

市场特征一：先抑后扬

上半年价格战惨烈、量价齐跌；下半年政策刺激、量起价稳

量

先抑后扬

乘用车上险同比

上半年
-6.8%

VS

下半年
+11.3%

价

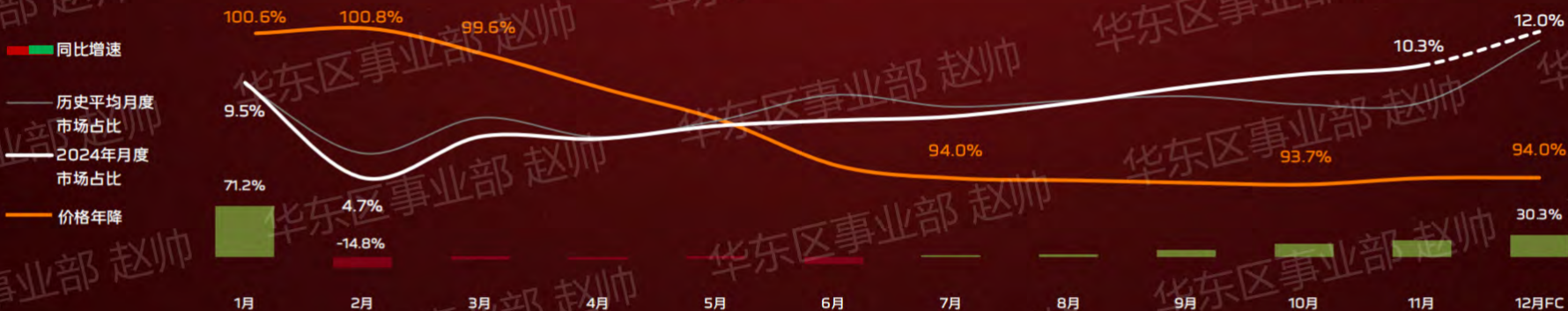
先跌后稳

行业年降幅度

上半年
-5.5%

VS

下半年
-0.5%



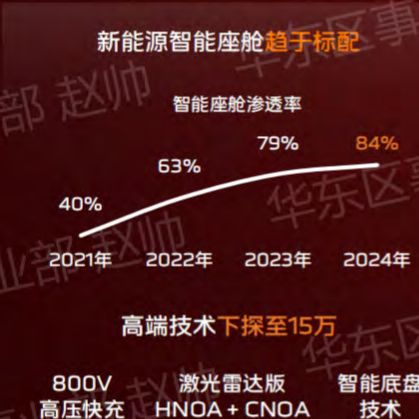
数据来源：中汽中心上险数、威尔森价格监测数据

市场特征二：卷中突破



8月起新能源渗透率突破50%，混动占新能源比重突破40%

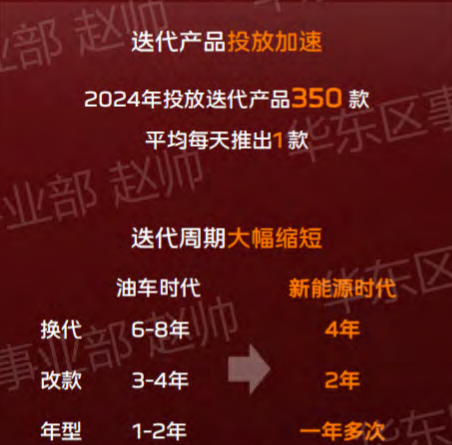
卷技术



卷产品



卷迭代



卷投入



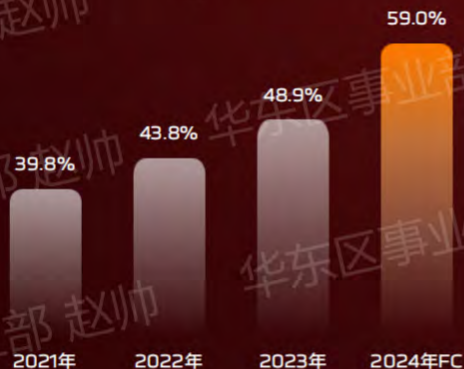
数据来源：汽车之家研究院、中汽中心上险数，威尔森终端支持监测数据，威尔森产品情报监测数据

市场特征三：自主崛起

自主品牌强势崛起，用户接受度显著提升

自主品牌占比大幅提升

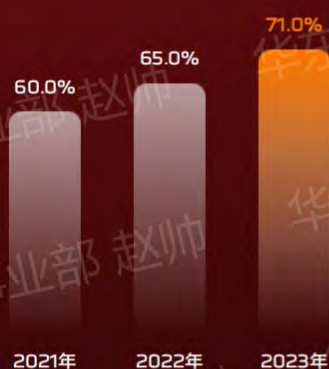
2021-2024年自主品牌市场份额



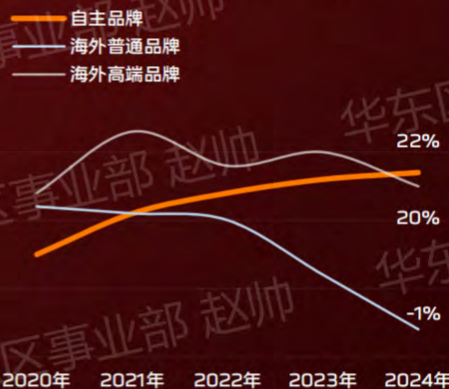
品牌增速排名



用户对自主品牌接受度变化



各品牌类别净推荐率走势



数据来源：中汽中心上险数，易车智驾研究院

不足及反思 | 新能源体系转型有待加速

转型决心不坚定

投资愿意不足，人员配置整体战力弱

新能源渠道招商节奏

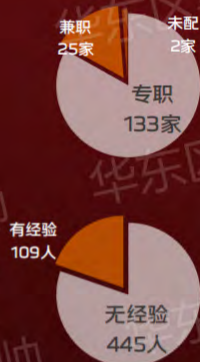
单位：家



人员配置待完善

17%门店
未配备
专职店长

80%销售顾问
无新能源经验



转型打法不适应

直连客户的三大核心能力动作慢、效能低

自建线索能力

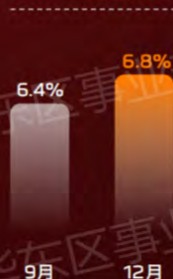
创新短视频参与度



接待留资能力

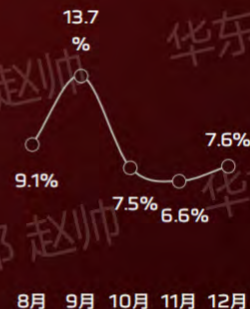
留资率

行业：10%



试驾成交能力

试驾大定率



2025年乘用车市场研判

2025年零售规模将超过2460万辆，是历史以来销量最好的年份

2016-2025市场容量预测

市场特征预测



新

新能源渗透率正式突破50%

2025年FC	55.5%
2024年FC	46.1%
增幅	+9.4pct

其中，混动增速45%，是纯电的4倍

换

增换购占比达65%

2025年FC	65.0%
2024年FC	50.3%
增幅	+14.7pct

数据来源：中汽中心上险数

2025年红旗品牌目标规划



混动纯电加速转型，销量目标必达50万辆

混动和纯电快速追赶燃油车份额，向70万辆级奋进

2025年目标必达

2025年整体目标 50万辆，同比+23%

燃油车

12月份额水平已达到2.7%

PHEV

0.3%

1.4%

BEV

1.3%

2.3%

品牌整体

1.7%

2.0%

2024年
份额实际

2025年 50万辆
份额目标

70万辆级份额基线
2.7%

国内C端 40.6万辆

国内B端 3.7万辆

海外销量 5.7万辆

C端
目标

必达
挑战

燃油车

PHEV

BEV

金葵花
(不含国悦)

21.3万辆

8.5万辆

10.7万辆

0.15万辆

25.9万辆

9.1万辆

10.7万辆

0.15万辆

达成
策略

稳定价格
夯实销量底盘

快速转型
实现销量跃迁

新品发力
助推销量翻番

品牌引领
占位顶级市场

目录



红旗品牌营销体系

品牌引领
以用户为中心

“第一翼”

PHEV车系

加速模式转型

“一基”

燃油车系

稳定销售规模

“第二翼”

BEV车系

重构营销链路

BEV车系

打造一个作战体系

重构一条销售链路

快建一批渠道触点

“第三翼”

金葵花车系 打造顶级品牌

产品启新

热点市场布局+产品竞争力提升+技术标签锐化



技术革新

研旗战略前瞻技术加速上车，不断厚积产品先发竞争优势

2024年-2025年

智能进化阶段

智能驾驶、智享座舱、智慧驾控

2026年-2027年

智能、绿色领先阶段

智能化、电池技术、底盘技术行业领先

未来

技术优势

灵犀座舱

司南智驾

舒适驾控

高效动力

灵犀座舱(E009)
多音区、全场景语音交互
海量应用，可见即可说
专属自定义场景联动

行业首发
同轴双焦面
AR-HUD

鸿蒙座舱(E009/P701)
极简交互/智慧语音/海量
应用/华为IOT互联互通

司南智驾(天工08)
高速&城市NOA高阶智驾
全国都好开，越开越好开
跨层记忆泊车体验行业领先

三目
立体视觉

可解释
端到端大模型

行业首发
L3

乾崮智驾(E702/P701)
零接管，零事故
代客泊车，自定义泊车

AI数字智能底盘(天工08)
多域融合感知 横纵垂一体
自适应驾驶员

十重电池
安全防护

智慧电驱
系统最高效率
96%

全主动悬架(E702/P701)
计算时间 $\leq 1\text{ms}$ 主动力精度 $\leq \pm 3\%$
响应时间 $\leq 10\text{ms}$

线控技术
(E702/P701)

行业首发
固态电池

矢量四电驱(P567)
矢量三电驱(P701)

重构营销链路

总部下场赋能终端，提升新能源营销体系作战能力和经营质量

打造一个作战体系
策略一体化、赋能一体化

产品作战 策略贯通，全局协同

区域作战 目标牵引，主动赋能

重构一条销售链路
厂商一体、数字孪生

用户 ONE ID



快建一批渠道触点
轻量化、活力化

全线发展 1~5 线城市全面发展

最大化复用 最小化改造，一址两用


活力提升 硬装修、软氛围同步提升


打造作战体系 | 产品作战



与伙伴共促策略精准，稳基盘、启新局、增效能、强作战

销量
目标

销量目标 5.9  10.7万辆

新能源渠道店月均效率 3.8  24辆

基盘车型：场景化开拓

启新车型：从单一产品向多元场景覆盖，产品间协同营销互促

精策略
提效能



E-QM5: 2.0万辆

网约场景夯实
出租市场开拓



EH7: 1.15万辆

年型切替 补齐产品力
智能化吸引用户



天工08: 1.47万辆

精准泛体制人群
锐化智能化标签



E009: 3.19万辆

智能化全面进阶，贴近主流用户群体
更大容量细分市场，更成熟上市节奏



E007: 2.83万辆

贴一线
促作战

共创于终端

伙伴共创：产品/量价/上市节奏/策略

演练于终端

接待用户：示范和校验策略/话术

问计于终端

客户之声：调整策略/强化产品

打造作战体系 | 产品作战



即将上市两款纯电新车型，产品矩阵更加丰满、竞争力大幅提升

产品
定位

E009
中型纯电轿车



E007
中型纯电SUV



技术
领先

新动体验

至高850km无忧续航
400V&900V高压平台
12-20min超快充

智能驾乘

无图纯视觉L2.9高阶智驾
首发双焦面AR-HUD
手势识别、DMS、OMS

国车品质

新标准“双五星”安全
多重电池安全防护体系
全链路质量溯源质保体系

潮派设计

新中式美学设计
三涂层珠光外饰颜色
Loft复式挑空空间感设计

豪华空间

科技麂皮面料+全软包内饰
一键舒躺副驾尊享座椅
无极配置随心选

上市
节奏

1月
CNY营销预热

3月
E009上市

5月
E007上市

打造作战体系 | 区域作战



专职化团队、专业化能力赋能伙伴，目标牵引、过程穿透提升伙伴战力

专职化团队

27人 ↗ 66人

总部

作战中心+渠道运营

联动
响应

支持
管控

区域

新能源副总监

区域经理 | 市场经理 | 策略经理

赋能
监督

厂商
一体

代理商

数智化运营

管理 → 到店到人 任务 → 千人千面

策略 → 迭代调优

销售全过程数字孪生

邀约 → 接待 → 试驾 → 交付

看 数字门店

荐 策略库

听 智能工牌

检 运营看板

诊断

人员 | 资源 | 管理

一体化赋能

政策导向 → 一体化赋能

总部
出策略 达店端

区域
抓过程 强赋能

代理商
用工具 自驱动

培训 统一培训 → 基础统一，实战个性

检核 秘采抽检 → 实时在线，认证结合

辅导 辅助评价 → 现场示范，过程指导

战力提升

自建线索战力

5 ↗ 10 批/日/店/车型

客流战力

2 ↗ 6 批/日/店/车型

转化战力

有效线索邀约到店率

12% ↗ 15%

有效线索
有效试驾率

15% ↗ 20%

试驾转化率

7% ↗ 10%

重构销售链路 | 专职人员



强化主动赋能、育成及淘汰机制，提升战力，锻造专业核心销售团队

2024：销售团队初建，专业岗位、专业能力战力不足

2025：店端主动投入，厂家主动赋能，强化能力提升

人员总体配备率100%，销售顾问略有缺口，新媒体专员配备不足



岗位强化
重点岗位配备专职

一季度全面配齐
销售顾问增加1-2人
新媒体人员增加1人
市场专员增加1人

战力提升
育成淘汰并存

认证通过率90%
分级认证
挂钩政策
荣誉激励

运营赋能
共性个性并重

常态化、个性化
新店启航：强基固流程
老店辅导：个性化提升
数据直采运营诊断

红旗伙伴：配齐销售一线岗位，配合厂家做好核心销售人员选用育留汰

说明：新媒体人员-商圈店增加主播，车圈和融合店增加新媒体运营专员；车圈和融合店增加市场专员

重构销售链路 | 专心邀约



洞察邀约Know-How，向门店复制，提升店端邀约水平

2024：厂家下场运营 洞察业务逻辑

2025：店端主动转型 构建数智运营能力

ONE ID能力初建

人群圈选→投放提效 保客圈选→挖掘

上线厂端任务中心

运营策略7类51项 | 实时监控指标41项

ONE ID串联标签体系

复制厂端数智运营能力

洞察邀约业务逻辑

积累8个场景话术 | 总结沟通技巧22项

建设AI能力

邀约支持模型5个 | 质检评级模型3个

线索智能分配

平均分配→高能多得

按店分配→按人分配

线索标签共享

陌生邀约→有谱跟进

本部输出→双向共享

业务能力积累

个人经验→体系策略

战后复盘→战前支持

AI能力共享

习惯话术→AI推荐

人工监听→智能质检

红旗伙伴：从标签能力应用、厂端能力复制、AI能力共建等维度构建店端数智化邀约运营能力

重构销售链路 | 专家接待



数字工具管控执行，基于用户推送“销冠”接待策略，提升接待效果与留资率

2024：销售流程数智化 指标直采解密接待黑盒

2025：建立厂-商共享接待策略库 复制“销冠”能力

销售流程数智化



接待数据直采

	接待率	留资率
红旗	56%	6.8%
行业	70%	10%

接待典型课题

- 展车摆放不规范
- 前台无人值守
- 顾问挑选客户
- 缺少主动讲解

“道”

“销冠”能力模型

- 个体经验 → 优秀案例汇集策略库
- 结果导向 → 能力模型挂钩奖励政策

“术”

数智监控执行落地

- 秘采检核 → 数智工具监控标准落地
- 周期整改 → 实时预警任务触发

“法”

AI推荐接待话术

- 挑客接待 → 标签共享识别意向
- 标准流程 → 个性化沟通技巧推荐

“器”

销售助手持续迭代

- 增加移动端应用
- 优化销售流程操作

红旗伙伴：关注接待技巧及人员能力提升，执行厂家标准，并反馈结果支撑策略优化

重构销售链路 | 专业试驾



优化试驾运营过程管理，提升试驾服务体验，促进试驾成交转化

2024：建立试驾管理标准，丰富上门试驾、深度试驾等体验

2025：数智化赋能试驾策略及执行检核，提升转化

	2024年H1	2024年H2	2025年目标
试驾邀约开口率	-	80%	100%
试驾率	60%	65%	70%
试驾转化率	4%	7%	10%
深度试驾次数	4.1次/月/台	4.3次/月/台	5次/月/台
深度试驾转化率	3.6%	4%	10%

试驾路线智能规划	固定路线 → 根据用户标签规划
试驾话术AI推荐	机械背诵 → AI提醒灵活应用 秘采抽检 → 智能检核开口率&转化效果
场景化体验	静态宣讲 → 场景化动态展示 4D智能座舱体验、动态模拟智驾体验...
订阅服务IP化	店头邀约 → 品牌IP集客工具 保有客户积分兑换、旅游城市短租推广...
订阅转化运营标准化	多场景长周期体验指引+客户体验报告+购车解决方案

红旗伙伴：由促销斩杀向客户体验、长效经营转变，讲好产品、做好试驾、维系好客户

重构销售链路 | 专享交付



专人专职，厂-区-店三级联动，夯实交付流程执行，提升交付效率、交付体验

2024：订单运营链路打通，建立交付标准流程

2025：专职交付人员，保障交付效率，提升交付体验

交付流程 初建	制定4步18项交付流程 交付全流程视频案例分享	交付效率 不断提升	平均交期	5月 32天	12月 7天	保障 交付 效率	强化交付职能	强化交付准备	强化订单跟进
	定制订单		38天	22天	增加交付岗位		车辆到店2日内完成	厂-区-店三级任务流转	
	现车订单		16天	3天	明确交付衔接及职责		整备、金融、衍生等交付准备	交付周期全链路管理	
全流程监管 订单交付	客户锁单-交付实时状态监控 订单流转及交付周期指标考核	交付体验 有待提升	交付手续复杂、办理时间长			提升 交付 体验	简化手续	提升仪式感	强化新车讲解
客户直评 交付满意度	五星评价30项体验标签 满意度与政策挂钩		交付流程标准执行不足				交付手续集约化	定制交车仪式	示范新车操作
			交付场景、礼品仪式感不强				合同表单简化	交车工具品牌货架	解决新手痛点
			新车智能讲解不够				签约办理线上化		强化智能触点

红旗伙伴：强化交付岗位配备，强化交付前准备，以交付满意促进服务营销及转介绍

快建渠道触点



强覆盖、重体验、最大化复用，快建一批活性高的渠道触点

全线发展

1-5 线城市全面发展

渠道数量目标：200 320 家

覆盖城市：114个 170个

目标市场容量覆盖：91% 95%

一二线城市平均店数：2.7 3.7家/城

三线以上全覆盖，四线重点全覆盖

城市级别	一线	二线	三线	四线
覆盖度	100%	100%	100%	60%以上

最大化复用

最小化改造，一址两用



一址两用，有效区隔，择优开展

销售区域有效区隔 经营管理有效区隔

展厅 面宽 ≥ 35m 面积 ≥ 700㎡	人员 配备达标 专人专岗
展位 节能车 ≥ 6 新能源 ≥ 8	经营 市场活动 试驾管理
跟随意愿强，择优开展：连续2个季度STD完成率 > 80%	

提升活力

硬装修、软氛围同步提升

硬装修

通过优化工艺、材质、颜色等方面

优化展厅为 **暖色调**

软氛围

工装优化，策划展厅氛围布置

增加产品场景化体验

品牌传播 | 氛围营造 | 助力销售

BEV车系 重构营销链路 | 小结



深度赋能，全面支持，产品布局日臻完善，转型经营可期

建设有支持

建店政策最优

可覆盖90%建店成本

运营有支持

人员三金计划

覆盖销售、交付、新媒体、市场全岗位

活动有支持

市场专项政策

基础支持+直短支持+一城一策

在销产品



阶段	2024年	4款车型全部进入正常销售期
年累销量/目标	20 台	286 台
GPIII	1.3 万/台	1.3 万/台
年累EBT (含建店支持)	17 万*	248 万
盈利面	70%	80%

*说明：2024年EBT测算含油电共进及新能源TOP店奖励