

# 竞争加剧 车企制定更高销量目标

2月4日,上汽集团、赛力斯等纷纷披露1月销量数据。尽管2025年春节时间较去年提前,影响了整体销量,但多家车企依旧取得了亮眼成绩,尤其是新能源汽车表现出色。

新势力阵营竞争加剧,1月小鹏汽车凭借平价热销车型反超理想汽车,逆袭成为新势力“销冠”,蔚来汽车销量承压。而传统车企比亚迪月销超30万辆,继续领跑市场。在市场竞争日益激烈的背景下,多家车企纷纷推出限时优惠,争取更大市场份额。同时,车企也纷纷设定2025年销量目标,以应对行业挑战。

● 本报记者 李媛媛



视觉中国图片

新势力车企方面,小鹏汽车在2025年的首月逆袭成为新势力“销冠”,1月交付新车30350辆,同比增长268%。小鹏MONA M03连续2个月交付超1.5万辆。

2024年下半年,小鹏汽车接连推出两款热销车型——小鹏MONA M03和小鹏P7+。其中,小鹏MONA M03主打11万元至15万元的市场。从小鹏MONA M03目前销量表现来看,其是一款成功的

走量车型。不过,目前小鹏汽车仍深陷亏损中。

紧随其后的是理想汽车,作为2024年新势力“销冠”,理想汽车在2025年的首月表现也不逊色。1月,理想汽车交付新车29927辆。

零跑汽车位居新势力1月交付榜第三,1月交付25170辆,同比增长105%。零跑汽车聚焦10万元—20万元的新能源汽

车市场,强劲的增速凸显了零跑汽车在大众化新能源汽车市场的竞争力。在销量向好背景下,零跑汽车实现盈利,日前,零跑汽车宣布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。

1月,小米SU7交付量再次超过2万辆,已连续4个月交付量超2万辆,小米汽车冲进新势力第二梯队。

蔚来汽车位居新势力1月交付榜第五。1月,蔚来交付新车13863辆,同比增长37.9%。其中,蔚来品牌交付新车7951辆;乐道品牌交付新车5912辆。截至目前,乐道品牌累计交付新车26673辆。蔚来品牌此前单月交付量保持在2万辆左右,如今月交付不足8000辆。此外,相比小鹏MONA M03,蔚来第二品牌乐道交付量并不出色。

其他车企方面,比亚迪1月新能源汽车销量为30.05万辆,同比增长49.16%,稳居行业领先地位。

上汽集团1月汽车销量为26.42万辆,同比增长7.86%。其中,新能源汽车销量为6.11万辆,同比下降5.04%。

奇瑞集团1月汽车销量为22.43万辆,同比增长10.3%。其中,新能源汽车销量为5.69万辆,同比增长172.1%。

赛力斯新能源汽车1月销量为17906辆,同比下滑51.39%。

另外,1月,鸿蒙智行全系交付新车34987辆,连续9个月稳居中国车市成交均价榜首。鸿蒙智行表示,展望2025年,“四界”计划推出多款新车型,将在2025年挑战100万辆交付目标。

不仅是“四界”,目前多家车企已披露2025年的销量目标。其中,奇瑞集团表示,

2025年,奇瑞集团将继续坚持把经营质量放在首位,努力实现“销量增长率再超行业10—20个百分点”的年度目标。

小米汽车表示,2025年全年交付目标为30万辆,将持续扩充产能。

另外,2025年,岚图汽车销量目标为20万辆,极氪汽车为32万辆,蔚来为44万辆,零跑为50万辆。

在行业竞争加剧背景下,车企纷纷计

划推出新车型来满足市场需求。

小米汽车表示,其SUV车型小米YU7,预计于今年6、7月份正式上市。此外,理想汽车将在今年推出多款纯电产品。零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明表示,2025年会有三款B系列产品推出,面向市场做增量。蔚来汽车第三品牌萤火虫将在今年上半年开启交付。

“2025年至2027年,汽车行业将进入‘淘汰赛’阶段,最近全行业也更真切地感受到这场比赛的寒意。”小鹏汽车董事长何小鹏日前表示。

“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。”朱江明表示。

在披露1月交付成绩的同时,不少车

企发布了限时购车优惠活动。

2月1日,蔚来汽车宣布,推出5年0息限时金融优惠。2025年2月1日至2月28日期间支付定金购车,还额外享受多重购车优惠。

同日,小米汽车宣布,2月1日至2月28日,预订小米汽车赠送价值8000元的Nappa真皮座椅;小米智能驾驶增强功能终身免费。

罗兰贝格报告显示,在新能源汽车和智能化快速发展的背景下,为了更好响应市场终端的快速变化,车企的营销和价格策略不断调整。

中汽协专务副秘书长许海东表示,2026年我国新能源汽车免购置税的政策将会调整为减半征收,因此2025年底还会对新能源汽车的消费带来一波刺激,助

推2025年新能源汽车的销量提升。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示:“2025年中国汽车市场将稳中有进,预计整体销量为3200万辆左右。其中,新能源汽车销量为1650万辆(含出口)左右,同比增速接近30%,渗透率超过50%;国内新能源汽车销量有望达到1500万辆,渗透率超过55%。”

# 春节档创多项纪录 优质影片引发观影热潮

● 本报记者 杨梓岩

灯塔专业版数据显示,截至2月4日16时,2025年春节档(1月28日至2月4日)电影总票房突破90亿元,观影总人次突破1.8亿人次,均刷新中国影史春节档最高纪录。影片《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》暂列春节档票房榜前三位。

2025年春节档大片云集,6部新片中有5部都是高分高票房的IP系列影片,积累了良好的口碑和庞大的观众基础。中国证券报记者走访看到,影院内人声鼎沸,优质影片掀起了春节观影热潮。专家表示,春节档将为2025年电影市场稳定发展打下坚实基础,期待观众能够通过春节档对电影行业更有信心,更频繁地走进电影院。

影院忙不停

春节期间,记者走访北京多家影院看到,大厅里人声鼎沸,取票、检票的人群排起长龙。正准备观看《唐探1900》的王先生向记者表示:“过年就图个热闹,和朋友一起看电影,感觉这年味儿一下子就有了。而且今年春节档电影质量都挺高,真有点挑花眼了。”

在影院内的春节档影片海报前,不少观众讨论着要看哪部电影。小朋友们兴奋地在

人群中穿梭,手指用力地指着电影海报,扯着嗓子吵着要看《熊出没·重启未来》。

等候区里座无虚席,有的人在刷手机打发时间,有的人则在交流着对即将开场电影的期待。零食售卖区内爆米花机转个不停,柜台前也排起了长队,爆米花的香气弥漫在空气中。

“今年春节档整体观影人次较去年同期增长不少。大年初一,影城观众达到6000至7000人。后续几天也基本上平均每天有5000名观众。”博纳国际影城大郊亭IMAX店值班经理王鑫标向记者表示,影院从大年初一早场到夜场几乎全是满场。此后几天,从中午到晚上,院线排片占比高,观影人次多。

王鑫标说:“春节档是全家观影的高峰期,春节档影片的周边衍生产品,如‘哪吒’‘射雕’‘封神’的爆品花筒、杯子,‘熊出没’的抱枕、挂件等,深受小孩和老人喜爱。这也带动今年春节期间影院的非票房收入比去年增长了20%至30%。”

影片“一超多强”

灯塔专业版数据显示,截至2月4日16时,2025年春节档票房突破90亿元,已大幅刷新中国影史春节档最高票房纪录,观影人次达1.8亿,放映场次达348.56万场。2025年春节档在预售阶段就接连打破

多项纪录,上映后票房势头依然强劲,大年初一到大年初六单日票房连续6天突破11亿元。《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》位列档期票房前三名。其中,《哪吒之魔童闹海》档期内收获票房超46亿元,单片贡献档期票房近五成,成为今年春节档电影市场“顶梁柱”。

灯塔专业版数据分析师陈晋向中国证券报记者表示,2025年春节档呈现“一超多强”局面,《哪吒之魔童闹海》票房表现抢眼,该片最终票房有望刷新中国影史单片最高票房纪录。《哪吒之魔童闹海》多人结伴观影比例超三成,明显高于其他影片,有大量家长带着孩子共同观影,可谓老少皆宜。该片豆瓣评分高达8.5分,良好的口碑得到了广大影迷的认可。

“今年春节档持续刷新票房纪录,将为2025年电影市场稳定发展打下坚实基础,同时也期待观众能够通过这个春节档对电影行业更有信心,更频繁地走进电影院。”陈晋说。

涉及多家上市公司

多家上市公司参与投资制作发行春节档热映影片。

《哪吒之魔童闹海》主投主控方光线传媒日前表示,该片采用全球顶尖动画技术,场景设计融入更多中国神话元素,画面精细度

与剧情节奏均超越前作。

《哪吒之魔童闹海》已经规划并陆续推出品类丰富、价格区间较广的衍生产品,包括潮玩、手办、雕像、卡牌、文具、徽章、出版物、毛绒产品、生活用品等,可满足不同人群的多样化需求。

光线传媒将获得该影片约40%的票房分账,叠加衍生品授权收益,该片有望贡献超20亿元营收,占公司2024年总营收的50%以上。

《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》分别以22亿元、9.8亿元票房成绩位列春节档新片票房榜第二、三位。

《唐探1900》是“唐人街探案”IP系列作品,前三部《唐人街探案》电影累计票房超过87亿元,在下沉市场具备较高的热度。出品方包括万达电影、猫眼娱乐、中国电影。《封神第二部:战火西岐》是2023年暑期档电影《封神第一部:朝歌风云》的续作,前作在当年也收获超过26亿元的票房,引发热烈讨论。出品方包括北京文化、阿里影业。

此外,《射雕英雄传:侠之大者》,为徐克导演的武侠作品,改编自金庸家喻户晓的同名小说,由演员肖战主演,出品方包括中国电影等。《熊出没·重启未来》出品方包括万达电影、中国电影、猫眼娱乐。《蛟龙行动》是2018年春节档影片《红海行动》的续作,由博纳影业主投主控。

## 利好政策跟进 楼市料延续稳中向好态势

● 本报记者 董添

机构数据显示,今年春节假期期间,全国楼市成交整体较为平稳,区域分化较为明显。除发布春节成交数据外,一些地区还发布了1月份成交数据,以深圳为代表的部分地区实现“开门红”。

延续回暖态势

机构数据显示,2025年1月,全国20个重点城市新建商品住宅成交面积同比增长33%,一线城市带动作用明显,成交量保持较好水平。

2月4日,“深圳发布”微信公众号发文称,2025年1月,深圳全市新建商品住宅、二手住宅成交近万套,同比增长六成,市场再现“日光”盘,首宗居住用地成交溢价率超七成。1月是房地产市场的传统淡季,但深圳市场交易依然活跃。全市新建商品住宅网签销售5090套,同比增长97.3%。二手住宅网签成交4554套,同比增长31.5%,延续去年10月以来市场回暖态势。

业内人士表示,2024年深圳新建商品房销售面积达838.7万平方米,同比增长7.0%,市场呈现止跌回稳的积极势头。在经济持续向好、政策持续助力、市场预期持续修复的带动下,2025年深圳房地产市场止跌回稳态势将进一步巩固。

深圳市房地产和城市建设发展研究中心有关负责人表示,近日公布的经济运行数据显示,2024年深圳地区生产总值达3.68万亿元,同比增长5.8%,增速位居一线城市前列。同时,深圳常住人口稳步增长,结构持续优化,这些都将有效支撑住房消费。当前,深圳市正在加快建立“人房地钱”要素联动新机制,着力建设满足刚性和改善性住房需求的“好房子”,重构房地产供需平衡,完善“市场+保障”两个体系,加快构建房地产发展新模式,相信2025年深圳楼市止跌回稳态势将进一步巩固。

预计将现“小阳春”

中原地产首席分析师张大伟分析认为,从楼市表现看,市场仍处于下行调整阶段,各地楼盘以顺销为主,并未进行大规模加推,且折扣力度基本延续前期优惠,楼市热度较春节前有明显降温,区域分化仍是各地楼市主流特征。

张大伟表示,从春节假期实际市场成交情况看,一二线城市基本因为假期停滞,但预计进入3月份后,市场有可能出现具有一定热度的小阳春趋势。春节期间,三四线城市并没有出现明显的返乡置业热潮,成交量和价格继续处于调整中。

中指研究院分析认为,经过多轮调整后,房价已调整到位,2025年房地产市场有望实现复苏,一线城市小阳春值得期待。预计春节假期后新房和二手房网签成交量将出现一定回升,一季度整体数据将保持平稳。

密集出台利好政策

值得一提的是,春节期间,多地推出形式及内容多样的“迎新年、购新房”活动,推动房地产市场止跌回稳。

不少地区保障房“收储”工作取得阶段性进展。官方数据显示,全国已有超过60个城市表态支持“收储”工作,超32个城市发布存量房收储细则。贵阳、长春、保定等10多个城市收购商品房项目落地,筹集保障性住房超过15万套。

目前,贵阳全市已经收购存量商品房5162套,改造后投用的超过3500套,解决了4100多位居民的住房需求。长春已收购存量商品房用作保障性住房6837套,改造后可以增加1.13万套(间)保障性住房供给。合肥目前已经收购存量商品房5733套。福州已经收购存量商品房用作保障性租赁住房共9501套,第一批改建的保障性租赁住房均位于福州市中心城区。

郑州作为最早探索收购存量商品房用作保障房的城市之一,截至目前,已累计收购存量商品房项目96个,12万间以上的房源,总建筑面积超过500万平方米,目前已有8.6万间作为人才公寓投入市场。

克而瑞分析认为,基于“止跌回稳”的政策持续落地,需求侧信心逐步恢复,年初交易量、房价、竣工等指标有望持续向好。地产行业正在进入新平衡周期,2025年全年商品房销售有望企稳,预计2025年上半年楼市止跌基本可以完成,而下半年将出现复苏走势。



视觉中国图片