

2025年1月26日 星期日

销售300万辆，上市13款新能源产品

长安汽车召开2025全球伙伴大会，确定全年目标“3311”

晓艳 文/图

日前，以“同行40年 一路长安”为主题，2025长安汽车全球伙伴大会在重庆召开，全球供应商、经销商伙伴、服务商、战略投资人，以及广大客户等全球伙伴们，与长安汽车共同回望40年的一路同行，携手共商未来跃迁新征程。

藉此大会，长安汽车向全球伙伴发布2025年“3311”全年目标：即总销量300万辆、收入3000亿元、新能源车销量100万辆、海外销量100万辆。长安汽车董事长朱华荣表示，到2030年，总体销量500万辆，新能源车销量350万辆，海外销量占比30%，成为世界一流汽车品牌。

1984年，中国第一批小型汽车在长安下线，历经40年发展，到2025年，长安汽车用户预计突破2800万。

2024年是长安全面跃迁的关键之年，保持了可持续高质量发展态势。2024年长安汽车全年销量268.38万辆，同比增长5.12%。其中，自主品牌销量为222.64万辆，自主品牌乘用车销量为166.82万辆，海外市场销量为



53.62万辆，新能源汽车销量为73.46万辆，均实现了大幅增长。

面向2025年，长安汽车保持创新创业的精神，制定了“3311”的年度目标。

据悉，2025年长安汽车将开展六大行动：行动一，共同开拓全球市场，全面HEV化燃油车产品，2025年将上市13款新能源产品，同时海外市场将导入8款产品；行动二，全面加

强海外合作，围绕产品“研产销”和用户“买卖用修”全价值链协同出海，配合泰国工厂投产，欧洲品牌发布会召开，2025年加速迈向世界；行动三，持续优化供给结构，加快构建“B+B”to C的新型供应关系；行动四，巩固提升经营质量，启动产品盈利行动和持续收益行动的“1+1”专项行动；行动五，做大做强品牌势能，全力推动品牌向新向上，深入推进客户

服务“一号工程”；行动六，提升营销交付效能，持续推进“千家万点”渠道建设。

新能源只是序章，数智新能源汽车才是未来。面向未来，长安汽车坚持创领数智发展。大会现场，朱华荣强调，继续坚持第三次创业——创新创业计划，挺进“13335”战略布局，即1个创新创业计划；新能源、智能化、全球化3个子计划；长安、深蓝、阿维塔3大品牌；引力、启源、凯程3大序列；欧洲、东南亚等5大海外布局。

在未来一个时期内，长安汽车将采取“2345”行动，与合作伙伴一道，实现高质量发展。其中“2”是两大变革，即以供应变革和营销服务变革为动力；“3”是3个核心，即以新能源、数智化、关键技术为核心；“4”是4个关系，即维护好与供应伙伴、营销伙伴、服务伙伴、客户伙伴的关系；“5”是5大市场，协同布局五大区域市场。

赓续初心，伙伴同行，40年来长安汽车一直与中国汽车产业同呼吸，共命运，从第一辆吉普车，到家喻户晓的长安奔奔，从全球领先的电动汽车，到飞行汽车，在“敢创新、敢担当”的长安精神引领下，焕发着熠熠生辉的科技光芒。

提前一年净利润转正

零跑汽车成为第二家盈利的新势力品牌

刘霞 文/图

1月13日，浙江零跑科技股份有限公司（以下简称零跑汽车）发布盈喜公告显示：零跑汽车2024年第四季度实现净利润转正，提前

一年达成单季度盈利目标。这标志着零跑成为第二家盈利的新势力品牌，进一步坐稳了新势力头部位置。

2024年，零跑汽车整体销量表现亮眼，连续七个月创月交付新高，全年累计交付近30

万辆。尤其在第四季度，连续两个月交付超4万辆、连续三个月同比增长超100%，销量在新势力阵营中排名跃居前二。同时，零跑有效的成本控制和运营效率提升也功不可没，共同推动了净利润的提前转正。

回顾9年造车路，自成立初期零跑汽车就坚持全域自研，专注于新能源汽车的研发与制造，聚焦大众化新能源消费市场，致力于为用户提供更高配置、更优品质、好而不贵的产品。尤其是零跑C系列SUV家族，实现了“款款皆爆款”。其中，零跑C11上市三年依然是15万—20万内新能源中型SUV优选；零跑C10凭借智能、舒适与个性化的优势，成为年轻人眼中更理想的家；超舒适6座旗舰零跑C16上市首月大定即破万。

2024年10月，全新零跑B系列首款全球化车型B10亮相巴黎车展，吸引海外媒体广泛关注，将于2025年上半年正式上市。全新B系列将有望成为零跑冲刺2025年50万销量

目标的全新增长点。

零跑汽车不仅在国内市场表现优异，通过与全球战略合作伙伴Stellantis集团的合作，还积极拓展海外市场，加速全球化步伐。2024年5月，零跑国际正式成立，开创中国车企出海新范式；2024年9月，零跑C10和T03在欧洲正式上市，目前已在欧洲13个国家建立了400余家销售网点，全部具有销售加售后服务功能，计划到2025年底前拓展至500家。2025年，零跑国际也将加快布局亚太、中东及非洲和南美市场。

“零跑要成为受人尊敬的世界级智能电动车企，这是一个持续奋斗才能实现的愿景。未来三年至关重要，我们已经进入了决赛圈，竞争对手不再仅仅是‘新势力’，而是真正的世界级主流品牌。”零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明表示。心之所向，无往不前，零跑将继续以用户为中心，持续为用户的出行和生活创造更多幸福感，让卓越触手可及！



联手京东养车、天猫养车 启动春节售后关怀服务

悦达起亚，掀起2025年新潮流

木易 文/图

日前，悦达起亚宣布推出“春节回家路 起亚心守护”春节售后关怀服务活动，即日起至2月28日，起亚非营运车主可享受关爱礼、尊享礼和专享礼3重礼遇，包括车辆免费检测、新春养车福袋、EV5专属精品件优惠等，助力车主春节期间安心出行。

在活动期间到店的起亚非营运车主，即可享受安全行车32项免费检测，检测范围涵盖从发动机到刹车系统等关键部位，到店车主将有机会获赠一份精美新春礼盒。与此同时，1月20日—28日期间，因车辆修复而出行不便的客户，可申请起亚关爱免费送达服务1次。此外，活动期间，起亚车主还可以在线获取“新春养车福袋”，包括免费玻璃水，以及基础保养、刹车片更换、动力提升套餐、轮胎四轮定位、油漆修补直降等多项优惠。

值得一提的是，对于起亚EV5车主，悦达起亚还专属推出了“新春专享礼”。活动期间，

EV5车主到店即可以低价购买专属精品件，其中包含电动门把手、脚窝灯、后备箱置物板等。

自2002年进入中国市场以来，起亚始终坚持践行“在中国，为中国”战略，坚定不移地深耕中国市场，充分整合自身全球资源优势，持续推进海外出口业务，打造出“内销外销齐头并进”的发展局面，并以实际行动积极践行企业社会责任，为中国社会发展贡献力量。

在电动时代，起亚紧跟时代发展步伐，围绕“油电并行”的产品策略和高价值导向，积极推进中长期电动化发展，不断推出高价值、高品质的产品，推动行业由简单粗暴的“价格战”转向由技术创新与产品升级驱动的“价值战”，革新中国用户出行体验。2023年，起亚发布了中国新能源战略，在品牌、产品、渠道、服务等各业务板块创新升级，加速起亚新能源转型进程。

2024年，起亚迎来了经营发展的强势增长：2024年悦达起亚12月份销量达24058

辆，同比增长28.1%；全年累计销售248259辆，同比增长49.2%。

依托起亚80年的高品质造车标准和全球领先的技术，悦达起亚不断推动产品创新与升级，从“百变生活智舱”2025款EV5，到进阶升级的新K3特别款，再到“新生代智选SUV”索奈，“高性价比的合资B级车”2025款K5，形成了以高品质、高价值产品扩充“燃油+纯电”的多元化产品矩阵。

2025年开年，悦达起亚动作频频。1月9日，悦达起亚与京东养车、天猫养车达成战略合作，携手深化汽车售后服务体系建设，努力将更优质的售后服务推广至全国更多城市，持续提升用户的用户体验。根据合作协议，悦达起亚首批签约的京东养车和天猫养车门店作为当地授权售后服务店，计划于2025年年初试运营。值得一提的是，获得官方授权的京东养车及天猫养车门店将遵循悦达起亚维修保养标准化、规范化流程，使用原厂配件产品，从而为消费者提供高品质的服务体验。

