

一骑绝尘奔向头部的零跑，更加让人惋惜已经崩溃的哪吒

来源：陈怡臻 发布时间：2025-11-13 13:27:01

一、零跑汽车整体交付量表现2025年10月：零跑汽车交付量首次突破7万辆，达70,289辆，同比增长84%，创单月历史新高。2025年1-10月：累计交付新车54.3万辆（根据1-7月27.18万辆、9月6.67万辆、10月7.02万辆估算），同比增长超120%，连续8个月蝉联新势力品牌月销量榜首。里程碑：截至2025年8月，累计交付量突破90万辆，预计10月达成100万辆里程碑，成为国内第二家达成此目标的新势力品牌。

二、各车型交付量分类

1. 主力SUV车型：销量担当零跑C11：定位：中型SUV，主打家庭用户市场。交付量：2025年1-8月累计销量稳居新势力中型SUV榜首，月均交付量超1.2万辆。亮点：凭借长续航、智能座舱和性价比优势，成为零跑销量核心支柱。零跑C10：定位：中型SUV，面向年轻家庭用户。交付量：上市16个月累计交付量突破15万辆，单月最高交付量超1.4万辆。亮点：将20万级车型的智能配置下放至15-18万市场，如贯穿式大屏、无感启动等，直击Z世代痛点。零跑C16：定位：中大型SUV，主打大空间和舒适性。交付量：2025年连续8个月稳居20万内中大型SUV销量榜首，月均交付量超8,000辆。亮点：以高性价比和越级配置吸引下沉市场用户。

2. 纯电轿车系列：新增长点零跑B01：定位：B级纯电轿车，面向家庭用户。交付量：2025年年中推出后，连续两个月交付量破万，成为10-12万价格带的爆款车型。亮点：在竞争激烈的市场中，以纯电形式实现快速上量，证明零跑技术普惠策略的普适性。零跑Lafa5：定位：全新纯电轿车，预计2025年10月开启预售。交付预期：依托零跑品牌口碑和技术积累，有望成为下一款销量主力。

3. 旗舰SUV车型：高端突破零跑D19：定位：全尺寸旗舰SUV，基于零跑旗舰D平台打造。交付量：2025年10月完成首秀，预计2026年正式交付。亮点：搭载激光雷达和高通骁龙双8797芯片，支持高阶智能驾驶，瞄准30万级高端市场。

4. 其他车型：市场覆盖零跑T03：定位：微型电动车，主打城市通勤市场。交付量：虽未公布具体数据，但作为零跑早期车型，持续贡献销量。亮点：以低价和灵活性吸引年轻用户。零跑B10：定位：紧凑型SUV，纯电形式。交付量：上市4个月交付量突破5万台，月均交付量超1.2万辆。亮点：在10-12万价格带实现快速上量，与B01形成轿车+SUV双线布局。

三、销量增长驱动因素

技术普惠策略：将高阶智能配置下放至主流市场，如零跑C10的贯穿式大屏、无感启动等，提升产品竞争力。产品矩阵完善：覆盖SUV、轿车、微型车等多品类，满足不同用户需求。全域自研能力：通过自研三电系统、智能驾驶芯片等，降低成本并提升毛利率。市场洞察精准：快速响应政策变化和用户需求，如增程式车型满足长途出行需求。

哪吒：失败的战略以及核心能力缺失

战略定位的摇摆不定哪吒早期以低价车型（如哪吒V）积累价格敏感型客户，但2023年突然推出15-23万元的中高端车型（如哪吒S、哪吒GT），试图冲击高端市场。然而，原有客户因价

格跃升而流失，高端市场又因品牌力不足难以站稳脚跟，导致销量大幅下滑。技术缺失与产品竞争力下降哪吒缺乏核心技术壁垒，如自研三电系统、智能驾驶芯片等。其车型在性能、续航、智能化方面逐渐落后于竞争对手。例如，哪吒S虽配备激光雷达和高速领航功能，但车机系统频繁断网、蓝牙钥匙失效等问题严重影响用户体验。财务危机与资金链断裂2021-2023年，哪吒累计亏损183亿元，平均每售出一辆车亏损超8万元。2025年，其总债务接近百亿，拖欠供应商欠款达66.7亿元，而资产评估仅11亿元，资不抵债。原计划的E轮融资因需先化解30亿元债务而搁浅，资金链断裂导致运营举步维艰。市场与品牌的双重困境哪吒在10万元以下市场被五菱缤果、海鸥等竞品挤压，在15-20万元市场又面临零跑、比亚迪的竞争。同时，其品牌形象模糊，既未建立高端认知，也未巩固低价优势，导致消费者选择意愿降低。

HTML版本： [一骑绝尘奔向头部的零跑，更加让人惋惜已经崩溃的哪吒](#)