新能源与出口托底10月车市
年末车企冲量成色待考

10月车企销量数据陆续出炉,交出了一份“冷热交织”的成绩单。尽管整体乘用车市场未能等来传统的“金九银十”大爆发,旺季成色略显不足,但在总量微增的表象下,结构性的亮点更显突出:新能源汽车销量占比首次突破50%大关,零售渗透率冲高至66.9%,整车出口同比增长22.9%。不难看出,中国车市正加速驶入由技术迭代、全球化扩张与残酷淘汰赛主导的新周期。

■新快报记者 刘佳淇



■廖木兴/图

旺季效应褪色 大盘微增背后冷暖交锋

“金九银十”历来是车市冲量的黄金窗口,但今年的“银十”却明显“旺季不旺”。中国汽车流通协会指出,10月上半月虽受国庆假期和各地车展带动,客流与订单有所回暖,但下半月终端到店客流迅速回落,消费者持币观望情绪加重,等待年末更大力度促销的心态导致购车决策周期明显拉长。10月汽车经销商库存预警指数持续处于荣枯线之上,渠道端的经营压力并未实质性缓解。

对这一现象,乘联分会秘书长崔东树分析指出,今年车市“金九银十”的成色不足,是前期政策透支、宏观经济预期波动以及油价冲击等多重可逆性短期因素叠加的结果。换言之,大盘增速放缓是季节性与周期性的“冷”,而产业底层逻辑的升级依然是“热”的。

在大盘微增的表象下,车企阵营的“冷暖交锋”尤为激烈。一方面,头部传统车企加快转型,上汽集团10月整车销售稳健,新能源与海外市场双双发力,自主品牌销量占比持续攀升;长安汽车依托启源、深蓝、阿维塔三大新能源品牌矩阵,销量结构持续优化,海外销量同比大增;东风集团则在合资板块承压的背景下,全力推动自主乘用车与新能源转型,岚图、猛士等高端新能源品牌开始释放增量。另一方面,以燃油车为基盘的合资车企销量出现明显下滑,面临严峻的防线收缩,其中部分日系品牌在华的零售份额与新能源渗透率均处于历史低位。车市的竞争,已彻底从“抢增量”的零和博弈,演变为残酷的“存量淘汰”。

新能源渗透率持续高位运行 自主三强加速“出海”

10月车市最核心的结构性亮点,莫过于新能源汽车渗透率(66.9%)的持续高位运行。这意味着,国内市场每卖出三辆新车,就有两辆是新能源车。在这一历史性进程中,以比亚迪、吉利、奇瑞为代表的自主三强,不仅在新能源赛道上持续领跑,更在出口端按下了“加速键”。

比亚迪10月销量继续稳居高位,其中纯电车型的强势增长与插混车型的稳健表现,构筑了坚实的基盘。更引人注目的是其出海步伐,比亚迪不仅在国内市场保持统治力,在东南亚、欧洲及拉美市场的本地化布局也开始进入收获期,单月海外销量屡创新高。吉利汽车则展现出“多品牌协同与高端化突破”的韧性;同时,吉利10月出口量同比大增,领克与极氪的海外战略正加速落地,海外业务正成为其利润结构优化的新引擎。奇瑞则继续将海外市场作为主战场,单月出口量持续逼近甚至突破10万辆级别,其“国内国际双循环”的战略不仅对冲了国内市场的内卷,更大幅提升了品牌的全球溢价能力。

此外,长安汽车、长城汽车等也在海外市场频频落子。有行业专家认为,中国车企的“出海”已从早期的“产品贸易”全面升级为“产业链出海”。在泰国、欧洲、南美等地,中国车企正通过建厂、建立研发中心、铺设本土化销售网络,深度参与全球汽车产业重构。整车出口同比增长22.9%的数据,不仅是数量上的跨越,更是中国汽车品牌全球影响力跃升的实证。

新势力格局重塑 4万辆门槛划定决赛圈

相比于传统车企的稳扎稳打,造车新势力在10月的排位赛迎来了更为剧烈的大洗牌。曾经的“蔚小理”格局已被彻底打破,取而代之的是“多强并立”且门槛不断抬高的局面。从10月的交付数据来看,月销4万辆,正成为新势力留在牌桌上的“决赛圈入场券”。

具体来看,零跑汽车凭借对主流大众市场的精准卡位及纯电、增程双动力布局,单月交付量突破7万辆,稳居新势力榜首;鸿蒙智行依托强大的生态赋能和高端定位,交付量稳居高位,成交均价持续领跑;小米汽车随着产能的快速爬坡与产品矩阵的丰富,单月交付逼近5万辆,展现出惊人的爆发力;小鹏汽车在MONA系列等新车型的拉动下,单月交付突破4.2万辆,重新找回增长节奏。这些品牌通过技术下放、生态协同或性价比优势,成功在极度内卷的环境中撕开了市场缺口。

与之形成鲜明对照的是,部分曾经的头部新势力正面临增速放缓的阵痛。理想汽车与蔚来汽车在10月的交付量出现了一定程度的波动。在极度内卷的价格战和快速迭代的技术战面前,新势力们正面临严峻的考验:一方面,需要持续投入高昂的研发费用以维持智驾和智能座舱的领先地位;另一方面,必须在规模效应与毛利率之间寻找艰难的平衡。

业内普遍认为,新势力阵营的洗牌折射出当前市场的竞争本质——单靠一两款爆款车型或单一标签已无法长久立足。4万辆的交付门槛背后,考验的是企业的供应链管理能力、成本控制能力以及体系化的产品定义能力。

正如崔东树对长周期的判断:2026年的车市深跌属于短期因素叠加导致的“不正常低位”,长期箱体震荡并逐步向上突破的格局并未改变。展望2027年,随着购税优惠退出的翘尾效应以及油价回调与碳酸锂回落带来的供需双重修复,车市探底回暖的方向较为明确。对于在10月冷热交锋中依然握有真实产品力与全球化能力的车企而言,穿越当下的底部,正是拉开下一轮差距的绝佳窗口期。

|一周人物|



奇瑞汽车执行副总裁戚士龙:

“奇瑞内部对明年海外市场的增长目标设置在约20%。”

10月30日,奇瑞(9973.HK)披露了2026年前三季度未经审计财报。财报显示,公司前三季度营收2412.34亿元,同比增长12.29%;毛利390.04亿元,同比增长32.38%,毛利率抬至16.17%,同比提升约2.46个百分点。不过受研发扩张与汇兑波动拖累,期内归母利润139.63亿元,同比小幅下降2.8%。

10月31日,奇瑞汽车执行副总裁戚士龙在接受媒体采访时提到,剔除汇兑损益影响,公司盈利规模约在170亿元以上。在汇率管理上,远期结汇、期权等金融工具仅作技术性辅助,长期将依靠本地采购、本地支出实现自然对冲。同时,戚士龙透露:“奇瑞内部对明年海外市场的增长目标设置在约20%。”

当前,奇瑞加速推进“全球化3.0”战略,从产品出海转向研发、制造、供应链、服务四位一体的体系出海。西班牙巴塞罗那海外区域运营中心及研究院启用,把决策权前置欧洲;泰国罗勇府新能源基地已于4月投产;南非罗斯林工厂计划2027年年中投产,力争2028年前实现40%本土化率。

记者点评

明年20%的海外增长目标,是奇瑞对全球化前景给出的明确预期,背后却要直面汇率、投入等多重现实考验。尽管汇兑损益剧烈扰动账面利润,但奇瑞没有依赖金融工具博弈行情,而是把风险对冲融入本地化产业布局。而高研发投入、海外建厂属于长期重投入,短期难免带来盈利压力,但也是自主车企出海进阶的必经之路。奇瑞选择体系化扎根海外市场,既是对冲外部不确定性的手段,也是支撑海外增长目标的底气。这份目标,不只是销量数字的期许,更考验奇瑞全球化落地的节奏与耐力。

(新快报记者 刘佳淇)

|一周股市|

汽车整车动态行情

5日涨幅前五 (截至11月3日)	
江铃汽车(000550)	+4.53%
比亚迪(002594)	+3.58%
赛力斯(601127)	+1.98%
长城汽车(601633)	+1.20%
北汽蓝谷(600733)	+1.19%
5日跌幅前五 (截至11月3日)	
江淮汽车(600418)	-8.48%
海马汽车(000572)	-4.48%
众泰汽车(000980)	-1.83%
东风股份(600006)	-1.36%
长安汽车(000625)	-0.42%

新快报汽车
更多优质汽车资讯