

2025广州车展 三大核心趋势勾勒汽车产业新蓝图

木易 文/图

11月21日,以“新科技·新生活”为主题的2025广州车展正式拉开帷幕。作为年度压轴A级车展,本届盛会展览规模达22万平方米,汇聚千余家展商、1085辆展车,其中首发新车93辆、新能源车型629辆,新能源占比创下近5年新高。从燃油车智能化突围到生态化竞争升级,从自主品牌高端化突破到跨国车企本土化转型,车展清晰勾勒出汽车产业高质量发展的全新脉络。

燃油车智能化逆袭 “油电同智”成新赛道

本届车展最鲜明的变化,是燃油车摆脱“智能化洼地”标签,掀起“油电同智”转型浪潮。

合资品牌蓄势待发,将高阶智能配置从新能源车型下放至燃油车阵营:广汽丰田率先掀起“蓝牌新势力”旗帜,在新一代威兰达上市会上直接定义“下一代油车”;洞察油车用户的智能化需求,通过域控架构实现算力集中、资源整合,可像电车一样实现持续OTA升级,从而

开启油车域控时代。

东风日产发布搭载鸿蒙座舱的天籁,打造“新势力燃油车”;一汽丰田全新智混卡罗拉、全新荣放等车型则全面搭载IT'S TIME 3.0技术品牌的智能系统。

豪车市场也是话题度满满。梅赛德斯-奔驰带来了多款核心燃油车的升级新车,梅赛德斯-奔驰始终主张“油电同质”,践行“油电同智”。从座舱的便捷舒适到智能辅助驾驶带来的轻松从容,从轿车到SUV车型,梅赛德斯-奔驰核心产品矩阵智享升级、焕新体验,为客户带来更胜一筹的驾乘感受和更多元化的出行可能。以“油电电掣 智领豪华”为主题,一汽奥迪带着重磅新品矩阵焕新登场,“德国精工”与“中国智慧”的双向赋能,刷新了市场对燃油车智能化的认知高度。

这一趋势标志着汽车行业从“油电博弈”转向“全车型智能升级”,燃油车通过智能座舱与辅助驾驶技术赋能,重新获得市场竞争力。

自主高端化破局 核心技术成竞争关键

自主品牌在30万元级高端市场集体发

力,以核心技术突破构建竞争壁垒。岚图泰山、智己LS9、吉利银河V900、腾势N8L等旗舰车型密集亮相,展现中国品牌高端化成果。

与以往“堆配置”不同,本届车展自主品牌更注重技术输出:小米汽车发布端到端辅助驾驶“Xiaomi HAD 增强版”,魏牌推出搭载VLA辅助驾驶大模型的Cofee Pilot Master系统,奇瑞发布犀牛固态电池,MG则展示上汽清陶半固态电池技术。

华为生态阵营持续扩容成为亮点,与广汽合作的“启境”、与东风合作的“奕境”联袂亮相,加上鸿蒙智行五大品牌,形成“五界三境”生态格局,目前已有14家车企33款量产车型搭载华为乾昆智驾或鸿蒙座舱方案,单月最高销量超10万辆。

比亚迪、广汽集团以专馆形式参展,鸿蒙智行包揽半个展馆,彰显自主品牌在产业链中的主导地位。

生态化竞争升级 跨国车企加速本土化

智能化竞争已从单一功能比拼,升

级为“芯片+软件+生态”的系统博弈,“车企+科技公司”合作模式成为行业标配。

宝马与中国科技企业Momenta合作开发智能交互系统,将率先应用于iX3车型;奔驰纯电CLA联合Momenta打造本土化辅助驾驶功能,奥迪A5L则直接搭载华为乾昆智驾系统,跨国车企通过牵手本土科技力量,加速智能化转型步伐。

在电动化领域,豪华品牌全面转向原生纯电平台:新世代BMW iX3搭载第六代电驱系统,奔驰纯电CLA基于MMA平台打造,CLTC续航达866km,一汽奥迪Q6Le-tron作为PPE平台首款产品,实现750km+续航与高效补能的双重突破。这种“技术本土化+产品电动化”的双重布局,让市场竞争更趋多元。

数据显示,2025年前10个月我国新能源汽车渗透率已达57.8%,本届广州车展新能源展车占比58%的表现与之形成呼应,印证产业转型成效。从燃油车智能化逆袭到生态化竞争升级,从技术突破到模式创新,2025广州车展不仅是年度车市收官之战,更成为汽车产业开启新发展阶段的重要起点。

木易 文/图

11月25日,吉利汽车贵阳基地内掌声雷动——随着一辆崭新的吉利银河A7缓缓驶下生产线,这款上市仅110天的电混家轿市场明星车型正式实现第7万辆下线。这也是继成为全球最快达成百万年销的新能源汽车品牌后,吉利银河迎来的又一个里程碑时刻。同日,贵阳基地2025年整车下线量突破20万辆,双重捷报托举出自主车企在混动赛道高质量突破的标杆案例。

现象级热销 市场刚需与产品实力的双向奔赴

在新能源汽车渗透率持续攀升的背景下,插电式混动中型车市场已成为连接家用刚需与品质升级的核心赛道。数据显示,2025年以来该细分市场增速超80%,但有些车型仍存在“节能与性能失衡”“空间与智能割裂”的痛点,而吉利银河A7以“电混家轿颠覆者”的定位,精准破解了用户核心诉求。

定价8.18万—11.78万元的银河A7,以越级实力重构了市场认知。凭借2L级馈电油耗,2100+km超长综合续航,2845mm超长轴距等越级体验,以及在节能、空间、性能、安全、智能上的全方位颠覆,上市后迅速引爆市场:首周斩获燃油+混动中型车销量周冠军,14天交付破万刷新混动家轿纪录,10月份以15888辆登顶插电式混动中型车销量榜首,110天达成7万辆下线,实打实的销量有力印证了市场认可度。

从市场环境来看,国家政策红利的持续释放,“电动贵州”建设推进、全国充电网络完善与混动车型路权优势叠加,为吉利银河A7创造了优质生长土壤。而其精准卡位主流家



庭用户“既要节能经济,又要空间舒适,更要智能安全”的核心需求,避开了高端市场内卷与低端市场同质化竞争,以“全维颠覆”的产品力填补了细分市场空白,成为用户购车优选。

体系化支撑 智能工厂与品牌战略的深度赋能

银河A7的“交付加速度”,背后是吉利汽车全产业链体系力的硬核支撑。作为此次下线仪式的举办地,贵阳基地已完成智能化产线升级,形成30万辆年产能规模,其高度自动化的生产流程不仅保障了7万辆整车的快速交付,更实现了产品质量的稳定输出。该基地的高效运转,体现了吉利在智能制造领

域的深厚积累,也为“电动贵州”建设注入了产业动能,形成了区域发展与企业增长的良性互动。



从品牌层面看,银河A7的成功是吉利银河“新能源精品车引领者”定位的具象化落地。自品牌创立以来,银河系列始终坚守“技术普惠 安全平权”,依托集团全球领先的科技布局,将神盾电池、GEA全球智能新能源架构等核心技术下放至主流价位车型。这种“高端技术大众化”的策略,满足了主流消费者对“质价比”的更高要求。此次银河A7的7万辆下线,不仅壮大了“百万银河”的品牌声势,更巩固了吉利在新能源市场的核心竞争力。

在行业层面,银河A7以“硬件打底、软件迭代”的产品模式,重构了行业对电混车型的价值认知。在新能源汽车从“政策驱动”转向“市场驱动”的关键阶段,其110天破7万辆的成绩,刷新了混动家轿的成长纪录,印证了电混赛道的巨大潜力,更以“产品力+交付力”双领先的示范效应,推动行业竞争从单一产品比拼转向体系化能力对决。

随着后续OTA升级的持续推进,银河A7还将不断优化用户体验,而贵阳基地的产能释放与吉利银河品牌的全球化布局,更预示着这款现象级车型将在更广阔的市场舞台上续写佳绩。