



# 吉利汽车2020年总销量132万辆

## 连续四年中国品牌乘用车销量第一,2021年销量目标153万辆

2020年吉利汽车累计销量1,320,217辆,市场占有率稳健增长。自2017年以来,吉利汽车已连续四年夺得中国品牌乘用车销量第一。2021年,吉利汽车将销量目标定为153万辆,同比增长16%,继续提高市场占有率,坚持高质量发展。

在新能源领域,几何A、几何C、帝豪EV、帝豪GSe等新能源及电气化产品,12月总销量为7,171辆,2020年总销量为68,142辆。海外出口方面,12月出口量同比增长超过两倍至11,905辆。

2020年,面对海外严峻的疫情形势,吉利汽车海外市场拓展提速,全年新增签约约旦、伊拉克、缅甸、以色列等4个市场,业务覆盖至24个国家,拥有海外销售和售后网点近400家。2020年,吉利汽车海外销量增长25%,近7.3万辆,吉利汽车在海外的品牌形象和影响力不断提升。

2020年,全球经济一体化受到巨大挑战,突如其来的新冠肺炎疫情给经济和社会生活带来重创,吉利于危机中育先机、于变局中开新局,加快数字化转型,以创新驱动发展,以科技创造未来。

### 基石产品发力 明星车型热销 吉利汽车稳健前行

2020年,帝豪轿车和博越家族继续保持强劲势头。帝豪轿车连续九年稳坐中国品牌轿车销量冠军,目前帝豪家族累计销量已突破300万辆。博越家族稳居SUV市场第一阵营。

“科技吉利4.0时代”代表车型星瑞上市第二个月销量逾1.2万辆。星瑞作为2022年杭州亚运会官方指定用车,将在未来两年里为杭州亚运会提供城市及园区内智能出行解决方案。

2020年是吉利向“品牌和技术领先”进阶的关键一年,也是“科技吉利4.0时代”的全面开局之年。得益于吉利控股集团十年累计超千亿元的研发投入,吉利汽车占领技术制高点,在产品、品牌与终端市场持续向上突破,树立起新一轮造车的技术壁垒和品牌口碑,全面参与全球汽车产业的价值竞争。

2020年10月,吉利汽车全球累计销量超过1000万辆,成为首个实现乘用车产销突破1000万辆的中国品牌车企。销量迈上新台阶的背后,是不断强化全球化体系竞争力的建设,持续推动高质量发展的结果。目前,吉利汽车产品结构呈现高品质、高技术、高价值的发展趋势,品牌力持续提升,成为中国品牌直面合资、走向全球的标杆和典范。

### 出身汽车世家 生于互联时代 三年成就领克现象

在整体汽车市场充满不确定因素挑战的大环境下,诞生仅四年的全球新高端品牌领克汽车,在品牌、技术、产品等方面取得快速发展,成为吉利深度整合全球资源与技术协同的范本。领克以自成一格的创新发展模式,开创了互联时代中国汽车产业高端探索的全新局面,不仅成为中国汽车冲高领军者,更是进军全球市场先锋。

吉利汽车控股有限公司(HK.0175)公布2020年12月及全年销量数据,12月销量154,202辆,同比增长约19%,环比增长约2%,连续五个月实现同比环比双增长。其中,全球新高端品牌领克汽车12月销量为24,853辆,同比增长约130%、环比增长约9%,连续九个月获得双增长,连续六个月刷新领克品牌历史最高月销量纪录。



△吉利星瑞入列2022杭州亚运会



△帝豪车友“最牛”车阵创吉尼斯世界纪录

自2017年底首款车型投放市场至今,仅三年多的时间,年轻的领克就收获了超过40万用户,单月销量突破2万辆。2020年新上市的领克05连续六个月销量突破4000辆,领跑同级别轿跑SUV销量榜;领克03累计总销量突破13万辆,成为A级运动车市场黑马,充分满足了当今运动型轿车消费群体的用车需求。

领克车队蝉联WTCR年度总冠军,同时首次问鼎WTCR年度车手冠军,开创中国汽车运动的新篇章。除了在世界顶级汽车赛事中连续夺冠,领克在欧洲市场

也迈向出行服务商转型的关键一步:“欧洲计划”正式落地,欧洲首家线下体验店在荷兰阿姆斯特丹正式开业;全新领克01进入欧洲,向构建“全球新高端品牌”与“持续改变出行方式”的目标,迈出了关键且坚实的步伐。

从创立之初,领克就致力于成为一个“用户品牌”,通过为用户创造体验来建立连接,并通过连接实现与用户的共创。在2020年Co客大会上,领克发布了Co客生态洞察:在目前领克车主中,90后用户占比已达40%,85后+90后用户占比超过了三分之二,年轻

态用户圈层已经形成。在领克用户中,愿意向亲友介绍、推荐领克产品的用户比例高达71%,用户口碑迅速建立,复购现象越发明显。

### 多元化新能源路线 助力节能减排 坚持电动与节能并举

2021年,吉利汽车全面迈入架构造车时代,应用BMA、CMA、SPA及SEA基础模块架构,覆盖从纯电、混动到燃油、从紧凑型到中大型车型的全面产品

布局需求,前瞻性地为互联、安全、新能源、未来自动驾驶等领域提供充分支撑。

历时四年,超过180亿元的持续投资,吉利成功研发了浩瀚SEA智能进化体验架构,突破传统造车局限,通过硬件层、系统层和生态层的整合,构建一个开放包容、无限互动延展的未来出行服务体系,为用户创造零边界出行体验。浩瀚架构拥有全球最大带宽,实现了从A级车到E级车的全尺寸覆盖。同时,浩瀚架构是全球最高效的智能电动汽车解决方案,重新定义软件汽车的研发周期,将软件开发的时间缩短50%以上。

目前,基于浩瀚架构,已经有超过7个品牌,总计超过16款新车型启动研发,布局不同的细分市场。去年,首款基于浩瀚架构打造的豪华纯电轿跑ZERO concept率先在领克品牌亮相。目前,领克ZERO concept量产车已在宁波SEA工厂成功下线并完成首次动态测试,新车将于今年正式上市。

吉利作为中国汽车品牌的领军者,坚持以科技创新驱动高质量发展,不断加大对动力科技的研发投入,坚持电动汽车和节能汽车并举发展。在全力推进以浩瀚架构为核心支撑的电动化进程的同时,吉利继续发挥在内燃机高效化、轻量化、智能化的技术优势,大力发展高端节能汽车,提出内燃机高效化、动力电气化、燃料多样化以及控制智能化的动力新四化战略发展方向。

吉利汇聚全球科技资源,成功打造出高兼容性、高能效性、高可靠性的动力平台“1.5TD+7DCT动力总成平台”,实现了单一平台覆盖了传统燃油、MHEV轻混、HEV深混、PHEV插电、REEV增程等5种技术路线。通过组合不同大小的电机和电池实现不同程度的电气化,并满足A0到B级车全方位的动力需求,拓展性极高。此平台获得2020年中国汽车工业科学技术进步一等奖,并与《节能与新能源技术路线图2.0》完美契合,满足未来动力进化需求,为行业提供了“吉利方案”。今年,吉利第二代混动产品将推向市场,节能效率进一步提升。

2021年是吉利汽车的产品大年,将带来多款高价值的全新车型。吉利品牌将推出基于CMA架构的全新SUV车型和一款轿车,以及数款改款车型,持续优化产品结构。领克品牌方面,除了领克ZERO概念车,基于SPA全球架构打造的首款领克车型也将亮相。借助亚运平台,吉利还将打造智能驾驶和车联网技术,以科技赋能亚运,向全世界展现中国科技的活力和中国品牌的向上力量。

2021年也是“十四五”开局之年,中国将进入新发展阶段。在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新时期,吉利将继续深耕国内市场,不断提高在中国的市场占有率,继续参与国际市场竞争,加大在东南亚各国投资力度,加快转型升级步伐,加大前瞻科技方面的研发投入,形成自主可控的科技优势。吉利还将继续坚持以市场为导向,以用户为中心,为用户创造价值,让用户拥有更加完美的消费体验,为中国制造增辉添彩。