

毛利率之争白热化：谁将赢得未来市场的入场券？

来源：刘育冰 发布时间：2025-11-12 22:39:57

日前，据佐思汽研数据库发布的2025年上半年全球乘用车主机厂毛利率排名，毛利率前40名车企中既有老牌国际品牌，也有国内新生代车企，这既揭示了一场静默却激烈的产业变革，也展现了中国品牌集体跃升、传统巨头普遍承压的反差，由此也勾勒出汽车行业格局的重构趋势。

毛利率已不再是冰冷的财务指标，而是车企产品力、品牌力和运营效率的综合“体检报告”。在电动化转型的十字路口，这份成绩单预示着一场更深层次的产业洗牌。

利润格局生变，中国力量崛起

纵观全球汽车毛利率榜单，一个显著趋势跃然纸上：中国品牌正成为盈利能力的上升力量。从追赶者到领跑者，中国汽车品牌的转型已进入质变阶段。老牌豪华车企虽然仍占据榜单前列，但普遍呈现增长乏力态势。尽管捷豹路虎保持榜首，毛利率却出现下滑；德系三强奔驰、宝马、奥迪无一例外出现利润率收缩。

与此形成鲜明对比的是，中国品牌展现出强劲的上升势头。赛力斯以28.9%的毛利率跃居全球第二，超越众多传统强敌；小米汽车作为行业新军，仅用一年时间就将毛利率提升近10个百分点，展现出惊人的成长速度。



这种变化绝非偶然，而是产业竞争重心转移的必然结果。在电动化、智能化的新赛道上，中国品牌凭借快速迭代、供应链优势和用户洞察，正在构建新的竞争力核心。传统衡量标准下

的品牌溢价正在被重新定义，技术领先性和用户体验成为新的定价基石。

传统巨头的转型阵痛

传统跨国车企正面临前所未有的利润压力。德系豪华品牌长期依赖的品牌溢价护城河，在电动化时代正在逐渐收窄。保时捷毛利率大幅下滑8.3个百分点，这一数据在其近期公布的2025年前三季度财报中已得到印证，它不仅反映了高端市场需求的变化，更揭示了即便是顶级豪华品牌也难以在产业转型中独善其身。

大众、丰田等传统巨头同样面临利润挤压。这些企业背负着庞大的转型包袱，既要维持传统业务的利润贡献，又要投入巨资布局未来，双线作战的压力直接体现在毛利率指标上。

毛利率区间	车企名称	25上半年毛利率	24上半年毛利率	同比增长/百分点
30% 以上 (高毛利)	捷豹路虎	39.9%	42.1%	↓ -2.2
	赛力斯	28.9%	25.0%	↑ 3.9
	铃木	26.0%	27.1%	↓ -1.1
20%~30% (中高毛利)	小米汽车	24.9%	15.4%	↑ 9.5
	起亚	20.8%	24.0%	↓ -3.2
	本田汽车	20.6%	21.7%	↓ -1.1
	理想汽车	20.3%	20.0%	↑ 0.3
	极氪汽车	20.0%	14.9%	↑ 5.1
	现代汽车	19.5%	21.2%	↓ -1.7
	马自达	18.6%	21.4%	↓ -2.8
	保时捷	18.5%	26.8%	↓ -8.3
	丰田汽车	18.4%	20.8%	↓ -2.4
	长城汽车	18.4%	20.7%	↓ -2.3
	梅赛德斯-奔驰	18.1%	20.8%	↓ -2.7
	比亚迪	18.0%	20.0%	↓ -2.0
	特斯拉	16.8%	17.7%	↓ -0.9
	大众集团	16.7%	18.4%	↓ -1.7
	小鹏汽车	16.5%	13.5%	↑ 3.0
	吉利汽车	16.5%	16.7%	↓ -0.2
10%~20% (中毛利)	宝马汽车	16.4%	18.0%	↓ -1.6
	沃尔沃汽车	15.7%	21.1%	↓ -5.4
	长安汽车	14.6%	13.8%	↑ 0.8
	北京汽车	14.5%	19.8%	↓ -5.3
	零跑汽车	14.1%	1.1%	↑ 13.0
	江铃汽车	14.1%	13.6%	↑ 0.5
	东风集团	13.9%	11.6%	↑ 2.3
	福特汽车	12.6%	15.0%	↓ -2.4
	五菱汽车	12.0%	10.8%	↑ 1.2
	奥迪汽车	10.9%	14.5%	↓ -3.6
	日产汽车	10.7%	13.7%	↓ -3.0
	通用汽车	10.5%	13.4%	↓ -2.9
	马恒达	10.4%	10.8%	↓ -0.4
	蔚来汽车	9.1%	8.0%	↑ 1.1
	江淮汽车	9.0%	11.3%	↓ -2.3
0 ~ 10% (低毛利)	上汽集团	8.3%	8.5%	↓ -0.2
	STELLANTIS	8.1%	17.9%	↓ -9.8
	塔塔	7.7%	7.8%	↓ -0.1
	广汽集团	-1.7%	6.7%	↓ -8.4
	北汽蓝谷	-5.5%	-7.1%	↑ 1.6
负毛利	VINFAST	-61.0%	-30.0%	↑ -20.0



传统车企的利润下滑，本质上是商业模式的重构成本。内燃机时代建立的供应链体系、生产流程和销售网络，在电动化时代都需要重新规划布局。这种系统性重构不可避免地带来效率损失和成本上升。



值得注意的是，部分传统车企已开始调整战略。通过平台化开发、供应链重构和组织优化，寻求在新的竞争环境中重建成本优势。这场效率革命将决定未来五年全球汽车产业的格局。

新势力品牌的盈利突破

中国新造车企业的毛利率表现，揭示出这些品牌已跨越生死线，进入可持续发展阶段。从“卖一辆亏一辆”到实现健康毛利率，新势力正在证明其商业模式的可行性。

零跑汽车毛利率从1.1%飙升至14.1%，完成了从生存到发展的关键一跃。这种变化背后，是规模化效应开始显现、供应链成本优化和技术自研成果转化的综合体现。而小米汽车的快速崛起尤为值得关注，作为行业新入局者，其24.9%的毛利率已逼近行业头部水平。科技生态赋能汽车业务的效果正在得到验证，这种跨界优势可能重塑行业竞争规则。

赛力斯、理想汽车和极氪汽车集体突破20%毛利率门槛，标志着新势力品牌已建立起稳固的市场地位。它们不再依靠价格优势争夺市场，而是通过产品力和品牌力实现价值竞争。

盈利能力的提升为新势力赢得了持续发展的门票。在资本市场趋于理性的背景下，健康的毛利率成为支撑研发投入、服务创新的基础，也是企业走向长期主义的必备条件。

汽车产业重构的逻辑与前景

毛利率变化的背后是汽车产业价值分配格局的重构。未来的竞争将不再是单一产品或技术的较量，而是整体商业模式的竞争。首先是产业链协同方面。中国品牌的毛利率提升，很大程度上得益于电动化供应链的本土化优势。从电池、电机到电控系统，中国已形成完整的

产业链布局，这种地理集聚效应带来了显著的成本优势和迭代速度。

其次是营销模式。直销模式的推广改变了传统的价值分配方式。去掉中间环节不仅让利消费者，也提升了厂家的盈利能力。这种模式虽然增加了初期投入，但长期看有助于建立更稳固的用户关系和更高的经营效率。

第三是技术研发层面。技术创新正在成为利润的新引擎。智能座舱、自动驾驶等差异化功能，正在创造新的付费场景和利润来源。未来，软件和服务收入可能成为毛利率提升的重要推动力。

全球汽车产业正从规模导向转向价值导向。在电动化渗透率持续提升的背景下，那些能够同时在技术创新、成本控制和用户体验方面建立优势的企业，将在新一轮竞争中脱颖而出。

编者后记：汽车产业进入价值重估的关键时刻

汽车产业的竞争已进入深水区。毛利率不仅仅是一个财务指标，更是企业战略与执行能力的试金石。在资本回归理性的当下，可持续的盈利能力比单纯的规模扩张更具价值。

当财务指标成为竞争焦点，汽车产业正迎来价值重估的关键时刻。未来五年，我们将见证汽车行业从“电动化普及”向“智能化2.0”的新阶段演进。技术自研、供应链把控和用户运营能力，将共同构成新时代的竞争壁垒。那些能够准确把握产业变革节奏，同时在财务稳健与创新投入之间找到平衡的企业，才能真正赢得这场马拉松。

HTML版本：[毛利率之争白热化：谁将赢得未来市场的入场券？](#)