华为的技术赋能和品牌影响力，成功几乎是必然事件。

东风旗下岚图、猛士科技、奕派奕境以及东风日产全面拥抱引望及华为ADS和鸿蒙座舱，有望完成转型升级，提升市场竞争力。

一汽若收购零跑，将为其自主品牌发展注入新的活力。

广汽旗下传祺、埃安、启境、丰田、本田全面拥抱引望，有望从亏损走向盈利。

长城在汽车智能化和电动化革命阶段虽已滞后，但作为强自主品牌及民企，正快速调整战略，竭尽全力冲击世界五百强并守住十大主机厂的位置。

小米汽车一旦跨越质量和安全“鳄鱼谷”深渊，凭借其强大的供应链、营销渠道、性价

比优势以及米粉的支持，将成为五大新势力中最有可能存活下来的主机厂。

（3）蔚小理和零跑面临的困境——一年百万辆销量和盈利是活下去的面临挑战

比亚迪、华为、宁德时代无疑是过去五年和未来五年中国汽车强国之路和传统主机厂转型升级的行业领导者。

蔚小理和零跑在各自赛道，跑出了超越传统主机厂更快的加速度。新势力前销冠理想过去两年赚200亿元堪称完美，新势力现销冠零跑几乎从零起步，至今每月实现6-7万辆销量。小鹏和蔚来从过去销量营收及盈利能力，被理想死死压制住，至今销量实现对理想的超越，小鹏市值一度重新超越理想，小鹏和蔚来走在即将盈利的路上。

经过8 - 10年的发展，蔚小理和零跑凭借产品定位精准、设计年轻时尚等特点，成功冲击了传统主机厂及合资车品牌，完成了阶段性使命。然而，随着市场竞争的加剧，它们也面临着诸多困境。

与世界五百强中国十大汽车制造商以及鸿蒙智行五界相比，蔚小理和零跑在技术研发实力、生产规模、品牌影响力等方面存在明显差距。在技术研发上，传统大厂和华为系车企投入巨大，拥有更先进的技术和更完善的研发体系；在生产规模方面，大厂能够实现规模化生产，降低成本，提高生产效率；品牌影响力上，传统大厂和华为系车企经过多年的市场沉淀，拥有更高的品牌知名度和美誉度。因此，蔚小理和零跑在未来的市场竞争中面临着巨大的压力。

3、蔚小理和零跑的最佳解决方案——与世界五百强中国主机厂抱团取暖

3.1 抱团取暖的必要性

未来三年内，蔚小理和零跑与世界五百强中国主机厂抱团取暖是最佳解决方案之一。这些新势力车企在产品定位和设计上具有独特优势，但在规模和资源方面相对薄弱。而传统大厂则拥有强大的资金实力、完善的生产体系和广泛的销售网络。通过抱团取暖，新势力车企可以借助传统大厂的优势，实现资源共享、优势互补，提升自身竞争力。同时，传统大厂也可以借助新势力车企的创新理念和年轻化设计，拓展市场份额，实现互利共赢。

3.2 具体抱团方案探讨——自主双向选择最佳

零跑与一汽、理想与吉利、小鹏与比亚迪或广汽、蔚来与奇瑞等抱团取暖及“拉郎配”是可行的方案之一。在这种模式下，蔚小理和零跑成为传统主机厂旗下子品牌，但主机厂不干预其目前独立运营。这样可以保证新势力车企的创新活力和独立运营能力，同时又能获得传统大厂的支持和资源。例如，零跑若与一汽合作，一汽可以利用零跑在销量和成本控制方面的优势，提升自身自主品牌的竞争力；零跑则可以借助一汽的资金、技术和生产资源，加快技术研发和产品升级，扩大市场份额。

4、一汽和赛力斯收购零跑的双赢之选

4.1 零跑的价值体现

零跑的价值主要体现在两个方面。一是销量贡献，零跑每年能够贡献50 - 60万辆的销量，这对于任何一家车企来说都具有极大的吸引力。二是自研零部件和成本控制能力，零跑在自研零部件方面取得了显著成果，能够有效降低成本，提高产品的性价比优势。这使得零跑在市场竞争中具有较强的竞争力。

4.2 一汽收购零跑的意义——提出一汽收购零跑之人眼光“毒辣”

相比央企长安及中国自主品牌前五，一汽自主品牌相对较弱。收购零跑对于一汽来说是一条捷径，可以快速提升一汽自主品牌的销量和市场份额，增强一汽在自主品牌领域的竞争力。同时，零跑的自研零部件和成本控制能力也可以为一汽带来成本优势，提高一汽的整体盈利能力。从保央企一汽的角度来看，零跑入一汽，双方抱团取暖，有助于一汽在激烈的市场竞争中存活下来并实现更好的发展。

4.3 赛力斯收购零跑的考量——零跑跟赛力斯共同“吃嘎嘎”比一汽前景更佳

赛力斯问界的目标是打造全球奔驰宝马奥迪特斯拉级别的豪华品牌，但赛力斯旗下的蓝电和风光等中低端品牌销量较弱。收购零跑对于赛力斯来说是一条做大销量的捷径。零跑的销量贡献和性价比优势可以与赛力斯的高端品牌形成互补，提升赛力斯整体的市场竞争力。从市场机制角度来看，零跑入赛力斯，双方都能够实现资源共享、优势互补，在市场竞争中“吃肉”，实现共同发展。

5、结论

未来三年，中国汽车市场格局将发生深刻变化，竞争将愈发激烈。蔚小理和零跑等新势力车企面临着巨大的挑战，但也蕴含着新的机遇。与世界五百强中国主机厂抱团取暖，以及一汽和赛力斯收购零跑等方案，为这些新势力车企提供了可行的发展路径。通过合作与整合，各方可以实现资源共享、优势互补，共同推动中国汽车产业向更高水平发展，在全球汽车市场中占据更有利的地位。