

2025年10月底,汽车合资企业一汽—大众迎来第3000万辆整车下线;12月10日,自主品牌中国长安汽车第3000万辆中国品牌汽车下线;12月11日,中国汽车工业协会发布数据:今年前11个月,我国汽车产销量均超过3100万辆,预计将持续17年稳居世界第一。“3个3000万”,彰显了中国制造的强大实力、中国市场的蓬勃活力,为加快发展新质生产力、建设现代化产业体系注入坚实底气。本期产经版带您走进三家企业,感受中国汽车的“3个3000万”。

——编者



打造多品牌矩阵,旗下中国品牌汽车突破3000万辆

中国长安汽车:技术支撑,开拓全球市场

本报记者 姜 峰

2025年12月10日,重庆阿维塔数智工厂,随着一辆阿维塔12四激光版驶下生产线,中国长安汽车中国品牌汽车突破第3000万辆。

1984年,中国首批量产的微型汽车在重庆诞生,中国长安汽车迈出“从0到1”的第一步;从0到1000万辆,走了30年;再到2000万辆,提速至7年;而从2000万辆到3000万辆,仅用时4年半。中国长安汽车的3000万辆是如何达成的?

——核心技术自研,提升产业竞争力。

“智能汽车上路前,必须通过网络安全防护能力测试,确保用户安全。”在中国长安汽车信息安全实验室,网络安全副总工程师刘西蒙正和团队一起开发智能汽车安全大脑引擎,“这个系统能够基于一种真实危险场景,自动衍生出上万种类似极端场景,用于训练和验证智驾系统的可靠性。”坚守以用户安全为先,长安建成行业领先的智能汽车安全技术全国重点实验室及天枢智能实验中心。

研发是企业的生命线。2001年,中国长

安汽车在欧洲设立第一个海外研发中心;2010年,建设首个国家级重点实验室;2019年,发布蓝鲸动力品牌,解决传统动力痛点;近年来,陆续推出“金钟罩”电池、天枢智驾、天枢大模型等技术,建成覆盖安全、智驾等16个领域的200余个实验室……坚持自主创新,长安逐步构建起“六国十地”的全球研发格局,近3年申请专利1.4万余件、日均19件,近期又获得全国首批L3级自动驾驶车型产品准入许可。

——打造多品牌矩阵,满足不同消费群体需求。

面对多元化市场需求,中国长安汽车构建起层次清晰、协同发展的五大品牌矩阵:定位“原创、智能新豪华”的阿维塔,连续9个月销量破万辆;主打“年轻科技运动”的深蓝汽车,累计收获超70万全球年轻用户青睐;长安启源瞄准全球主流家庭用户,11月单月销量突破4.6万辆;中国长安汽车的经典产品CS55、CS75、逸动等,面向家庭日常所需;长安凯程

则在新能源商用车领域稳居市场前列。

五大品牌“攥指成拳”,推动中国长安汽车在2025年实现新能源汽车销量突破100万辆,全品牌销量将突破290万辆。

——稳步“走出去”,逐步拓展国际市场。

在中国长安汽车泰国罗勇工厂,生产线高效运转,将一辆辆符合当地需求的新能源汽车送入市场。“目前,工厂的供应链本地化率已接近40%,我们将力争在2027年至2028年,将这一比例提升至70%以上。”中国长安汽车东南亚事业部总经理邓智涛说。

中国长安汽车的出海历程,始自1991年叩开中东市场大门。从最初的试探性贸易、在海外建立组装工厂、组建海外品牌推广团队,到2023年发布“海纳百川”全球化战略,推动产品、技术、品牌、服务、生态全面“走出去”,中国长安汽车在海外市场稳扎稳打、逐步扎根。2025年前11个月,海外销量达58.3万辆。

对于中国长安汽车这家新组建的中央企业来说,3000万辆是通向未来的新起点。“未来,我们将以新能源‘香格里拉’、智能化‘天枢’、全球化‘海纳百川’三大计划为牵引,持续打造阿维塔、深蓝汽车、长安启源全球三大数智新能源品牌,力争到2030年,实现产销500万辆,其中新能源占比超60%,海外占比超30%。”中国长安汽车有关负责人表示,将全力打造具有全球竞争力、拥有自主核心技术的世界一流汽车集团。

领域实现了从“跟跑”到“并跑”的跨越,那么,在电子电气架构、智能座舱、驾驶辅助等核心技术上的突破,让这家合资企业迈入了中外双方“共创共研”新阶段。

2019年,一汽—大众奥迪与华为开启燃油车组合驾驶辅助系统开发合作。“奥迪对品质的要求近乎苛刻,以电磁兼容为例,团队花费了半年多时间,试了很多零部件,才达到奥迪标准。”华为车BU市场与销售服务副总裁冷江涛介绍。今年上市的全新奥迪A5L,成为搭载华为麒麟智驾的首款奥迪燃油轿车。

2026年,中国消费者熟知的捷达品牌将上市首款新能源车型,首发搭载企业自主研发的SOA电子电气架构。“电子电气架构既是智能网联新能源汽车的‘大脑’,也是‘神经系统’,有了这个支撑所有智能功能的数字基座,所有控制器、执行器的开发、验证都掌握在了合资企业研发团队手中。”一汽—大众技术开发副总监徐学亮介绍,新车不仅搭载了自研“三电”核心技术,还适配了行业先进芯片,实现了AI大模型智能座舱和高速、城区NOA功能。

“从引进德国领先造车技术,到满足中国用户需求的电动化、智能化核心科技自主研发,再到合资车企本土技术反向赋能德方股东,一汽—大众开发能力已实现跨越式进阶,为下一个3000万辆新征程筑牢了硬核支撑。”徐学亮认为。

如果说发动机、变速箱技术“反向输出”,标志着“合资2.0时代”的一汽—大众在电动化

力总成、座舱网联等核心平台构建了从批量应用、技术预研到前瞻探索的梯度研发布局。2025年,累计开展创新项目155项,并将50项成果成功导入批量项目,覆盖燃油、混动、纯电动汽车的10余款车型,全年申请专利115项。这家合资企业,已经从“拿来主义”的车型导入、本地化改造,转型为拥有自主研发、自主供应链掌控能力的技术型车企,正式开启“合资2.0时代”。

一汽—大众传动器生产车间里,自动化生产线正在进行DHT混动专用变速箱C样机的预批量试生产,“明年1月,搭载这款自主研发、自制生产变速箱的全新混动车型,将进行量产前极寒工况下的软件标定及验收测试。”一汽—大众变速箱开发专家刘永明告诉记者,这款混动专用变速箱已于2023年纳入大众集团全球变速箱开发体系,未来有望在更多车型搭载并走出国门。

如果说发动机、变速箱技术“反向输出”,标志着“合资2.0时代”的一汽—大众在电动化

全方位创新,2025年年销量将突破30万辆

蔚来汽车:造车“新势力”,亮出新实力

本报记者 王 政

走进一汽—大众投资8.7亿元打造的新技术开发中心,一台1.5L高效混动专用发动机正在台架上运行,该机型的第二轮台架测试即将完成。“这是一款由合资企业提出开发诉求并完成A、B样机自主研发的混动专用发动机,热效率行业领先。”一汽—大众产品开发工程师何爽说,该发动机按计划2027年在国产车型上首发搭载,并作为大众集团未来混动专用技术的开发基础,纳入全球发动机产品序列。

作为我国最早一批汽车合资企业,一汽—大众成立34年来,持续深化中外合作,从最初的1个品牌1款车型,发展到目前大众、奥迪、捷达三大品牌30余款燃油车和新能源车型,累计产销量超3000万辆,累计实现营业收入超5.5万亿元,带动上下游超50万个就业岗位。

34年来,一汽—大众率先引入全球先进的技术标准与成熟的管理体系,形成了国内一流的商品项目管理模式、制造体系、质量评审体系、经销制销售模式、人才选拔体系等。面对汽车行业电动化、智能化趋势,一汽—大众在动

“最重要的路径,就是全方位创新。”

技术创新。芯片和车载智能硬件、电池系统、电驱及高压系统、整车全域操作系统、智能驾驶……蔚来坚持核心技术正向研发,累计投入近700亿元,在12个领域构建起“蔚来技术专利总数9900余件。这些年,他们先后推出整车全域操作系统“SkyOS 天枢”、全球首个5纳米车规级智能驾驶芯片“神机NX9031”,实现了“芯”“魂”兼备,蔚来ET9获得工业和信息化部线控转向量产许可。

品类创新。进入新赛道伊始,蔚来就瞄准了细分市场——40万元以上的高端纯电SUV。2017年上市发布的ES8,以先进的纯电动总成,4.4秒零百加速、全栈自研的金钥匙、标配空气悬挂以及44.8万元的起售价,成为当时少有的能与国际顶尖品牌对标的国产车型。2024年起,蔚来又陆续推出乐道和萤火虫两个新品牌。如今,蔚来已搭建起三品矩阵、11款主力车型品牌矩阵,累计交付新车近

95万辆,蔚来品牌更是持续引领30万元以上高端纯电市场。

能源形式创新。为解决用户里程焦虑,蔚来决定“换一种思路”——不惧重资产投入,首创换电模式,自建充换电基础设施。截至2025年12月23日,蔚来已在全建设超8400座充换电站,换电网络覆盖全国超1000个县区。

商业模式创新。蔚来在业内率先提出“全生命周期服务”概念,为用户提供一键维保、上门补胎、道路救援、事故安心、驾享等特色服务。蔚来城市会客厅“牛屋”和社区APP更是成为用户黏性很高的线上线下“第三生活空间”。

一项项创新,让蔚来拥有了从高端市场延伸至主流家庭市场、快速上规模降成本等多方面能力。2024年起,蔚来开始推行提升体系能力,推行全员经营的组织变革,提质增效取得显著成效。2025年,蔚来全年销量将突破30万辆。

蔚来11年的创业之路,是我国造车新势力企业在探索中成长的一个缩影。

这些年,他们创新商业模式,创新用户运营模式,打造颠覆性的产品定义和定价体系,带动中国汽车全产业链加速技术降本、规模降本、管理降本,铸就全球领先的竞争力。今年前11个月,零跑、小鹏、理想、小米、蔚来累计销售191.8万辆,同比增长超60%,在我国新能源汽车同期总销量的占比约为13%,造车新势力正成长为我国汽车产业的“新实力”。

R 深度观察

R 观象台

“路子对了,就要坚持走下去,久久为功”。协同上与下,中国制造将形成强大合力。畅通供与需,中国制造将收获强劲动力。统筹“竞”与“合”,中国制造将开拓更大空间

站在“十四五”末,回看5年汽车业发展,可谓亮点纷呈、成绩斐然——实力持续增强。看整体规模,2023年,全国汽车年产销量首次突破3000万辆。2025年前11个月,年产销量双双突破3100万辆,持续保持全球第一。看外贸出口,2023年,中国汽车出口首次超越日本,位居全球第一,2025年前11个月汽车出口634.3万辆,同比增长18.7%,我国稳居全球第一大汽车出口国。

转型持续推进。新能源汽车产量,2020年是140万辆左右,今年前10个月,就超过1300万辆。10月份,新能源汽车月度新车销量更是首次超过汽车新车总销量的50%。智能化方面,具备组合辅助驾驶功能的乘用车新车占比,从2020年的16.2%提升到2025年前三季度的64%。抓住电动化、智能化转型机遇,汽车产业乘势而上,不断打开新空间。

技术持续进化。看新能源汽车“三电”技术,过去5年,我国动力电池充电效率提升4倍以上,电机和电控系统全球领先。加上人机交互、协同感知等技术不断演进,大算力芯片、智能线控底盘批量上车,中国汽车产品的硬核实力越来越强。

“路子对了,就要坚持走下去,久久为功”。沉甸甸的“十四五”汽车成绩单,为加快建设汽车强国奠定了厚重基础,也为我们在“十五五”时期推动中国制造由大到强注入坚定信心。

协同上与下,中国制造将形成强大合力。

今天,全球每卖出3辆新能源汽车,就有2辆来自中国。中国在新能源汽车领域一马当先,成功关键之一就在于上下协同:顶层设计上,国家层面先后出台两个中长期发展规划,各相关部门相继推出财税金融、积分管理、道路通行等诸多支持政策,超前布局、长期投入、优化生态;落地执行方面,各地区找准定位、各展所长,发展产业链相关环节,广大企业积极响应,突破关键技术,推出创新产品。正是在各方共同努力下,中国在短短10年间形成了一条较为完整的新能源汽车产业链、供应链,实现在汽车领域的“换道超车”“后来居上”。

上下同欲者胜。“十五五”规划建议擘画了未来5年发展蓝图,围绕“建设现代化产业体系,巩固壮大实体经济根基”作出系统部署。坚持全国一盘棋,一张蓝图绘到底,充分调动产学研各方面积极性主动性创造性,中国制造将不断跃上新台阶,中国式现代化的物质技术基础将更为坚实。

畅通供与需,中国制造将收获强劲动力。

酷炫的车身,考究的内饰,聪明的智驾系统,先进可靠的芯片、电池……这些年,比亚迪、吉利、长城、小米等中国品牌汽车广受市场青睐,很重要的原因在于以技术、功能、品质的持续提升有效响应不断升级的消费需求。

今天的中国,拥有14亿多人口,是全球最大最有潜力的市场。人均GDP连续稳定在1.3万美元以上,正处于消费升级的关键时期。庞大的人口基数、旺盛的消费需求、海量的应用场景,为中国制造提供了广阔需求空间。“十五五”规划建议提出“完善促进消费制度机制,清理汽车、住房等消费不合理限制性措施”,也将推动消费潜力有效释放。对广天企业来说,依托供需两端优势,努力推出适销对路的新技术、新产品,就能持续收到市场正向反馈、实现更大发展。在千行百业的供需良性互动中,中国制造将稳步实现量增质升。

统筹“竞”与“合”,中国制造将开拓更大空间。

走过“十四五”,中国汽车企业的国际市场份额和全球行业影响力与日俱增。同时也看到,与许多传统跨国品牌相比,中国车企在海外市场的营收、利润表现仍有较大差距,企业“走出去”也面临着贸易壁垒增多、市场竞争白热化等多重压力。

这些短板与挑战,不单汽车产业会遇到,而是已经具备相当实力的中国制造在“十五五”时期将面对的共性挑战。解题的重要路径,就是拓宽视野、放眼长远,坚定不移扩大高水平对外开放,不断以自身新发展为世界发展注入新动力、创造新机遇。以汽车产业为例,一方面要开放市场、拥抱竞争,持续在开放竞争中增强自身本领,另一方面要深化合作,在“走出去”“引进来”的过程中与国外企业加强交流互动、谋求互利共赢,携手做大汽车产业“蛋糕”。

实业兴国,实干兴邦。新时代以来,中国制造拾级而上、竿头日进,规模体量稳居世界第一。迈向“十五五”,不懈努力、接续奋斗,中国制造还将不断创造新的辉煌。



图①:国产汽车在山东港口烟台港集结等待装船出口。

孙文潭摄(人民视觉)

图②:郑州航空港区比亚迪总装工厂的新能源汽车“宋Pro”生产线。

新华社记者 李嘉南摄

图③:人们在德国慕尼黑国际车展上的中国品牌汽车展台参观。

新华社记者 张帆摄



本报驻京记者 王云彩

版式设计:张丹峰

汽车成绩单里,写着中国制造的未来

刘志强