



全球破局: 奇瑞“十四五”铸就金色中国名片

编者按: 从“量质齐升”到“生态引领”, 奇瑞的发展路径清晰展现了中国自主品牌的成长逻辑: 以技术为根基, 以市场为导向, 以资本为纽带, 以全球化为舞台, 从单一造车企业向智能出行生态服务商转型。奇瑞的发展之路已成为中国制造走向世界的真实范例。

彭学英 吴明 张骅

在“十四五”收官之年, 奇瑞上演了众多标志性事件, 其中, 最为引人瞩目的是: 2025年9月25日成功登陆港交所, 成为当时港股规模最大的车企IPO。正如安徽师范大学经济管理学院副教授杨康所言, “以奇瑞为代表的中国制造业, 经过量的积累后, 实现了质的飞跃, 迈上高端制造的新台阶”。

战略锚定: 从双赛道并行到全域生态布局

面对汽车产业电动化、智能化、全球化的浪潮, 奇瑞果断确立“新能源+新燃油”双赛道并行、智能化全域渗透的发展战略, 摒弃同质化竞争, 构建起覆盖主流到高端的多层次产品矩阵与技术生态。

奇瑞这一战略并非简单的业务叠加, 而是基于对市场需求的精准判断: 在新能源替代加速的同时, 燃油车市场仍有巨大存量空间, 通过“油电同智”的技术平权, 既稳固基本盘, 又抢占增量市场。因此, 奇瑞在2023年宣布“新能源不客气”, 2024年宣布“智能化不客气”, 2025年宣布“全球化创新体系不客气”, 这是来自高质量发展带来的底气。

“十四五”期间, 在品牌架构上, 奇瑞实施“奇瑞、星途、捷途、iCAR、智界”五大品牌协同发展的布局。奇瑞品牌坚守主流市场, 以瑞虎系列、风云系列构建销量基石; 星途品牌面向科技豪华市场, 星途ET5上市3小时锁单突破5000台, 斩获“世界十佳智能汽车”称号; 捷途品牌以“旅行+”为差异化标签, 旅行者C-DM成为细分市场爆款; iCAR品牌聚焦年轻用户, V23车型前10个月累计销售5.42万辆, 稳居新能源“方盒子”细分市场榜首; 智界品牌则作为高端技术旗舰, 实现连续两个月交付破万的佳绩。五大品牌各司其职又相互协同, 形成了“总有一款适配用户”的产品覆盖能力。

战略落地的核心成果体现在销量的跨越式增长上。2021年, 奇瑞集团销售96万辆, 迈出“十四五”第一步; 2022年实现“十个月销量百万辆”的跨越; 2024年销量飙升至260万辆, 乘用车增速位居全球前二十大乘用车公司之首; 2025年更是再创佳绩, 前11个月集团总销量达256.15万辆, 其中新能源汽车累计销量81.47万辆, 同比增长69.4%, 单月最高销量突破11.68万辆, 首次跻身行业前三, 实



2025年9月25日, 奇瑞汽车股份有限公司在香港交易所主板上市。

现“四连涨”的强劲势头。营收与利润同步攀升, 2022年至2024年, 奇瑞汽车营业收入从926.18亿元增长至2698.97亿元, 净利润从58.06亿元提升至143.34亿元, 2025年一季度净利润同比增幅更是高达90.9%, 展现出规模与效益并重的高质量发展态势。

技术攻坚: 构建全链条自主创新体系

奇瑞的跨越式发展, 根基在于二十余年坚持的“技术立企”理念。“十四五”期间, 奇瑞以“瑶光2025”战略为引领, 构建起覆盖火星架构、鲲鹏动力、猎鹰智驾、灵犀智舱、银河生态五大核心领域的技术矩阵, 形成了“多路径并行、全场景覆盖、可规模落地”的技术优势, 打造了中国汽车产业的“原创技术策源地”。

在动力技术领域, 奇瑞鲲鹏动力系统完成六代迭代, 构建起燃油、混动、增程、纯电、氢能多技术路线协同推进的全能源形式布局。鲲鹏天擎混动专用发动机热效率突破48%, 根据规划将主要用于奇瑞汽车HEV(油电混合动力汽车)、PHEV(插电混合动力汽车)和REEV(增程式电动车)平台产品序列, 以进一步打开奇瑞在混动市场增长空间, 配合C-DM 6.0高效混动专用发动机与无级超级电混DHT, 使搭载车型实现“亏电油耗3.8L/100km、综合续航1400km”的行业标杆水平; 2.0T增程专用发动机与轴向磁通变量双电机组合, 总功率高达510kW, 峰值扭矩750N·m, 兼顾性能与效率。这套动力系统不仅支撑了风云A9L连续四个月交付破万辆的市场表现, 更让纵横G700在40万元级豪华电混越野赛道中脱颖而出, 上市24小时大定1.5万辆。

电池技术的突破成为奇瑞新

能源业务的核心竞争力。特别是在固态电池领域的突破性进展方面, 奇瑞“犀牛S”全固态电池模组能量密度高达600Wh/kg, 可实现1200—1300公里续航, 通过“针刺+钻孔”等极端测试, 计划2027年装车验证。

智能化领域, 奇瑞率先提出“油电同智”战略, 让燃油车用户也能享受第一梯队的智能体验。“猎鹰智驾”系统构建起从L2+到L4级的全场景解决方案, 依托240亿千米全球验证数据与“数字平行宇宙”仿真测试平台, 每天完成2000万千米模型学习, 实现“精准感知、毫秒决策、全域守护”。

底层架构方面, 火星架构作为覆盖全品牌、全动力形式的核心平台, 支持L4级自动驾驶与AI智能座舱协同运行, 2.5G以太网实现超10万条数据实时流转, 整车OTA升级仅需18分钟。

全球扩张: 从“产品出海”到全产业链本地化

作为中国汽车出口的“领军者”, 奇瑞在“十四五”期间完成了从“产品出海”到“品牌出海”“生态出海”的跨越, 构建起覆盖全球120多个国家和地区的营销网络与生产体系, 连续22年位居中国品牌乘用车出口榜首。

2024年, 奇瑞出口量达114.45万辆, 2025年前11个月累计出口119.96万辆, 连续七个月单月出口破10万辆, 创造了“首个单月出口突破13万辆”“首个累计出口突破500万辆”等多项纪录。在核心海外市场, 奇瑞实现全面突破: 欧洲市场, 通过与西班牙企业合作重启巴塞罗那工厂, 成为首个在欧洲实现本地化生产的中国品牌, 2025年1—10月在欧盟和英国累计销量达17.1万辆, 同比增长2.4倍。

本地化是奇瑞全球化的核心支撑。截至2025年底, 奇瑞已在全球形成“1+7+N”的研发中心网络布局, 并建有16个生产基地。这种“研发本地化、生产本地化、营销本地化”的模式, 让奇瑞在海外市场的抗风险能力持续增强。2024年, 奇瑞汽车在欧洲、南美和中东及北非地区销量位列中国自主品牌第一, 在北美及亚洲(中国除外)位列第二。

生态构建: 从产业链链主到跨界生态引领者

“十四五”期间, 奇瑞不仅实现自身跨越式发展, 更以“链主”身份带动整个产业生态升级, 同时跨界布局具身智能等新赛道, 构建起“汽车主业+新兴业务”的多增长极格局, 为长期发展注入战略纵深。

作为芜湖汽车产业链的核心, 奇瑞已集聚产业链企业2000余家, 吸引30余家世界500强企业投资, 整体为产业链提供就业岗位30余万个。

通过“1+7+N”全球研发网络与瑶光实验室+开阳实验室双集群战略联盟, 奇瑞联动上下游企业开展技术攻关, 孵化衍生出工业机器人、通用航空、新能源、现代农业装备、智能互联、汽车金融等新兴产业, 带动安徽汽车产业集群向万亿级规模迈进。

在主业稳健增长的同时, 奇瑞前瞻性布局具身智能赛道, 通过旗下安徽墨甲智能机器人科技有限公司(以下简称“墨甲机器人公司”)打造新增长极。2025年1月成立的墨甲机器人公司, 仅用3个月就推出人形机器人“墨茵”, 4月实现首批220台全球交付, 成为全球批量交付自研人形机器人的车企。四足机器人Argos可应用于家庭陪伴、社区巡检等场景, 2025

年12月完成第1000只交付, 已建成产线年产能达1.5万台。

此外, 奇瑞还布局飞行汽车、Robotaxi等新业态, 凌霄312飞行汽车完成首飞。这些新兴业务与汽车主业形成协同效应, 不仅拓宽了企业的增长边界, 更强化了“智能出行生态引领者”的品牌定位。

资本赋能: 改革与上市开启发展新征程

“十四五”期间, 奇瑞在2025年9月25日成功登陆港交所, 为技术研发与全球扩张注入持续动力, 也标志着企业治理迈入现代化新阶段。

港股上市为奇瑞募集了充足的发展资金, 募集资金将主要用于技术创新、深化全球布局、做强汽车主业, 同时培育更多产业链上下游优秀企业。资本市场的认可不仅为奇瑞带来资金支持, 更提升了品牌国际影响力, 为全球化布局提供了资本背书。上市后, 奇瑞在智能驾驶、固态电池、机器人等领域的研发投入将持续加大, 加速技术商业化落地。

改革与上市也推动奇瑞的决策效率与市场响应速度显著提升。“十四五”期间, 奇瑞爆款车型的推出频率持续加快。这种“市场导向、资本赋能、技术驱动”的良性循环, 让奇瑞在激烈的行业竞争中保持灵活身段, 实现规模与效益的同步增长。

主编视点



“十四五”时期是中国汽车产业从规模扩张向高质量发展转型的关键五年, 也是奇瑞汽车实现“从量变到质变”的跨越式发展期。从年销不足百万到跻身全球车企前列, 从技术追随者到规则制定者, 从“产品出海”到品牌全球化, 从单一造车到以汽车产业为核心的多元化、全球化高科技企业集团生态布局, 奇瑞以“技术立企、全球化布局”为核心战略, 在新能源、智能化、产业链、资本市场四大维度实现突破性进展, 不仅刷新了中国自主品牌的发展速度纪录, 更成为“中国制造”向“中国智造”转型的典范。

吴明

本刊主编: 吴明