

2027年销量目标超500万 吉利控股解析《台州宣言》

木易 文/图

吉利控股去年9月在台州发布了《台州宣言》，引发业界关注。具体怎么做？日前，吉利控股举办《台州宣言》解析会并发布2030愿景：引领绿色智能通行生态。会上，吉利公布集团未来三年战略目标：至2027年，整车销量超500万辆，成为电动化智能化变革和高质量发展的引领者，逐步形成差异化的绿色智能通行生态竞争力。

此次解析会是吉利控股集团2025首个开年活动，吉利控股集团CEO李东辉，吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧和吉利汽车集团CEO淦家阅共同解读吉利控股全面践行《台州宣言》的落地规划。

定方向：发布企业愿景

2024年，汽车产业变革持续，市场竞争加剧。吉利控股集团协同各子品牌，直面挑战，全年实现总销量333.6万辆，同比增长约22%，其中新能源汽车销量预计超148万辆，同比增长约52%，新能源渗透率达到45%，彰显出稳健高质量的发展韧劲。面对全球经济新形势和行业竞争新格局，吉利控股去年9月发布了《台州宣言》，将通过“战略聚焦、战略整合、战略协同、战略稳健、战略人才”五大举

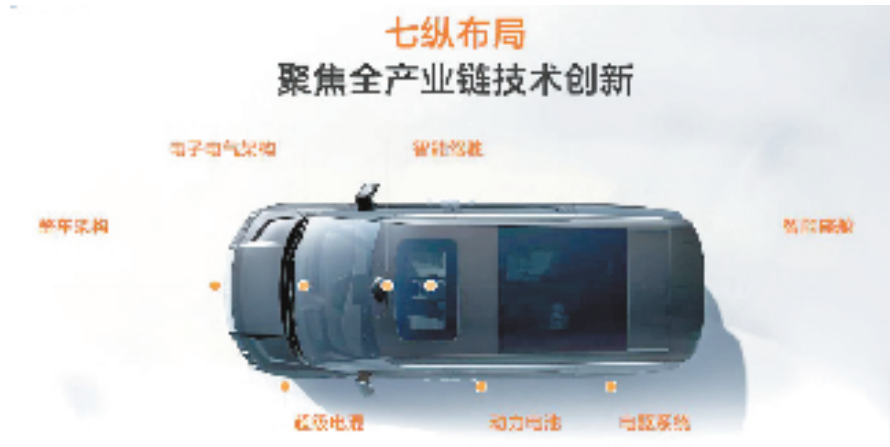
措，聚焦汽车主业、布局科技生态、提升竞争力、稳中求进，推动“让世界充满吉利”的企业使命早日实现。

吉利控股围绕落实《台州宣言》，发布了集团2030愿景：引领绿色智能通行生态。为实现2030愿景，吉利控股集团发布了“一三三”战略思路指引，即一个总纲《台州宣言》，围绕组织与文化转型、竞争力转型、管控模式转型三大转型，强化整车业务、核心零部件和生态业务三大版块。

促协同：乘用车规划“两横七纵”

吉利控股始终坚守造车主业，致力于为用户提供超越期待的用车体验。2024年，吉利乘用车全年实现217万辆销量，创历史新高，同比增长约32%。其中新能源渗透率连续5个月突破50%，全年新能源总销量超88万辆，同比劲增92%。目前，吉利乘用车版块已构建起完整立体化的产品矩阵，打造了吉利、吉利银河、领克、极氪四大品牌生态圈，为用户带来多元选择与极致体验。

为了实现三年增长目标，在《台州宣言》战略指引下，吉利乘用车版块将形成吉利汽车集团和极氪科技集团，两大汽车业务主体的“两横”布局。其中，吉利汽车集团整合吉利、吉利银河、雷达、翼真等，面向大众主流市



场，加速新能源转型；极氪科技集团整合领克、极氪，组建全球领先的高端豪华新能源汽车集团。出于对战略转型全新阶段的长期信心，吉利乘用车版块将2025年销量目标定为271万辆，较2024年总销量增长约25%。其中，新能源销量目标为150万辆。

技术协同上，吉利乘用车版块将在整车机械架构、电子电气架构、智能驾驶、智能座舱、电驱系统、动力电池及超级电混七大领域深化协同。在整车机械架构上，布局GEA全

球新能源架构和SEA浩瀚架构；打造一套共享的电子电气架构EEA4.0，统一“大脑+区控”架构形态，针对车辆的整车架构、智能座舱、智能驾驶等按品牌定位进行协同开发，实现功能服务智能化、网联化，算力资源一体化、敏捷化，软硬架构标准化、平台化，架构形态全面升级，大大提高研发效能；在智能驾驶领域，针对大众主流市场和高端豪华市场打造两套智驾方案；在智能座舱领域，最大化共享软硬件资源，实现智能技术底座、底层软件、应用层的统一，在应用层根据用户体验打造Flyme-Auto、ZEEKR AI OS两套座舱系统；加强神盾电池和金砖电池两大品牌的协同效应；规划180和220两大电驱平台，实现60—600千瓦、1600—9000牛·米的性能全覆盖等。

“两横七纵”是吉利乘用车版块聚焦汽车主业，决胜全球汽车产业变革的核心动作。通过资源深化整合，不仅可以更好链接用户，更有利于协同车型规划、技术路线、优化产业链布局，不断降本增效，提升企业综合竞争优势。安聪慧表示，在《台州宣言》的战略指引下，吉利乘用车版块将不断深化落实“两横七纵”，聚焦产业链核心技术创新，为引领全球新能源转型与智能化突破，构建中国品牌的全球声誉与长期格局作出更大贡献。



陆地猛士联手深海蛟龙

猛士科技与博纳影业成就跨界合作新典范

袁彬彬 文/图

1月19日，由博纳影业打造的军事战争巨制《蛟龙行动》正式开启预售，并将于1月29日大年初一全国上映。同时，电影《蛟龙行动》联名款车型——猛士917蛟龙战甲也将迎来银幕首秀。回溯2024年北京车展，东风猛士科技与博纳影业集团宣布达成战略合作，并发布联名款车型——猛士917蛟龙战甲。两大行业巨头双向奔赴，以共同的“先锋猛士”精神，开创中国汽车与中国电影跨界合作新纪元。

作为东风公司“东方风起，科技跃迁”的战略先锋，东风猛士科技传承东风超过半个世纪的造车底蕴以及中国军车品牌的基因，是面向越野消费需求升级趋势推出的中国豪华电动越野品牌。而博纳影业作为中国电影产业的佼佼者，以高规格的电影工业水准，创作了《红海行动》等多部广受好评的热门作品。

东风猛士科技与博纳影业的跨界合作，不仅是一次产品和技术的融合，更是一次品牌和文化的碰撞。通过合作，双方将汽车与电影两个不同领域的元素完美融合，共同打造了一款具有独特魅力的车型——猛士917蛟龙战甲。这款联名车型一经亮相，便凭借其创新设计和超强性能赢得广泛关注，成功实现品牌的跨界突破。

作为东风猛士科技与博纳影业的首款联名车型，猛士917蛟龙战甲专为都市酷玩族、专业越野玩家及泛军事爱好者量身打造。它不仅继承了猛士家族的豪华越野基因，更融入了电影《蛟龙行动》的独特元素，将汽车与电影两大领域的魅力完美融合。

为了展现蛟龙突击队的英勇形象，猛士917蛟龙战甲在设计上巧妙地融合了“雄魂”设计与中国龙文化，整车造型高大威猛、霸气十足。其标配的沙漠风暴黄军事涂装，采用高亮漆工艺，尽显高级感。

内饰方面，猛士917蛟龙战甲同样追求豪华与科技感的完美结合。车型提供月影灰、冰霜白、赤焰橙三种内饰配色，其中冰霜白、赤焰橙两款车色灵感源自中国龙文化，分别象征冷静勇毅与热情奔放。内饰材质也进行了全面升级，标配Napa真皮座椅、麂皮车顶，内饰木纹件还可改装为碳纤维材料，豪华度比肩世界一流豪车。

作为全域通达的豪华越野座驾，猛士917蛟龙战甲搭载增程版动力系统，最大马力816匹。以超级平台、超级动力、超级越野为标准，在猛士智能越野架构M-TECH技术加持下，猛士917蛟龙战甲实现了全域机动的越野性能。

为了满足专业越野玩家的严苛需求，猛士917蛟龙战甲还进一步强化了越野配置，标配

K-MAN螺旋氮减，能够在各种地形下提供持久坚韧的支撑力，保证车辆在各种路况下都能保持稳定和舒适。

2025年春节前夕，猛士科技还推出电影《蛟龙行动》联名礼盒，惊喜连连。此次合作，不仅提升了东风猛士科技品牌知名度，更精准

触达电影爱好者与越野玩家，巩固其在豪华电动越野领域的领先地位。

东风猛士科技与博纳影业集团的跨界携手，无疑在中国汽车界和中国电影界都画下了浓墨重彩的一笔，具有深远的里程碑意义。

