

车企去年销量“成绩单”出炉：目标完成度分化明显

■本报记者 刘 钊

新年伊始，汽车行业2025年度销量数据陆续揭晓。

具体来看，比亚迪全年纯电动汽车销量首次超越特斯拉，成为全球第一。与此同时，吉利汽车、长安汽车、奇瑞汽车等传统汽车集团在“新能源+出海”双主线下加速追赶，新势力车企则呈现“强者恒强、分化加剧”的竞争格局。

多维布局谋增长

从年度销量排行看，头部车企的位次变化首先来自“规模差距”的再度拉大。

其中，比亚迪2025年新能源汽车销量为460.24万辆，同比增长7.73%，其中纯电车型全年累计销量为225.67万辆，同比增长27.86%。以纯电口径衡量，比亚迪已在年度销量上超过特斯拉，后者全年交付约164万辆。

这一“新旧王者”的更替，意味着全球纯电市场的竞争焦点正从单一明星车型驱动，转向以成本、供应链与产品矩阵为核心的体系化竞争。比亚迪的成功背后，是其“双轮驱动+全链布局”战略的支撑。在产品结构上，比亚迪坚持“纯电+插混”并行策略，DM-i系列纯电续航超125km，冬季续航达成率为86%，解决了消费者的里程焦虑。在技术层面，比亚迪凭借垂直整合的全产业链优势，实现了较好的成本控制，再叠加刀片电池的安全优势，形成了核心竞争力。

此外，上汽集团2025年整车销量突破450.75万辆，同比增长12.32%；中国一汽2025年整车销量为330.2万辆，同比增长3.2%，其中自主品牌销量94万辆、自主新能源销量36.6万辆，显示出“自主+新能源”正在成为其结构改善的关键抓手。

第二梯队的变化则集中体现在“目标完成度”上。吉利汽车2025年全年销量为302.46万辆，同比增长约39%，超额完成全年300万辆的销量目标。长安汽车2025年销量为291.3万辆，同比增长8.5%，其中新能源销量110.9万辆，海外销量63.7万辆，整体来看，与300万辆的销量目标仍有差距，目标完成度约97%。奇瑞集团2025年累计销量为280.64万辆，同比增长7.8%，距离“冲刺目标”仍有明显缺口，不过其新能源销量为90.38万辆，同比增长54.9%；全年出口约134.40万辆，出口表现保持强势。长城汽车2025年累计销量为132.37万辆，同比增长7.33%，海外累计销售



50.61万辆，新能源累计销售40.37万辆。

新势力车企的核心变量，则是规模跃迁能否带来盈利拐点。零跑汽车2025年全年交付59.66万辆，同比增长103%，超额完成年度销量目标下限；小鹏汽车全年交付42.94万辆，同比增长126%，同样超额完成目标；蔚来公司全年交付32.6万辆，目标完成度约七成；理想汽车全年交付40.59万辆，年度目标完成度约六成。与此同时，小米汽车在产能爬坡带动下，2025年交付总数已超过41万辆，完成其35万辆的年度目标。

整体来看，2025年的“新势力淘汰赛”正在从单纯的交付竞赛，转向对现金流、毛利率与渠道效率的综合考核。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，行业竞争正在从“有没有增长”转向“增长从哪里来、靠什么实现”。能在年末顺利完成年度销量目标的车企往往具备三个特性：其一，产品矩阵能覆盖更广价格带并稳定上量；其二，新能源与燃油结构更可控；其三，海外渠道与供应链配套能够持续兑现交付。反之，如果增长主要依赖单一爆款、单一技术路线或

单一区域市场，一旦遭遇需求波动或竞争加码，年度目标就容易落空。

“出海”提速 智能化加码

2025年几乎所有主流车企都在做同一件事，那就是以“出海”寻找增量，以“智能化”争夺溢价，再以“体系化降本”抵御“价格战”。

中汽协数据显示，2025年前11个月，我国汽车出口634.3万辆，同比增长18.7%，预计全年将突破700万辆，创下历史新高。

从单车车企来看，比亚迪2025年海外销量首次破100万辆，同比增长145%。奇瑞汽车则用出口“长板”稳住基本盘，其12月份单月出口首次突破14万辆，全年出口超过134万辆，并通过欧洲本土化生产等方式深耕海外市场。此外，长安汽车、长城汽车等也在年度销量数据中同步体现海外增长。

智能化方面，2025年的行业竞争已从“配置堆叠”转向“系统交付”：一方面，高阶辅助驾驶、座舱大模型、端到端能力开始从高端车型下探到主流价位；另一方面，监管部门对营销合规、功能宣传边界的约束趋严，车企需

要在技术迭代与风险控制之间重新校准节奏。对车企而言，未来的比拼更依赖可验证的体验、可持续的口碑与更扎实的售后体系。

市场形势同样促使车企调整策略。2025年下半年起，行业竞争的核心矛盾已从“有没有车卖”转为“卖车能不能赚钱”。更深层的压力来自需求分化——中低端市场竞争加剧，高端市场则面临更大的品牌与技术挑战。此外，出口与海外建厂需要长期投入、回报周期更长，以及供应链与渠道的资金压力增加，这要求主机厂在规模扩张与现金流安全之间找到平衡，相关问题亟待解决。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》记者表示，对车企而言，真正的考题不再是“能不能冲量”，而是能否办好三件事：第一，海外能否从“卖出去”走向“站稳脚”；第二，智能化能否从“亮点功能”走向“规模交付与安全合规”；第三，在强竞争环境下，能否把规模优势转化为毛利与现金流优势。年度销量数据的出炉只是阶段性结算，真正决定下一轮位次的是企业的体系能力与战略定力。



凌雄科技董事会主席胡祚雄：

DaaS市场规模稳步增长 行业迎新机遇

■本报记者 李昱丞

在降本增效、数字化转型等多重变量交织下，企业越来越倾向于灵活的订阅式IT采购模式，DaaS（Device as a Service，设备即服务）正逐步走向主流。

作为中国最大的企业级DaaS服务商，凌雄科技集团有限公司（以下简称“凌雄科技”）深耕行业20多年。“我们一直坚定看好中国DaaS行业的发展前景，整个市场有巨大的增长空间。”凌雄科技董事会主席、小熊U租创始人胡祚雄近日在接受《证券日报》记者专访时表示，我国DaaS市场渗透率将在未来5年内迎来拐点，凌雄科技作为DaaS行业龙头企业，将保持战略定力，持续将市场运行中的积极因素转化为发展机遇，不断驱动经营质效进阶，实现业务增长势能多维释放，进而推动企业高质量发展。

渗透率提升

作为DaaS行业头部企业，凌雄科技的核心业务围绕IT设备全生命周期管理展开，构建了“IT设备回收—IT设备订阅（租赁）—IT技术运维—设备管理SaaS（软件运营服务）”的全链条服务体系，彻底改变了传统IT设备“一次性购买、一次性使用”的固有模式，实现了设备资源的精细化管理和高效循环利用，2024年其设备订阅量达617.6万台。

从全球范围看，DaaS并非新概念。在欧美市场，企业IT设备从一次性采购转向“按需订阅”已较为成熟。在中国，这一模式仍处在加速渗透阶段。根据灼识咨询的预测，中国DaaS市场正快速增长，预计2026年市场规模将达到1382亿元，2021年至2026年将维持约32%的年复合增长率。

“DaaS行业迎来前所未有的机遇窗口期。”胡祚雄表示，一方面，我国DaaS市场渗透率将在未来5年内迎来拐点，由如今的5%左右上升到10%。届时，各市场经营主体的消费意识和习惯将会发生巨大变化，在配置IT办公设备时或将首选DaaS服务。另一方面，我国DaaS市场规模将进入持续稳步增长快车道，未来仍将保持较高的年复合增长率。

在胡祚雄看来，企业主体数量的持续扩张，构成了DaaS需求的基本盘。2025年5月20日《中华人民共和国民营经济促进法》正式施行，为企业发展提供了更加稳定、可预期的制度环境。国家市场监督管理总局数据显示，2025年上半年全国新设民营企业数量同比增长4.6%。

在需求端，近年来，企业对“降本增效、轻资产化”的需求愈发迫切。胡祚雄表示，DaaS通过“按需订阅、按月付费”的方式，帮助企业将一次性资本开支转化为可控的经营支出。

“根据我们20多年的服务经验测算，DaaS模式能帮助企业减少97.4%的首期投入，3年内运营成本降低10%—30%。”胡祚雄表示，公司的模式帮助企业从“拥有设备”转向“使用服务”，显著降低初期投入和运营成本，并形成产业级的资源优化闭环，为资本市场评估企业可持续发展能力提供新参考。

基本面稳步向上

从2004年成立至今，凌雄科技已经深耕DaaS行业20多年，从最早的二手电脑批发转型到IT设备租赁，再到行业首家打造数字化闭环DaaS模式的公司，进而成为中国最大的企业级DaaS服务商、中国DaaS行业第一股。

2021年至2024年，凌雄科技营收从13.30亿元增长至23.72亿元，年均复合增速超过20%，营收规模持续多年稳居行业第一。

在胡祚雄看来，凌雄科技商业模式的核心包括：闭环DaaS生态可以产生强大的协同效应，完善且强大的回收翻新产业链，行业领先的智能风控体系以及战略股东的强力支持等。

“凌雄科技DaaS业务之间存在深度协同性且成效明显，为企业客户提供多元化服务的同时，也进一步增强了凌雄科技的发展韧性。”胡祚雄表示，企业客户根据不同阶段的不同需求和场景，实现长期与

短期设备订阅服务间的相互转化。细致周到的IT技术订阅服务又极大提高企业客户的使用体验，增强与企业客户的交互关系，帮助设备订阅和设备回收两大业务获客。

再比如与战略股东深度协同方面：与京东的深度协同，不仅给凌雄科技带来了海量企业客户的流量入口，还在仓储管理、物流和配送服务方面降低了凌雄科技的运营成本。而与腾讯的深度协同，不仅可以让凌雄科技的DaaS解决方案惠及腾讯众创空间所有入驻企业，还可以通过腾讯会议App，高效批量获得企业客户。

“几大核心竞争力强力推动了公司基本面稳步向上，护航公司在复杂形势下始终保持稳健增长。”胡祚雄称，公司客户的复购率在90%以上。

在规模扩张的同时，凌雄科技也基本迈过盈利拐点。2025年上半年，公司营收同比增长18.47%至11.17亿元，净利润实现扭亏为盈。

“订阅生意的本质，是用当期投入换取长期复利。从2018年融资到上市后，我们快速投入资本去获取更多设备，始终保持一定规模的扩充。”胡祚雄坦言，公司并不追求激进扩张，而是始终在盈亏平衡线附近进行“适量投入”。随着企业发展阶段的变化，凌雄科技也开始对规模扩张保持克制，更强调“有质量的增长”。

兼顾商业价值与社会价值

在胡祚雄看来，以DaaS为代表的新租赁并非简单的“以租代买”，其核心在于以数字化技术为引擎，以信用体系为基石，实现对资产所有权与使用权的深刻重构。

凌雄科技自2018年开始持续进行数字化转型，全面实现公司内部全链条信息无障碍流通，并通过基于整体的数字化架构对各阶段沉淀数据进行分析，为企业各流程管控、风险管理、数据分析等运营做支撑，从而实现更加精细化的运营管理。在此基础上，近年来，凌雄科技不断引入先进的AI技术，持续完善智能化风控体系，构建自身AI客服系统，大幅提升自身运营和客户服务质效。

“2021年，我们在DaaS行业创新打造数智化‘总仓+前置仓’模式，通过工业化、集约化和规模化运营，全面提升全国范围内的产品交付能力与服务响应能力。”胡祚雄表示，在这个过程中，凌雄科技数智化精益管理发挥着至关重要的作用：在前端，凌雄科技根据客户偏好、理想IT设备的配置及品牌，向IT设备制造商下达定制化订单，以更精准地满足客户的多元化需求。在后端，凌雄科技打造的数字化供应链管理系統，实时优化采购及存储安排以确保最优供应。

在数智化、集约化运营的另一面，是凌雄科技在绿色减碳方面的直接贡献。

循环经济不仅是环保命题，更是经济命题。“双碳”目标下，IT设备的生产、更新与报废，长期被视为隐含碳排放的重要来源。胡祚雄认为，DaaS在这一议题上具有天然优势。数据显示，2024年凌雄科技为社会贡献的净碳减排量超过8.37万吨。

“每多回收一台设备，就减少一台设备的浪费；每多租赁一台设备，就减少一台新设备的生产。”胡祚雄说，公司每年从国内头部互联网企业回收百万台二手IT设备，经过再制造后重新投入订阅或销售环节，大幅提升了设备使用效率。

这一模式的核心在于“延寿”。通过再制造技术，IT设备性能得以恢复甚至提升，使用年限被显著拉长，从而减少了对新增产能的需求。根据业内测算，IT设备生产阶段通常占其全生命周期碳排放的60%以上，延长使用年限对减排效果尤为显著。

胡祚雄表示，未来公司将继续在绿色技术研发、丰富DaaS服务内涵上加大投入，让DaaS在创造商业价值的同时，释放更大的社会价值。公司将ESG理念与企业发展战略紧密结合，在帮助更多企业实现高质量发展的同时，为社会可持续发展贡献更多的力量。

2025年共10家房企销售额超千亿元

头部房企新增货值继续向核心城市和优质项目集中

■本报记者 陈 潇

中指研究院日前发布的数据显示，2025年销售额超千亿元的房企共10家，头部企业销售规模保持韧性，核心城市项目仍是主要支撑。

从销售结构看，头部房企优势依然明显。保利发展控股集团股份有限公司（以下简称“保利发展”）、绿城中国控股有限公司、招商局蛇口工业区控股股份有限公司（以下简称“招商蛇口”）、杭州滨江房产集团股份有限公司（以下简称“滨江集团”）等企业的销售额均超过千亿元。

中指研究院相关负责人向《证券日报》记者表示，多数销售额超过千亿元的企业都坚持顺势而为的发展策略，具有较强的经营开发能力，在多个核心城

市推出热销项目，抓住了核心城市的改善性需求。

与此同时，部分经营相对稳健的民营房企保持了稳定节奏。例如，滨江集团持续深耕杭州市场，销售额和拿地金额均位居当地前列；龙湖集团控股有限公司在重庆、苏州等城市亦有项目进入当地热销榜单。

在销售保持稳定的基础上，房企投资端同步回暖。中指研究院数据显示，2025年TOP100房企拿地总额为9640亿元，同比增长3.9%。

“一方面，为稳定土地市场，多地推出利好政策，推地质量也不断提升，增加了房企拿地积极性；另一方面，近年来房企拿地力度较弱，存量可开发土地已基本开发完毕，当前抓住利好时机积极补仓，以图可持续发

展。”中指研究院相关负责人表示，当前，民企拿地主要集中在一二线核心城市，且聚焦优势区域深耕，例如滨江集团在杭州拿地、懋源地产在北京拿地。

从区域分布看，一二线核心城市成为房企重仓区域。2025年，杭州、上海、北京三地全年土地出让金均超1400亿元。在业界看来，一二线核心城市人口流入大、产业基础强、需求更有韧性，因此更受房企青睐。

从货值结构看，头部房企新增货值继续向核心城市和优质项目集中。招商蛇口、保利发展新增货值位居前列，城市更新项目成为补充优质货值的重要来源。

上海易居房地产研究院副院长严跃进向《证券日报》记者表示，近年来，

年）》明确提出，到2030年我国将形成万亿元级通用航空装备市场规模。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示，近年来，低空经济应用场景持续拓展，带动无人机物流、低空旅游、应急救援等细分领域实现快速发展。市场对低空装备及配套服务的需求攀升，也带动了低空装备产业规模扩张。

在此背景下，低空装备产业链上下游企业积极行动，抢抓低空经济高速发展的战略机遇。其中，核心技术突破与场景应

用落地是未来产业竞争的制高点，近期国内各低空装备企业纷纷加大在创新研发与商业化运营领域的布局力度。

天眼查APP显示，近日，中科星图低空装备系统（安徽）有限公司成立，注册资本2亿元，经营范围涵盖卫星导航服务、智能无人飞行器制造销售、雷达及配套设备制造等。股权穿透结果显示，该公司由中科星图股份有限公司间接全资持股。

威海光威复合材料股份有限公司近期在投资者互动平台上表示，无人

机在多地呈现“放量提质”的特征。一方面，地方政府不断提升供地精准度，部分城市对配建公共服务设施的项目给予容积率奖励，另有城市通过支持土地出让金分期缴纳，缓解房企资金压力。另一方面，围绕“好房子”建设导向，各地加大低容积率、可开发性较强地块的投放力度，优质地块供应明显增加，房企竞拍积极性提升，高温价成交案例增多。

展望未来，严跃进表示，2026年住宅市场有望迎来一批在区位、品质和功能上更具竞争力的“好房子”项目，核心城市新房产品结构将进一步优化，具备持续开发能力与稳健经营能力的头部房企，有望保持竞争优势。

或低空装备是公司碳纤维及其复合材料业务的重要目标市场，公司的相关业务伴随着行业快速发展也在不断增长。

国研新经济研究院创始院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示，我国低空装备产业正处于蓬勃发展的阶段，企业应完善装备研发制造体系，尤其要加速核心零部件的国产化替代进程，加大低空场景应用创新投入，通过人工智能、智能传感技术的融合，提升装备性能与作业安全，以夯实竞争优势，抢占产业发展新赛道。

上市公司紧抓机遇布局低空装备产业

■本报记者 李雯珊
见习记者 张美娜

1月4日，据工业和信息化部数据，“十四五”期间，我国低空装备产业规模不断扩大，产业产值保持年均10%以上的增速。截至2025年12月30日，已有1081家企业完成登记注册，备案产品3623种，超529万架。

中信建投研报表示，未来中国低空经济市场将成为万亿元蓝海。《通用航空装备创新应用实施方案（2024—2030