

一年少卖26万辆 BBA中国市场销量齐降

电动化转型滞后暴露BBA无爆款短板

作为三大德国豪华汽车品牌,BBA(奔驰、宝马、奥迪)长期占据全球豪华车市场的主导地位,然而当前却集体陷入颓势。

近日,BBA发布数据显示,2025年,宝马集团全球销量为246.37万辆,同比微增0.5%;梅赛德斯-奔驰集团全球销量为216万辆,同比下降10%;奥迪全球销量为162.36万辆,同比下降2.9%。

在中国市场,宝马2025年销量为62.55万辆,同比下滑12.5%;奔驰销量为57.5万辆,同比下滑19.5%;奥迪销量为61.75万辆,同比下滑5%。

记者发现,综合来看,同2024年相比,2025年BBA在中国市场销量降幅合计接近26万辆。有业内人士表示,2025年中国新能源汽车渗透率已超过50%,市场格局剧变。自主品牌正持续抢夺30万元至50万元这一BBA的传统优势价格区间。这直接露出BBA电动化转型相对滞后的“短板”,而且目前尚无爆款车型。



奔驰中国市场销量降19%

近日,梅赛德斯-奔驰集团公布2025年全年销量数据,梅赛德斯-奔驰集团全年销量为216万辆,同比下滑10%,其中纯电动车销量19.73万辆,同比下滑4%;梅赛德斯-奔驰汽车全年销量180.08万辆,同比下滑9%,其中纯电动车销量16.88万辆,同比下滑9%;梅赛德斯-奔驰面包车全年销量35.91万辆,同比下滑11%,其中纯电动车销量2.85万辆,同比增长46%。

具体市场来看,梅赛德斯-奔驰汽车在欧洲销量为63.46万辆,同比下滑1%,其中德国销量为21.32万辆,与同期持平;北美洲市场销量为32.06万辆,同比下滑12%,其中美国销量为28.46万辆,同比下滑12%;亚洲市场销量为74.70万辆,同比下滑16%。

从数据来看,中国仍然是奔驰全球最大单一市场,占全球总销量31%,但中国也是梅赛德斯-奔驰汽车下滑幅度最大的市场,这是梅赛德斯-奔驰汽车全年销量下滑的主要原因。

2025年,奔驰中国市场销量同比下滑19%,全年交付57.5万辆。有分析称,其核心症结在于未能适配中国豪华车市场“电动化+智能化”的结构性变革。

奔驰EQE SUV是梅赛德斯-奔驰于2022年10月推出的纯电动中型SUV,其2025年挂牌销量仅有4432辆,较上年同期7321辆下降超过39%,但这已是其销量最好的一款车型。

“奔驰早期推出的EQ系列电动车型多为‘油改电’产品,导致产品体验不佳,市场认可度低。后续

推出的EQ系列产品定位不够清晰,加剧了市场认知的混乱。”一位汽车行业人士表示,奔驰在新能源领域的布局相对滞后,产品更新换代速度较慢,难以跟上中国市场的快速变化。

奥迪称将持续推进电动化进程

1月15日,中国第一汽车集团有限公司宣布,合资豪华汽车品牌一汽奥迪迎来第1000万用户里程碑时刻,这也标志着一汽奥迪成为在华首个达到这一目标的合资豪华汽车品牌。

然而,这并不能掩盖奥迪在全球和中国市场的颓势。

近日,奥迪公布数据显示,2025年向全球客户交付了162.36万辆汽车,较上年同期下降2.9%。

从区域市场来看,奥迪在德国市场销量达20.62万辆,同比增长4%;北美市场销量为20.21万辆,同比下降12.2%;中国市场销量为61.75万辆,同比下降5%;欧洲(不含德国)市场销量为46.4万辆,同比下降0.5%;海外及新兴市场销量为13.36万辆,同比增长5.5%。

由此来看,中国市场依然是奥迪最大的单一市场,而且时隔7年再度重返豪华车市场销量榜首。

奥迪介绍,公司在中国市场依靠PPC和PPE两大平台,夯实燃油车型根基的同时,加速拓展纯电动车产品矩阵。

“中国是奥迪未来发展的关键驱动力。”奥迪全球CEO高德诺表示,凭借双品牌战略及大规模产品布局,奥迪将持续推进电动化进程。

值得注意的是,奥迪Q6L e-tron是奥迪基于PPE纯电平台打造的首款国产豪华中型SUV,由奥迪一汽新能源长春工厂生产,定位纯电动车型。

数据显示,奥迪Q6L e-tron2025年挂牌销量仅3201辆,但这已是其纯电动车型中的佼佼者。

尽管如此,奥迪中国总裁罗英瀚依然表示:“2025年是目标明晰、执行坚定的关键之年,整体表现符合预期。我们的核心燃油车业务根基坚实。更重要的是,我们加速焕新纯电产品阵容,深化本土合作,并将战略布局高效转化为切实成果。”

前述行业人士表示,奥迪在新能源领域的技术储备不足,缺乏独特性,这导致消费者在购买电动车时,更倾向于选择具有鲜明技术特色的本土品牌。

宝马计划在中国推20款新车型

近日,宝马集团公布2025年销量数据,全球总交付量达到246.37万辆,同比微增0.5%,成为BBA中唯一销量正增长的车企。

分品牌来看,2025年BMW品牌全球交付216.98万辆,同比下降1.4%;MINI品牌交付28.83万辆,同比增长17.7%;劳斯莱斯品牌交付5664辆,同比下降0.8%;BMW Motorrad共售出20.26万辆摩托车和踏板车,同比下降3.7%。

2025年,宝马集团的电动汽车(纯电与插电)交付了64.21万辆,同比增长8.3%,占宝马集团总销量的26%;纯电车型交付了44.21万辆,同比增长3.6%,占总销量的18%。

分区域来看,2025年,宝马集团在欧洲市场的销量为101.64万辆,同比增长7.3%,重新成为宝马第一大区域市场。在美洲市场,宝马集团2025年的销量为50.82万辆,同比增长5.7%;亚洲市场的销量为87.16万辆,同比下降9.3%,是唯一下滑的市场。

亚洲市场的销量下滑,主要受中国市场影响。2025年,宝马集团在中国市场的销量为62.55万辆,同比下降12.5%,第四季度降幅达15.9%。

宝马i3是宝马集团旗下MegaCity车型,隶属于2011年创立的第四子品牌“宝马i”系列,定位小型纯电动汽车。

2025年,宝马i3在中国市场挂牌销量达2.34万辆,这已是顶级水平,但与比亚迪、零跑汽车等热门车型相比差距巨大。

据了解,2026年,宝马计划在中国市场推出约20款新车型。其中,首款国产新世代车型——长轴距版新世代BMW iX3计划于2026年上半年全球首发,下半年正式上市,目前新车正密集测试,其技术集群未来将应用于全系车型。

记者发现,综合来看,同2024年相比,2025年BBA在中国市场销量降幅合计接近26万辆。

2025年中国新能源汽车渗透率已超过50%,市场格局剧变。以比亚迪、蔚来、问界为代表的自主品牌,正凭借更强的产品力,持续抢夺30万元至50万元这一BBA的传统优势价格区间。这直接露出BBA电动化转型相对滞后的“短板”,而且目前尚无爆款车型。

据《长江商报》作者:黄聪

国产美妆品牌资本市场交锋

回望2025年,香港交易所的锣声为国产美妆品牌一次次敲响。

林清轩、自然堂、珀莱雅等国产美妆品牌不约而同地将目光投向港股。据媒体不完全统计,2025年至今已有超过41家美妆相关企业冲刺IPO,覆盖原料商、包材商、品牌商、运营商等产业链上下游。

这场集体奔赴,映射了中国美妆行业寻求破局与跃升的渴望。但正如林清轩创始人孙来春所说,“在港交所上市,是林清轩正式开启多品牌化、全球化布局,踏上做强做大的全新里程。”

上市仅是登陆资本市场的新起点,在上市之后,以及上市之外,仍有资本暗涌。如“国货彩妆第一股”毛戈平的股价,从2025年6月4日高点130.6港元/股一路下跌至2026年1月16日86.6港元/股,跌幅超过30%。

冷暖分化

抢在2026年到来之前,2025年12月30日,上海林清轩化妆品集团股份有限公司正式在香港交易所主板挂牌上市,拿下“国货高端护肤第一股”的光环,收获资本热捧。上市首日,其发行价定为77.77港元/股,开盘即报85港元,较发行价上涨9.3%,市值一举突破118亿港元。

然而,并非所有上市企业都享受着同样的温暖。作为A股昔日的“20倍大白马”,珀莱雅在宣布拟发行H股赴港上市的同时,其A股股价正经历深度回调。

自2023年高点以来,珀莱雅股价波动明显,市场担忧的核心在于增长“失速”。2025年上半年,珀莱雅营收同比增速放缓至7.21%,创下自2017年A股上市以来的新低,其中贡献近八成营收的主品牌甚至出现了近五年来的首次微幅负增长。

同样已在A股上市的丸美生物,其股价在2025年的表现也明显跑输港股同行,年内仅累涨4.66%。公司在2025年遭遇了“增收不增利”的困境,前9个月净利润同比增速骤降至2.13%,高昂的销售费用侵蚀了利润,且赴港上市前的大额分红也引来一些质疑。

而前几年备受市场追捧的“成分党”代表和科技护肤龙头则在2025年普遍面临压力:贝泰妮股价下跌5.96%,华熙生物股价下跌14.24%,敷尔佳股价下跌14.88%。这在一定程度上可能意味着,市场对单纯依赖大单品和营销驱动的增长可持续性,以及相关公司的高估值进行了重新审视与回调。

与此同时,新一轮的上市浪潮接踵而至。2025年3月,国货护肤品牌谷雨启动A股上市辅导;5月,国货高端护肤品牌林清轩向港交所递交招股书;6月,植物医生向深交所主板递交IPO申请,同月,颖通控股登陆港股,斩获“中国香水第一股”桂冠;9月,自然堂全球控股有限公司向港交所递交

招股书。但是,这仅仅是开始,对于资本市场来说,美妆品牌需要找到自己的价值点。

出海野心

在这股上市热潮中,港股成为优势选项。在多家美妆品牌叙事中,“国际化”“出海”都被置于战略蓝图的核心位置。赴港上市本身,就被普遍解读为搭建国际资本平台、提升全球品牌声望的关键一步。

珀莱雅明确表示,发行H股旨在“加快公司的国际化战略和海外业务发展”。自然堂也在招股书中将“建立国际品牌知名度”列为核心目标。毛戈平近日发布公告称,公司与私募股权投资机构路威凯腾签订了战略合作框架协议,双方在全球市场扩张、收购及战略投资、资本结构进一步优化、人才引进与治理方面达成了战略合作意向。

值得一提的是,2025年9月,珀莱雅独家投资了彩妆品牌花知晓,后者是较早出海的国货品牌之一,珀莱雅看中了花知晓的海外运营经验,旨在为集团全球化布局探路。此外,珀莱雅董事长侯军呈也明确表示,公司考虑通过巴黎分公司进行并购,以填补在婴童、香水、男士护肤等高增长细分市场空白。

不过,整体来说,国货美妆全球化征程仍处于探索阶段。林清轩的招股书坦承,公司已通过亚马逊等跨境电商平台启动海外销售,但“该等活动的规模仍然有限”,来自海外电商的收入在报告期内

占总收入不足0.1%。

孙来春在上市后的首次公开媒体采访中表示:“现在是在北美亚马逊做了一些测试,卖100多美元一瓶,实际上销量不大,当地消费者反馈价格太贵。这是因为在当地市场没有品牌力支撑。我们还是从文化的同根同源上考虑,先在新加坡以及中国香港等地试水。”

珀莱雅虽高调宣布国际化战略,但公司从未在财报中详细披露境外销售数据,截至2024年,其海外业务收入占总收入的比重很低。丸美生物和自然堂的招股资料中,也未展示出成熟的海外业务板块和具体业绩。可以说,目前绝大多数国货美妆品牌的营收基本盘和增长引擎,仍牢牢植根于国内市场。

国货品牌出海面临的挑战是多维且复杂的,首要挑战是“内功”尚待夯实。许多品牌在国内的成功,很大程度上得益于成熟的线上流量运营、社交媒体营销以及与直播带货的深度绑定。

林清轩的情况就很典型。2022—2024年林清轩研发投入分别为2112万元、1975万元、3040万元,2025年上半年为1803万元,三年半累计研发投入合计不足1亿元。这种“重营销,轻研发”的失衡格局普遍存在,在强调品牌历史、科研底蕴和产品创新的国际市场中,尤其是欧美等成熟市场,竞争力可能大打折扣。

不过,国货美妆也通过投资或收购等方式,加速补强自身的业务能力及市场份额。2025年,珀莱雅成为医药企业桦冠生物的股东之一,进一步提升了其在医学领域的专业背书;贝泰妮则与北京中关村启航创投合作,投资了国内高端医美光电设备研发企业紫松医疗。同时,贝泰妮还与多家专业投资机构共同设立了金雨基金,专注于消费医疗、国民健康质量提升、药物研发、医疗器械等领域的投资。

孙来春更是表示:“我们也关注海外投资并购的机会,通过有当地文化适配性的海外品牌去开拓市场,坚持走品牌出海的道路。”

供稿:《21世纪经济报道》作者:易佳颖

公告

黑龙江宇林建筑工程有限公司:
请于2026年1月31日前,携带合同、已付款凭证等资料,前往青岛高新区投资开发集团有限公司,就青岛高新区科荟路(规划东3号线支线)道路及综合配套工程,办理截至2024年6月30日的对账、付款等相关事宜。逾期未办理的,将视为无此款项拖欠。
公告人:青岛高新区投资开发集团有限公司
联系方式:姜工 0532-55560318、55560317
时间:2026年1月21日

公告

山东兔耀网络科技有限公司:
本委已受理肖志明与山东兔耀网络科技有限公司劳动争议一案(青黄劳人仲案字[2025]第7487号)。因向你直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你公告送达《开庭通知书》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年3月16日9时30分开庭审理此案,地址为青岛市黄岛区长江中路359号202室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

青岛盛润美翔建筑工程有限公司、沈阳福瑞园林装饰工程有限公司:
本委依法受理王亮、薛云和、安超、韩昌胜、徐洪贵、韩名林、刘存存、金雷、邵守华、王德森、陈帅与你单位劳动争议一案(青黄劳人仲案字[2025]第24482号)。因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你单位公告(申请书副本)《应诉、开庭通知书》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年3月31日9时30分在本委仲裁庭(地址:青岛市西海岸新区水灵山路188号(原59号)市民服务中心7号楼206室,联系电话:0532-88186605)开庭审理此案,请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

青岛如是佳酿文化传播有限公司:
本委受理的葛文彤与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2025]第6732号仲裁裁决书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛市黄岛区双珠路1688号209-1室)领取仲裁裁决书,逾期不领取,即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

青岛人和机动车驾驶员培训有限公司:
本委受理的于宁宁、韩洪强与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2025]第8638、8845号仲裁裁决书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛市西海岸新区双珠路166号机关西部办公中心二号楼0309室)领取仲裁裁决书,逾期不领取,即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

京华世纪建设(北京)有限公司:
本委受理的张可、刘邦稼与你单位、西安秦之美建设工程有限公司农民工工资争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2025]第23034号仲裁裁决书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛市西海岸新区双珠路166号机关西部办公中心二号楼0215室)领取仲裁裁决书,逾期不领取,即视为送达。联系电话:0532-86138006。
特此公告
青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

青岛有住工程管理有限公司:
本委受理的薛世才、薛萍、法学政、薛淑英、任延礼、薛淑芹与你单位农民工工资争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2025]第20067号仲裁裁决书,请自本公告发布之日起30日内到本委(地址:青岛市西海岸新区双珠路166号机关西部办公中心2号楼0215室)领取仲裁裁决书,逾期不领取,即视为送达。联系电话:0532-86138006。
特此公告
青岛西海岸新区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

黄岛区日日东升水果销售店:
本委已受理李婷与黄岛区日日东升水果销售店劳动争议一案(青黄劳人仲案字[2025]第8536号)。因向你直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年3月3日9时30分开庭审理此案,地址为青岛市黄岛区长江中路359号202室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

平度市委成妍货物快递服务站:
本委已受理吕晨与你单位劳动争议一案(青黄劳人仲案字[2025]第11633号)。因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年3月12日9时30分开庭审理此案,地址为青岛市黄岛区长江中路359号213室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

青岛天勤建筑劳务有限公司:
申请人王庆斌与你单位劳动报酬等争议一案(青黄劳人仲案字[2024]第4806号),因向你单位直接、邮寄送达不成,现依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书》等法律文书,自公告之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年2月27日14时00分在本委仲裁庭公开开庭审理此案,届时不到庭,本委将缺席开庭(地址:青岛市黄岛区双珠路166号2号楼213室,联系电话:0532-86138005)。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日

公告

王德森、王亮:
本委已受理你与沈阳福瑞园林装饰工程有限公司、青岛盛润美翔建筑工程有限公司农民工工资纠纷一案(青黄劳人仲案字[2025]第24482号)。因向你直接、邮寄送达相关文书不成,故依法向你公告送达《受理、开庭通知书》等法律文书,自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年3月31日9时30分开庭审理此案,地址为青岛市西海岸新区水灵山路188号(原59号)市民服务中心7号楼206室。请准时到庭参加庭审,否则本委将依法缺席裁决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2026年1月21日