

2025年成都车展 展前洞察

制作单位：睿研国际咨询

制作日期：2025年8月

趋势发现

- 从参展品牌看行业变局：传统豪华品牌集体缺席，自主新能源品牌补位
- 寻找小众细分突围，旅行车/猎装车有望兴起
- 增程式正经历从“过渡方案”到“长期主流”的质变
- 小车市场变化：廉价代步车退场，智能小车成新宠
- 大型SUV市场从蓝海转向红海，已形成全价位段覆盖

营销趋势

- 车身颜色营销盛行，车企从功能价值转向情绪价值的传导

品牌动向

豪华

- 强化品牌基因：宝马围绕“驾控”，激发用户对驾驶体验的情绪需求

合资

- 福特用“野”对抗内卷，品牌定位转向精细化与个性化

新势力

- 上有ES8，下有L90，蔚来在纯电家用市场对理想形成包围
- 华为技术下沉的野望，技术普惠能否打破比亚迪的销售壁垒？

系别	品牌	车型	国产/进口	级别	类型	动力类型	动作
德系	Smart	精灵#5 EHD	国产	B-SUV	新车型	PHEV	首发
	宝马	M2 CS	进口	跑车	新车型	ICE	首发
		M4 CS赛道版	进口	B		ICE	首发
		M3 CS	进口	B		ICE	首发
	奔驰	CLA纯电	国产	A	新车型	EV	亮相
美系	别克	至境L7	国产	C	新车型	REEV	首发
	福特	福特烈马新能源	国产	B-SUV	新车型	EV/REEV	首发
自主	方程豹	钛7	国产	C-SUV	新车型	PHEV	首发
	捷途	纵横G700	国产	C-SUV	新车型	PHEV	亮相
		纵横F700	国产	皮卡		PHEV	亮相
	岚图	岚图追光L	国产	C	换代	PHEV	首发
	奇瑞	奇瑞QQ	国产	A0	新车型	EV	亮相
		风云T11	国产	D-SUV	新车型	REEV	亮相
		瑞虎7 PLUS	国产	A-SUV	换代	ICE	亮相
	尚界	尚界H5	国产	B-SUV	新车型	REEV/EV	首发
	星途	星纪元E05	国产	B-SUV	新车型	REEV	首发
	仰望	仰望U8L	国产	D-SUV	新车型	REEV	亮相
	魏牌	高山7	国产	C-MPV	新车型	PHEV	亮相

系列	品牌	车型	国产/进口	级别	类型	动力类型	动作
德系	奥迪	E5 Sportback	国产	B	新车型	EV	预售
	捷达	VS8	国产	B-SUV	换代	ICE	预售
欧系	沃尔沃	XC70	进口	C-SUV	新车型	PHEV	预售
自主	212越野	212 T01 “检阅官升级款”	国产	A-SUV	新型号	ICE	上市
	阿维塔	阿维塔06	国产	中型车 B	年式改款	EV/REEV	上市
	吉利银河	银河M9	国产	D-SUV	新车型	PHEV	预售
	极狐	极狐T1	国产	A0	新车型	EV	预售
	极氪	极氪9X	国产	D-SUV	新车型	PHEV	预售
	捷途	山海L7 PLUS	国产	B-SUV	新车型	PHEV	上市
	奇瑞	风云X3L	国产	A-SUV	新车型	REEV	上市
	荣威	M7 DMH	国产	C	新车型	PHEV	预售
	坦克	坦克500	国产	C-SUV	年式改款	PHEV	上市
	威麟	威麟R08	国产	皮卡	新车型	ICE	预售
	蔚来	ES8	国产	C-SUV	换代	EV	预售
	问界	M8纯电	国产	D-SUV	新车型	EV	上市
	享界	S9T	国产	C	新车型	EV/REEV	预售
	小鹏	P7	国产	B	换代	EV	上市
	智界	R7	国产	C-SUV	改款	EV/REEV	上市

日程安排

日期	时间	开放类型
2025年8月29日	9:00-18:00	新闻媒体
2025年8月30-31日	9:30-18:30	专业观众
2025年9月1-7日	9:30-18:30	公众参观

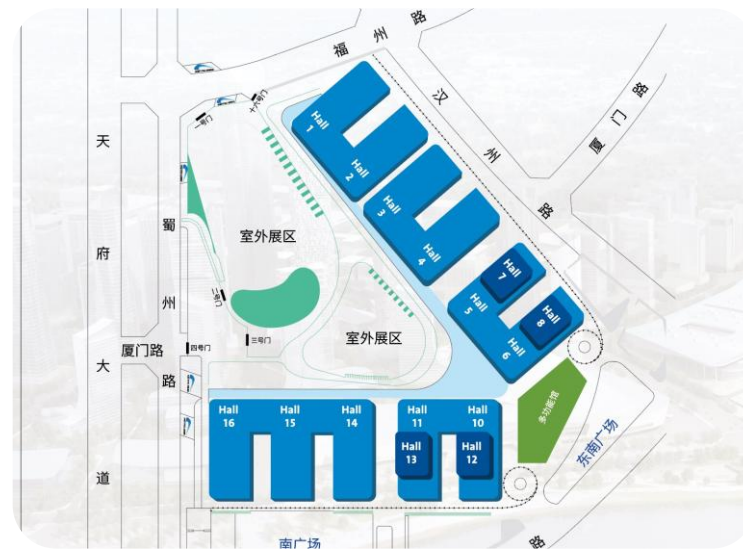
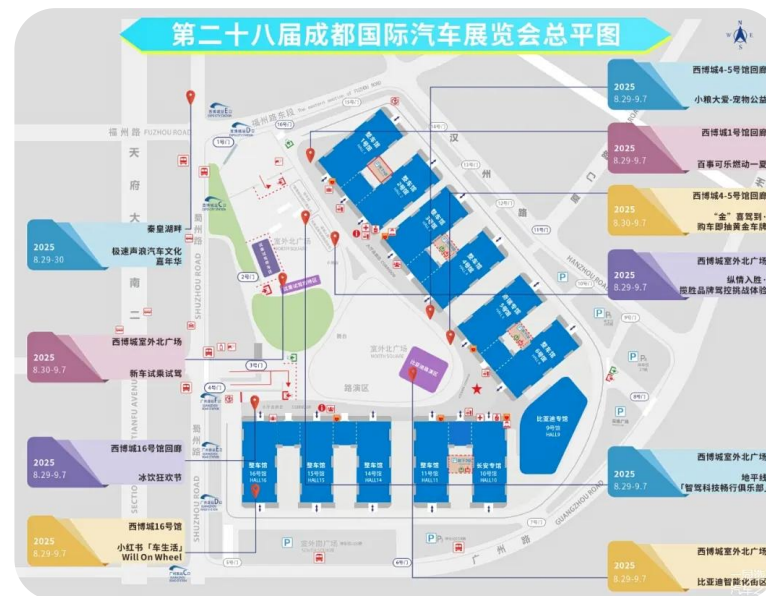
展会地点

中国西部国际博览城

票务信息

专业观众日：**80元** /张

公众日：**60元** /张



目录

01. 趋势发现

02. 营销趋势

03. 品牌动向

04. 展馆图

PART 01



Industry Trends 趋势发现

Part 2. 营销趋势

Part 3. 品牌动向

从参展品牌看行业变局：传统豪华品牌集体缺席，自主新能源品牌补位

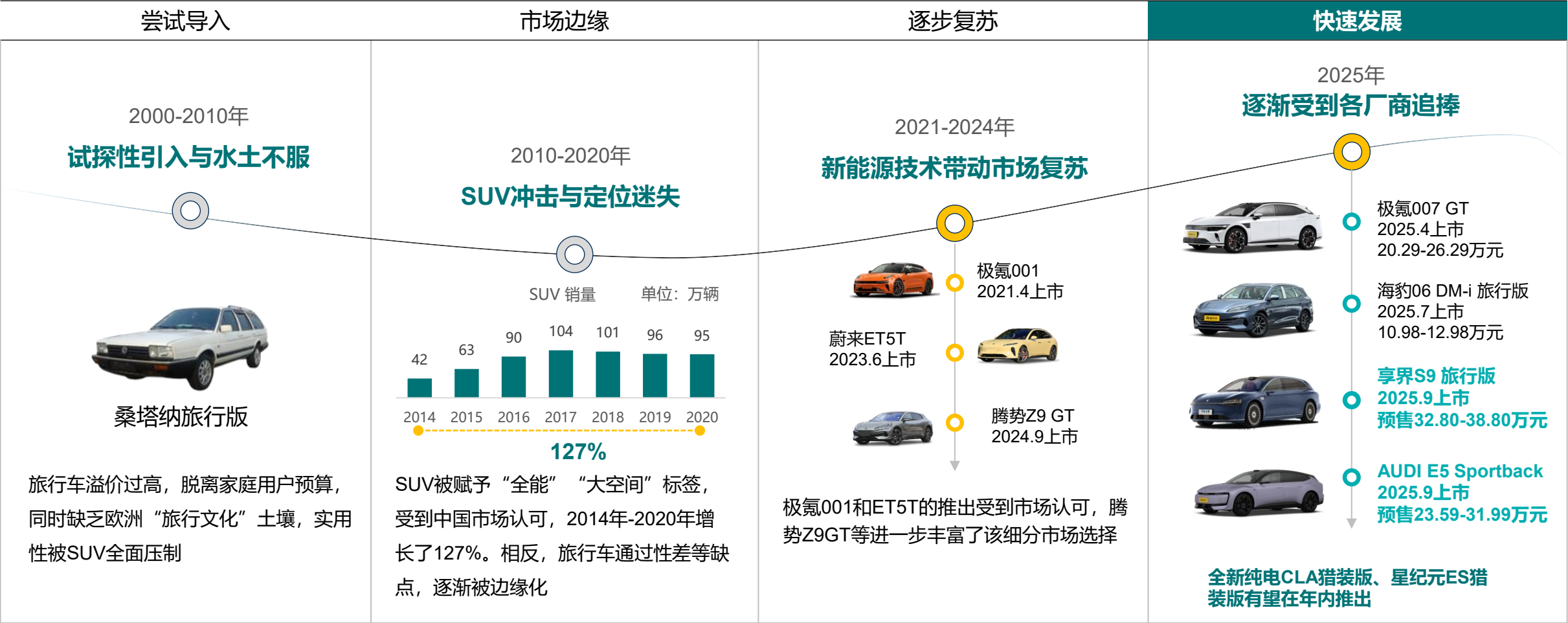
从这两年的成都车展参展品牌可看出，车市格局正经历着结构性变革，相比去年，有两大变化点，一是**传统豪华品牌集体缺席**，二是**边缘品牌逐渐消失**，由**自主新能源品牌补位**。把车展的格局变化放大看则是中国汽车产业的变革，曾经高高在上的豪华品牌，也不得不为蓬勃发展的中国新能源品牌让位。



寻找小众细分突围，旅行车/猎装车有望兴起

旅行车/猎装车并不是一个全新物种细分，早在20年前就开始引入国内市场，但由于与SUV相比定位模糊，一直处于边缘化状态。近年随着新能源技术的突破、产品形态的创新，旅行车/猎装车开始重回市场视野。打头阵的极氪001、蔚来ET5T，既保持轿车出色的驾控，又释放设计自由度，精准匹配Z世代“**个性表达+场景化用车**”需求，如今，越来越多的厂商陆续进入该细分，**旅行车/猎装车将有望在新能源的时代下兴起。**

旅行车/猎装车发展历程



数据来源：乘联会销量

增程式正经历从“过渡方案”到“长期主流”的质变

回想4年前，以理想为代表的增程式技术路线，备受质疑，从用户到厂商都有不少声音认为增程式只是短期的“过渡方案”，后来华为、长安等开始介入增程式技术方向，在近两年时间里，理想、鸿蒙智行、深蓝、零跑等品牌成为了增程式的积极推动者和受益者，如今，从自主品牌的小鹏、智己、昊铂等，到合资品牌的别克、大众都陆续加入增程式路线，**增程式产品迎来爆发期。**

增程式技术也发生了明显的升级，新一代增程车型均采用了**“大电池+小油箱”的方案**，与“城市用电，长途用油”的场景完美适配，并加入超充技术、提升NVH等，增程式的技术边界持续扩展，其**市场份额将进一步扩大。**

增程式市场容量明显扩大

增程式车型销量表现（万辆）

市场份额 10%

64.9

市场份额 3%

10.5

2021

2025(1-7)

2025年增程车型迎来爆发

品牌	车型	上市/预计时间	电池容量	纯电续航（CLTC）	其他亮点技术
鸿蒙智行	M8增程版	2025年4月16日	53.4度	310公里	-
	R7增程版	2025年4月17日	53.4度	360公里	-
	享界S9增程版	2025年4月16日	53.4度	365公里	-
	S800	2025年5月30日	65度	400公里	800V+6C
昊铂	HL增程版	2025年8月19日	60.3度	350公里	800V+5C
小鹏	G01	预计2025年Q4	未公开	430公里	800V+5C
	X9增程版	预计2025年Q3	未公开		
智己	新一代LS6增程版	预计2025年Q3	66度	450公里	800V+4C
	LS9增程版				
别克	至境 L7	预计2025年Q3	40.2度	302公里	-

小车市场变化：廉价代步车退场，智能小车成新宠

曾经风靡的小车市场如今出现了两极分化，吉利星愿和比亚迪海鸥以智能大屏、快充技术等升级体验抢占市场，而昔日王者宏光MINI和合资燃油小车因配置简陋黯然退场，市场的变化反映出**中国消费者从“便宜代步”到追求“舒适智能”的购车观念升级**。比亚迪率先吃到了小车市场转型的红利，通过海豚+海鸥快速占领市场，五菱缤果、吉利星愿等加入市场，并取得了优异的成绩。

来到2025年，有更多的厂商看中了这个市场的升级潜力。**广汽、蔚来、北汽、上汽等厂商纷纷加入布局，下半年小车市场的竞争将会愈演愈烈。**



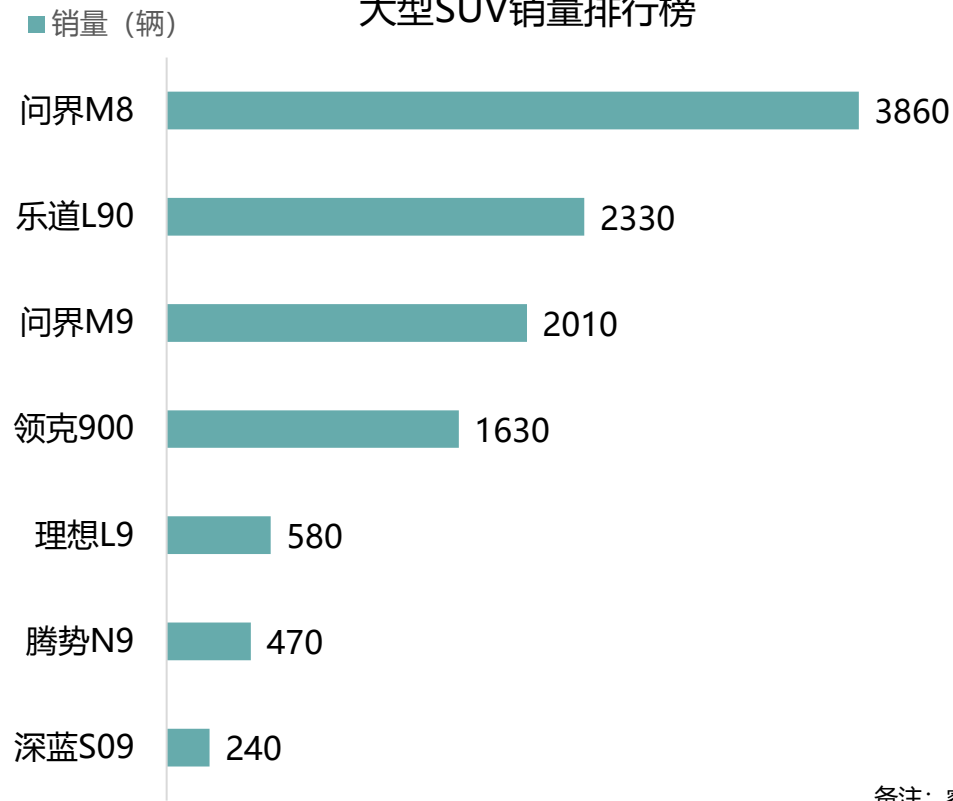
数据来源：乘联会销量

大型SUV市场从蓝海转向红海，已形成全价位段覆盖

随着多款新车的陆续上市和销量增长，大型新能源SUV市场的竞争格局已从去年的问界M9与理想L9两强争霸，逐渐演变成如今的群雄逐鹿之势，早期的**蓝海市场开始向红海转变**。各车型分布在不同的价格段，形成了多层梯度的格局，仰望独占百万以上市场，问界和理想主要占据40万以上市场，领克面向30万区间，深蓝面向20万区间，乐道由于租电的性质，直接将价格打到20万以下，下半年，吉利银河M9、奇瑞风云T11等车型也将击穿到20万以下，自此，**大型SUV市场将形成全价位段的覆盖**。

大型SUV市场将迎来新一轮洗牌

25年第33周 (8.11~8.17)
大型SUV销量排行榜



大型SUV市场已形成全价位段覆盖



PART 02



Marketing Trends 营销趋势

Part 1. 趋势发现

Part 3. 品牌动向

车身颜色营销盛行，车企从功能价值转向情绪价值传导

小米引爆车圈，靠的不仅是参数，而是把“情绪价值”玩到极致，YU7的发布，一口气推出九种车漆颜色，并重点传播喷涂工艺和颜色来源，这种**将颜色转化为情感载体，强化车辆社交属性的营销方式**得到其他厂商效仿。新势力厂商小鹏、智界等新品的发布也着力于颜色的宣传，传统厂商如坦克也加大力度宣传新配色，如今**汽车的营销传导已逐渐从功能差异转向了情感共鸣**。

车身颜色较为常规，没有过多宣传



以常规的黑白灰为主
特定颜色也没过多宣传

小米对颜色重点营销，效果显著



小米重点宣传车身颜色
用色彩革命定义车辆的颜值标准

其他车企纷纷效仿，颜色营销盛行



其他厂商陆续将颜色作为重点营销方向

PART 03



Brand Trends 品牌动向

Part 1. 趋势发现

Part 2. 营销趋势

强化品牌基因：宝马围绕“驾控”，激发用户对驾驶体验的情绪需求

本次成都车展，宝马将以“玩车”为主题，携旗下M高性能家族与MINI改装车型登场。此次宝马展示的产品阵容，更多的意义在于传递其品牌理念：M系列追求极致的驾驶乐趣，MINI专注于个性与创新的表达。近几年，宝马尝试紧跟时代，谈及本地化、电气化、智能化等故事，但却忽略了自己多年积累的核心优势，如今，宝马显然要讲自己最擅长的故事，那就是“**纯粹驾驶体验**”，在新时代下坚守并发扬自己的优势，**激发消费者对驾驶体验的情绪需求**。

	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
智能化	广州车展 全新iDrive 8.0 系统，支持 车载微信	北京车展 iDrive 系统新增支付宝小程序等本土应用	广州车展 展示 [全景视域桥]投影交互 技术	北京车展 与华为合作推出鸿蒙数字钥匙	/
本地化	/	广州车展 宣布华晨宝马股权调整（宝马持股 75%），强化本土化 决策能力	/	广州车展 与Momenta 合作开发中国 专属高阶辅助驾驶方案	/
电气化	上海车展 全球首发首款纯电车型ix3	北京车展 推出i3和iX1纯电车型	上海车展 推出i5纯电车型	北京车展 全球首发新世代纯电概念车	/
驾驶体验	/	/	/	/	成都车展 以“玩车”为主题，M 家族带来9款CS系列性能车型，MINI家族展示 10款赛道改装车型

福特用“野”对抗内卷，品牌定位转向精细化与个性化

当前，中国品牌已在主流消费市场崛起，合资品牌普遍承压，面对市场结构性的转变，福特选择了一条差异化的发展路径。其产品定位不断细化所覆盖的使用场景，并深挖个性化细分市场，**将营销重点放在自身具有鲜明标签的优势产品上**，从而突出品牌竞争力。本次车展上，福特将携旗下全系“野行”家族产品重磅亮相，并首次将户外主题公园概念搬进展馆，目的是**展示福特百年的越野基因与文化，让自身产品标签更容易被消费者感知**。

2022年
营销主题：**向着美好 自由追逐**

营销方向不明确

重点宣传车型



电马



全新探险者



全新蒙迪欧



领睿



全新福克斯

其他宣传方向



智联化



电动化

2025年
营销主题：**Fun天性，去野行**

营销方向清晰，明确

重点宣传车型



烈马新能源



烈马1966



猛禽F-150



探险者穿越版



游骑侠

其他宣传方向



户外主题乐园



户外社群

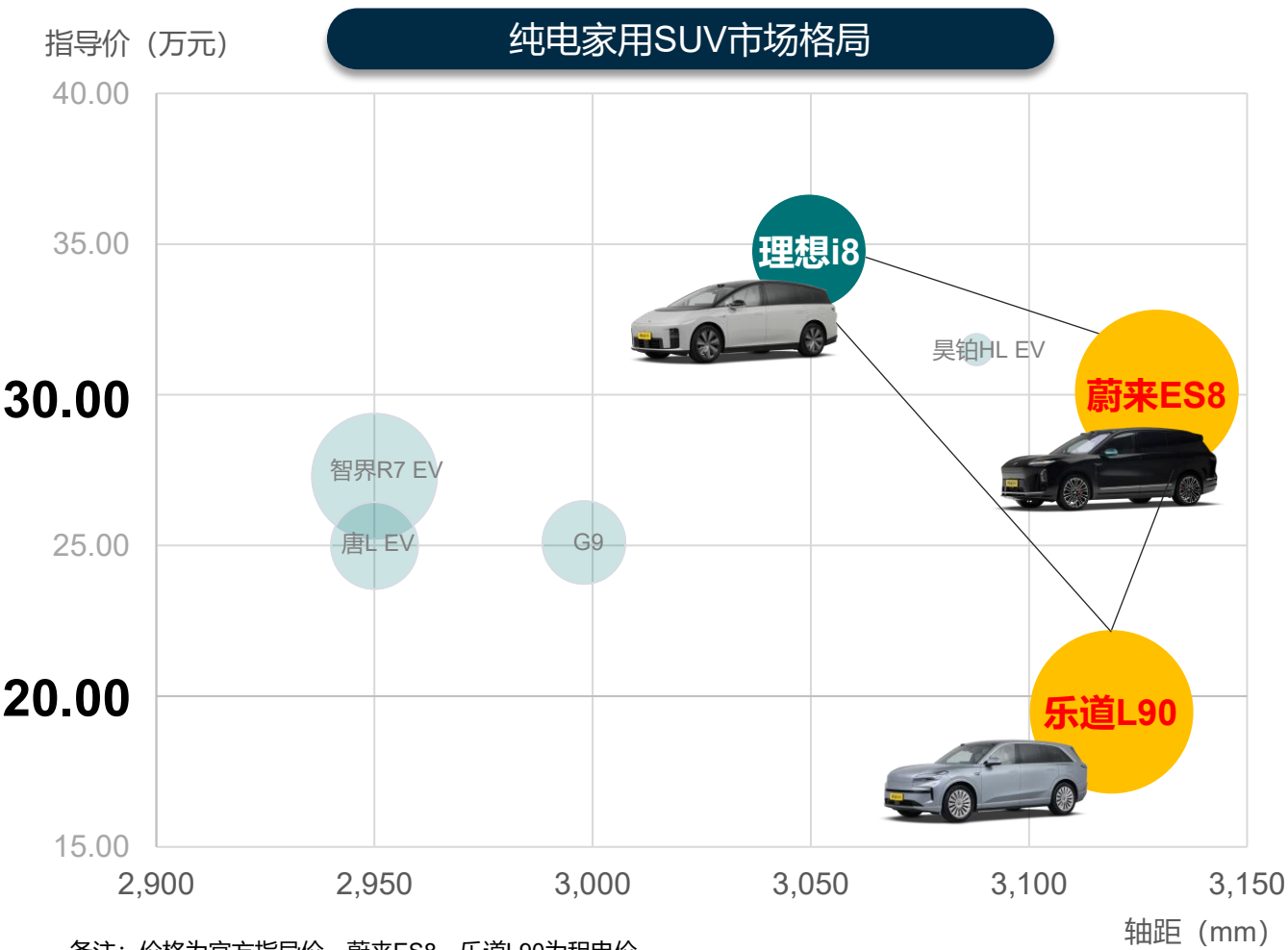


户外改装

着力于户外越野

上有ES8，下有L90，蔚来在纯电家用市场对理想形成包围

理想i8上市后的市场反应，与预期相去甚远，尽管对其型号策略作出快速调整，但市场反应依然冷淡。而蔚来方面，乐道L90以低于20万元的极高性价比产品推出，引爆市场，紧接着，备受关注的豪华旗舰车型ES8迎来换代，最终抛出30万元的预售价，直接将蔚来的市场热度拉至最高点。蔚来充分发挥其车电分离方案的优势，并通过有效降本，使两款车型将20-40万纯电家用市场彻底包围，对于理想来说，当前纯电车型所面临的突围难度非常大。

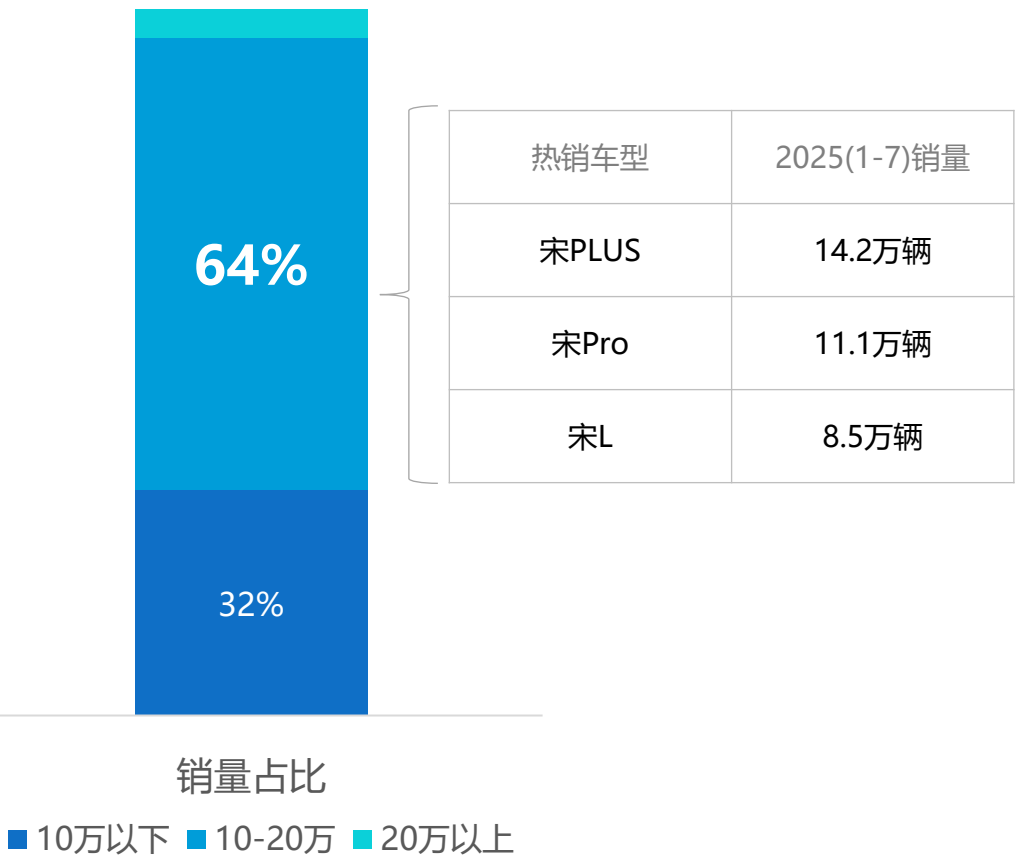


对比		乐道L90	理想i8	蔚来ES8
价格	价格	租电 17.98万起	33.98万	租电预售 30.88万起
	车长 (mm)	5145	5085	5280
	轴距 (mm)	3110	3050	3130
尺寸	座位数	6 / 7	6	6 / 7
	电机功率	340/440	400	520
	CLTC续航	600/570	720	635
三电	驱动形式	后驱/四驱	四驱	四驱
	高压平台	900V	800V	900V
	换电	√	-	√
座舱	后排吸顶屏	√	选装	√
	冰箱	√	√	√
	零重力座椅	二排右侧	二排右侧	副驾 二排两侧
智驾	扬声器	23	20	27
	激光雷达	-	1	3
	智驾芯片	Orin-X	Thor-U	神玳
	算力	254TOPS	700TOPS	1000+TOPS

华为技术下沉的野望，技术普惠能否打破比亚迪的销售壁垒？

在20万内市场，比亚迪凭借实用性和性价比优势，筑构起巨大的壁垒。回望华为系的“四界”布局，通过技术优势，在中高端市场树立了技术标杆，而如今，**华为智选模式将通过一场降维打击对主流消费腹地发起狙击**。全新品牌“尚界”，首次切入15万级细分市场，直接将矛头对准细分市场销量冠军比亚迪宋家族。华为决定将尖端的技术加速普及，并攻入市场腹地，这个**竞争最惨烈的15万级市场格局或将发生巨变**。

比亚迪价格段销量分布



数据来源：乘联会销量

竞争维度	尚界	比亚迪
价格	预计 15-20万	主销车型落在 10-20万 区间
智能化	ADS高阶智驾 鸿蒙座舱	天神之眼智驾 DiLink座舱系统
动力路线	大电池+增程 "电感优先"为核心理念	第五代DM-i 高效直驱，低油耗为核心理念
空间	车长4780mm 轴距2840mm	以宋PLUS为例 车长4775mm 轴距2765mm
品牌	全新品牌，华为的技术光环与上汽的制造背书	领先的市场保有率，完善的销售网络与服务体系

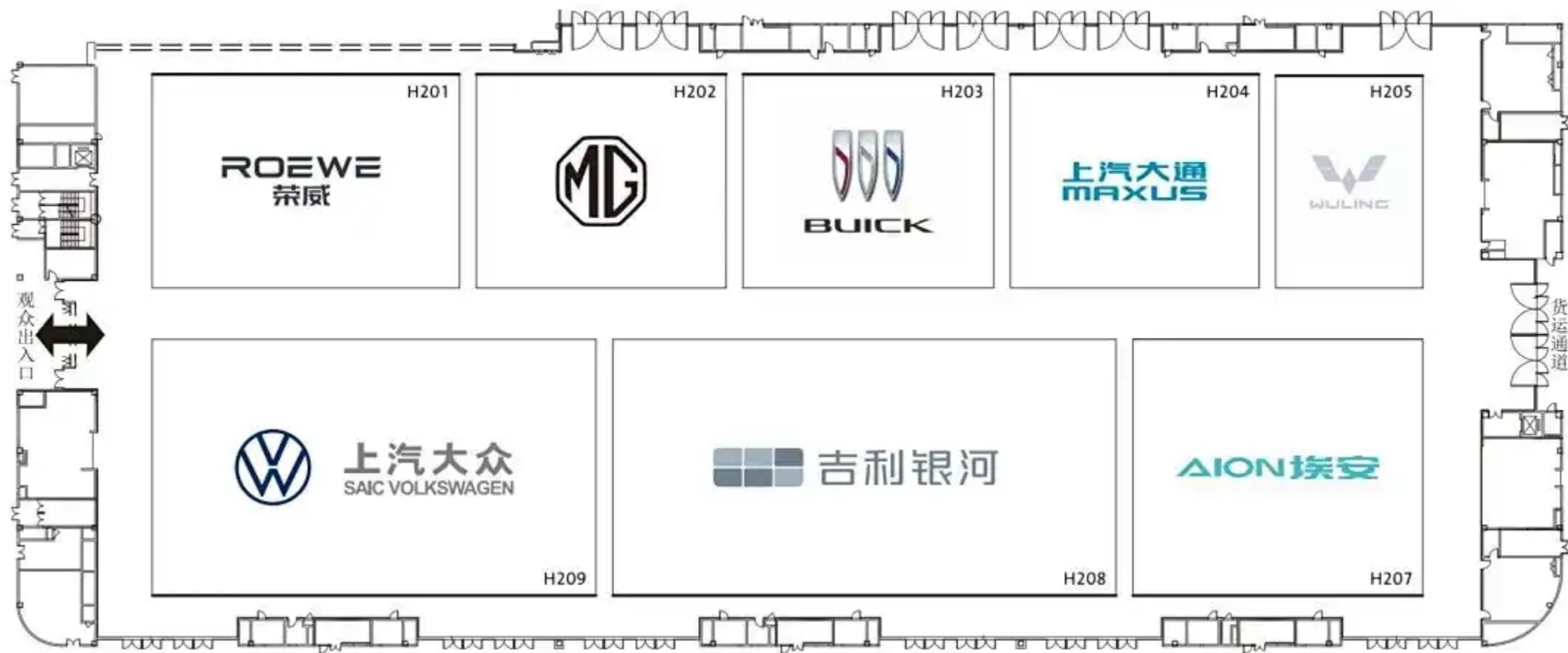
PART
04



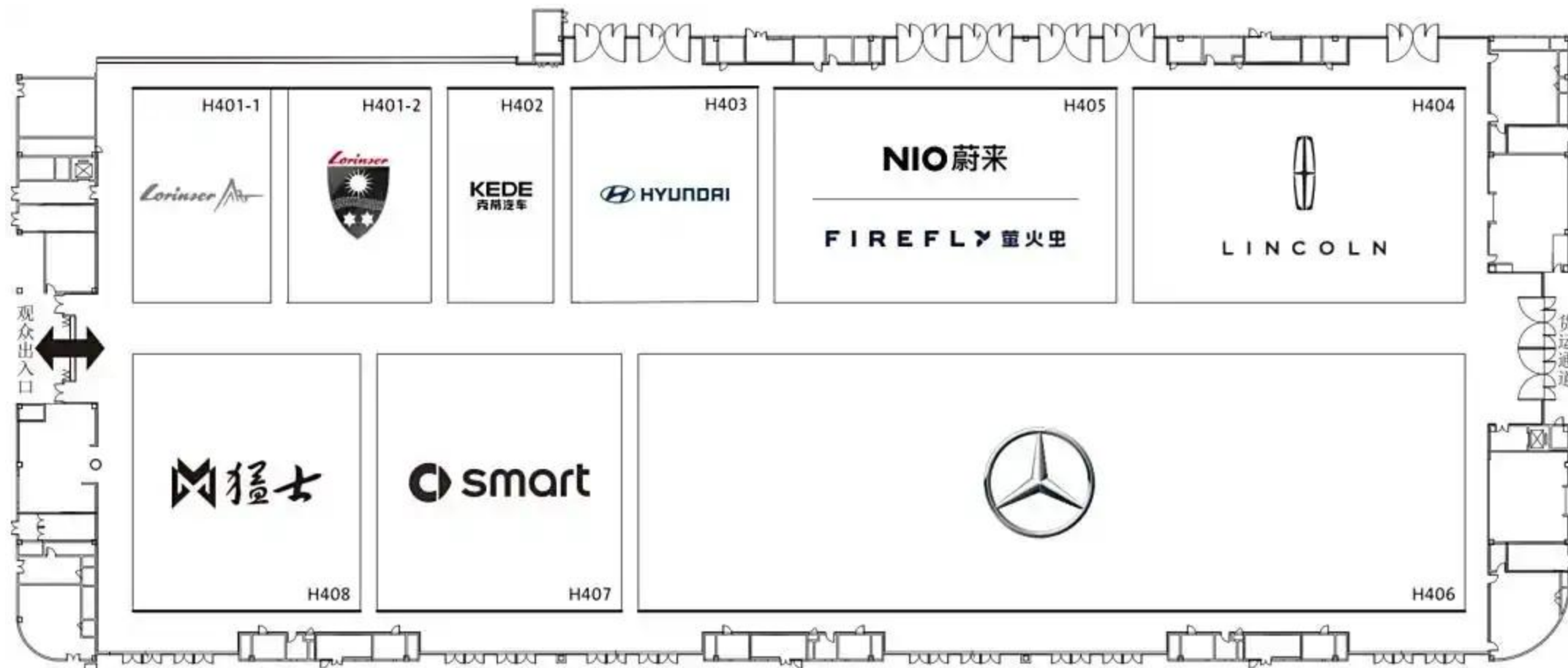
Appendix

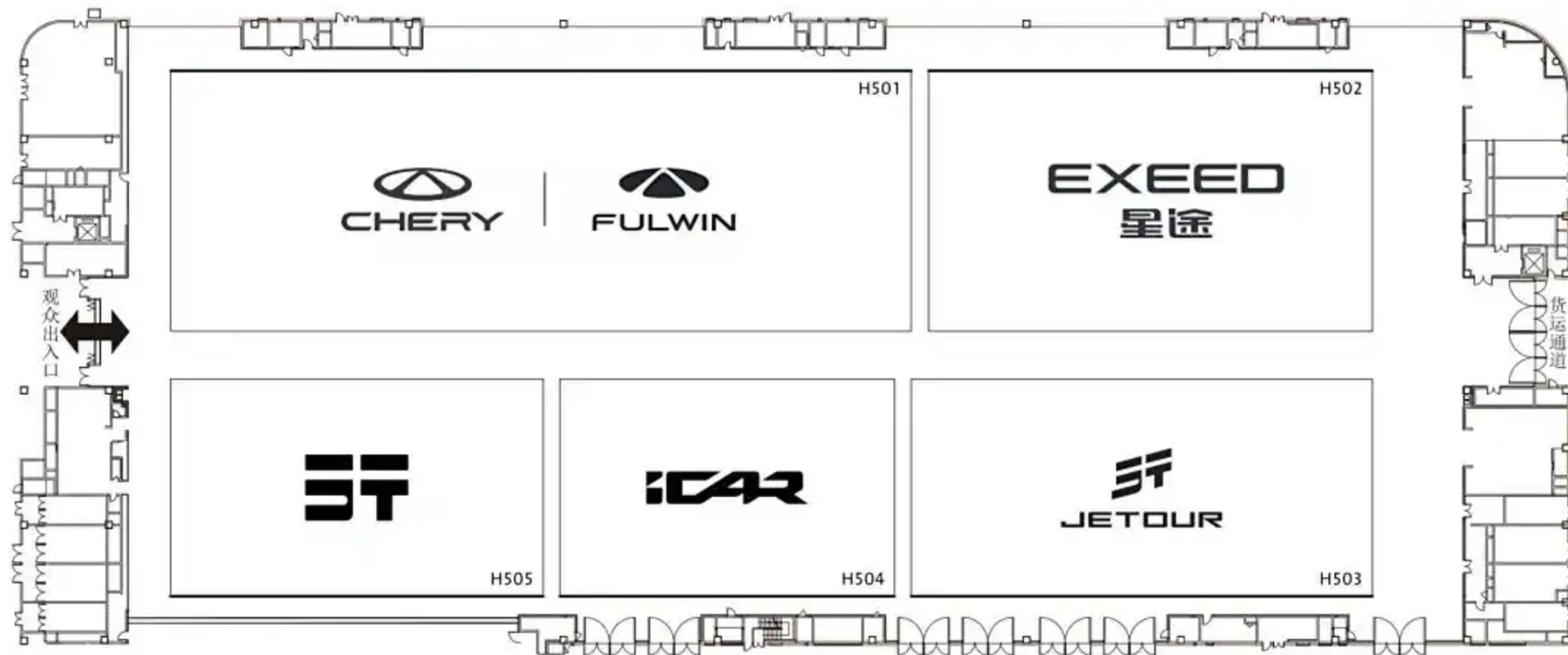
附录：展馆图



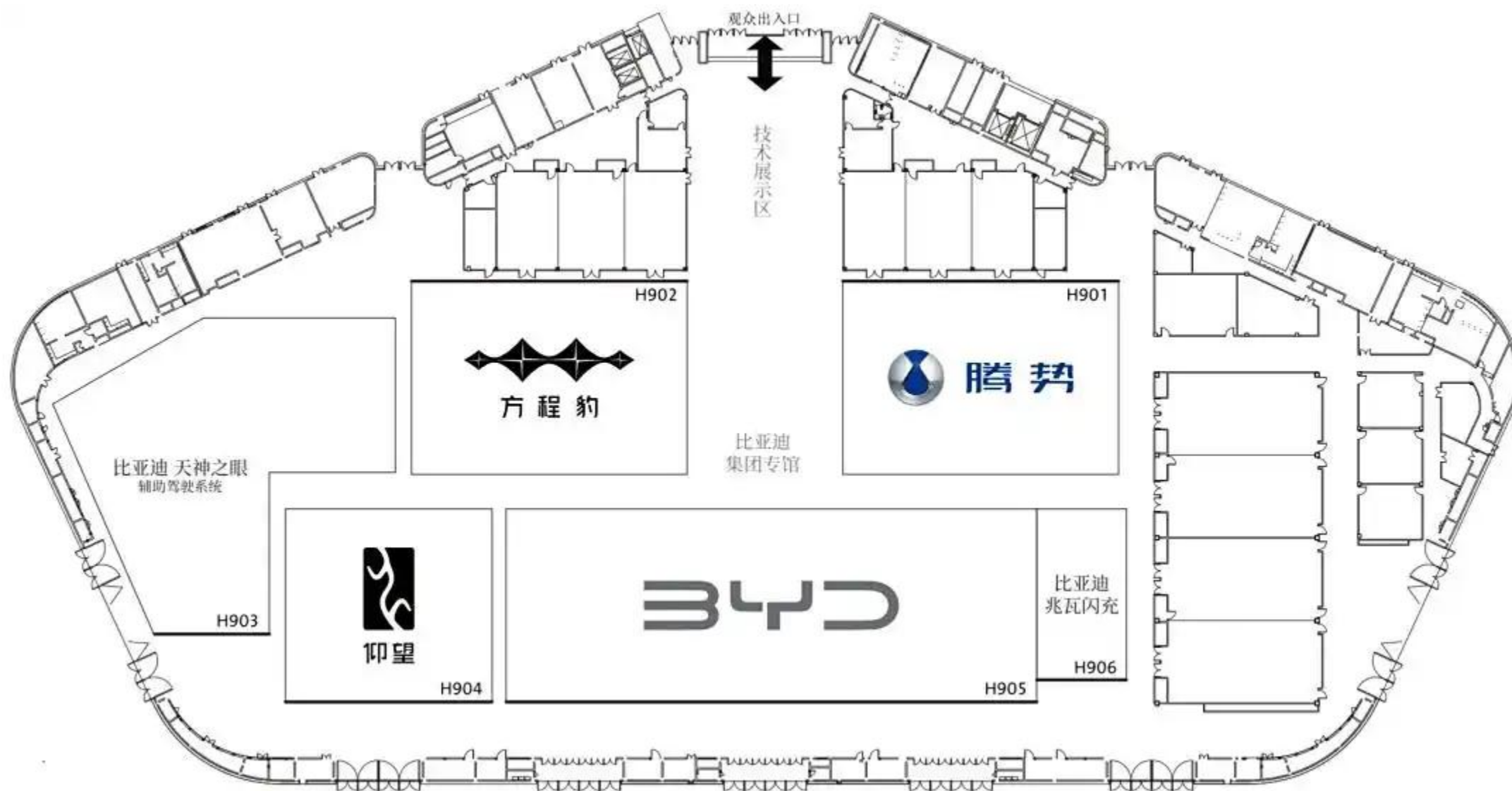


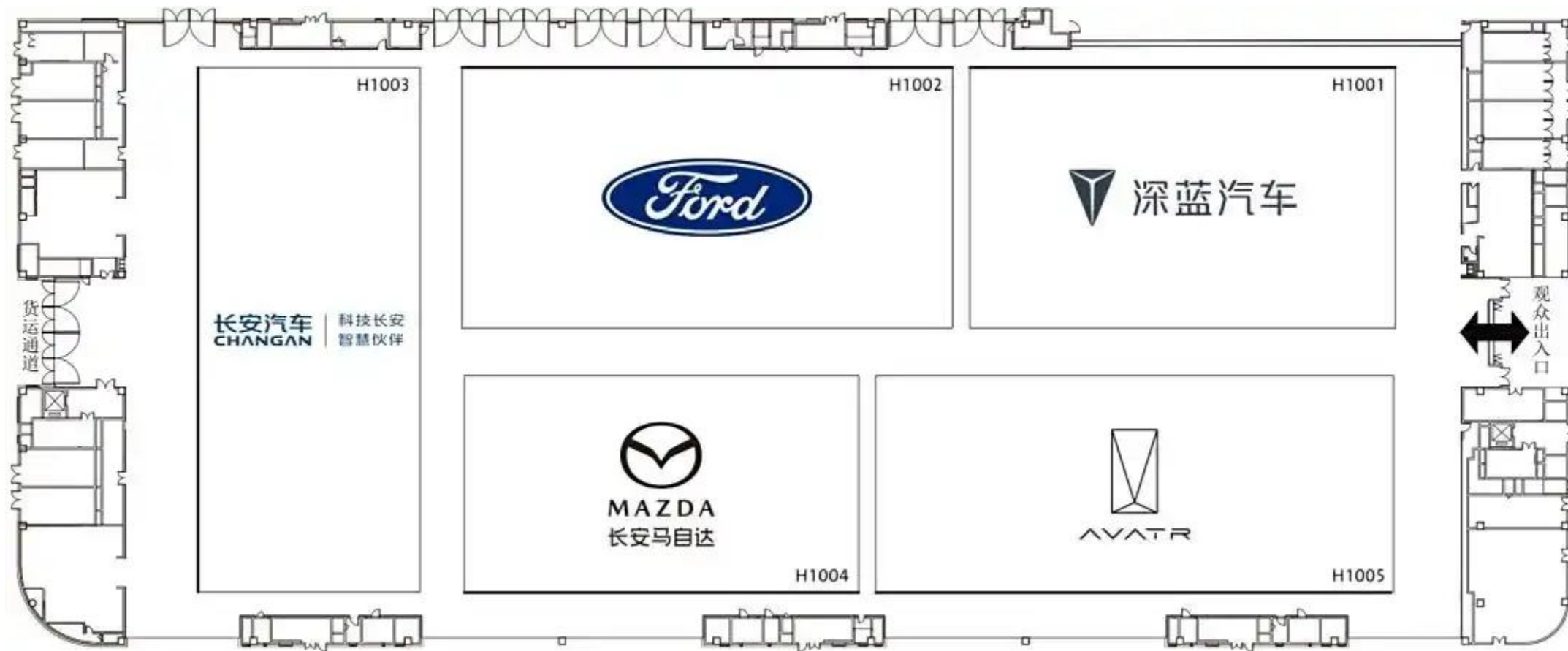


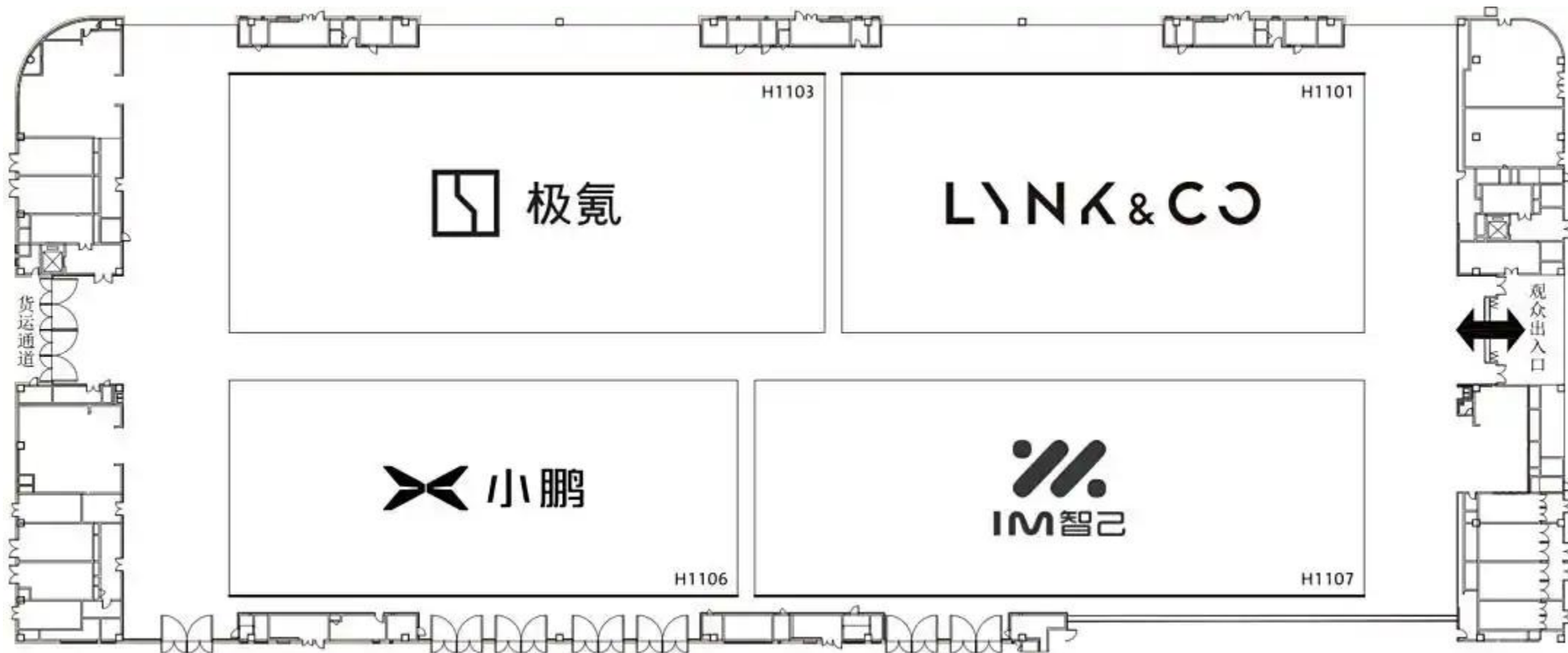


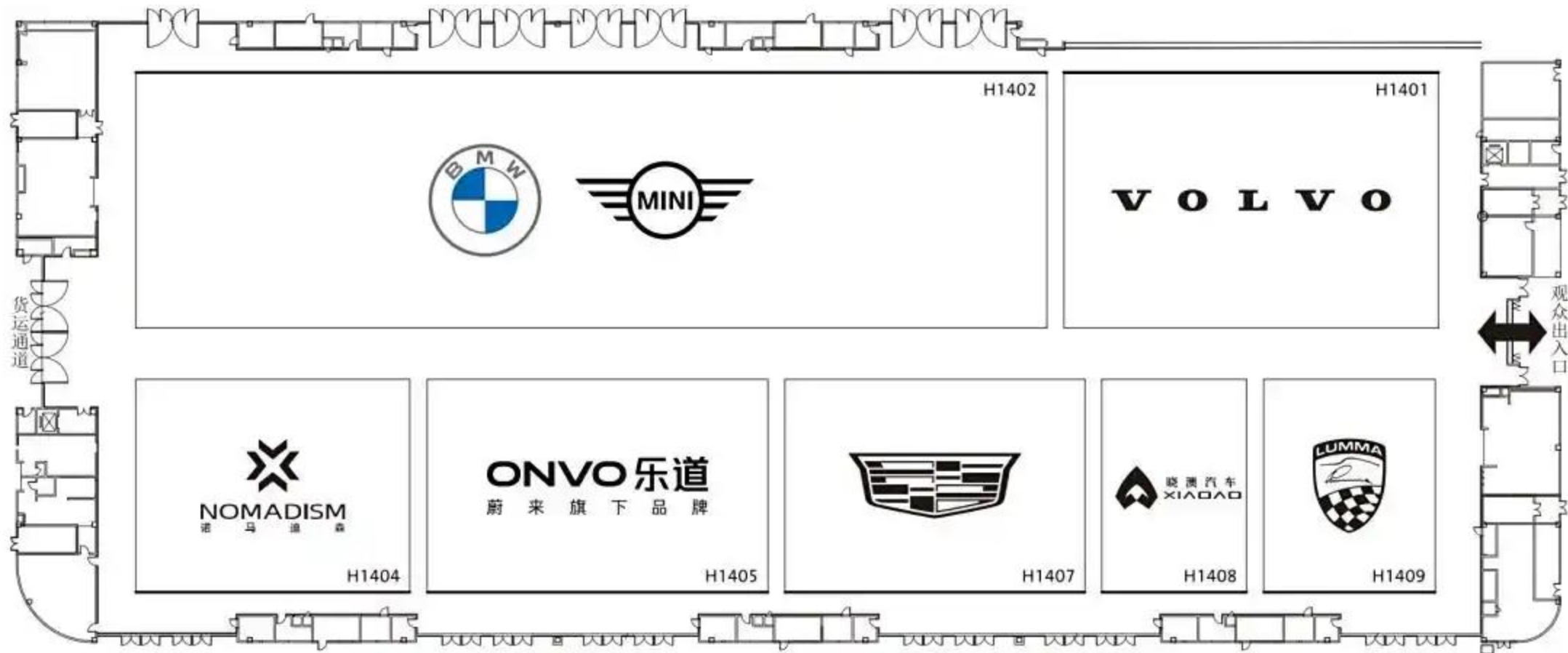


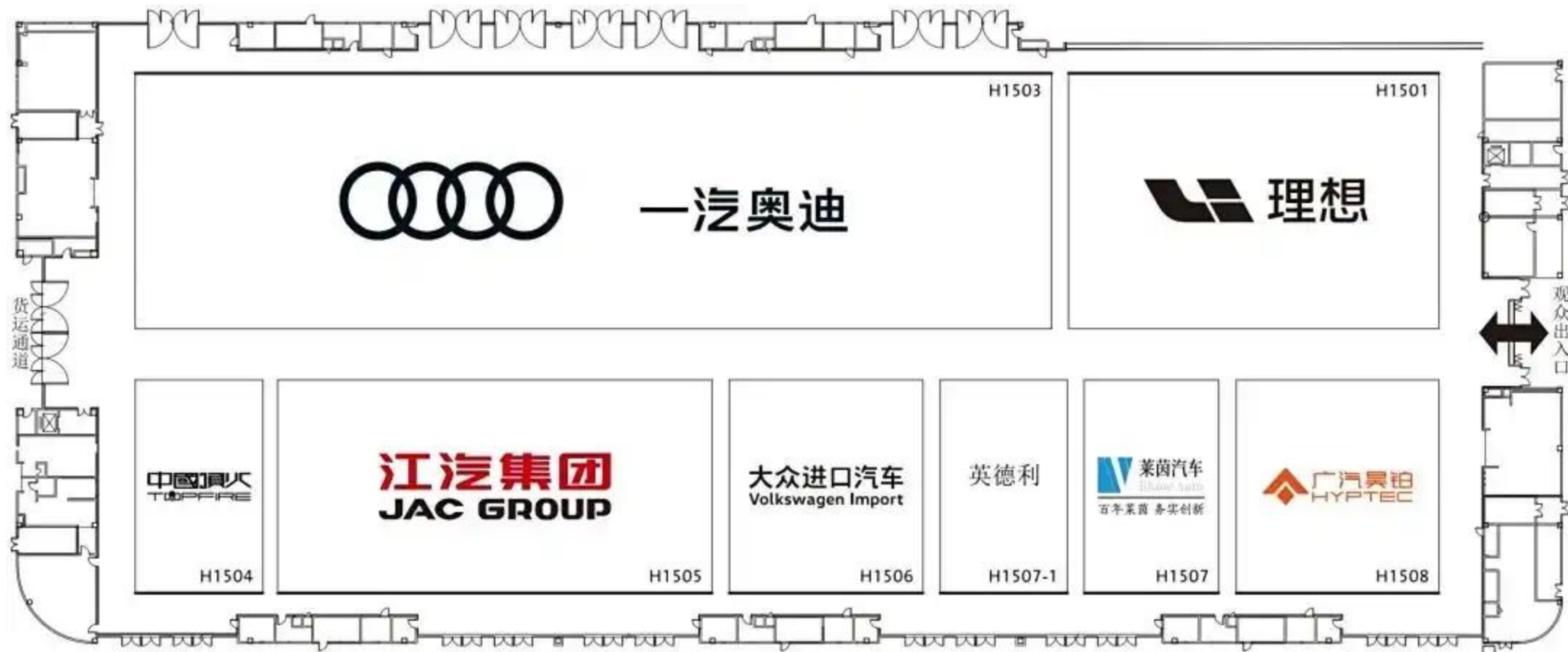














PART
05

关于睿研



睿研

领先的汽车数字化应用平台

构建行业数据洞见引擎 智能应用提供商

洞见引擎旨在整合海量数据，通过深度挖掘和智能分析，为企业提供精准的商业洞察和决策支持。它能够帮助企业从复杂的市场环境、用户行为、行业趋势等数据中，快速识别关键机遇与潜在风险，从而优化战略决策，提升竞争力



行业沉淀



成立于2007年，注册资金2000万
总部位于中国北京，专注汽车行业18年
广州设有分公司

数据能力



构建海量、完整的汽车行业数据体系，并且拥有行业新能源核心数据

产品能力



专注于为汽车行业提供Saas、数字化产品、解决方案，并基于市场数据提供全方位信息咨询服务

AI 商业决策



拥有强大的AI 智能服务团队，构建数据洞见引擎，整合海量数据，通过深度挖掘和智能分析，为企业提供精准的商业洞察和决策支持

睿研立足于汽车行业，以深入的市场洞察，
沉积多年的大数据宝藏，紧贴汽车行业的关键变革

以汽车数据为基座，以AI 为驱动 为企业提供商业决策支持

实现数据化转型

开启AI决策赋能

聚焦新能源研究

专注咨询洞察

2007.05

睿研北京公司成立

为汽车客户提供专业的调研与咨询服务解决方案

2018.09

与北理工签署战略合作协议

正式进入新能源汽车研究领域

2019.01

汽车大数据平台1.0上线

基于多源数据的新能源

2020.09

《中国新能源汽车大数据研究报告(2020)》

参与共同撰写国内第一本从新能源汽车应用场景角度进行深度分析的研究类书籍

2021.09

与特来电开展战略合作，启动BCS项目,大数据+小数据互补形成深度
用户洞察，精准勾勒用户画像，深挖用户需求、动机等，辅助企业精准决策

2021.12

NEVDATA(洞见引擎)平台发布

包含用户洞察、渠道选址充电桩选址、精准营销等模块

2022.07

NEVDATA(洞见引擎)平台

正式对外提供服务

2024.09 广州分公司成立

同年开启AI 大模型商业应用

为企业构建智慧大脑

我们的优势 | 专注成就深厚的知识经验、数据沉淀、以及数据资产转化能力

团队

核心团队超过**10+**年经验

专业人员：**核心人员包括超过10年的汽车数据及营销咨询师专家及IT精英**，对汽车领域项目有着深刻见解

新能源经验：睿研对新能源汽车行业有着深入的研究，了解行业发展趋势和消费者需求变化，能够为企业提供量身定制的咨询服务



经验

服务超过**20+**新能源车企

睿研从2007年开始正式进入汽车市场研究与咨询领域，与各大汽车主机厂保持良好的战略合作关系。

长期服务于国内外汽车品牌，推进数字化业务实施，基于数据业务研究应用，为各业务部门提供Saas服务。同时为各业务模块开展深入的咨询研究，产品定义、市场营销、人群洞察、满意度研究、渠道飞行检测等



资源

18年的数据沉淀积累

经过18年的数据沉淀积累，睿研拥有超过**160+种数据类型**，涵盖国内外的价格营销监测数据、产品相关数据、渠道、市场、二手车、舆情、充电桩、客流、POI等数据类型。并实现数据之间的融通。为企业构建业务应用提供可靠的三方数据支持。

睿研与理工新源在2018年签署战略合作协议，成为新能源核心数据的官方合作伙伴



技术

专业的**数字化**应用能力

大数据挖掘技术：从海量数据中提炼出有价值的信息和趋势，为企业提供数据驱动的决策支持

数字化赋能：拥有专业的业务及IT团队，基于海量的数据库，打造智能应用工具，并为客户提供定制化服务

AI 大模型应用落地：基于睿研的大数据业务能力、大模型训练能力，与企业业务应用深度结合，推动企业的大模型应用落地



睿研的经验 | 我们的服务已得到广泛的认可

服务超过**20+**多家汽车行业领军企业，涵盖合资、新势力、自主、及新能源相关头部企业

头部合资车企



VOLKSWAGEN
GROUP CHINA



一汽-大众



上海通用汽车
SHANGHAI GM



东风日产



广汽 HONDA



一汽丰田



LEXUS

造车新势力



理想

阿维塔
AVATR



小鹏



LEAPMOTOR
零跑汽车



深蓝汽车



VOYAH



IM
智己汽车

飞凡汽车

自主头部车企



比亚迪汽车



红旗



中国一汽
FAW GROUP



吉利汽车
GEELY AUTO



上汽集团
SAIC MOTOR



长安汽车
CHANGAN AUTO



FOTON
福田汽车

新能源相关企业



特来电



星星充电
Star Charge



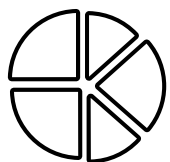
中国南方电网
CHINA SOUTHERN POWER GRID



懂车帝

服务体系 | 提供数据监测、用户洞察、行业研究、Saas应用、AI智能体开发 五大业务

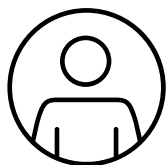
01



数据监测

- ① 新能源：(RTM)动态数据
- ② 充电桩：布局及运营数据
- ③ 客流及景气数据
- ④ 终端销售机会数据
- ⑤ 营销监测数据（销量/价格/渠道/产品/商务政策等）

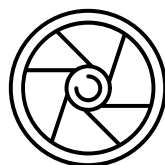
02



用户洞察

- ① 帮助OEM扫描全市场/目标市场的细分人群，识别高潜客户，为市场进入、产品概念、产品定义等提供前瞻支持。
- ② 基于新能源大数据，发现用户的驾驶需求，行为趋势，判断未来产品优化方向
- ③ 基于客流大数据，洞察高潜客户的人群标签、兴趣标签、前瞻市场群体走势，为市场预研提供支持

03



行业研究

- ① 跟踪行业重大事件、展会、技术与产品趋势，梳理行业发展方向
- ② 扫描市场动态、识别市场趋势、监测竞品动态、技术布局、产品布局、品牌布局、帮助OEM判断战略方向

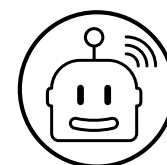
04



Saas应用

- ① 基于17年的数据沉淀，建立完整的行业数据库
- ② 结合客户使用场景，形成了新能源大数据应用平台，帮助客户多维度剖析用车行为、发现用户分布、客户流向、为活动选址、渠道选址、充电桩布局提供灵活的应用工具

05



AI智能体

- ① 沉积汽车行业的咨询专家团队与IT技术团队，共同打造AI售前咨询、AI售后咨询智能体，提升门店运营效率、服务水平、响应能力
- ② 通过与OEM合作打磨出专业的售后维修诊断智能体，帮助门店提升维修能力、服务能力

睿研的业务领域+产品矩阵

业务范围 >>



产品矩阵 >>



期待与您进一步交流

