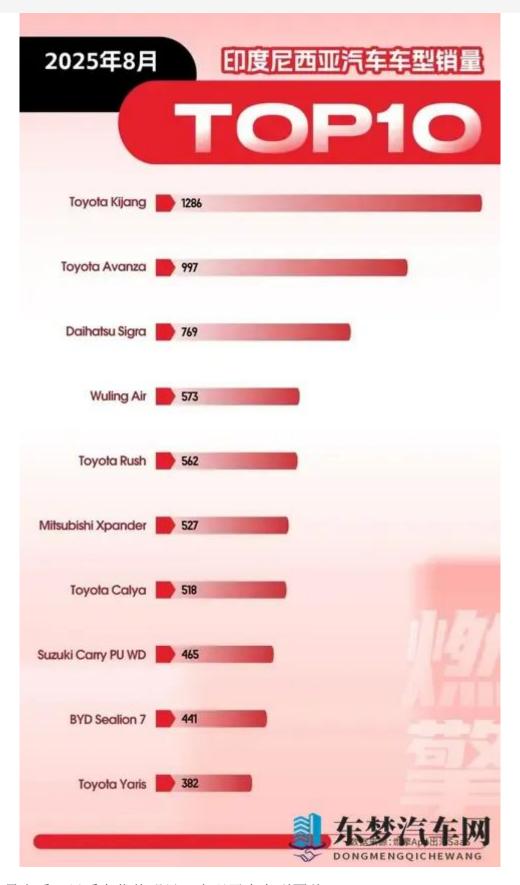
## 8月印尼车市:中国品牌双线突围,五菱负责燃油,比亚迪管新能源

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



从销量上看, 日系车优势明显, 实现了全车型覆盖。

丰田旗下多款车型表现强势: 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。

HTML版本: 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