

吉利与比亚迪的差距逼近，2025车市的“双雄时代”藏着怎样的变局

来源：蔡贞仪 发布时间：2025-11-23 03:21:48

当某主机厂高管在朋友圈写下“今晚不少人要睡不着了”时，中国车市的天平正在悄然倾斜。2025年10月的销量数据像一颗投入湖面的石子，激起的涟漪远比数字本身更值得玩味——吉利与比亚迪的单月销量差距缩至3万辆，而这背后，是自主品牌对合资阵营的全面碾压，更是中国汽车产业从“一超多强”向“两强争霸”进化的清晰信号。

一、销量的“表面差距”与“深层变局”



单看2025年10月的销量，比亚迪29.6万辆、吉利26.6万辆，3万辆的差距似乎不算悬殊。但把时间轴拉长，吉利56.2%的同比增速与比亚迪31.4%的同比下滑形成的强烈反差，才是真正的关键。这意味着，吉利的增长并非昙花一现，而是建立在体系化能力之上的持续突破。

2025年1-10月厂商零售销量排行

车企	1-10月销量	同比	市场份额
比亚迪	283.8万	-2.1%	14.7%
吉利汽车	214.1万	56.2%	11.1%
一汽大众	125万	-3.9%	6.5%
长安汽车	118.4万	10.9%	6.2%
奇瑞汽车	111.3万	13.8%	5.8%
上汽大众	87.9万	-5.1%	4.6%
上汽通用五菱	69.9万	13.9%	3.6%
一汽丰田	65.7万	7.5%	3.4%
广汽丰田	63.9万	0.8%	3.3%

(*数据来源中国乘用车)



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

更值得关注的是“梯队差”：吉利领先第三名一汽大众13万辆，这个数字是它与比亚迪差距的4倍。这说明在自主阵营里，吉利已经坐稳了“第二把交椅”，与比亚迪形成了第一梯队的“二人转”，而曾经风光的合资品牌，早已被甩在身后。这种格局的形成，本质是新能源赛道对传统燃油赛道的替代进程加速。



二、自主品牌的“68.7%份额”背后：不可逆的赛道切换

2025年1-10月，自主品牌市场份额冲到68.7%，合资品牌持续下跌。这不是简单的销量数字变化，而是汽车产业能源革命的必然结果。当比亚迪和吉利在新能源领域你追我赶时，合资品牌还困在燃油车的舒适区里，这种代际差带来的市场洗牌，几乎不可逆。

从累计销量看，比亚迪283.8万辆的成绩依旧亮眼，但11.1%份额的吉利以56.2%的增速猛追，这种“一稳一进”的态势让行业开始思考：吉利的追赶，会不会在某个节点形成“超车”？毕竟在新能源的赛道上，技术迭代和用户认可的速度，有时比“先发优势”更重要。

银河E8最低售价：12.18万起最高降价：2.80万图片参数配置询底价懂车分4.10懂车实测空间·性能等车友圈8.5万车友热议二手车9.44万起 | 35辆

三、银河系列的“换购潮”：合资用户为何选择吉利？

终端市场的反馈最真实。吉利4S店“卖10台车7台是银河”的现象，以及大量合资车主置换银河车型的行为，暴露了一个关键逻辑：吉利把燃油车时代的用户基盘，成功转化成了新能源时代的增量。从星愿到星舰再到星耀，吉利的“爆款矩阵”不是盲目推出，而是精准击中了用户从燃油到新能源的切换需求。

这种转化能力，源于吉利对用户需求的深度理解。它没有像某些品牌那样“一刀切”放弃燃油车用户，而是用“过渡友好型”的新能源产品，让用户在熟悉的使用习惯中完成能源形式的升级。这种“温和过渡”的策略，比强行教育市场要有效得多。

四、长期主义的胜利：吉利的“慢功夫”与车市的“快洗牌”

吉利的爆发，绝不是偶然。它多年来在技术研发、供应链布局、用户运营上的“慢功夫”，在新能源时代迎来了集中释放。相比之下，比亚迪虽然仍居榜首，但增速下滑也提醒我们：没有永远的王者，只有永远的创新者。

这场“双雄争霸”的上半场才刚开始。在我看来，吉利的追赶势头还会延续，因为它踩准了“用户基盘转化”和“技术持续迭代”这两个关键点。而比亚迪要想守住王座，必须在保持技术优势的同时，重新激活用户增长的动能。

中国车市的洗牌从来不会温柔，但这场由吉利和比亚迪主导的“双雄时代”，会让中国汽车产业的竞争力更上一层楼。对于普通消费者来说，这意味着更多优质的新能源选择；对于行业来说，这是中国品牌在全球汽车舞台上崛起的序章。

HTML版本： [吉利与比亚迪的差距逼近，2025车市的“双雄时代”藏着怎样的变局](#)