

产销首次突破1000万辆大关，市场渗透率连续多月超过50%

2025，新能源汽车有哪些新看点？

2024年，国内新能源汽车市场表现亮眼，年度产销首次突破1000万辆大关，其中新能源汽车乘用车市场渗透率连续多月超过50%。

2025年，新能源汽车还会延续旺盛势头吗？

七家车企超额完成销量目标

从已发布的数据来看，有7家车企超额完成了2024年度销量目标，分别是比亚迪、奇瑞、吉利、理想、小米、零跑、奔腾。

其中，比亚迪全年累计销量427.21万辆，同比增长41.26%，不仅在中国汽车市场成为销量冠军，也成为全球新能源车市场销量冠军。

奇瑞集团2024年销量260.39万辆，同比增长38.4%，销量创下其历史新高；营收首次达到4800亿元，同比增长超50%。此外，奇瑞2024全年新能源汽车销量58.36万辆，同比大幅增长232.7%。

吉利汽车2024年销量达217.65万辆，同比增长超32%，超额完成全年销量200万目标，创年销量历史新高。其中，吉利2024年新能源总销量888235辆，同比增长约92%，超额完成全年销量目标。

理想汽车2024年共交付50.05万辆，同比增长33.1%。历史累计交付量为113.39万辆。成为造车新势力中第一个实现年销50万辆的品牌。其中，2024年12月理想汽车交付了58513辆，同比增长16.2%，又一次刷新了理想汽车的月交付量纪录。

小米汽车也交出了一份令人满意的成绩单。小米公司董事

长雷军在2024年12月31日的跨年直播中宣布，小米汽车全年总交付量达到13.5万辆，顺利完成年度目标的13万辆。同时，他还在直播中为2025年设定了新的目标——实现年销售30万辆。

零跑汽车也展现出强劲的市场竞争力和快速增长的潜力。年初设定的25万辆销量目标在去年11月便成功达成，全年总销量更是逼近30万辆，同比增长高达128%。目前，零跑汽车已启动新年促销活动，其创始人兼CEO朱江明公开表示，活动期间购车可享至高1.5万元现金红包及多项购车权益。

一汽奔腾在2024年也表现出色，全年销量达到150777辆，同比增长25%，创下近十年新高，成功完成了年初定下的“突破15万辆”目标。

几家欢乐几家愁

不过，并非所有车企都能在激烈的市场竞争中如愿以偿。2024年，也有不少造车企业未能达到年初的销量目标。

蔚来和极氪目标完成率均超过90%；深蓝汽车、岚图汽车和阿维塔完成率也超过80%。

赛力斯2024年销量为426885辆，年度销量目标60万辆，完成率约为71.15%。

小鹏汽车2024年累计交付新车超19万台。年初，小鹏汽车CEO何小鹏曾豪言要实现全年业绩翻倍，设定了约28万辆的销量目标。然而，实际完成度仅为67.88%。

智己汽车2024年全年累计销售65505台。智己汽车年初设定的销量目标为12万辆至13万



辆，全年目标达成率仅一半左右。

也有一些车企似乎陷入更大的困境。

2024年下半年，哪吒汽车多次传出经营不善的消息。自去年10月以来，哪吒汽车深陷欠薪、裁员风波，CEO也不再是张勇，而由创始人、董事长方运舟兼任。

极石汽车在2024年的市场表现也不容乐观。其首款车型极石01定位为小众高端，定价35万元左右，但市场反应平平。截至2024年11月，极石汽车累计销量仅为5039辆，月均销量不足400辆。尽管11月单月销量达到650辆，但全年业绩与主流新势力相比相差甚远。

创维汽车2024年前三季度累计销量为9681辆，全年销量有望突破1万辆。尽管销量数据尚可，其“缓解高血压、提高免疫力”等宣传被质疑为营销噱头，未能带来持续的品牌认可。

飞凡汽车在2024年的表现并不理想。数据显示，飞凡汽车2024年前三季度累计销量仅

5775辆，11月销量更是跌至376辆，相较于2023年全年2万辆的销量，退步明显。

作为长城汽车旗下专注女性市场的品牌，欧拉汽车曾凭借黑猫、白猫等车型的热销获得了广泛关注。

不过，数据显示，2024年前9个月，欧拉累计销量仅4.7万辆，同比下滑39.3%。为了应对困境，欧拉宣布将其APP的全部服务迁移至长城汽车的APP，意图整合资源、简化运营。

新的一年，新能源汽车如何突破？

2025年，新能源车企面临双重考验：既要实现销量快速增长，又要寻找创新突破之路。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预测，2025年国内新能源汽车销量将达到1500万辆，国内外总销量或突破1650万辆，增速为30%左右。与此同时，除了纯电动汽车外，插混、增程等融合了电动与燃油的先进技术，将成为新能源汽车

增量中的重要力量。

乘联会秘书长崔东树预计，2025年国内汽车零售增速将达到2%，但走势呈现“前低后高”。

岚图汽车CEO卢放认为，在2024年市场渗透率接近50%的基础上，2025年新能源汽车渗透率有望达到60%。

英国《金融时报》根据投行和研究机构提供的数据认为，中国将超越国际预测和此前设定的目标，预计2025年国内新能源汽车（包括纯电动汽车和插电式混合动力汽车）销量将超过1200万辆。与此同时，2025年传统动力汽车销量预计将低于1100万辆，较2022年的销量减少近30%。

随着新能源汽车市场的迅速扩张，竞争也日益加剧。如何在激烈竞争中站稳脚跟、谋得先机，是车企必须妥善解决的问题。

目前，多家车企纷纷推新一轮限时优惠活动，力图在新的一年里抢占市场先机。小鹏、极氪、零跑、智己、乐道、深蓝等多个新势力品牌也相继推出现金补贴、保险优惠、贷款利息减免等多种促销方式，力争在1月春节前提升销量。

北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔接受采访时表示，2025年，随着技术的进一步革新和市场竞争的加剧，只有不断提升核心竞争力和适应变化的车企，才能在激烈的竞争中占据一席之地。

张翔表示，只有更加注重技术研发、产品质量和消费者需求的车企才能突出重围，并推动中国汽车产业迈向更加高效、可持续的增长阶段。

据新华社

“金包银”背后有“刺客”

工费占比高达五成以上 回收也成为一大难题

“2000元就能享受到2万元的快乐，谁懂？”在社交平台上，有网友晒出自己购买的“金包银”手镯时，如此感慨。

近年来，随着黄金价格持续攀升，不少消费者对购买足金首饰望而却步。在此情况下，一种名为“金包银”的首饰以价格亲民和款式多样悄然走红市场，成为许多人眼中的“平替”之选。

那么，“金包银”首饰究竟是真“平替”，还是“高性价比”外衣下的“智商税”？

千元饰品平替万元足金手镯

“金包银”，顾名思义，就是以白银为基底，通过电镀或化学镀等加工方法，在表面覆盖一层黄金的工艺品。由于目前国内大盘金价在每克8元左右，因此这种工艺在保留黄金外观的同时，还大大降低了成本。

记者走访注意到，如今多家打金店可提供“金包银”首饰定制服务，市场上还有专门销售“金包银”首饰的品牌门店。

一家打金店的工作人员告诉记者，店内的“金包银”与足金首饰价格计算方式相同，黄金和

白银都按实时价格算，再附额外的工费。“我们店里的‘金包银’首饰，一般含金量在6%左右，只要不是刻意摩擦，正常佩戴不会有磨损露银的问题。”

她表示，“金包银”首饰走火，除白银价格远低于黄金价格外，还有黄金密度远高于白银。



正在回收的“金包银”首饰。

由于金银密度比大约为2比1，因此20g的足金首饰，只需要约10g足银就可打造。特别是近日《哪吒之魔童闹海》带火了乾坤圈黄金手镯，不少爱好者因手镯金重较大、价格较高，转而寻求“金包银”同款。

以乾坤圈手镯为例，在工费30元/g的前提下，一个40g的乾

坤圈足金手镯价格超28000元，若以“金包银”工艺替代，仅需1500元左右。

“高性价比”中暗藏“刺客”

与足金首饰的价格相比，

“金包银”首饰工费，按照当前大盘黄金白银价格进行粗略计算，一款总重25.5g、金重1.25g的古法素镯，工费高达800多元，占总价格的四成以上；另一款总重28.11g、金重1.32g珐琅花丝手镯，工费占比更是高达五成以上。

此外，回收也成为一大难题。

由于“金包银”首饰市场鱼龙混杂，存在黄金不纯、克重不够等现象，因此不少金银回收商拒绝回收。而部分承诺回收的商家，在实际回收过程中，黄金只按标重的90%进行回收，折损率高达10%。

如此比较，消费者反而要更多溢价买单。

含金量存疑 鉴定证书难作保

除“工费刺客”外，“金包银”首饰饱受诟病的核心争议，还是质量问题。

一些不良商家为了牟取暴利，往往虚报产品的黄金含量，甚至以次充好，出现漏银、金银含量低于标签标识、金银纯度不够等问题。

此前，国家首饰质量检验检

测中心曾发布关于“金包银”首饰的说明，称此类首饰并不是一种新产品，但相关方在命名、标签标识、印记等方面存在的不规范表述以及标注金覆盖层的质量(重量)等行为，可能使消费者对产品的实际贵金属种类、纯度产生误解，极易引发纠纷。

记者注意到，“金包银”首饰质量难以保障的原因之一，在于其金银含量难以鉴定。

多家鉴定机构向记者表示，目前贵金属检测采用的测试方法是无损方法，但在无损状态下，鉴定机构仅能检测贵金属的表面纯度，无法对内部白银纯度，以及金重、银重进行测量。

“所有鉴定机构的仪器都一样，不管是测金还是测银，都只能测表层，出具的证书也只能显示总重量和表面贵金属纯度。如果想知道里面到底是金还是银，只能进行破坏性检测。”一名鉴定机构的工作人员说。

无法出具有力的鉴定证书，意味着，“金包银”首饰的实际含金量、含银量全凭商家自己标注。在不损坏首饰的情况下，消费者无法进行鉴别和追偿。

据中国新闻网