

# 零跑十周年成长路:技术筑基,领跑未来

2025年12月28日,杭州“小莲花”体育馆内,零跑汽车以一场以“向上,领跑”为主题的发布会,为十年创业历程写下注脚。这家以“IT改变汽车”为愿景的浙江民营车企,从2015年跨界入局时的行业“门外汉”,到如今稳居中国造车新势力榜首,剑指年销400万辆的世界级车企,其成长轨迹折射出中国新能源汽车产业从技术追赶到自主创新的蜕变。

## 从“全域自研”到体系化突破

零跑的十年,是一部以技术为锚点的工程师创业史。创始人朱江明凭借三十余年电子技术背景,将“全域自研”刻入企业基因——初创期研发人员占比高达90%,至今仍保持80%的高水平。截至2025年底,零跑已实现占整车成本65%的核心技术自主研发,覆盖整车架构、电池、电驱、智能座舱、智能驾驶等全领域。

芯片层:2020年量产中国首款车规级智驾芯片“凌芯01”,打破国外技术垄断;动力层:率先推出八合一电驱、CTC电池底盘一体化技术,将电驱效率提升至94%;电子架构层:发布“四叶草”中央域控架构,实现座舱、智驾、动力、车身四域合一;配置普惠:将激光雷达、高通8295芯片、五连杆悬架等高端配置引入15万级市场,践行“科技平权”理念。

这种深度自研模式,使零跑在2025年实现累计交付超120万辆、全年销量近60万辆、单月销量突破7万辆的规模跃升,更构建起成本可控、供应稳定的产业链优势。其自建的十七大核心零部件工厂,覆盖电芯、电池系统、电驱、车灯等关键环节,形成“整车制造+Tier 1供应商”的双轮驱动模式。

## 从“活下去”到“领跑者”

零跑的十年,是商业逻辑的验证史。在2020年新势力销量排名第六的背景下,其通过技术驱动的成本控制与精准的市场定位,实现逆袭。

全球渠道网点超1800家,海外网点超800家,业务遍及35个国家和地区,2025年出口量达6万



辆,居新势力首位;财务健康:自2024年第四季度起连续实现季度盈利,入选《财富》中国500强与中国民营企业500强;资本认可:获Stellantis集团15亿欧元战略投资、中国一汽深度合作,多地政府累计扶持超90亿元,创始人团队增持股份达9.5亿港元。典型案例:C系列:C10车型月销量达2万辆,成为20万级市场标杆;B系列:B10上市48小时订单破3万,B01以“年轻人的高品质智能轿车”定位填补市场空白;全球化:借助Stellantis集团渠道资源,零跑在欧洲、南美、中东等地快速落地,巴西市场首批36家门店同步开售。

## 技术普惠的豪华实践

十周年发布会上,零跑推出D系列双旗舰车型,宣告进军高端市场:

D19(科技豪华旗舰SUV):空间:车长5250mm,轴距3120mm,六座/七座布局,得房率88%;配置:半苯胺真皮座椅、120°零重力座椅、双高通8797芯片、端侧大模型智能座舱;动力:增程版搭载1.5T发动机+80.3kWh电池,CLTC续航500公里;纯电版配备115kWh电池,CLTC续航720公里,支持800V高压快充。

D99(科技豪华旗舰MPV):定位:兼顾家庭出行与商务场景,提供增程与纯电双动力;技术:增程版搭载800V平台,纯电版配备全栈1000V高压系统,

性能与效率领先;设计:贯穿式日行灯、隐藏式门把手、车顶扰流板,诠释“科技自然美学2.0”。

两款车型均基于零跑最新D平台打造,延续“好而不贵”理念,试图在30万级市场重构价值标准。

## 向世界级车企迈进

站在新十年起点,零跑发布五大战略方向:技术创新:每年举办“零跑技术日”,从技术跟随迈向领跑;产品创新:完善ABCD四大系列,2026年推出多款D系、A系新品;生态构建:聚焦AI技术落地,打造技术与场景深度融合的生态体系;产业集群:建设超级工厂与产业集群,构建极致效率的供应链;营销服务:深化厂商一体化协同,以卓越服务铸就品牌口碑。

朱江明明确提出,零跑的目标是成为年销400万辆的世界级车企,并将2026年定为“百万辆突破年”。这一目标背后,是零跑对技术、成本与全球化能力的综合自信。

零跑的十年,为资本市场提供了稀缺的“技术驱动型增长”样本。其通过全域自研实现65%核心部件自制,将整车成本压缩至行业最低水平之一,同时以成本定价策略直接惠及用户。这种模式在2025年行业价格战中展现出强大韧性——当竞品因成本压力放弃低端市场时,零跑凭借B系列、C系列的产品力与性价比,持续巩固15万~30万级市场优势。

## 向全球市场要增量

从“破茧新生”到“十年追梦”,零跑的十年,是中国工程师文化与市场化机制结合的典范。其以技术为矛、以成本为盾、以全球化为翼的战略,不仅为自身开辟了增长空间,更为中国新能源汽车产业提供了“从技术追赶到价值领跑”的实践路径。

正如朱江明在发布会上所言:“零跑的下一个十年,要用中国技术重新定义全球豪华市场的游戏规则。”这场以技术为底色的马拉松,才刚刚进入冲刺阶段。

本报记者 孙侠

## 向全球市场要增量

从“破茧新生”到“十年追梦”,零跑的十年,是中国工程师文化与市场化机制结合的典范。其以技术为矛、以成本为盾、以全球化为翼的战略,不仅为自身开辟了增长空间,更为中国新能源汽车产业提供了“从技术追赶到价值领跑”的实践路径。

正如朱江明在发布会上所言:“零跑的下一个十年,要用中国技术重新定义全球豪华市场的游戏规则。”这场以技术为底色的马拉松,才刚刚进入冲刺阶段。

本报记者 孙侠

# 极氪2025全年交付创新高

2025年收官,极氪再次交出高分答卷:2025年12月交付新车30267台,月销首次突破3万台,创历史新高,同比增长11.3%,环比增长4.9%。2025全年极氪总计交付224133台,较2024年实现同比增长,持续引领中国高端豪华新能源汽车市场,全年累计交付近65万台。

其中,旗舰SUV极氪9X作为年度现象级爆款,继11月成为50万以上大型SUV销冠后,12月交付首破10000台,单车成交均价达到53.8万元。009持续引领40万以上豪华MPV市场,其他主力车型如001、7X也成为各细分市场标杆。

据悉,除国内市场外,极氪还积极开拓全球市场,截至2025年12月31日,已进入50多个国家和地区,全球门店超640家,在中国香港、东南亚、澳洲、巴西、埃及等多个地区展现出强大的市场号召力。有行业人士认为,极氪回归一个吉利后,在深厚的体系及技术支撑下,专注豪华市场,已成为中国豪华品牌向上突破、走向全球的典范。

市场分析认为,面对激烈的市场竞争,极氪能够实现逆势增长,除了强劲的产品力外,还源于极氪在2025年一系列积极的变化,尤其与用户沟通方面更加坦诚透明,包括提前发布产品改款预告、推出阳光服务公约、引入用户监督机制等,一系列举措引发市场正向反馈,用户口碑持续向好。

事实上,随着消费者在用车体验、新能源技术等领域认知理解日益加深,汽车市场逐渐告别靠硬件和参数堆积吸引客户的传统,转而步入品牌全域能力竞争的新阶段,今年以来,极氪凭借卓越的产品力和极高的用户认可,取得销量与口碑的双突破。

回顾过去的一年,极氪与用户、与世界的“距离”都在变得更近——在城市街头、户外风景的某一隅,或许都有一位“极氪友”恰好同行,通过对极氪车型的小小DIY,守护着需要帮助的他人;在昼夜温差超过30℃的无人戈壁,极氪9X作为2025年品牌旗舰车型,凭借可靠性能顺利执行了神舟二十号宇航员返回护航任务,打破了国产新能源车在这类航天项目中“零的突破”;在每一次家庭出行安全抵达目的地的身后,极氪的安全盔甲、智能驾驶、电池保护方案等技术也是默默在线,让“安全”驱动用户不断信任、复购。

随着2025年的圆满收尾,极氪在销量上又一次取得突破,这既体现了品牌在这一目标下长期主义的积累和坚守,也展现出今年极氪在三个层面“人无我有”、“人有我优”的发展自驱力。

从产品品质来看,强大的自研科技是极氪最大的自信背书,如今已成为消费者持续信赖和买单的坚实基础。浩瀚超级电混、浩瀚AI数字底盘、浩瀚安全盔甲、千里浩瀚辅助驾驶四大核心科技,共同定义了旗舰SUV极氪9X的科技实力。全球首个基于纯电架构打造的900V豪华电混专属架构——浩瀚-S,让9X实现了混动车型在性能、操控、安全、智能化等方面的地位领先,获得消费者深度的认知和认可。对于许多用户来说,极氪不需要过多的参数说明,车主能够亲身感受的可靠性便是中国高端新能源汽车技术标杆的最好证明。

从市场营销来看,展现中国品牌持续向上的“极氪范本”愈发深入人心、声动全球。今年,以极氪9X和009为代表的“9系豪华双旗舰”为品牌带来

了火爆销量与高关注度,同时极氪还坚持全新车型与焕新力作齐发,极氪007GT的上市,极氪001、7X、X焕新登场,极氪009光耀典藏版发布,共同构筑“豪华车”组合套餐,让“最豪华的MPV”“最豪华的SUV”集中在极氪,聚焦了消费关注度与品牌印象。极氪塑造的科技豪华全新体验,吸引了包括商界领袖、行业精英、奥运冠军、明星歌手在内的更多用户,更包括了不少国际友人、海外知名人士。

从品牌传播来看,极氪率先进入“由量到质”新阶段,借助有温度、有干货的内容引力场为品牌拉近与车主、与大众的联系,从而持续修复提升用户NPS,拉动口碑度高速飙升。今年以来,极氪主动将传播战线下沉至用户一线,通过打造“极氪零距离”互动栏目、在社交平台品牌阵地与用户深度建联、信息传播坚持“去伪存真”等方式,以“坦诚”和“舒适”的态度来回应极氪发展历程中大家感兴趣的的相关事件,进一步提升了用户对品牌的好感度、信任度、认可度,夯实“研发—销售—服务—沟通—认同”的黄金循环。

年末通常是汽车销售的旺季,也是车企贴身肉搏、比拼一年软硬实力的关键期。单月突破3万台的销量、全年224133台的实际交付量以及近65万车主的信任与选择,综合展现出极氪更强的竞争力,而这一竞争力的关键,正是建立于品牌久久为功、与越来越多用户建立坚实关系的基础之上。“近65万全球用户的信任是我们前行的最大动力,这份责任将驱动我们不断突破技术边界,打造真正值得信赖的豪华新能源汽车。”极氪相关负责人表示。

本报记者 王增益

## 从“活下去”到“领跑者”

从“极氪范本”出发,深入民心、声动全球。今年,以极氪9X和009为代表的“9系豪华双旗舰”为品牌带来

了火爆销量与高关注度,同时极氪还坚持全新车型与焕新力作齐发,极氪007GT的上市,极氪001、7X、X焕新登场,极氪009光耀典藏版发布,共同构筑“豪华车”组合套餐,让“最豪华的MPV”“最豪华的SUV”集中在极氪,聚焦了消费关注度与品牌印象。极氪塑造的科技豪华全新体验,吸引了包括商界领袖、行业精英、奥运冠军、明星歌手在内的更多用户,更包括了不少国际友人、海外知名人士。

从品牌传播来看,极氪率先进入“由量到质”新阶段,借助有温度、有干货的内容引力场为品牌拉近与车主、与大众的联系,从而持续修复提升用户NPS,拉动口碑度高速飙升。今年以来,极氪主动将传播战线下沉至用户一线,通过打造“极氪零距离”互动栏目、在社交平台品牌阵地与用户深度建联、信息传播坚持“去伪存真”等方式,以“坦诚”和“舒适”的态度来回应极氪发展历程中大家感兴趣的的相关事件,进一步提升了用户对品牌的好感度、信任度、认可度,夯实“研发—销售—服务—沟通—认同”的黄金循环。

年末通常是汽车销售的旺季,也是车企贴身肉搏、比拼一年软硬实力的关键期。单月突破3万台的销量、全年224133台的实际交付量以及近65万车主的信任与选择,综合展现出极氪更强的竞争力,而这一竞争力的关键,正是建立于品牌久久为功、与越来越多用户建立坚实关系的基础之上。“近65万全球用户的信任是我们前行的最大动力,这份责任将驱动我们不断突破技术边界,打造真正值得信赖的豪华新能源汽车。”极氪相关负责人表示。

本报记者 王增益

## 极氪全新SUV定名为极氪8X

1月5日,记者从极氪品牌官方了解到,旗下全新中大型SUV正式定名为极氪8X,并定义极氪9X为超豪华旗舰,极氪8X为高性能旗舰。同时,按照主流市场9系与8系车型10万元左右的定价差距,参考极氪9X市场表现,预计极氪8X的顶配版本将接近50万元。如果按照极氪9X成交均价53.8万元估算,极氪8X的成交均价将达43万元以上。

外观方面,从此次官方发布的路试谍照来看,该车预计沿用了极氪9X的直瀑式格栅和矩阵式大灯,让其整体形象有着不错的气场。同时,该车侧面轮廓呈现运动流线造型,并配备常规式车门把手,搭配亮黑色轮圈以及红色刹车卡钳,运动感得到很好地提升。

尾部方面,其宽体轮拱凸显性能张力,尾灯采用一横一断的“乾坤”造型,有着不错的视觉辨识度。同时,极氪9X的三电机兆瓦电驱、6C超快充大电池、浩瀚AI数字底盘、48伏主动稳定杆等配置,也有望在极氪8X上搭载。参考极氪9X,其配备2.0T插混系统,三电机兆瓦电驱综合功率高达1030千瓦。

本报记者 王增益

## 比亚迪问鼎全球纯电销量冠军

2025年,全球电动汽车市场的竞争格局迎来一个标志性节点。长期在新能源汽车总销量上保持第一的比亚迪,其纯电动车型年销量首次超越特斯拉,成为全球新的纯电销量冠军。

最新数据显示,比亚迪2025年全年新能源汽车总销量达到460.2万辆,继续巩固其全球最大新能源汽车车企的地位。其中,纯电动车型销量约为225.7万辆,同比增长27.86%。相比之下,特斯拉2025年全球交付量为163.6万辆,同比出现8.6%的下滑。这一数据变化意味着,比亚迪仅在纯电动汽车这一领域,便冕全球电动车新王,也实现了对特斯拉的超越。

海外市场成为比亚迪销量增长的关键。2025年,比亚迪海外销量实现跨越式增长,首次突破100万辆大关,显示出其品牌和产品在全球范围内的强劲吸引力。

此次超越不仅体现在年度总销量上。市场数据显示,在2025年的四个季度中,比亚迪的全球纯电销量均持续领先于特斯拉,这已是其连续第五个季度实现季度销量超越。这一趋势表明,比亚迪的领先地位并非偶然,而是其综合竞争力持续释放的结果。

截至目前,比亚迪新能源汽车的业务已遍布全球六大洲、119个国家和地区。在欧洲、南美、亚太等多个重要市场,比亚迪已成为当地新能源汽车消费者的主流选择之一。

行业分析认为,比亚迪在纯电销量上实现对特斯拉的超越,标志着全球电动汽车产业进入了一个新的阶段。以比亚迪为代表的中国汽车品牌,正凭借在电动化、智能化方面的技术、产品矩阵及供应链管理等方面形成的体系化优势,在全球市场中扮演越来越重要的角色,并持续推动着全球汽车产业向新能源转型的进程。

本报记者 孙侠

## 新款小鹏P7+与G7将上市

记者从官方渠道获悉,新款小鹏P7+和小鹏G7将于1月8日正式上市。

新款小鹏P7+拥有104项体验更新升级以及36%一级总成件焕新,前脸换装了家族式的一体式星翼贯穿灯带,并配备双段式AGS主动格栅,车身颜色还新增星镜蓝。车身尺寸长宽高分别为5071/1937/1512mm,轴距3000mm。

内饰方面,新车将会增加柔光紫和晨雾蓝两种全新配色,其他升级还有8.8英寸仪表+29英寸HUD抬头显示、隐藏式空调出风口、256色星瀑式氛围灯、仿麂皮无线充电面板、Micro Fiber超纤绒顶棚以及电子密码手套箱等。

动力方面,增程版车型搭载1.5T增程器最大功率为110kW,驱动电机最大功率为180kW,磷酸铁锂电池容量为49.2kWh,CLTC纯电续航里程430km,综合续航1550km;纯电动版车型续航里程为725km。

小鹏G7增程版整体升级与新款小鹏P7+基本保持一致,并且还会提供副驾零重力座椅以及后排小桌板等等。动力方面同样搭载1.5T发动机作为增程器,电机最大功率218kW,并将采用全域800V高压平台架构+5C超充大电池,电池容量55.8kWh,纯电续航430km,综合续航可达1704km。

本报记者 王增益

## smart精灵#1马年开运版开售

日前,记者从官方渠道获悉,smart精灵#1马年开运版正式上市,新车售价13.99万元起,限量发售1000台。购买新车可享专属“好运顶”、免费充电桩及基础安装服务、置换及复购积分赠送、0首付及低利率等多重福利。此外,官方预告将会在2026年正式推出smart精灵#2和smart精灵#6两款新车。

新车最主要变化是提供“好运顶”专属车贴,其以新年配色、鎏金马纹、招财旺福纹样为灵感,并提供多种配色选择,营造双色车身视觉效果同时也提供喜庆氛围。

对比另外两款新车,smart精灵#2是一款纯电双座小型车,其基于其全新ECA架构打造,将会采用双门双座布局、后轮驱动,预计会搭载容量为30kWh左右的电池组。smart精灵#6定位中型轿车,其长宽高分别为4906/1922/1508mm,轴距为2926mm。动力采用插电混动系统,提供1.5T涡轮增压发动机,最大功率为120kW,电池容量分别为20kWh和41.46kWh,对应纯电续航里程分别为110公里和234公里。

本报记者 王增益

## 浙江民泰商业银行股份有限公司杭州滨江小微企业专营支行与李登债权转让通知暨债务催收联合公告

根据相关法律规定,以及浙江民泰商业银行股份有限公司杭州滨江小微企业专营支行与李登签署的《债权转让合同》(合同编号:ZIR0519202501,签署日期2025年12月27日),浙江民泰商业银行股份有限公司杭州滨江小微企业专营支行特此将下表所列杭州阿贝力机械科技有限公司债权资产及相关权益转让的事实通知与该等债权及相关权益有关的借款人、物权担保人和/or或保证人、法院判决与裁定确定的责任人及其他相关当事人及其各自的承继人(“以下称义务人”)。

浙江民泰商业银行股份有限公司杭州滨江小微企业专营支行作为该等债权及相关权益的出让方,李登作为该等债权及相关权益的受让人,现公告要求各“义务人”立即向李登履行相应合同约定的或法院判决与裁定确定的全部义务(若借款人、担保人因各种原因更名、改制、吊销营业执照或者丧失民事主体资格,请相关承债主体、清算主体代为履行义务或者承担清算责任)。特此公告!

浙江民泰商业银行股份有限公司杭州滨江小微企业专营支行 联系电话:(朱女士)0571-88139357 李登 联系电话:18758136688 浙江民泰商业银行股份有限公司杭州小微企

## &lt;h2