



# 合资车企分化加剧 本土化与智能化转型迎大考

## 日系三强2025年 在华销量走势出现分化

- 日产**  
累计销量约 **65.3** 万辆  
同比下降 **6.26%**
- 本田**  
销量 **64.53** 万辆  
同比下降 **24.28%**
- 丰田**  
销量超 **178** 万辆  
同比微增 **0.23%**



时报财经图库/供图

证券时报记者 梅双

过去的一年,合资车企在华发展的态势可谓“冰火两重天”。一些合资车企凭借深度本土化的电动产品实现逆势企稳,而部分犹豫不决的品牌则在市场份额下滑的压力下加速被边缘化。

合资车企的分化背后,不仅是客流的分野,更是各自战略转型决心和执行力的差异。近年来,面对销量颓势和本土自主品牌的“围剿”,主流合资车企早已从被动防守转为主动求变。针对中国市场,多家合资品牌宣布加码投资、推出专属平台、投放海量新车等计划。

受访人士对证券时报记者表示,2026年合资汽车市场表现将加速分化,头部企业或扎根中国,成功实现本土化和智能化转型,部分品牌可能面临战略性收缩。对于合资车企而言,中国不再只是销售市场,也是下一代技术的试验场。

## 合资品牌市场表现分化

从目前披露的销售数据来看,合资汽车品牌总体销量出现结构性调整,各品牌市场表现分化。

以日系车企为例,日系三强(丰田、本田、日产)近期公布了2025年在华销量数据,走势出现分化。日产中国连续7年销量下滑,2025年累计销量约65.3万辆,同比下降6.26%。本田2025年在华销量为64.53万辆,同比降幅达24.28%,连续5年走低。丰田汽车2025年在中国市场销量超过178万辆,同比微增0.23%。

韩系车企北京现代则呈现出触底反弹的态势,2025年全年销量为21万辆,同比增长14.8%,其中2025年下半年销量同比增长58%,国内销量连续6个月正增长。另一家韩系品牌悦达起亚2025年在中国累计销售25.4万辆,同比增长2.3%。

黄河科技学院客座教授张翔对记者表示,在新能源汽车渗透率日渐增长的背景下,合资车企也在顺应行业发展潮流,适应中国市场,取得了一系列的成绩。通过合适的技术路线选择,以及本土化研发的深入推进,合资车企正在重新定义自己在中国市场的角色和价值。

几家欢喜几家愁。在尾部阵营,部分日系、韩系及美系品牌的销量数据已亮起红灯。个别合资品牌年销量跌破10万辆大关,部分车型同比下滑超过30%,还有的品牌经销商网络出现区域性收缩。更严峻的是,有些品牌的电动车

型几乎失去了市场声量,部分车型月销量长期维持在三位数水平。

“部分合资车企销量大幅下滑,并非偶然的周期波动,而是旧有商业模式与新市场规律的激烈碰撞。”在汽车行业分析师吴坤看来,部分合资品牌长期依赖燃油车时代积累的品牌光环,仍在以“油改电”车型应对市场变化,转型乏力。这些产品在空间利用率、能耗控制和智能化方面均存在不足,自然会面临消费者的流失。

## 本土化战略兑现期将至

如何在电动化、智能化发展相对滞后的局面下实现突破,是合资品牌的必答题。实际上,部分合资车企在数年前便启动了专属电动平台研发,逐步进入产品迭代和成本优化周期。

“本土化主要体现在研发设计、供应链与生产本土化等方面。”一位合资汽车品牌人士告诉记者,合资品牌在中国设立研发中心,针对中国市场开发专属车型已是常规操作。为了深入中国市场,部分品牌会大量采用本土供应商,降低成本的同时也能提升响应速度。在营销与服务体系上,也会尽可能融合本土数字化生态,强化社交媒体营销。

面对销量压力,合资品牌的破局之道首先在于“平衡”与“放权”,不放弃燃油车基本盘,有针对性地布局新能源以寻找增量。多家合资品牌实施“中国首席工程师(RCE)”机制,将车型开发权移交给中国团队。

以丰田为例,公司将中国专属车型的开发决策权移交本土团队,在供应链层面与中国企业深度合作。另外,广汽丰田表示,2026年将扩大“中国首席工程师(RCE)”的覆盖范围。在铂智3X、铂智7之后,广汽丰田这一体系进化模式还将应用在全新换代或改款的全球车型上。

转型仍在深化,合资品牌在智能化上也准备“换道超车”。与本土科技公司合作是一条加速智能化的路径。例如,大众联手小鹏开发下一代电动平台。另外,合资品牌智能化落地的节奏与针对性也在持续提升。新车发布时,智能座舱与驾驶辅助系统成为核心卖点。大尺寸联屏、本地化应用生态、流利的自然语音交互,已成为许多合资新车的标配。

“随着新车型的逐步落地与核心智能技术的装车应用,合资品牌的战略转型也将迎来检验。”合资汽车品牌相关人士对记者表示,兑现期的到来,意味着市场竞争将从“战略宣示”转向“实绩比拼”,若产品力和体验能说服市场,合资品牌有望重获增长动能;反之,若兑现不及预

期,战略转型的窗口期或加速关闭。

## 转型仍有多重关卡

值得关注的是,合资汽车品牌的转型征程绝非坦途,仍面临多重关卡。

“市场表现方面,合资车企正在承受着市场份额与传播声量的双降压力。”有业内人士坦言,合资车企在新能源市场的存在感依然薄弱,且增长缓慢。最直接的来自本土自主品牌,当下自主品牌靠着新能源和智能化的先发优势,不断抢占市场份额,从配置到性价比,都让合资品牌不敢掉以轻心。

转型的深层阻力则源于较为厚重的“历史包袱”。吴坤称,在消费者心智中,合资品牌的传统优势标签是“可靠”、“耐用”与“保值”,而在智能电动车时代受追捧的标签则是“科技”、“智能”与“体验”。要想刷新消费者对合资品牌的认知,不仅需要技术层面与时俱进,更需要从品牌语言、营销方式到用户关系的全面革新。

另外,还有市场人士指出,合资品牌转型的压力正沿着供应链向上传导,当主机厂开发周期不断压缩,如果供应商的决策流程仍按旧节奏,即使价格达标也会被换掉。在合资转型的背后,外资汽车供应链体系也面临着“系统速度”不匹配的考验。

站在2026年的新起点,合资车企按下“反攻”的快进键,本土化与智能化转型纵深推进。多位受访人士向记者表示,预计未来合资车企市场分化将加剧,头部阵营将继续扩大本土研发投入,特别是在软件定义汽车和智能驾驶领域;中部阵营将做出更果敢的战略取舍,可能会收缩部分产品线,聚焦核心细分市场;而尾部阵营的生存空间可能会进一步压缩,或将出现战略重组甚至退出市场的局面。

证券时报·人民智行研究院出品

# 金价强势 黄金上市公司业绩纷纷预喜

证券时报记者 赵黎灼

受金价强势带动,黄金上市公司业绩纷纷预喜。山东黄金1月30日晚间披露的业绩预告显示,经初步测算,公司预计2025年度实现归母净利润为46亿元至49亿元,同比增长56%到66%;扣非净利润为48亿元至51亿元,同比增长60%到71%。

山东黄金表示,去年公司统筹优化生产布局,实现生产效率与资源利用、项目建设协同提升,同时叠加黄金价格上行因素,利润同比增加。同时,公司抓住金价高企有利时机,加大井巷开拓工程等生产性投入,持续强化矿山深部及周边探矿,科学提升在建矿山建设进度;合理调整矿山品位,充分利用低品位矿石资源;推进矿山采掘外委施工逐步转为自营,加大智能化投入,建强产业工人队伍,提升安全水平。

山东黄金主要业务为黄金及有色金属的勘查、开采、选冶、销售和黄金矿山专用设备的生产和销售,主要产品包括标准金锭、投资金条、合质金和银锭等。

同业上市公司2025年业绩表现也同样亮眼。据西部黄金此前公告,经财务部门初步测算,预计2025年度实现归母净利润4.25亿元到4.9亿元,与上年同期(追溯调整后)相比,将增加1.71亿元到2.36亿元,同比增长67.58%到93.21%。

同时,该公司预计2025年度实现扣非净利润5.05亿元到5.95亿元,与上年同期(追溯调整后)相比,将增加2.09亿元到2.99亿元,同比增长70.61%到101.01%。

西部黄金表示,公司2025年度实现归母净利润以及扣非净利润较上年同期增长的主要原因为,自有矿山生产的黄金产品销量较上年同期增加,销售价格较上年同期上升。

四川黄金2025年业绩预告显示,预计实现归母净利润4.2亿元至4.8亿元,比上年同期增长69.23%至93.4%;预计实现扣非净利润4.26亿元至4.86亿元,比上年同期增长76.91%至101.83%。2025年度,公司保持稳健经营,归属于上市公司股东的净利润同比上升主要系金精矿销售量同比有所增加以及黄金价格上涨所致。

# 寒武纪预计去年 净利18.5亿元至21.5亿元

证券时报记者 严翠

1月30日晚,寒武纪(688256)发布业绩预告,预计公司2025年实现归母净利润18.5亿元—21.5亿元,同比扭亏为盈。2024年度,寒武纪亏损4.523亿元,营收11.74亿元。

对于业绩变动,寒武纪表示,公司始终深耕人工智能芯片产品的研发与技术创新领域。报告期内,受益于人工智能行业算力需求的持续攀升,公司凭借产品的优异竞争力持续拓展市场,积极推动人工智能应用场景落地,本期营业收入较上年同期大幅增长,进而带动公司整体经营业绩提升,净利润实现扭亏为盈。

寒武纪是智能芯片领域全球知名的新兴公司,成立于2016年,2020年登陆科创板,主营应用于各类云服务器、边缘计算设备、终端设备中人工智能核心芯片的研发、设计和销售,目前其主要产品线包括云端产品线、边缘产品线、IP授权及软件。

寒武纪2025年业绩大增早有预兆。

2025年前三季度,寒武纪营收46.07亿元,同比增长2386.38%,净利润16.05亿元,同比增长321.49%。

寒武纪在2025年半年报中表示,2025年上半年,人工智能算力需求持续增长,公司凭借人工智能芯片产品的核心优势,持续深化与大模型、互联网等前沿领域头部企业的技术合作。报告期内,依托于公司在人工智能芯片产品、基础系统软件平台取得的长足进步,公司产品持续在运营商、金融、互联网等多个重点行业规模化部署并通过了客户严苛环境的验证。

据了解,寒武纪高度重视研发投入。2025年上半年,寒武纪研发投入4.56亿元,截至2025年6月底,寒武纪拥有792人的研发团队,占员工总人数的77.95%。80.18%的研发人员拥有硕士及以上学历,研发团队结构合理、技能全面,有力支撑了公司的技术创新和产品研发。截至2025年6月底,寒武纪累计申请的专利为2774项,累计已获授权的专利为1599项。

# 华熙生物2025年 净利预增54.93%至83.63%

证券时报记者 黄翔

1月30日晚,华熙生物(688363)发布2025年度业绩预告公告,预计实现净利润2.7亿元至3.2亿元,同比增长54.93%至83.63%;扣非净利润1.67亿元至2.17亿元,同比增长55.68%至102.29%,主营业务盈利改善态势显著。

华熙生物表示,2025年业绩增长的核心驱动力来自战略转型与经营效率优化,公司以“敏捷经营、增长增效”为核心,通过组织架构调整、业务结构优化及成本管控等多重举措,实现了从“规模扩张”向“质量增长”的转型。

组织层面,公司整合职能重叠部门,优化层级设置,推动组织扁平化、敏捷化升级,提升决策效率,有效降低运营成本。2025年管理费用同比下降超过10%,成本与费用端的有效管控为利润增长提供了基础支撑。

业务层面,公司坚持专业化聚焦发展方向,持续优化业务结构和资源配置。同时,公司通过加强供应链协同管理、推进库存结构优化,将更多资源投入到具备长期竞争优势的核心领域。2025年销售费用同比下降超过30%,在收入承压的背景下实现盈利能力持续改善。

研发与科技创新方面,华熙生物围绕糖生物学和细胞生物学两大基础学科方

向,持续深化对细胞外基质(ECM)调控机制、衰老干预与组织再生等前沿方向的系统性研究,加强基础研究与应用研究协同推进。公司依托合成生物学研发体系和中试转化平台,不断提升生物活性物及再生材料的产业化能力,加快科研成果向产品和解决方案转化进程。围绕衰老干预、组织再生及功能性材料等重点方向,公司持续推进原创性技术布局与产品转化,为中长期业务发展夯实科技基础。

此外,在AI应用层面,公司继续强化AI技术与业务深度融合,优化业务流程与数据治理,提升了生产、供应链、管理等全链路的运营效率,有望进一步推动经营质量的提升。

2025年,医美行业处于深度调整期,市场竞争格局呈现结构性变化。作为行业核心赛道的医美领域,受消费复苏不及预期、市场竞争加剧等因素影响,整体增速放缓。业内人士分析,2025年,医美终端消费呈现“理性化”趋势,消费者对产品安全性、合规性及性价比的关注度提升,单纯依赖流量营销的增长模式逐渐失效,倒逼企业转向技术创新与产品升级。同时,护肤品、食品饮料等功能性应用领域成为行业新的增长探索方向,但市场教育周期较长,短期内难以形成规模效应。供应链层面,产品同质化竞争加剧,价格战导致部分中小企业利润空间被压缩,行业集中度有提升趋势。

# 万华化学拟190.86亿元增资子公司

证券时报记者 黄翔

1月30日晚间,万华化学(600309)发布公告称,公司拟以自有资金及自筹资金对全资子公司万华化学集团(烟台)烯烃有限公司(下称“万华烯烃公司”)进行增资,增资总额合计190.86亿元。

万华化学表示,随着公司碳二产业快速发展,产业规模不断增大,为提升公司碳二产业资产的运营管控效率,万华化学拟将所持120万吨乙烯一体化相关资产计145.86亿元,以及持有的全资子公司万华烯烃公司45亿元债权共计190.86亿元增资至万华烯烃公司。此举实现万华化学碳二产业在同一法人主体万华烯烃公司集中运营管控,进一步提升公司碳二产业的竞争力,本次增资中10亿元计入注册资本,180.86亿

元计入资本公积。

增资后,万华烯烃公司注册资本将由30亿元增加至40亿元,仍然为万华化学的全资子公司。目前万华化学持有的碳二产业资产为一套120万吨年以乙烷+石脑油为原料的乙烯装置及配套的LDPE装置等相关资产,万华烯烃公司持有的资产为一套120万吨年以乙烷为原料的乙烯装置及下游PO/SM装置、HDPE装置、LLDPE装置、PVC装置等相关资产。

当前,万华化学已构建起“聚氨酯+石化+新材料”三大核心板块协同发展的全产业链布局,形成多业务支撑的稳健发展格局。其中,聚氨酯业务是公司的核心优势领域,石化业务作为营收第一大板块,重点布局碳二产业链,通过120万吨乙烯一体化等项目实现原料多元化供应,不仅降低对进口原料的依赖,更能为下游新材料业

务提供核心原料保障。

新兴材料业务是公司打造第二增长曲线的关键,当前已重点布局磷酸铁锂、PVDF等新能源材料,以及香兰素、绿色添加剂等精细化学品,同时推进POE等高端烯烃材料研发,对接新能源、光伏等新兴领域需求,2025年相关项目投资持续加码,产能逐步释放。

相关研报指出,2025年化工行业逐步走出周期低谷,迎来结构性复苏。供给端,国内环保政策持续收紧,落后产能加速出清,新增项目审批趋严,叠加欧洲、日韩部分低效产能逐步退出,行业供需格局趋于平衡;需求端呈现新旧动能转换态势,新能源汽车、光伏、储能等新兴领域带动碳酸锂、EVA胶膜等化工材料需求大增,传统农化、制冷剂领域需求也稳步复苏,多重因素推动行业盈利水平整体改善。



e公司  
egsea.com  
上市公司资讯第一平台