

哥伦比亚车市，必将成为中国品牌拉美出海的超级样本

来源：曹雅芬 发布时间：2025-11-22 00:56:08

10月哥伦比亚新车市场呈现雷诺、起亚双雄领跑，传统国际品牌分层竞争，中国品牌多维度渗透的格局。

雷诺、起亚的头部地位短期内仍将延续；中国品牌可通过比亚迪的新能源技术迭代、商用车品牌的本地化运营（如建立KD工厂、拓展服务网络）进一步扩大份额；

哥伦比亚2025年 10月新车销量品牌

BRAND OF NEW CAR SALES IN
OCTOBER

TOP19



NEW CAR SALES BRAND

东梦汽车网
数据来自: 东梦App/SaaS
DONGMENGQICHIWANG

传统国际品牌若不加速经济型产品的电动化转型，市场空间或持续被本土品牌与中国品牌挤压。

哥伦比亚市场也将成为中国品牌在拉美出海的典型样本。

一、雷诺、起亚以性价比垄断头部

雷诺以3751辆登顶，起亚以3405辆紧随其后。二者凭借本地化经济型车型矩阵（如小型轿车、入门SUV）、价格竞争力，牢牢占据哥伦比亚市场基本盘，成为当地消费者“实用型购车”的首选，销量规模远超其他品牌，形成第一梯队壁垒。

二、传统国际品牌分层竞争

美系、日系代表：雪佛兰（1995辆）、丰田（1941辆）处于第二梯队，依托品牌认知和全球化车型（如雪佛兰皮卡、丰田卡罗拉系列），在中端市场维持份额，但销量仅为雷诺、起亚的一半左右，竞争力被本土与韩系品牌分流。

德系、韩系分化：大众（1246辆）、现代（1059辆）销量处于中下游，反映出其在哥伦比亚市场的产品适配性或价格策略未能有效击中主流需求，份额持续收缩。

三、中国品牌多维度突围

新能源代表比亚迪：以1177辆上榜，凭借电动化技术（如刀片电池、纯电平台）切入哥伦比亚新能源细分市场，成为中国品牌在当地新能源赛道的“标杆”，体现技术出海的成效。

商用车与乘用车矩阵：福田（843辆）、江淮（696辆）、奇瑞（301辆）、Jmc（261辆）等品牌覆盖商用车、入门乘用车领域，通过高性价比策略+多品类布局实现市场渗透，标志着中国品牌在哥伦比亚从单一产品出海转向“全品类矩阵”突围。

四、豪华品牌与小众品牌边缘化

奔驰（368辆）、雪铁龙（324辆）、标致（227辆）等品牌销量低迷，反映出哥伦比亚市场以经济型消费为主导，豪华品牌的溢价空间被严重压缩，仅能在小众高端市场维持微弱存在感。

HTML版本： [哥伦比亚车市，必将成为中国品牌拉美出海的超级样本](#)