

8月印尼车市：中国品牌双线突围，五菱负责燃油，比亚迪管新能源

来源：蔡孟倩 发布时间：2025-11-22 20:27:02

8月的印尼汽车市场，呈现出一种清晰的竞争态势：日系品牌凭借深厚的根基牢牢占据主流，而中国品牌则凭借灵活的策略，在细分领域找到了突破口。

整体而言，实用至上的MPV、SUV和经济型车是市场的绝对主角。

日系品牌：全面主导，难以撼动

2025年8月

印度尼西亚汽车车型销量

TOP10

Toyota Kijang 1286

Toyota Avanza 997

Daihatsu Sigra 769

Wuling Air 573

Toyota Rush 562

Mitsubishi Xpander 527

Toyota Calya 518

Suzuki Carry PU WD 465

BYD Sealion 7 441

Toyota Yaris 382

从销量上看，日系车优势明显，实现了全车型覆盖。

丰田旗下多款車型表现强势：Kijang（1286辆）、Avanza（997辆）、Rush（图片）（562辆）、Calya（518辆）和Yaris（382辆），共同构成了从MPV、SUV到轿车的完整产品线。

此外，大发的Sigra（769辆）、三菱的Xpander（527辆）和铃木的Carry（465辆）也位

居前列。

日系品牌的成功并非偶然。

它们凭借成熟的本地化生产体系、深入人心的可靠品质，以及对印尼家庭商用需求的精准把握。

——例如MPV的大空间和SUV的通过性，已经建立起强大的市场护城河，成为当地消费者购买实用型车辆时的首选。

中国品牌：找准切入点，寻求破局

在日系品牌的强势包围下，中国品牌正通过两条路径寻找机会。

一条路径是经济型燃油车。

五菱Air作为微型燃油车，以573辆的销量成功上榜。它凭借极高的性价比和出色的城市通勤适应性，成功切入了日系品牌相对薄弱的入门级市场，这标志着中国品牌在燃油车领域取得了实质性进展。

另一条路径则是新能源。

比亚迪Sealion 7以441辆的成绩跻身榜单前十。在印尼电动车市场刚刚起步的阶段，这款车能取得如此成绩实属不易。

它展现了中国新能源汽车技术的竞争力，虽然目前销量还与头部日系车型有差距，但无疑为未来的电动化布局打下了重要的基石。

未来展望：稳固与变革并存

展望未来，日系品牌在燃油车市场的统治地位在短期内依然稳固。

但对于中国品牌而言，增长路径也十分清晰：五菱可以继续拓展其经济型燃油车矩阵，巩固在入门市场的优势；比亚迪则需持续推进新能源技术的本地化，包括考虑本地生产和配套充电设施。

作为东南亚的人口大国，印尼市场潜力巨大。

随着消费升级和电动化趋势的演进，如果中国品牌能持续深化本地化运营（如建厂、渠道下沉），将非常有希望在“经济型燃油车”和“新能源”这两个赛道同时实现突破，从而逐步改变现有的市场格局。