

# 从“内需降温”到“出海狂飙” 一季度车市表现冰火两重天

自开年以来,车市进入深度调整期,而随着一季度成绩单出炉,从产销数据更可清晰看出行业两极分化的走势。尽管众多车企新车发布密集,单月活动与上新量均处高位,却未能扭转销量同比下滑的态势,特别是新能源汽车遭遇“倒春寒”,下滑幅度更甚于整体市场。不过,我国汽车出口逆势大涨,头部自主品牌凭借全球化布局斩获增量,有效对冲了国内市场的下行压力。对此,有分析认为,一场关乎格局、赛道与竞争逻辑的行业变革,正全面拉开帷幕。

■新快报记者 刘佳淇

## 新能源汽车市场格局重构 从“一家独大”迈向“四强争霸”

4月3日,乘联会发布今年一季度的销量数据显示,今年1-3月乘用车累计零售423.6万辆,同比下滑17%。其中,3月全国乘用车市场零售量达165.7万辆,环比虽增长60%,呈现节后市场回暖的态势,但同比大幅下降15%;作为车市核心增长动力的新能源汽车,一季度销量下滑幅度更是远超行业大盘,一季度累计零售184.4万辆,同比降幅高达24%。其中,3月新能源汽车零售78.4万辆,环比增长69%,同比下降21%,新能源汽车市场率先进入深度调整阶段。

究其销量下滑核心原因,政策调整与市场环境变化是关键。一方面,新能源购置税优惠减半,置换补贴从全额补贴改为按车价比例补贴,六七万元的入门小型电动车购车成本大幅上升,原本的刚需消费动力骤减,这类车型销量腰斩直接拖累整体新能源市场。另一方面,今年油价大幅上涨,短续航插混车销量遇冷,而大电池插混与纯电车型购车成本高出2万-3万元,无家充电桩用户购车意愿降低,整体汽车消费出现递延,进一步加剧市场下滑。

比销量数据更值得关注的是,国内汽车行业格局的根本性转变。从一季度行业格局的演变轨迹看,3月单月数据更直观印证了格局重构的核心特征。此前长期占据行业领先地位的比亚迪,虽在3月依旧以295693辆的销量成绩领跑国内车市,但增长动能明显减弱。再看长安、奇瑞、吉利这三大自主品牌,它们则正在迅速缩小与比亚迪的差距。

具体来看,3月长安汽车销量突破24万辆,环比大涨94%,增速位居头部车企首位;奇瑞汽车销量240678辆,环比增长超50%,位列行业第三;吉利汽车销量233031辆,环比增长33%,跻身第四。再加上比亚迪,四家头部车企3月合计销量突破97万辆,占据国内乘用车市场超半数份额;但在一年前,比亚迪单家销量几乎等同于长安、奇瑞、吉利三家之和,如今行业正式从比亚迪“一家独大”,迈入“四强争霸”的全新格局。

新势力阵营3月也迎来全面复苏,但内部分化依旧明显。零跑汽车单月销量首次突破5万大关,以50029辆登顶新势力榜首,环比增长78.2%;理想汽车以41053辆稳居第二,纯电车型i6单月交付超2.4万辆,成为新的销量支

柱;蔚来以35486辆位列第三,同比暴涨136%,乐道、萤火虫双品牌发力,多品牌战略见效;此外,极氪、深蓝、岚图等新能源品牌也实现高速增长。然而,在头部新势力一片“涨声”中,小鹏成为为数不多表现疲软的品牌。其3月销量27415辆,环比虽增79.7%,但同比下滑17.4%,市场表现承压。

## 内销遇阻出口狂飙 自主品牌出海撑起增长新曲线

从数据看,一季度国内车市整体销量承压下行,即便3月车企新品投放密集、市场环比回暖,仍难扭转一季度同比下滑的大势。根据相关统计,3月国内车企举办的各类活动超过70场,累计推出新款车型近60款;然而,密集的新车攻势并未转化为销量增长动力,反而让市场陷入“越发布越冷清”的尴尬局面。

与之形成鲜明对比的是,中国汽车出口却走出了逆势暴涨的独立行情,成为行业增长的核心支撑。最新数据显示,2026年1-2月中国汽车累计出口155万辆,同比增长61%;2月单月出口75万辆,同比大增79%。新能源汽车出口表现更为亮眼,1-2月累计出口67万辆,同比增长88%;2月单月出口32万辆,同比暴涨120%,成为出海主力。

延续前两月的强劲增长势头,头部自主品牌3月出口数据再创新高,全面印证这一增长趋势。奇瑞3月出口148777辆,同比增长72%,创下中国车企单月出口新纪录,连续11个月出口破10万辆,一季度累计出口393311辆,同比增53.9%。

再看比亚迪,其3月新能源出口120083辆,同比增65.2%,一季度累计出口319751辆。比亚迪管理层表示,公司有信心在2026年实现150万辆的出口目标。这一数字较比亚迪今年年初公布的海外销量目标高出15%。

此外,长安3月海外销量首次破10万辆,环比增长60%,创历史新高;吉利3月出口81639辆,同比暴涨120%,一季度累计海外销量203024辆,同比增126%,全球化布局成效显著。

当前,国内车市增量空间收窄,头部自主品牌纷纷从产品出海转向体系

出海,通过海外产能、渠道、服务的全方位布局,对冲国内市场波动。乘联分会分析认为,自主品牌出海的海外环境较好,大量国家处于普及率低、市场空间大的机会期,速度决定效果。

## 价格战效应递减 行业转向价值比拼与全球化突围

可以说,一季度销量数据已清晰显现价格战边际效应递减,车企纷纷调整定价策略,行业竞争正从低价内卷转向技术与价值的核心较量。

近期,星途、小米、极氪等超15家车企接连宣布涨价或取消优惠,六成主流车型价格上调,价格战的边际效应持续递减。国家信息中心徐长明表示,2026年乘用车市场将保持平稳运行,价格战或将接近尾声,行业竞争将正式转向价值与技术层面。

在业内人士看来,此轮车企涨价背后,有着多重现实因素的推动。成本端,原材料价格的上涨直接推高了单车生产成本;政策端,从2026年起,新能源汽车购置税从全额免征调整为减半征收,最高减免额度降至1.5万元,一辆20万元左右的新能源车型,落地价将增加约9000元。多重压力叠加之下,过去“以价换量”的旧逻辑已经逐渐失效。

麦肯锡《2025中国汽车消费者洞察》显示,价格对购车决策的刺激效应正持续减弱,以创新为主导的消费趋势逐渐成为主流,超过60%的消费者在购车时,会优先考虑智能驾驶功能的实用性与产品口碑。这也意味着,车企的竞争焦点,正从单纯的价格比拼,转向成本控制能力与产品定义能力的较量。

同时可以明确的是,伴随着国内竞争转向价值比拼、自主品牌全球化布局持续提速,这场行业格局的重塑远未落幕。4月24日北京车展即将拉开大幕,零跑D19、问界M6、蔚来ES9等数十款重磅新车将集中亮相,各大品牌的技术实力与产品竞争力也将迎来集中检阅,中国车市新一轮的国内排位赛与全球化竞速,即将正式打响。

## 一周人物 |



## 奕境汽车董事长汪俊君 主导东风与华为两大体系的技术融合与产品落地

4月7日,东风汽车集团与华为乾崮联合打造的全新智能电动品牌奕境汽车,正式公布核心管理团队任命。汪俊君出任董事长,全方位负责东风汽车集团与华为乾崮深度融合与产品落地;曾清林正式履职品牌总经理,全面主持品牌各项工作。

公开资料显示,汪俊君毕业于清华大学动力工程及工程热物理专业,2009年加入东风汽车,历任动力总成设计室主任、技术中心副主任,2022年7月任岚图汽车首席技术官,并于2025年6月转任东风奕派总经理。不仅曾主导开发过东风马赫动力发动机项目,还曾在任职岚图和奕派期间推动东风汽车与华为乾崮的技术深度融合与产品战略落地等。

根据官方规划,奕境汽车定位“央企制造+前沿科技”双核驱动模式。其中,东风汽车集团将输出57年在底盘操控、整车安全、供应链管理、整车制造等领域的成熟产业底蕴;华为乾崮则全面开放最新一代乾崮智驾、鸿蒙座舱等全栈智能技术成果及整体解决方案。

目前,奕境汽车首款家庭旗舰大六座SUV已完成极寒环境测试,官方计划于4月北京车展正式亮相,并于年内实现上市。

## 记者点评

在当前智能电动汽车市场竞争加剧的背景下,新品牌的核心竞争力关键在于体系化协同能力。奕境汽车通过明确核心管理团队,实现了从战略规划到执行落地的组织架构完善,为2026年首款车型上市及品牌初期运营扫清了组织障碍。未来,奕境汽车的发展,将取决于技术融合的深度、产品落地的品质,以及与市场用户需求的匹配度,而核心团队的搭建,为其后续发展奠定了基础。

(新快报记者 刘佳淇)

## 一周股市 |

### 汽车整车动态行情

4日跌幅前十 (04.01-04.07)	
众泰汽车(000980)	-12.50%
海马汽车(000572)	-9.54%
赛力斯(601127)	-8.08%
比亚迪(002594)	-7.61%
安凯客车(000868)	-3.25%
上汽集团(600104)	-3.06%
东风股份(600006)	-2.36%
北汽蓝谷(600733)	-1.11%
广汽集团(601238)	-0.56%
一汽解放(000800)	-0.15%



更多优质汽车资讯  
请关注新快报汽车视频号及新快网汽车频道



■制图:廖木兴