

中国新能源汽车： 2025年总结与2026年预测

2026年1月20日



注：本报告数据除非单独注明，都是国内终端上险数，与车企官方公布的数据差异在于，不包括出口、不包括渠道库存。品牌分析为狭义，也会论及企业，以及企业所在的其他自主品牌，但会注明。



并购家 免费行业报告网

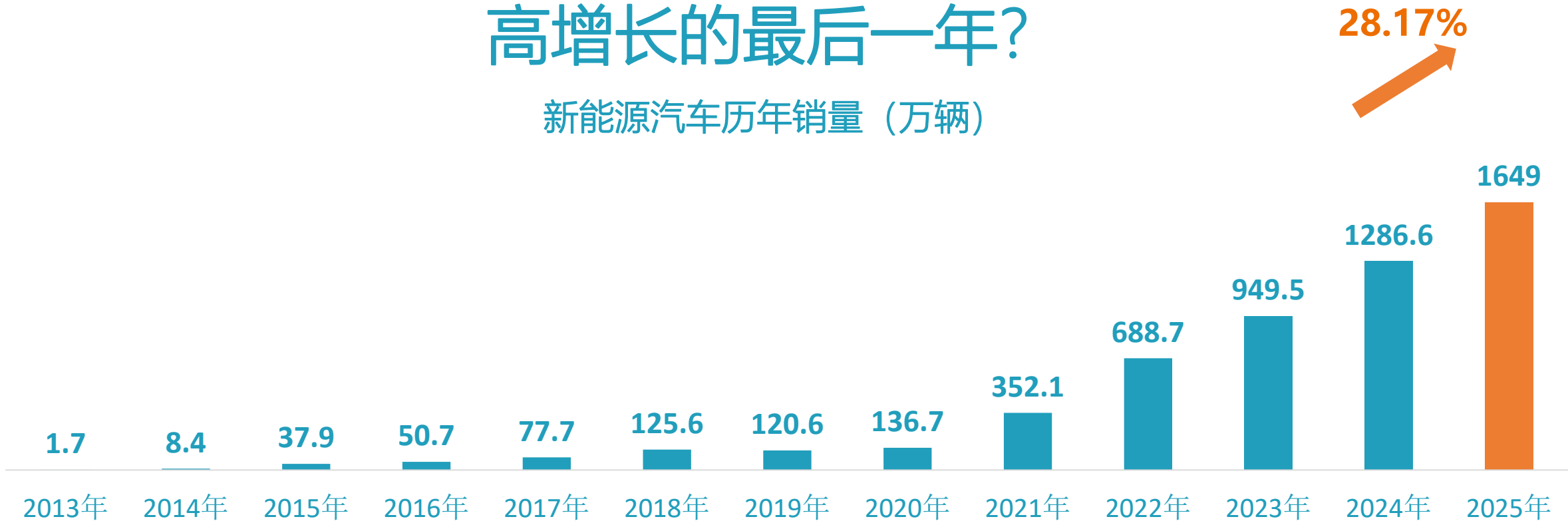
IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

概述：

- 2025年新能源汽车销售1649万辆，同比增长28.2%，增速放缓。其中：
- 国内新能源乘用车销量增速大幅下滑，仅16.17%，“油电切换”并没有很快加速，燃油车降价促销，吸引了保守消费者；
- 出口新能源汽车同比增长一倍，达到261.5万辆。
- 国内消费势头切换：纯电增速反超插混增程；比亚迪、特斯拉呈守势，吉利奇瑞大幅进攻；理想大跌，小鹏蔚来大涨，零跑、小米高歌猛进，华为两大生态广泛渗透。
- 受“双新”补贴影响，小车回潮，A00和A0恢复快速增长，但六座SUV代表的消费趋势更有持续性。
- 2026年预测：中汽协预测2026年新能源汽车销量将达到1900万辆，同比增长15.2%；本报告预测新能源乘用车上险数将达1400万辆，乘联会预测新能源乘用车零售将达1460万辆。
- 核心驱动力有二，其一仍是国内消费者“油改电”，即消费者从燃油切换为新能源；其二是贸易环境有所改善，新能源汽车企业加大出口力度。

高增长的最后一年？

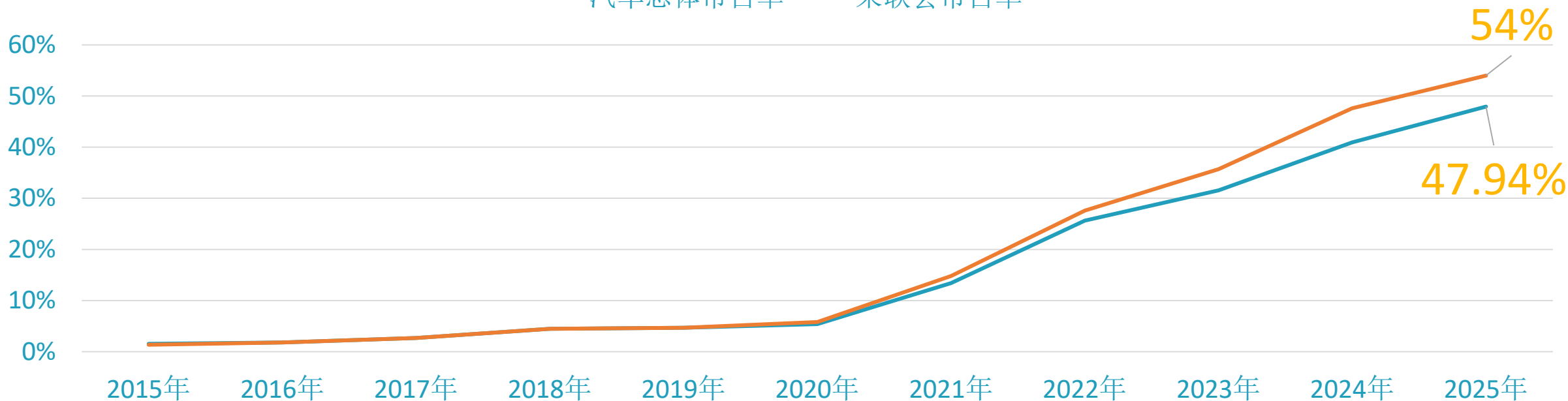
新能源汽车历年销量（万辆）



以2009年“十城千辆”为起点，中国新能源汽车已经发展16年，2025年近三成的增速，可能是高速增长尾声。核心因素是新能源汽车性价比超越燃油车，并且创造了新价值、新体验，消费者接受度提升，同时“双新”政策偏向新能源，出口大幅增长。

新能源汽车市占率近五成

—汽车总体市占率 —乘联会市占率



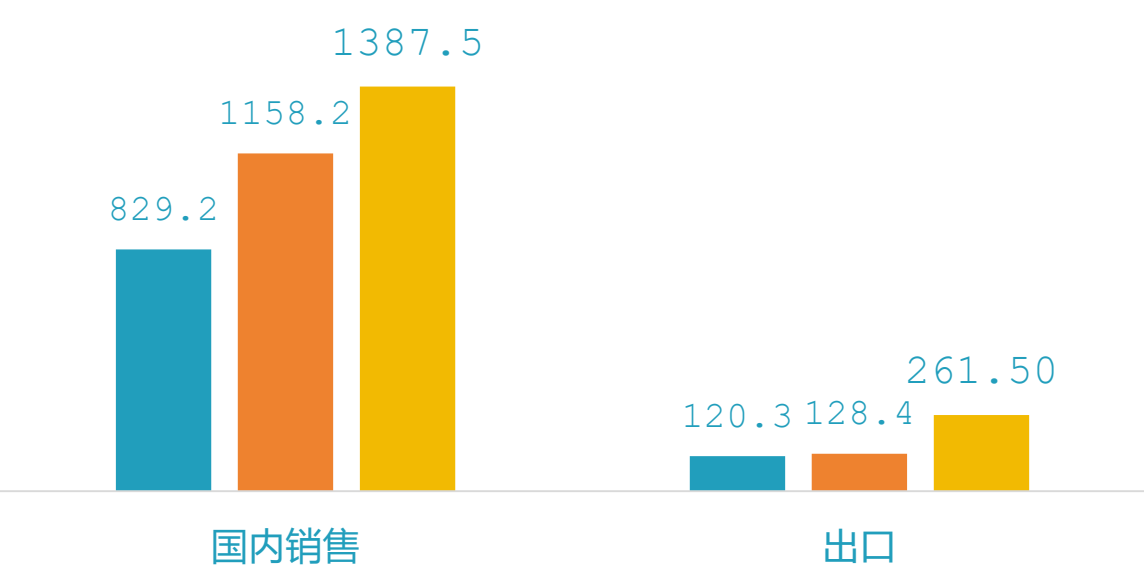
中国汽车行业销售汽车中，新能源汽车总体占比47.94%，而国内乘用车中，新能源市占率已超过54%；

总体和国内乘用车的差别在于：国内商用车中，新能源市占率仅达到26.9%；出口汽车中，新能源市占率仅36.84%。这两大不

国内为主，出口大增

近三年新能源汽车销量结构 (万辆)

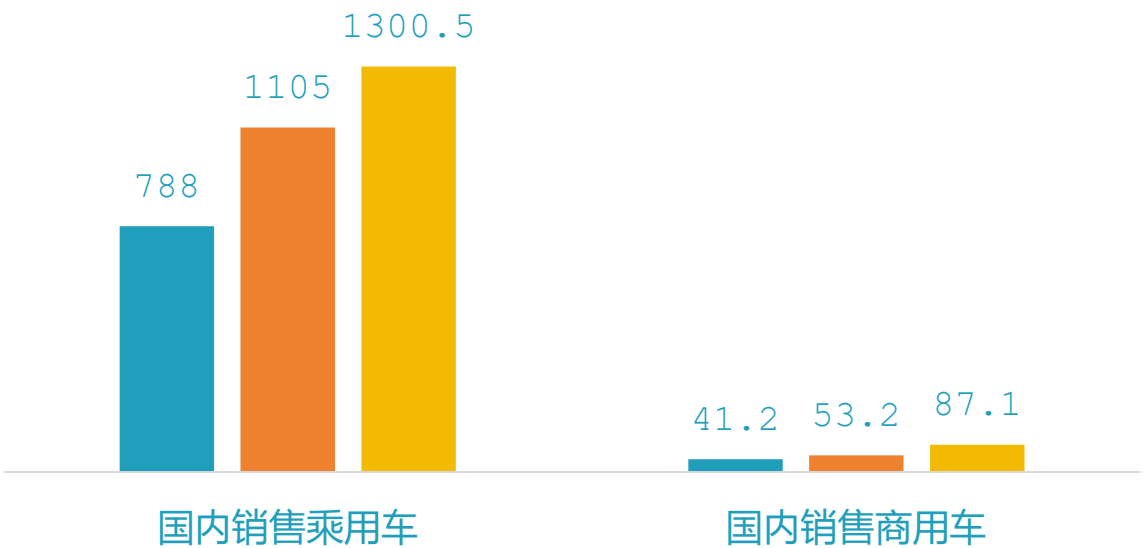
■ 2023年 ■ 2024年 ■ 2025年



乘用基数大，商用增速快

近三年年新能源汽车销量结构 (万辆)

■ 2023年 ■ 2024年 ■ 2025年

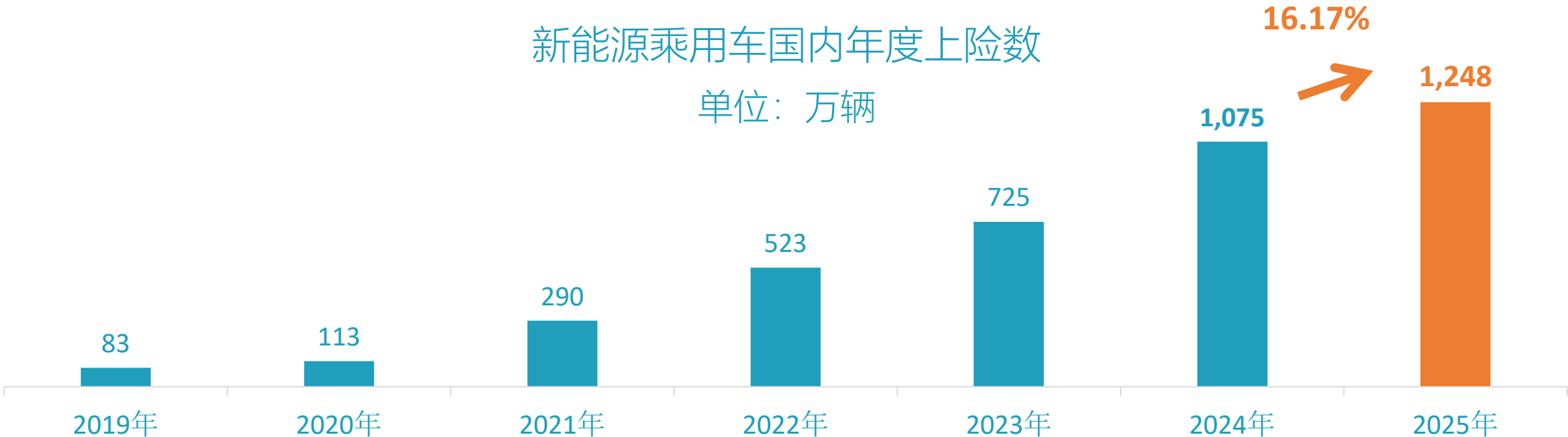


出口汽车中，燃油车稳中略降；新能源出口增长1倍——中国新能源汽车在全球的相对优势更加明显；商用车在新能源推广早期更早启动电动化，但是受首批产品表现不佳、替换周期等问题，一直到2025年才有较大增长。后续还要看交通管理部门是否给出政策鼓励换新。

资料来源：中汽协

国内需求增速放缓

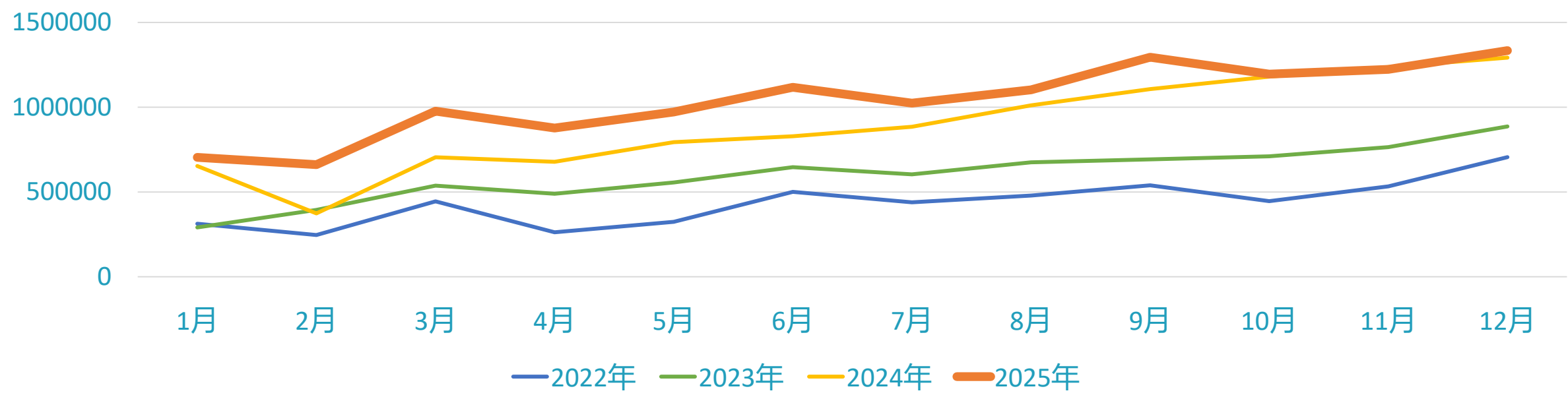
新能源乘用车国内年度上险数
单位：万辆



此前5年，国内新能源乘用车的年均增长率超过70%，但2025年回落到仅16.17%；
这一增速还是在以旧换新、报废换新更加鼓励新能源，新能源免购置税等优惠条件下实现的，但这两大鼓励政策都在退坡；消费者“油改电”并没有飞速发生，因为油车大降价，并且同样也能享受补贴。

受“两新”补贴影响，月销波动大

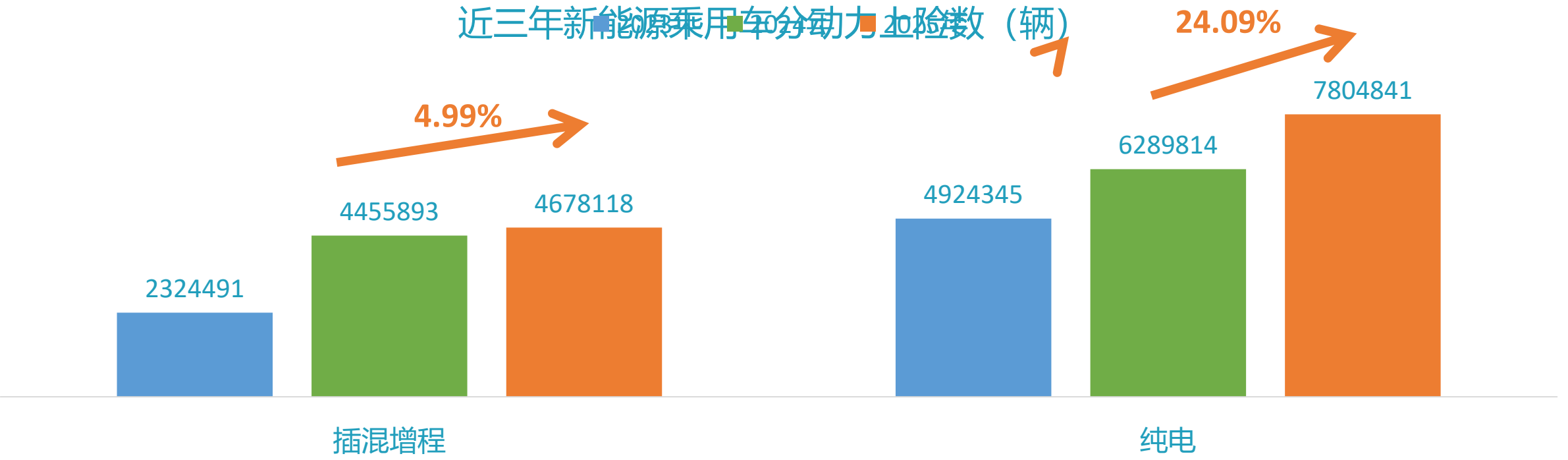
近四年新能源乘用车月度上险数（万辆）



到2025年10月，一些地方的以旧换新、报废换新的补贴资金就已用完，后续政策并没有无缝衔接；因此，从10月份开始，销量就同比几无增长；12月也只有很微弱的翘尾效应；2026年1月份，同样因为政策未能紧密衔接，即将迎来销量萎缩。

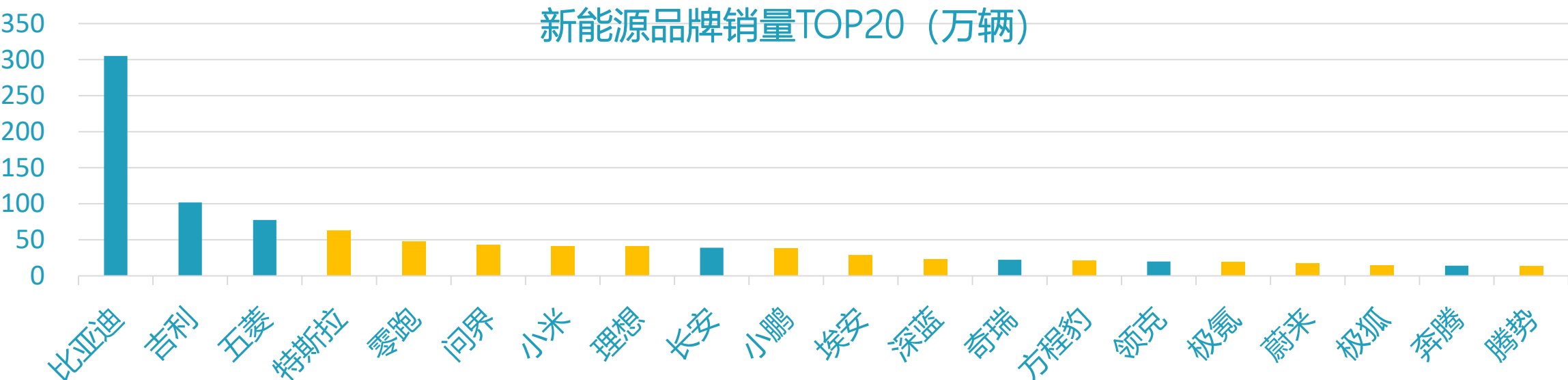
纯电增速反超插混增程

近三年新能源汽车分动力上险数（辆）



2023年、2024年插混增程以近乎翻倍速度增长——在消费者仍有续航焦虑时，其动力路线更加稳妥；但2025年纯电增速大幅反超，消费者接受度、纯电续航提升超充普及、充电基础设施完善等因素是推动力。

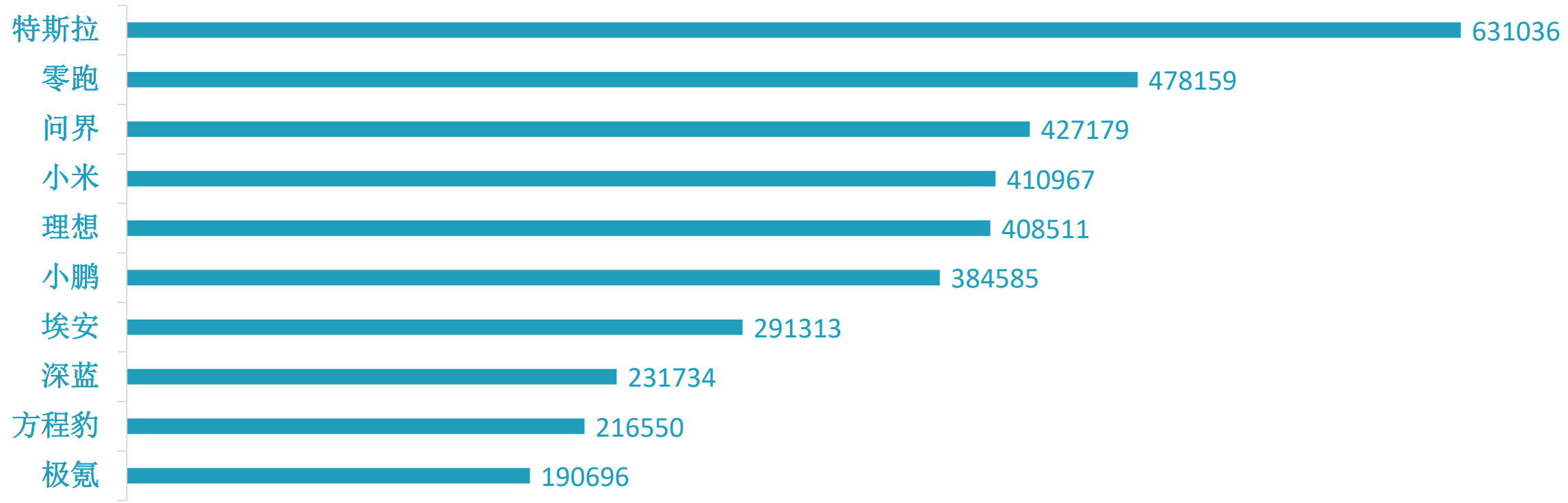
吉利追赶比亚迪，新势力新品牌集体崛起



注：以品牌为单位，比如：比亚迪和腾势、方程豹并列，不含仰望；吉利包含了新独立的银河；新势力新品牌为广义定义，也包括传统企业设立的品牌

2025年，“反内卷”等行业政策影响了比亚迪高歌猛进，吉利、奇瑞等企业乘机崛起。吉利已经完成电动化转型，进入第二名，打破了长期以来“比亚迪五菱特斯拉”格局；广义的新势力、新品牌集体崛起，成为主力部队；狭义的新势力，优胜劣汰，只剩下“蔚小理零”；但华为和小米后势依旧强大。合资品牌虽然发力追赶，但在竞争中被“出清”，大幅落后。

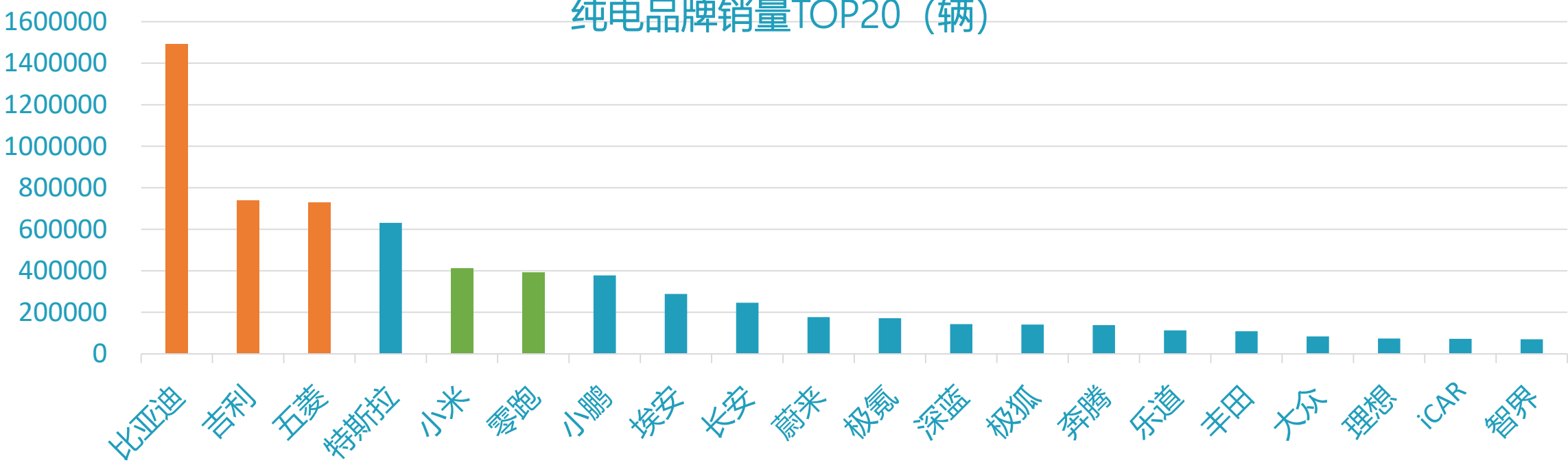
2025新品牌销量排行榜



特斯拉仍然拥有一定的规模优势；零跑黑马依旧；华为支持的问界和小米迅速增长；但25年总体是风水变换，理想下滑，小鹏、蔚来大涨；比亚迪旗下的方程豹超越了腾势；极氪在吉利大整合中有些徘徊，并没有快速增长，反而是领克表现更佳

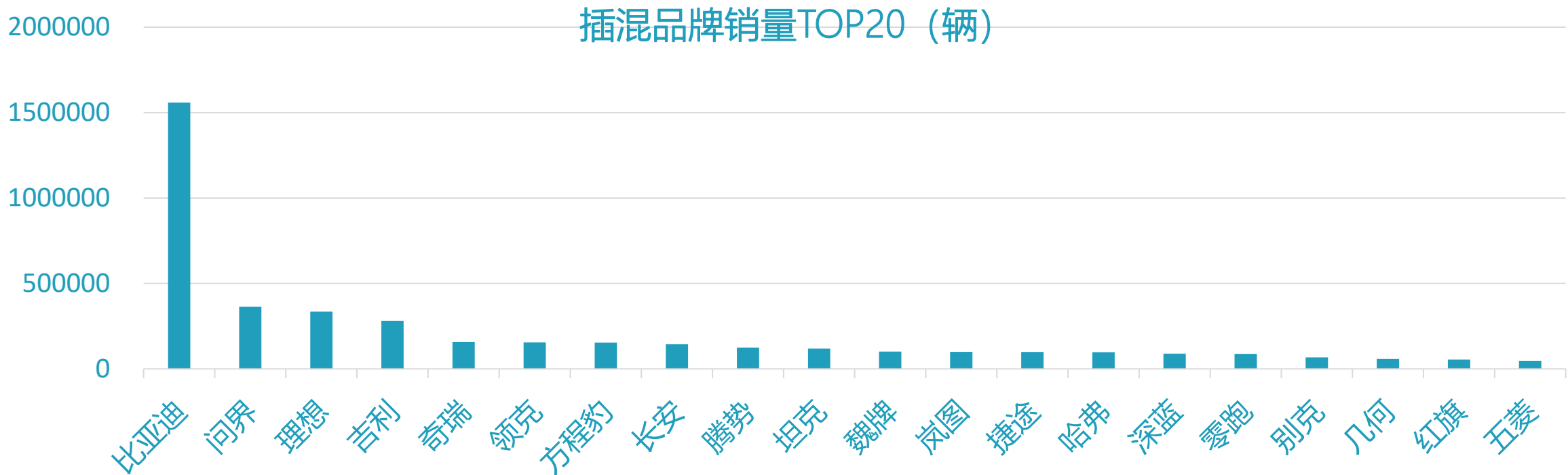
纯电：特斯拉衰落，吉利前行

纯电品牌销量TOP20（辆）



特斯拉最近几年在国内没有推纯新车，竞争力缓慢下降，前三变成比亚迪、吉利、五菱；小米和零跑大跨步前行；小鹏、蔚来扬眉吐气。ARCFOX 极狐在2025年翻身，销量大幅增长，但定位已经偏主流；理想虽然全年表现不佳，但在纯电市场已经立下基础。合资品牌中，仅有大众在列。

插混：比亚迪优势仍明显，问界超越理想

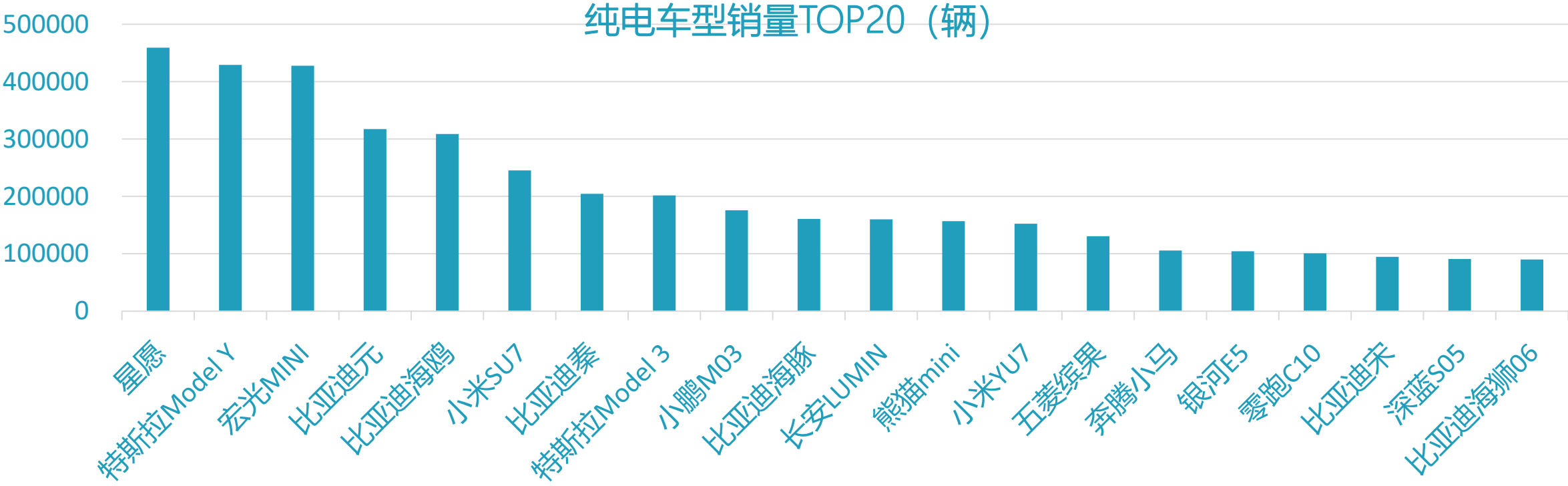


比亚迪虽然没有增长，但在插混领域仍然有绝对优势；在华为赋能下，问界品牌超越理想；吉利、奇瑞都在积极推动电动化，其目标市场也更适合插混，因此和比亚迪短兵相接。

全行业迭代速度加快，以大电池为代表的超级混动或者超级增程成为潮流，理想增程竞争力因此下降。

纯电车型：星愿登顶，Model Y依旧爆款

纯电车型销量TOP20（辆）

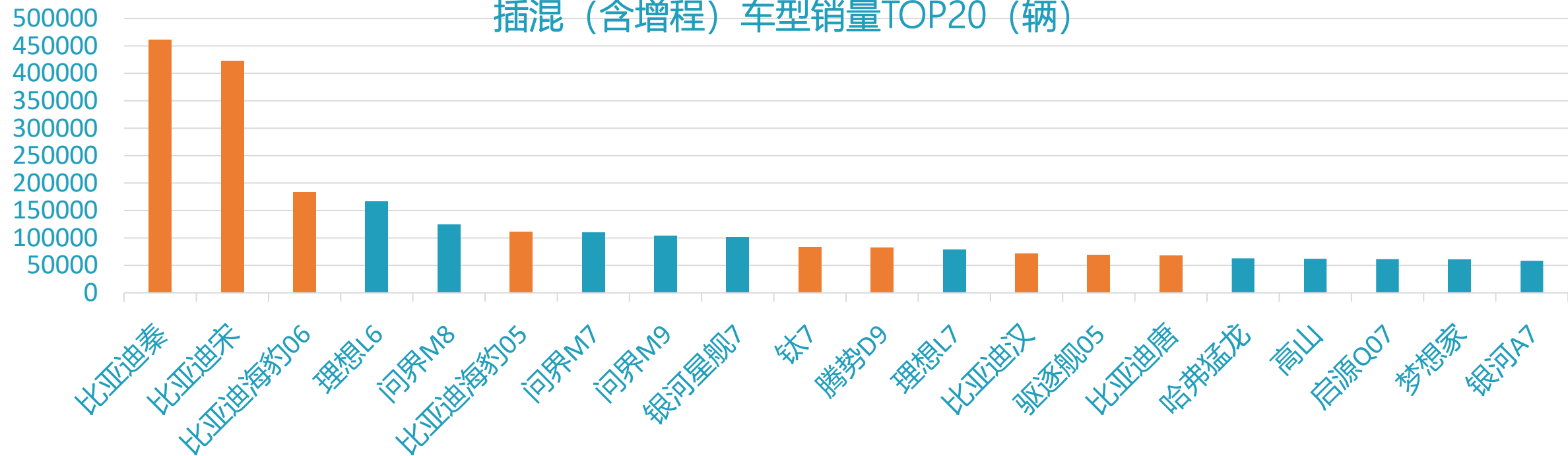


受“两新”补贴政策影响，小型车受刺激更大，畅销车型很多；特斯拉和小米双爆款效应并存；超高性价比和超高情绪价值成为纯电爆款的核心特征。

资料来源：上险数

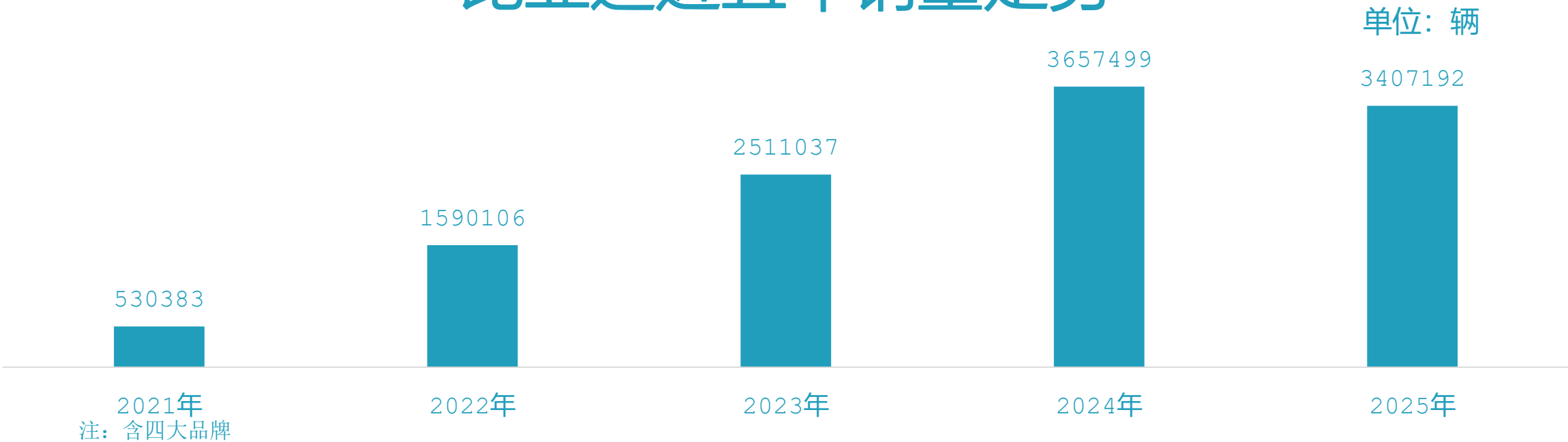
插混车型：比亚迪爆款多，问界个个热卖

插混（含增程）车型销量TOP20（辆）



比亚迪车海战术效果还在，但秦、宋合并计算才显得更有优势，后续产品策略可能变化；在插混增程领域，高端市场有更多爆款，包括问界系列、以及MPV和大型SUV，体现出这一市场对于品牌、价值的集中性。

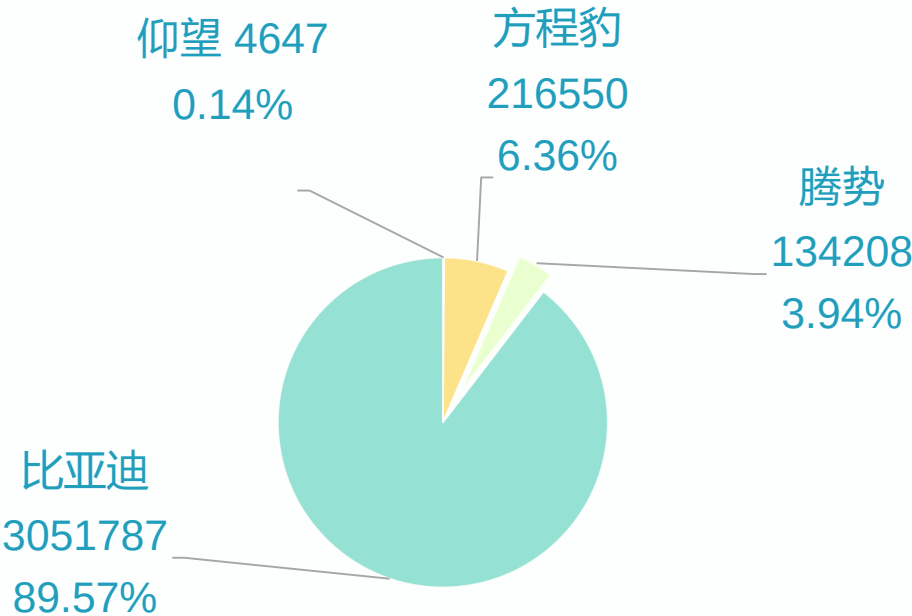
比亚迪近五年销量走势



比亚迪官方宣布的全年销量是460.24 万辆，同比增长 7.73%。但在国内终端市场，比亚迪下降了12.57%。核心原因是国内市场竞争加剧，而比亚迪无法动用价格等武器。吉利、奇瑞两大老对手，新势力零跑、小鹏都在其核心市场分走了不小的份额。王传福表示要在后续车型上加大技术领先性。但其核心问题是产品过多，单品竞争力，特别是设计、情感价值、高阶智驾的不足。

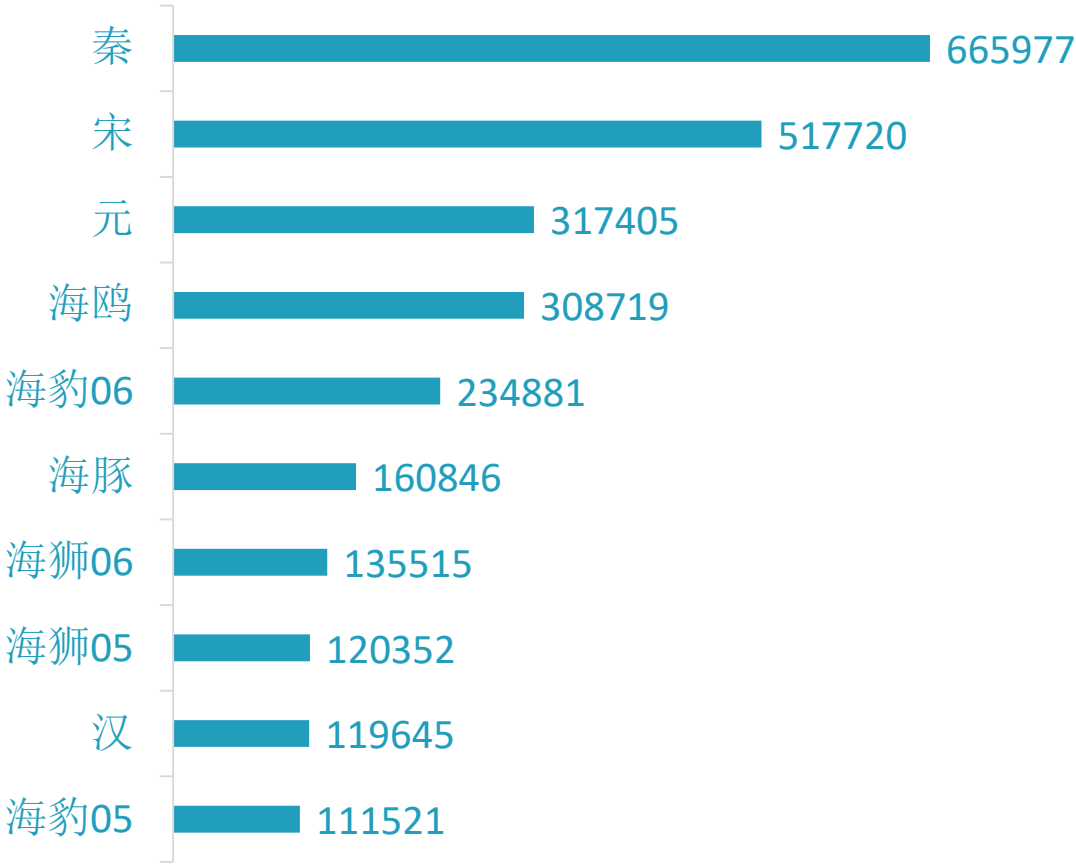
比亚迪四大品牌销量组成

单位：辆， %



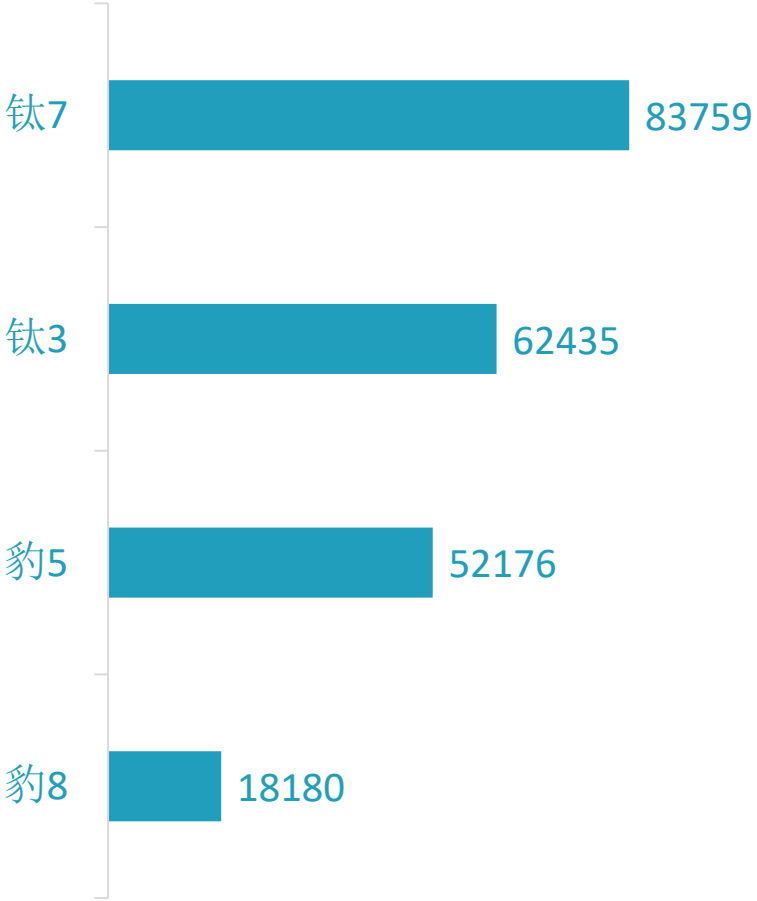
比亚迪品牌热销车型排行

单位：辆



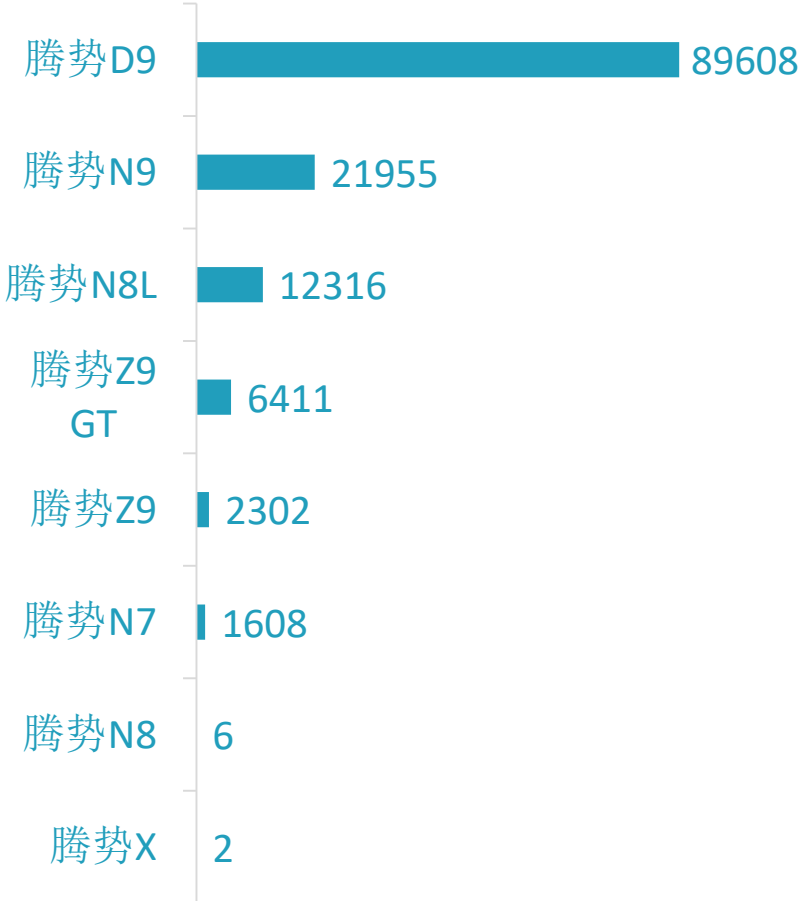
方程豹车型销量分布

单位：辆



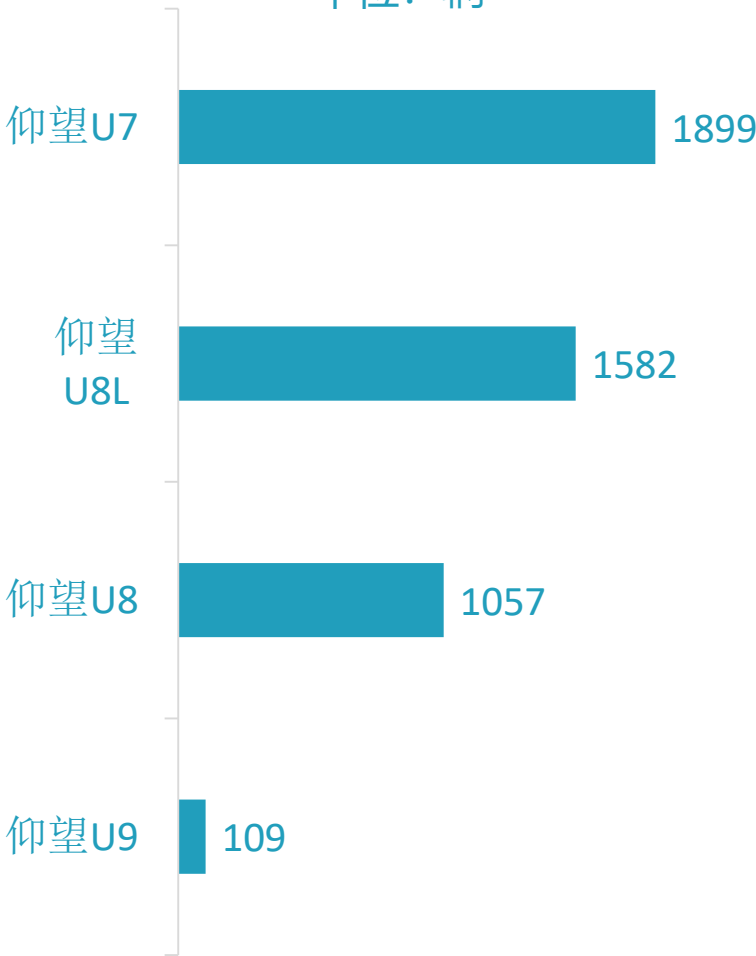
腾势品牌车型销量分布

单位：辆

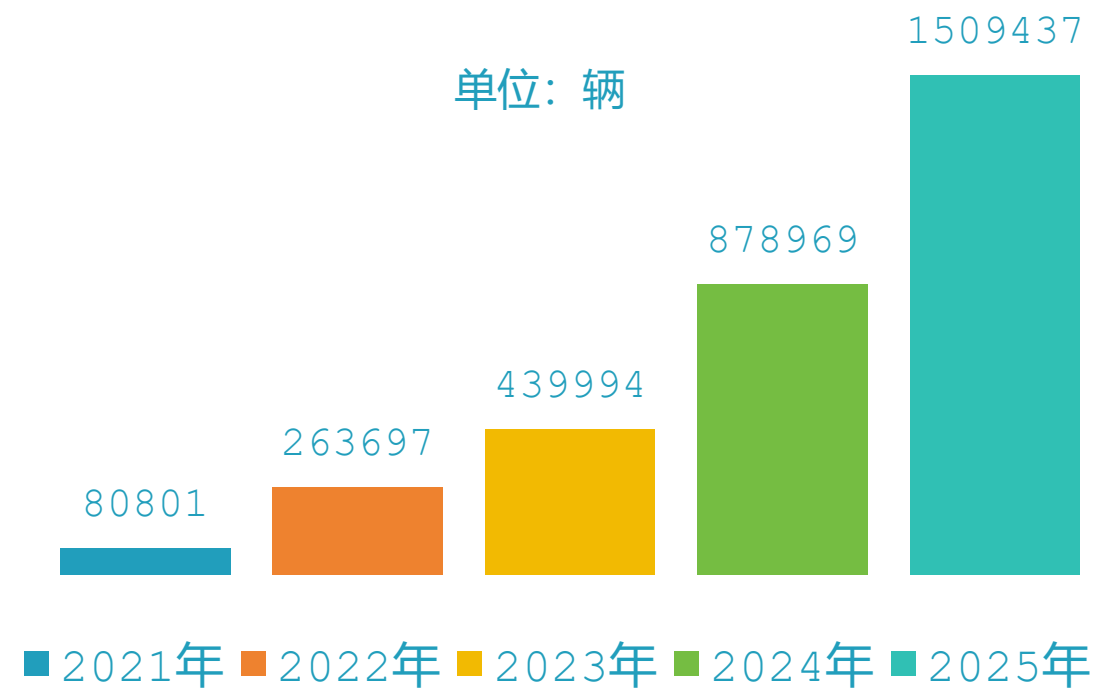


仰望车型销量分布

单位：辆

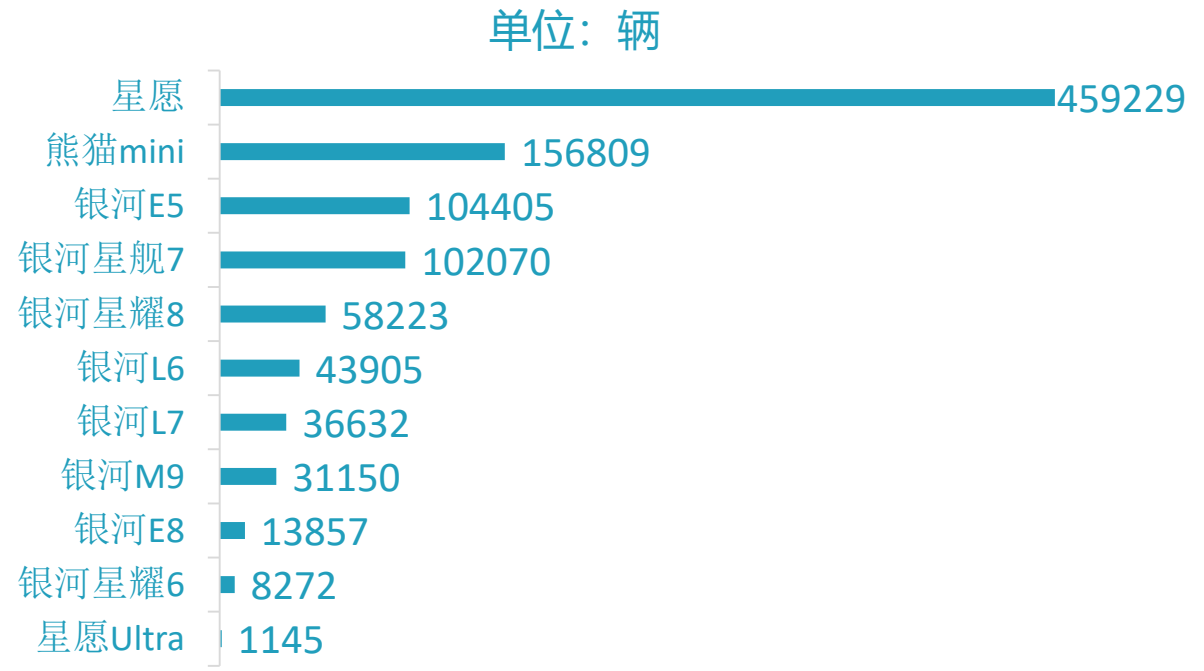


大吉利近五年销量走势



注：含极氪领克几何银河及关联的睿蓝、LEVC等子品牌

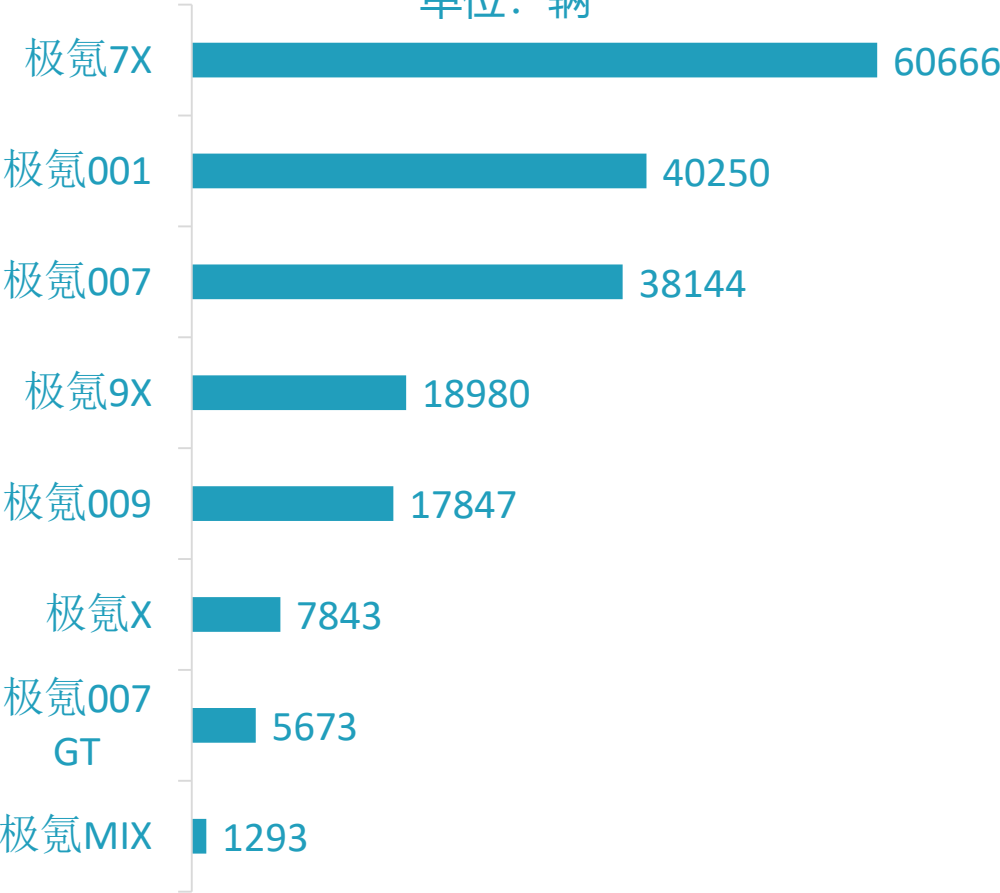
吉利、银河品牌车型销量分布



吉利已经完成新能源汽车转型，并在技术、供应链、产品、渠道上全面对标比亚迪。此外，吉利还通过“一个吉利”的战略整合动作，展现规模成本效应，并且以更加极致的产品研发设计标准，体现出强大的竞争力。在智能化的布局上，吉利动作更快，投入更大，不过效果还未展现，有待观察。

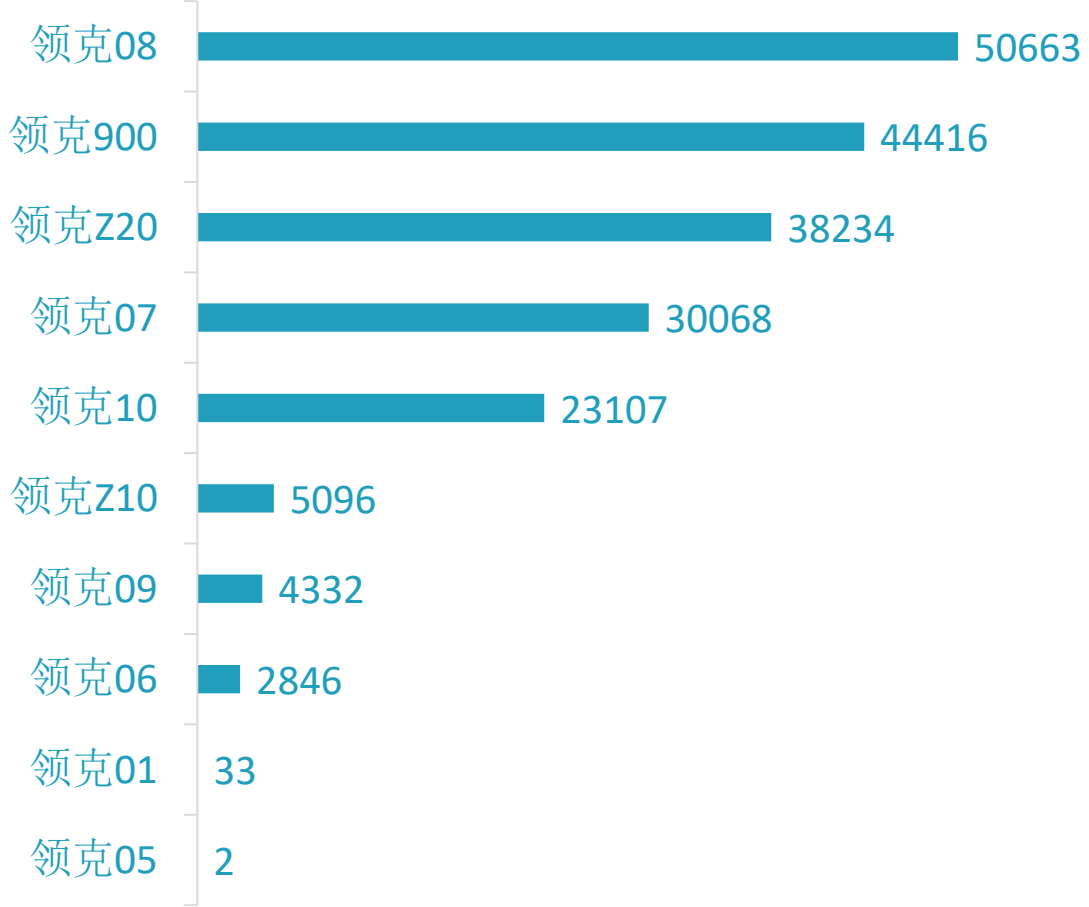
极氪品牌车型销量分布

单位：辆

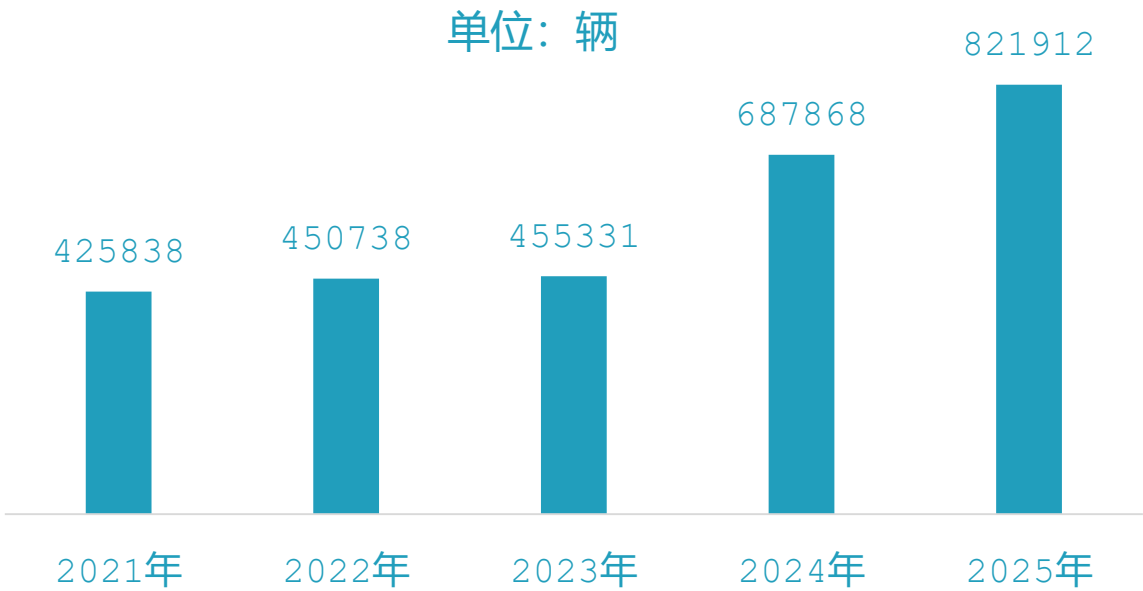


领克品牌车型销量分布

单位：辆

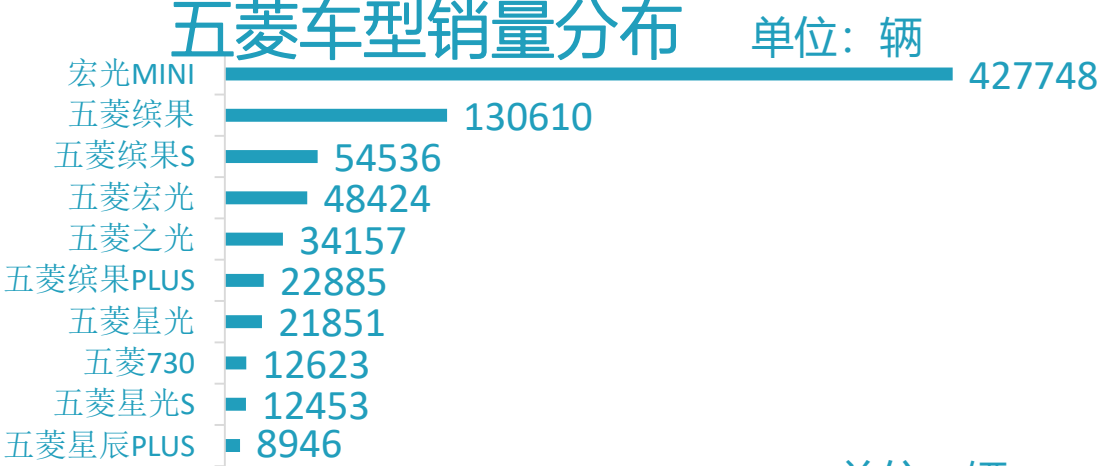


上通五近五年销量走势

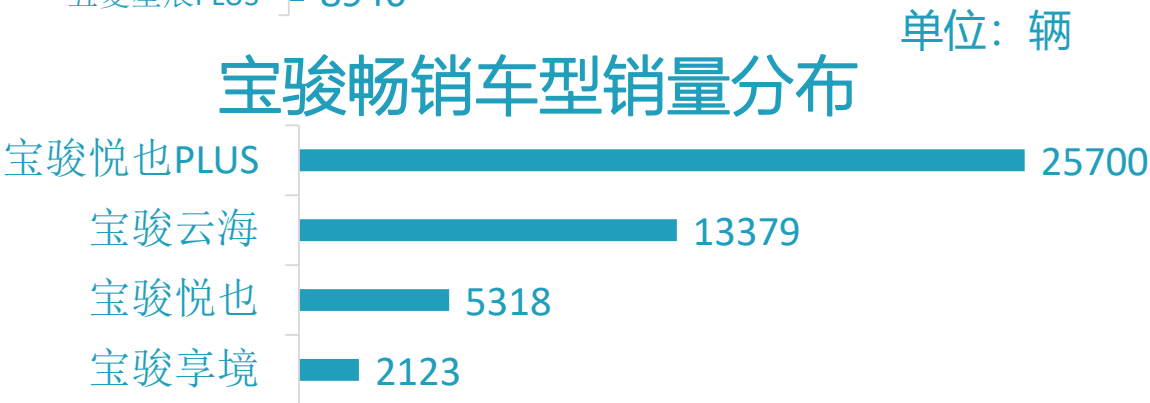


注：含五菱和宝骏两大品牌

五菱车型销量分布



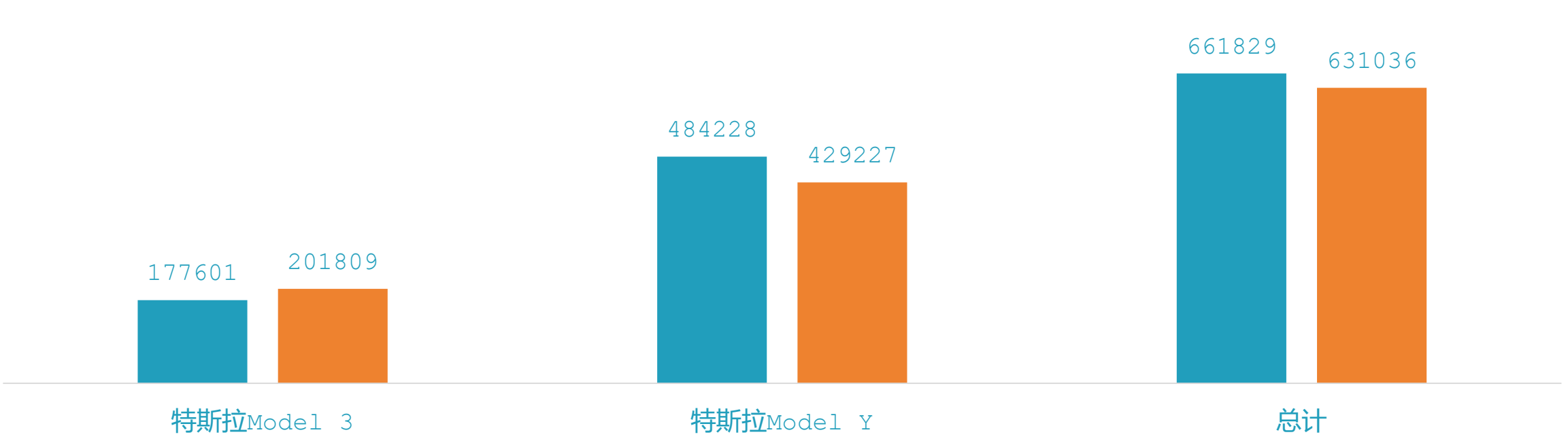
宝骏畅销车型销量分布



上通五是比亚迪之外，新能源转型最早、且见成效的企业，同时在补贴退坡之后，上通五品牌、产品向上，开始挑战比亚迪、吉利的核心主流市场，但保持了超强性价比的优势，长板一直很长。2025年也受惠于“双新”补贴对于小车的二次红利，“神车”MINI再度发力。

特斯拉近两年车型销量分布

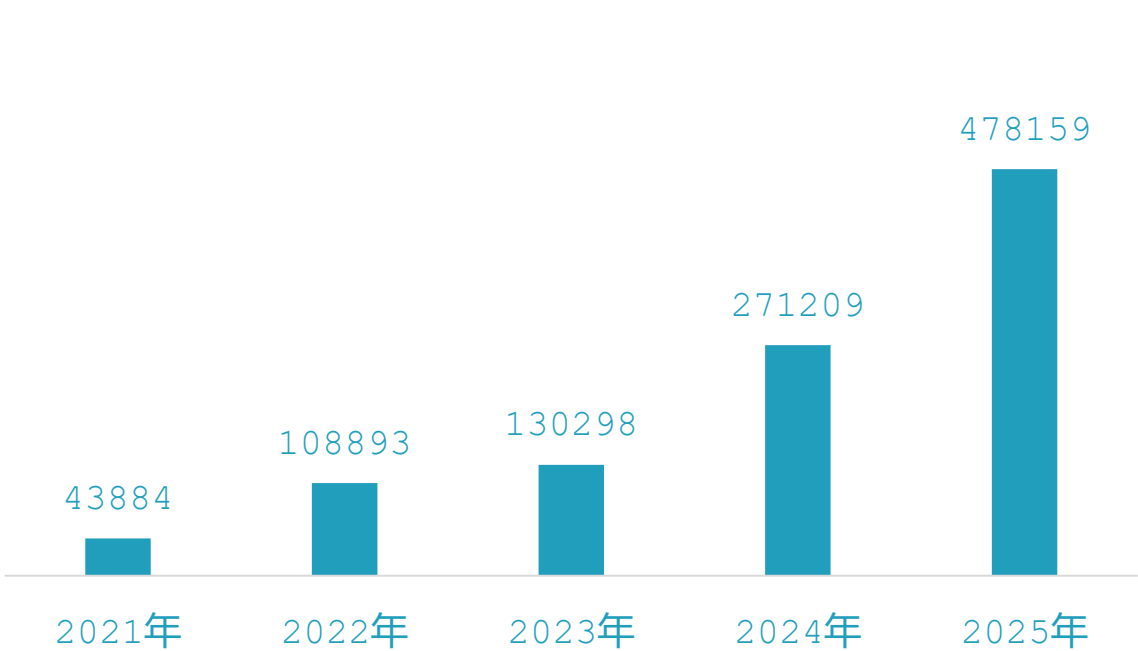
■ 2024年 ■ 2025年 单位：辆



特斯拉两款车推出已经10年、7年，但并没有大的改款，竞争力缓慢下降。还能热卖，源于强大的品牌认可度。更加经济的新车在不断反复中被取消。马斯克已经将重点转向自动驾驶。作为非自动驾驶的汽车，或者自动驾驶汽车的本体，“肉体”已经没有必要进化。后续看FSD的能力提升。

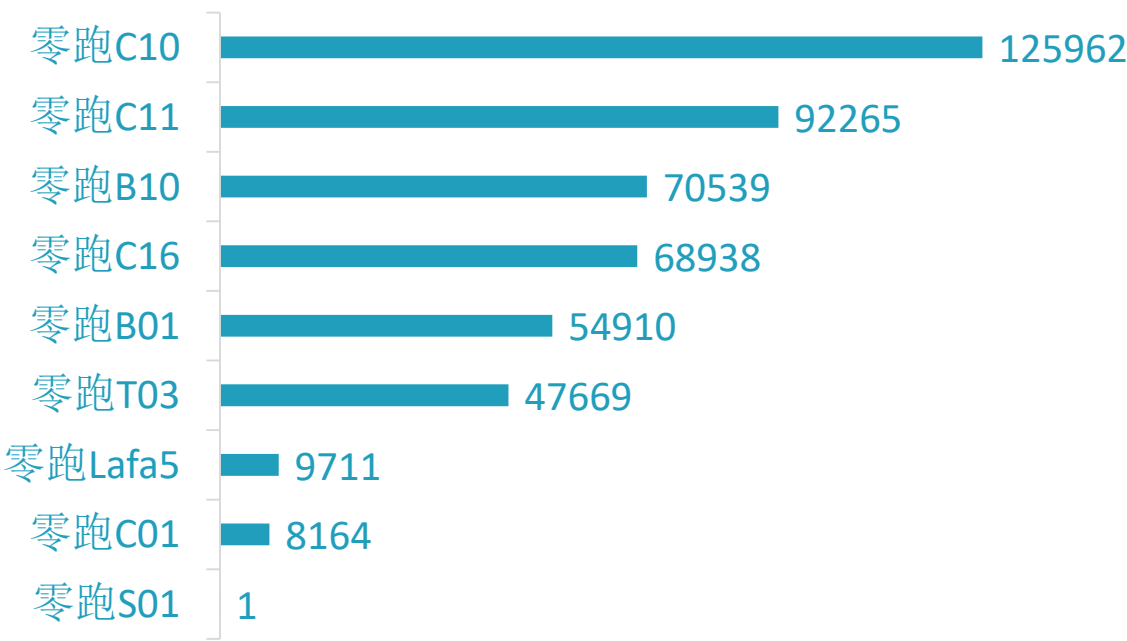
零跑近五年销量走势

单位：辆



零跑品牌车型销量分布

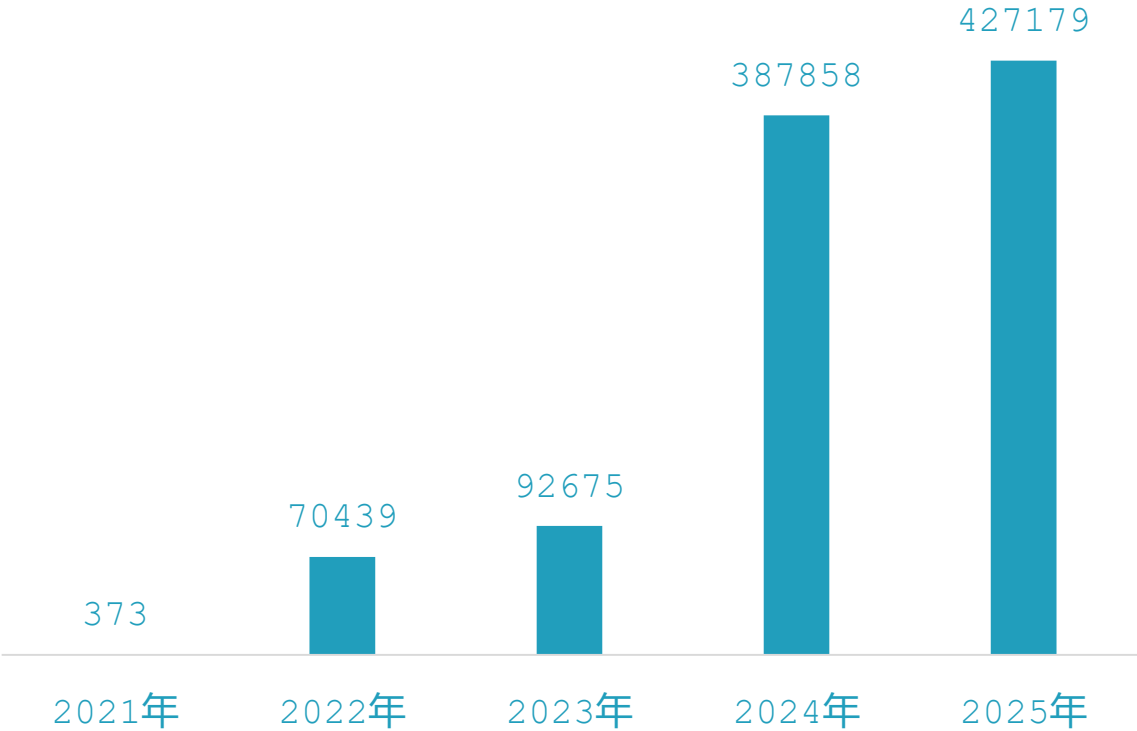
单位：辆



零跑的持续热卖，秘诀是高比例自研自产，对标比亚迪；产品设计紧跟前沿，对标理想。前者解决了魏建军所谓“亏本”的问题，后者解决了产品吸引力的问题。团队的坚韧、大股东和资本市场的助力也是重要因素。

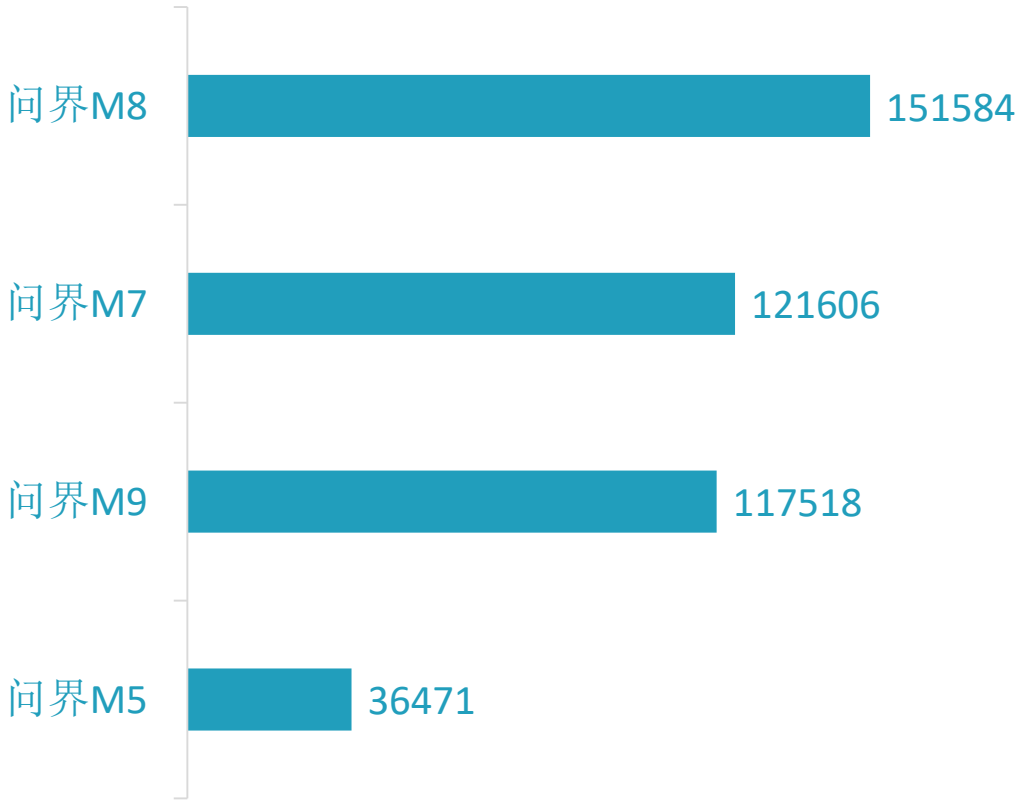
问界近五年销量走势

单位：辆

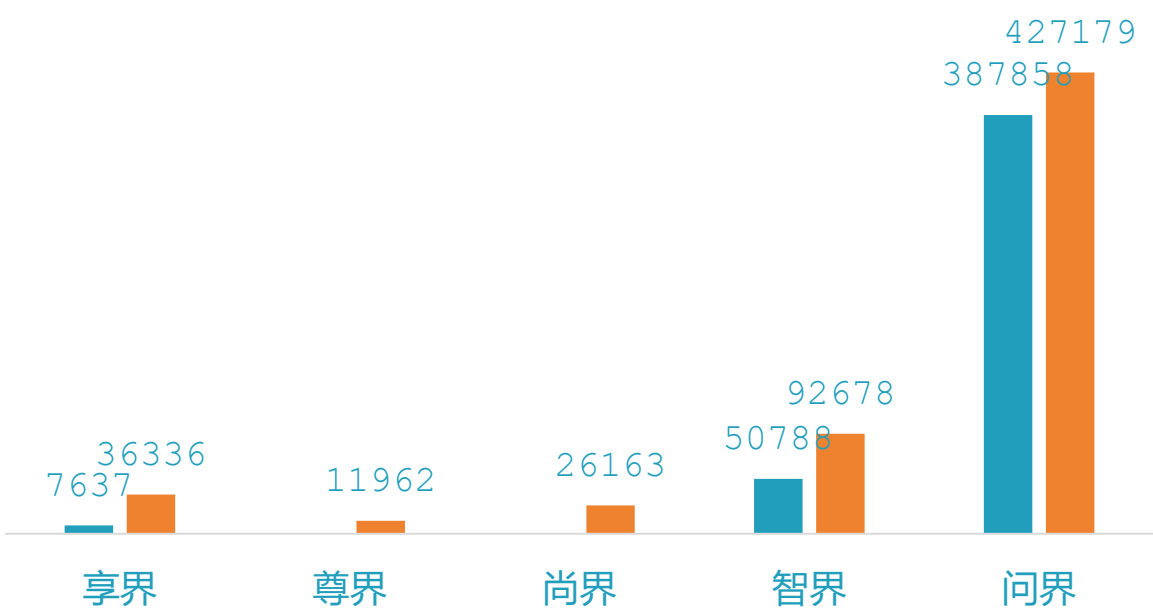


问界车型销量分布

单位：辆



鸿蒙智行五界近两年销量



享界车型销量分布

单位：辆



智界车型销量分布

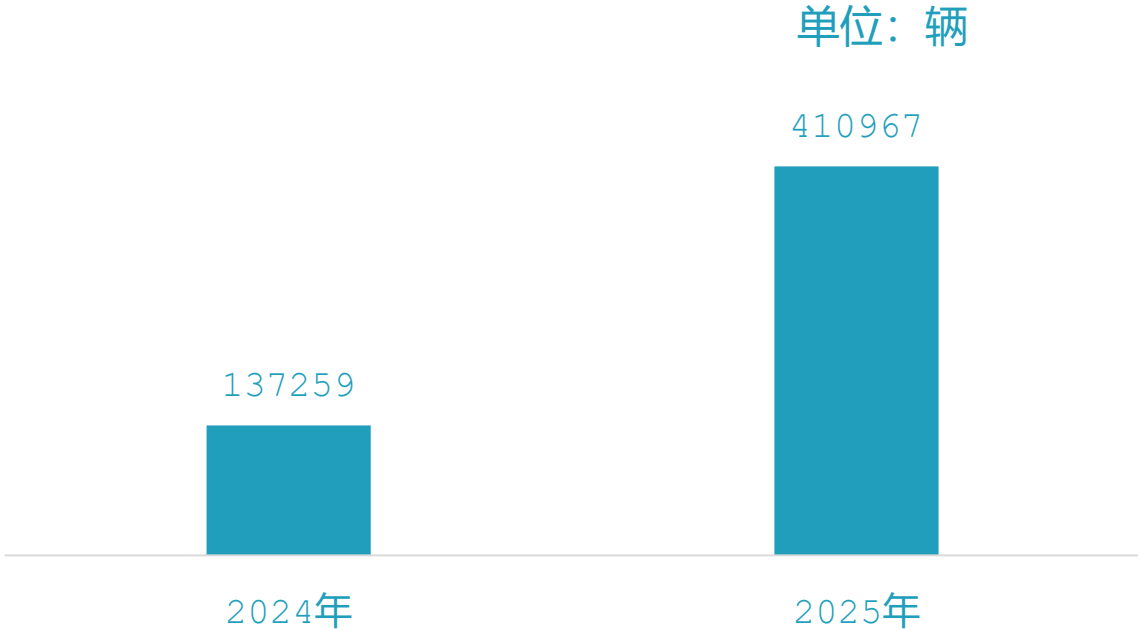
单位：辆



五界之中，问界最早也吃到最多“华为红利”，尽管后面“四界”以及华为乾崮的“三境”等品牌，都拥有华为“全家桶”，但是组织效率、营销渠道的配合，都不免动荡。华为两大生态会继续做大，但问界还将是排头兵。

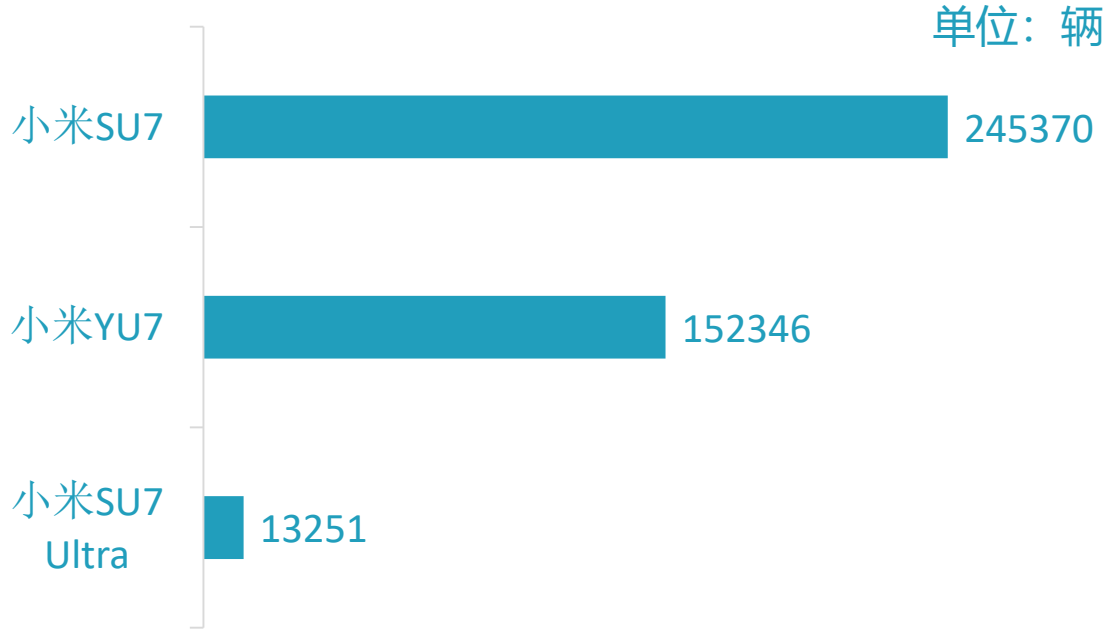
小米近两年销量走势

单位：辆



小米品牌车型销量分布

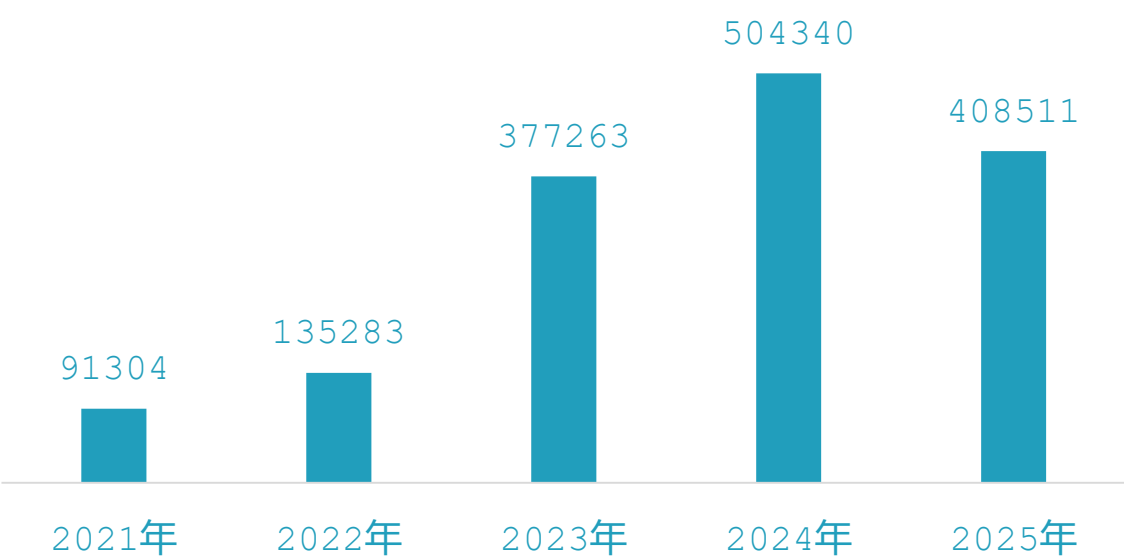
单位：辆



小米汽车在2025年销量大涨，但在舆论上颇多争议，也影响了部分消费者决策。2026年小米汽车目标“仅仅”定在55万辆。其攻势将主要在产能扩张以及增程产品线的开拓。但风险点依旧是产品表现和营销舆论战。近期雷军重新开始直播，在传播上亮剑，有望扳回舆论风向。

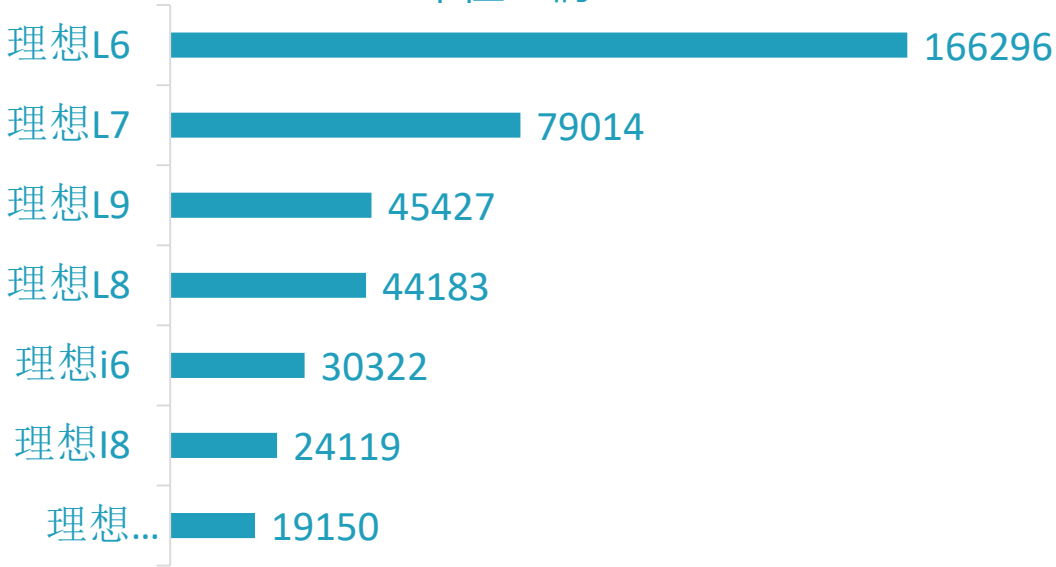
理想近五年销量走势

单位：辆



理想车型销量分布

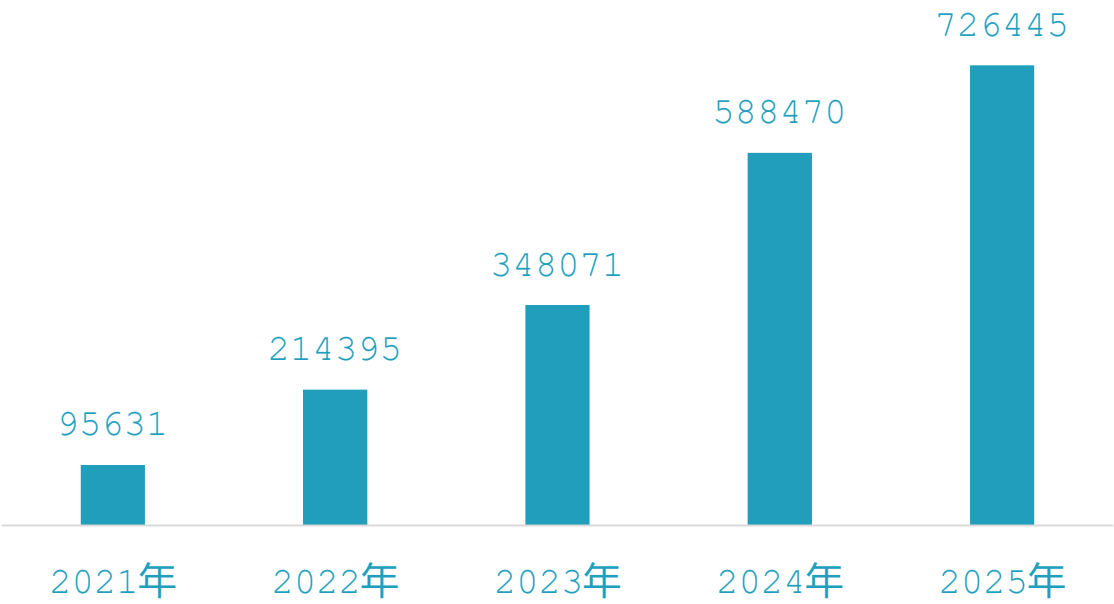
单位：辆



理想2025年销量下跌近20%，核心原因是在后来者超级增程、超级混动技术攻势下，增程系列竞争力下降，内部则体现为节奏变慢、反应变慢。但同时，理想的纯电产品线基本立住脚跟，理想MEGA在50万以上MPV中位列前茅，i6成为小爆款。26年理想目标增长约40%，重点在重塑增程竞争力。

长安汽车近五年销量走势

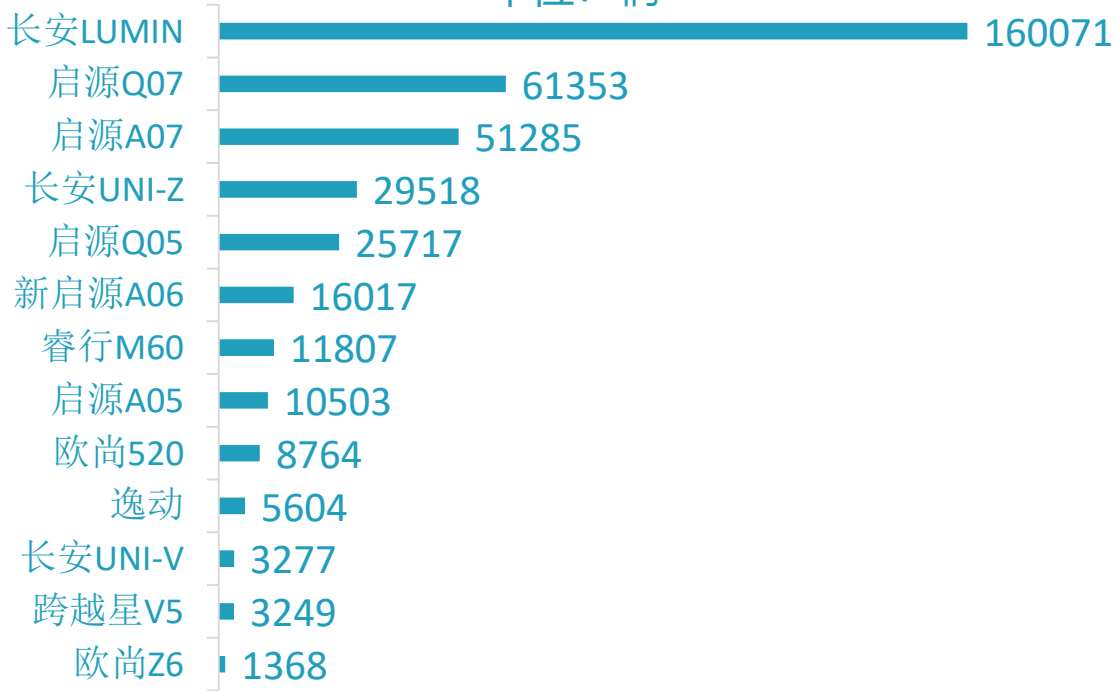
单位：辆



注：含深蓝、阿维塔

长安品牌畅销车型销量分布

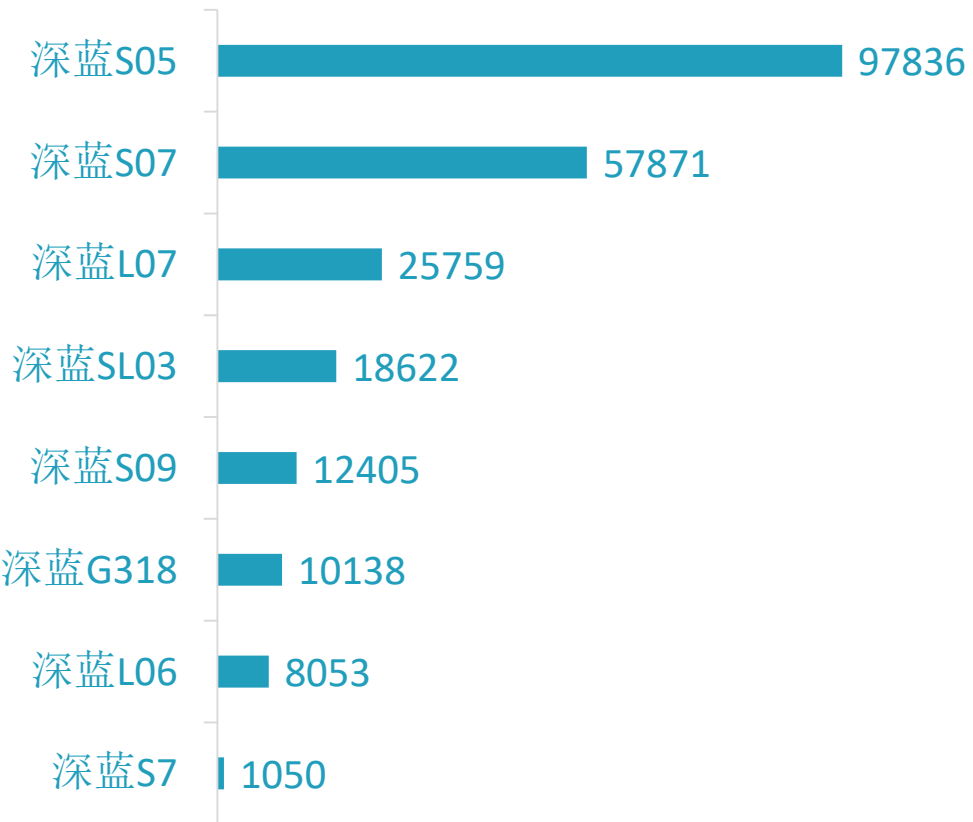
单位：辆



长安汽车在2025年升级为一级央企，其中并没有经营大动作，由于体量关系，目前不到4成的新能源渗透率，也足以使其排名前列，但问题是核心价值，如电池、智驾来自外界，壁垒不高。

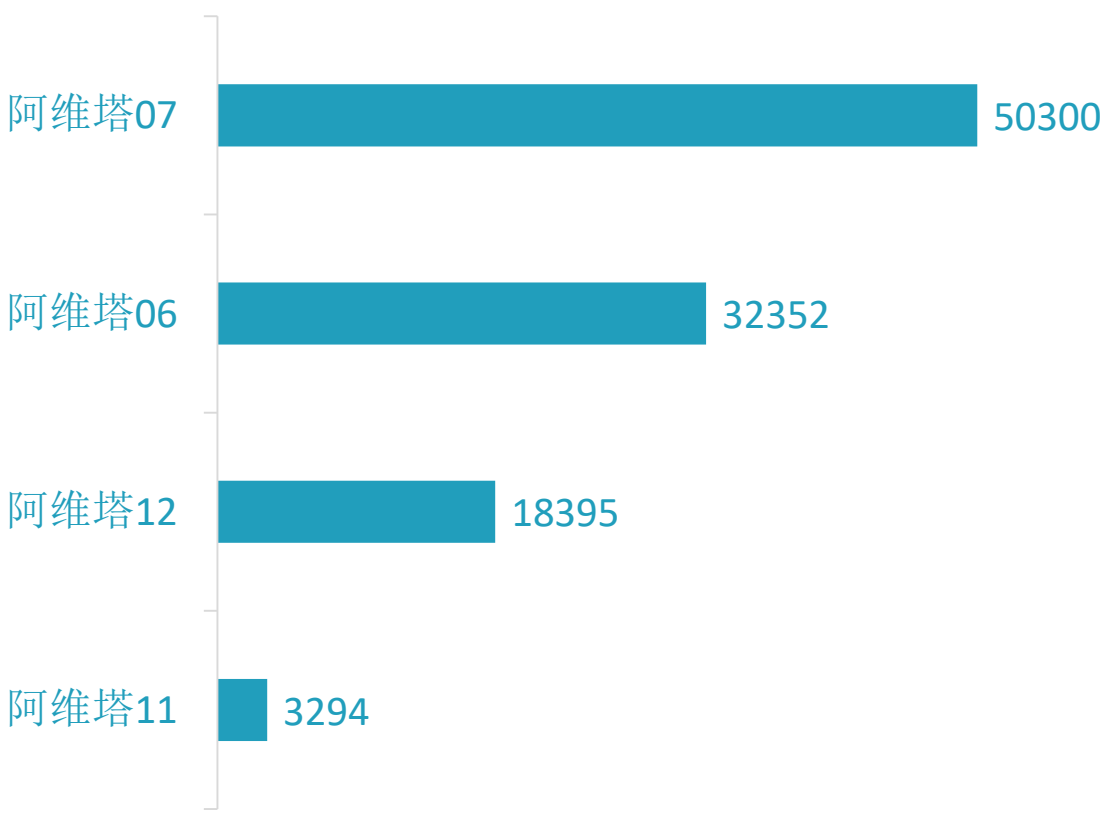
深蓝品牌车型销量分布

单位：辆

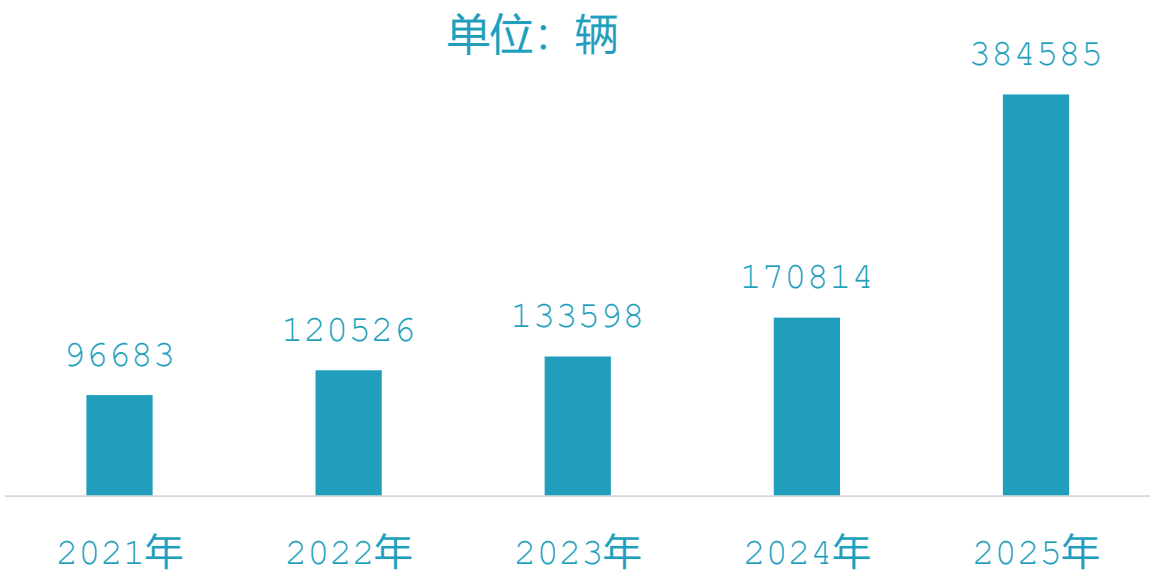


阿维塔品牌车型销量分布

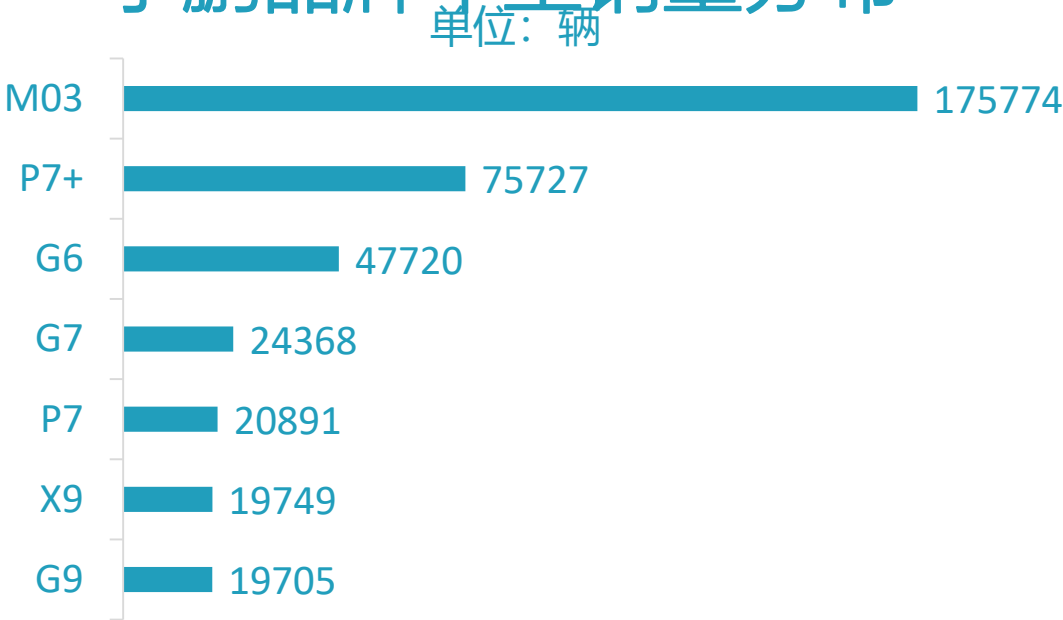
单位：辆



小鹏近五年销量走势

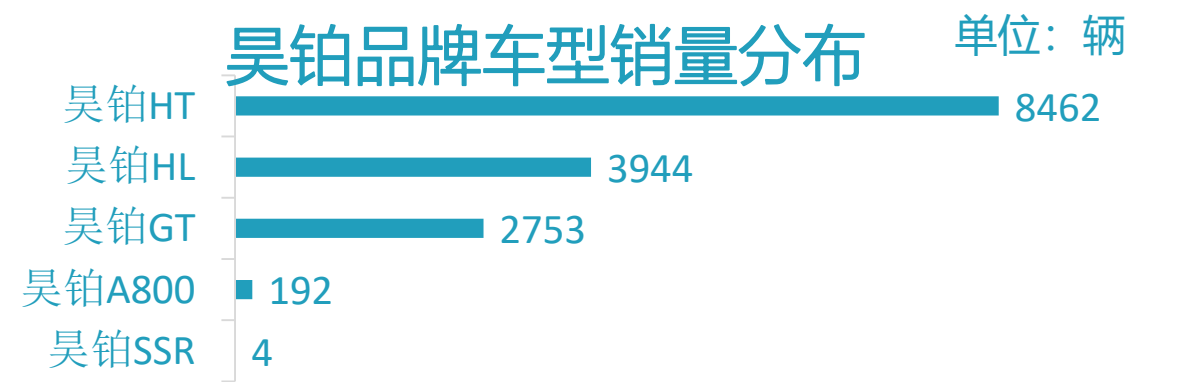
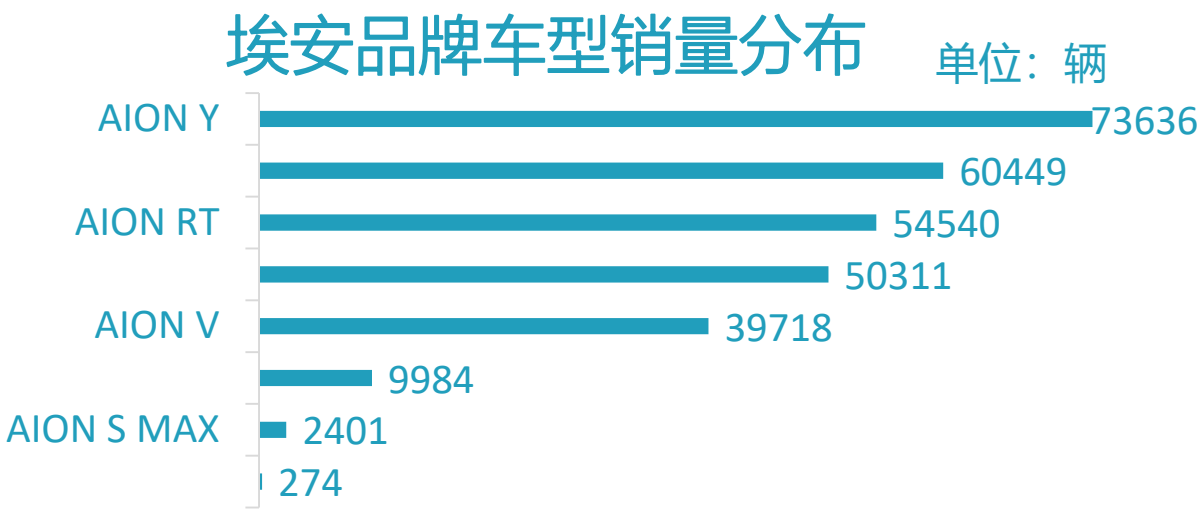
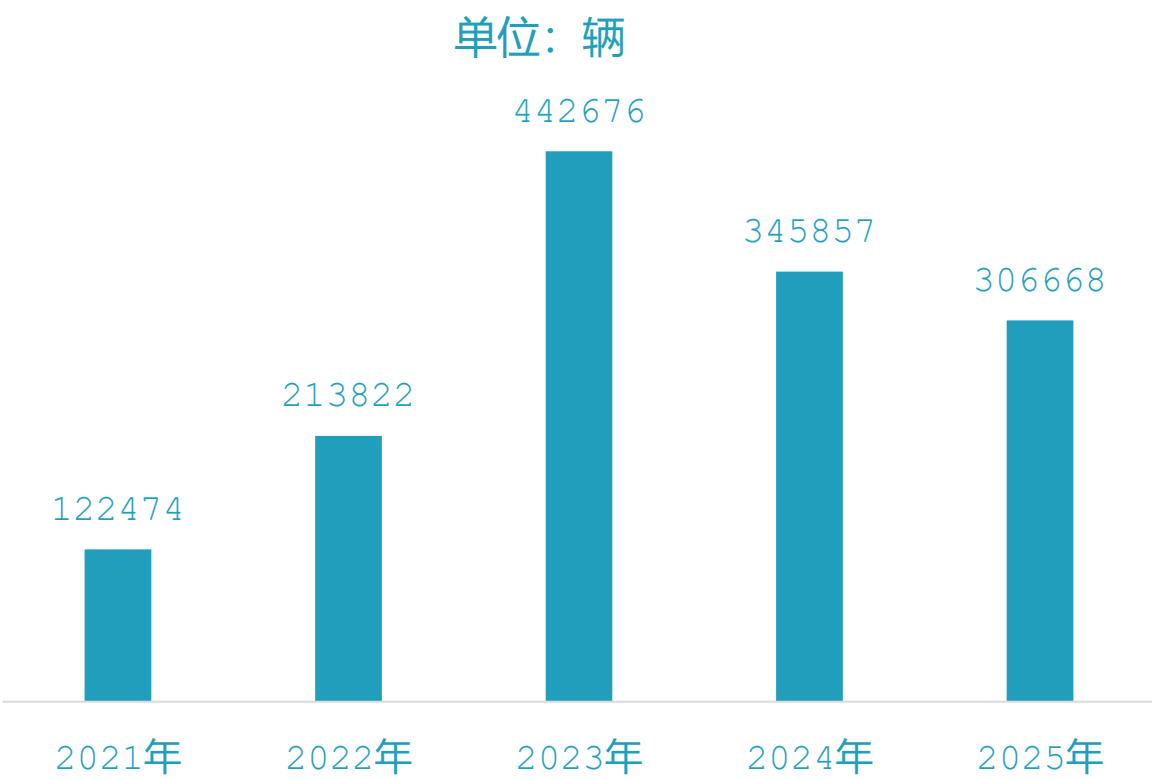


小鹏品牌车型销量分布



小鹏在2025年销量暴涨，官方宣布销量是42.94万辆，增长126%；除了本报告上图显示的国内终端销量，出口近4.5万辆，增长近1倍。两大轿车爆款贡献最大。年底开始推出超级增程，反响也不错。2026年小鹏目标60万辆，增程、出口是其增量动力。智能化竞争力在逐渐体现，产品吸引力也在提升。

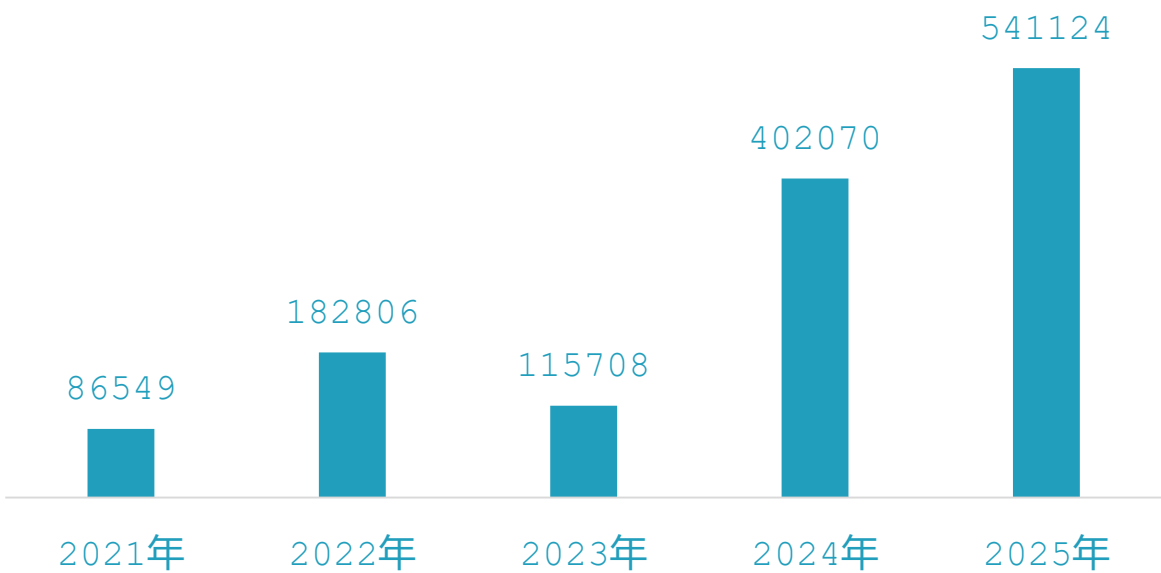
埃安+昊铂近五年销量走势



2025年是广汽集团人事、机构调整年，埃安、昊铂两大品牌表现不佳，尤其是昊铂定位尴尬，特别是在与华为合作启境之后。但增程技术上车，i系列车型启动，埃安、昊铂成立BU，重新定位之后，在2026年值得期待。

奇瑞汽车近五年销量走势

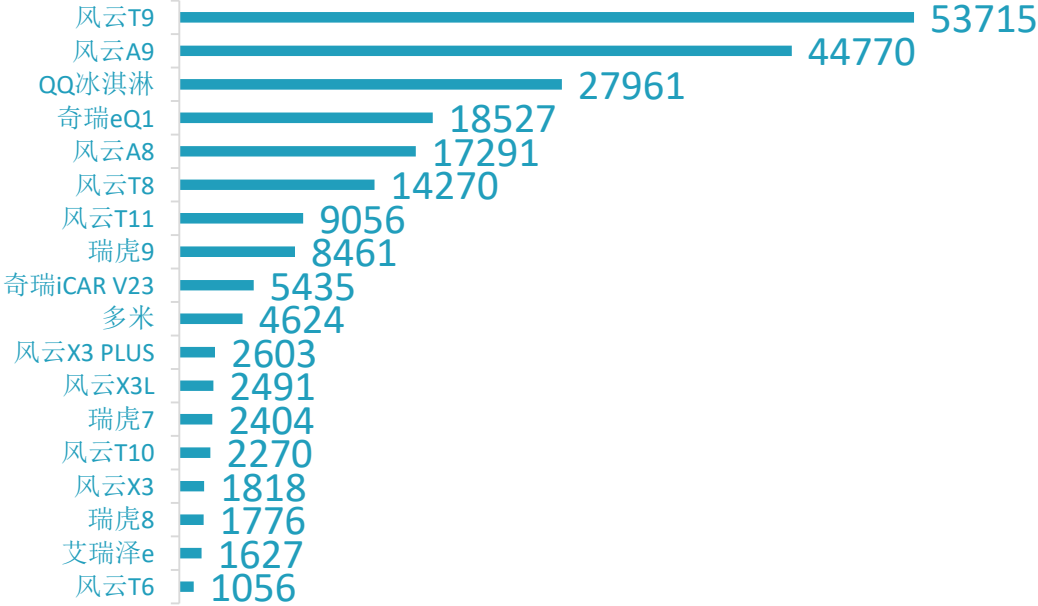
单位：辆



注：含捷途、星途、iCar、开瑞、凯翼

奇瑞品牌车型销量分布

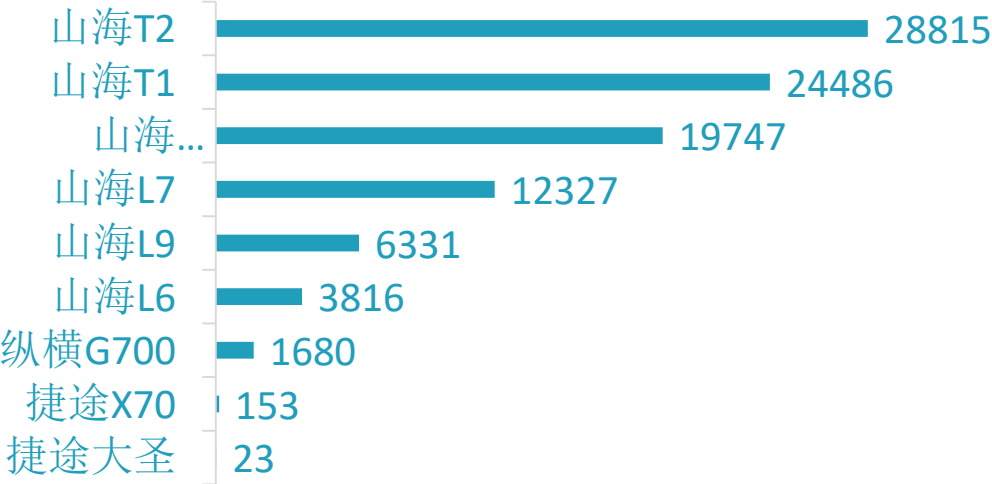
单位：辆



奇瑞已经完成了新能源转型的技术、产品和组织机构准备，但渗透率还低于全行业。因为规模优势，在销量上已经进入前列，主要源自纯电小车和插混车型。2026年奇瑞计划总体完成320万辆目标，新能源汽车没有单列目标，据推算大概在120万辆，依旧还不会有很大占比。

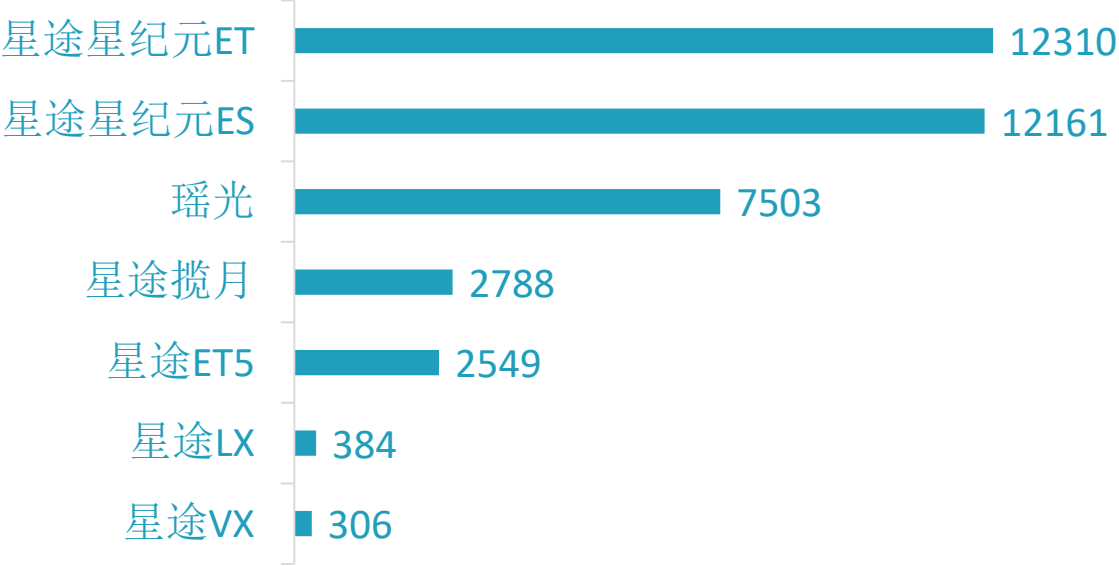
捷途品牌车型销量分布

单位：辆

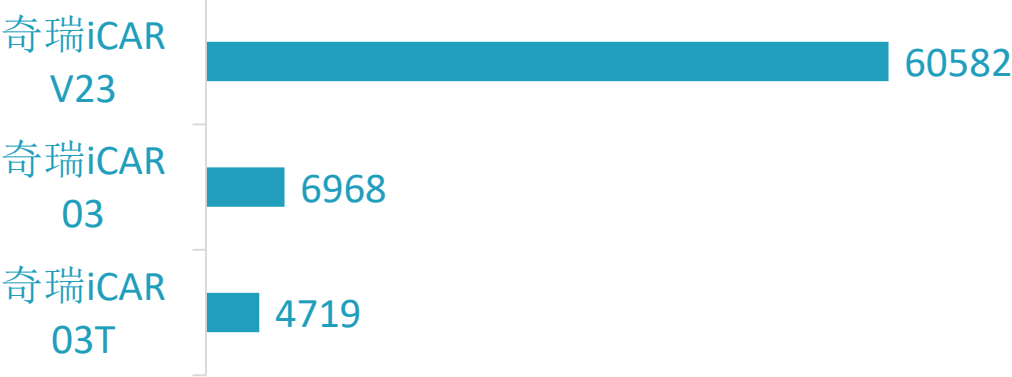


星途品牌车型销量分布

单位：辆



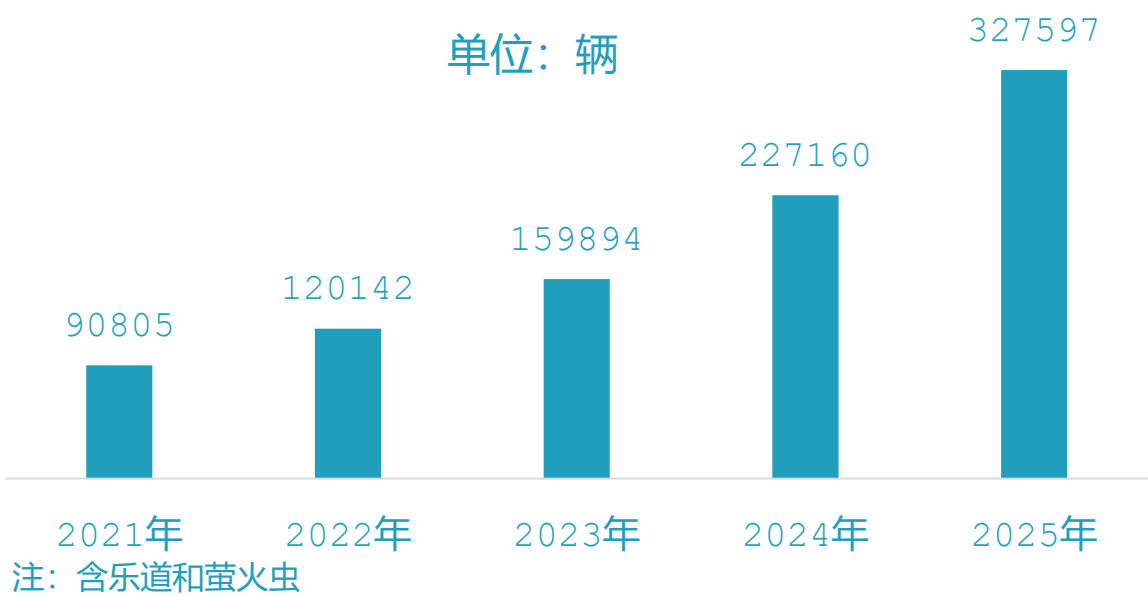
iCAR品牌车型销量分布



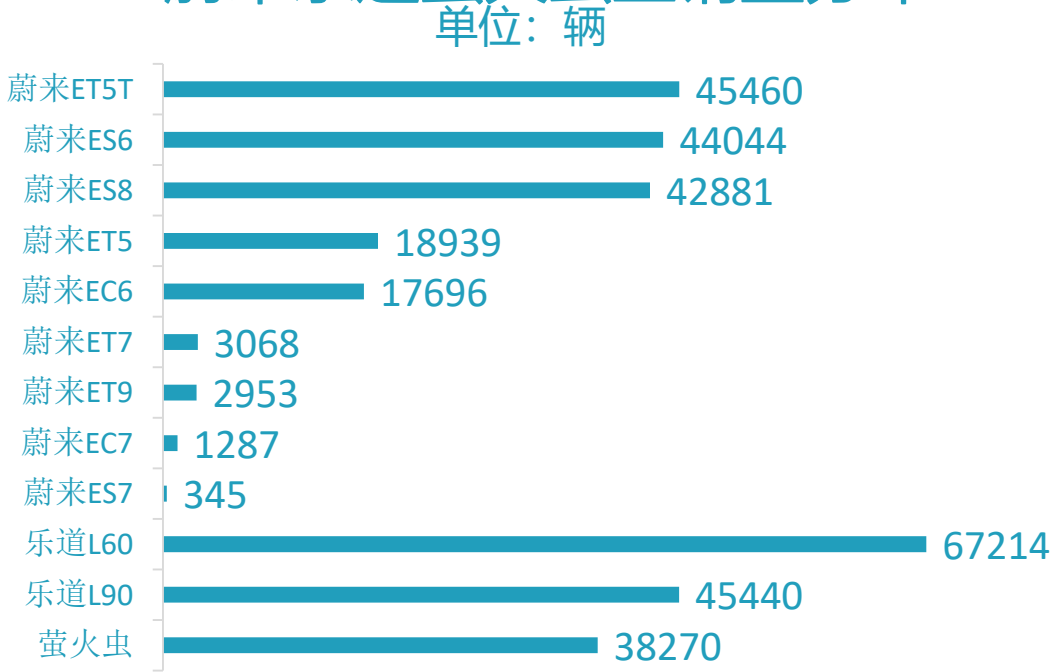
智界品牌车型销量分布



蔚来汽车近五年销量走势

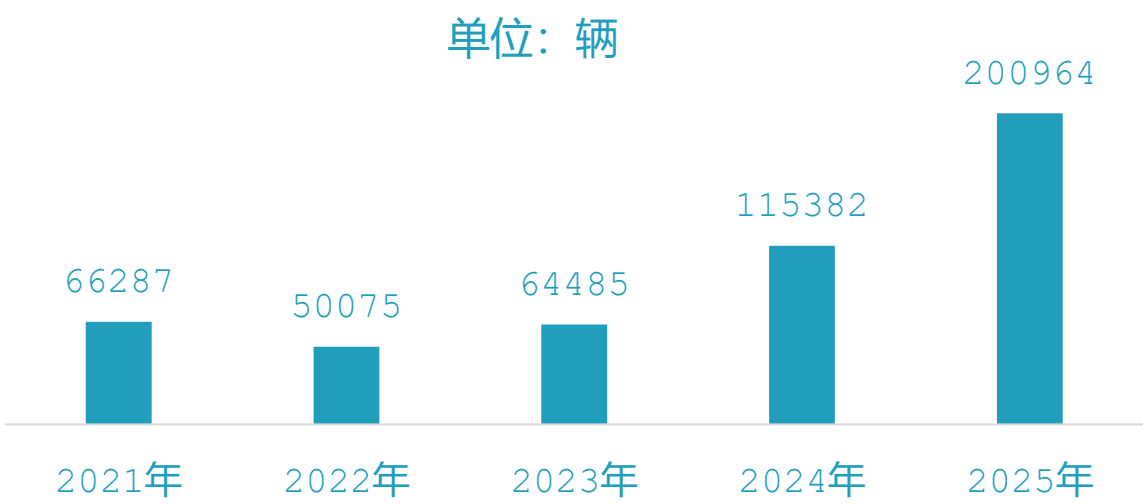


蔚来乐道萤火虫型销量分布



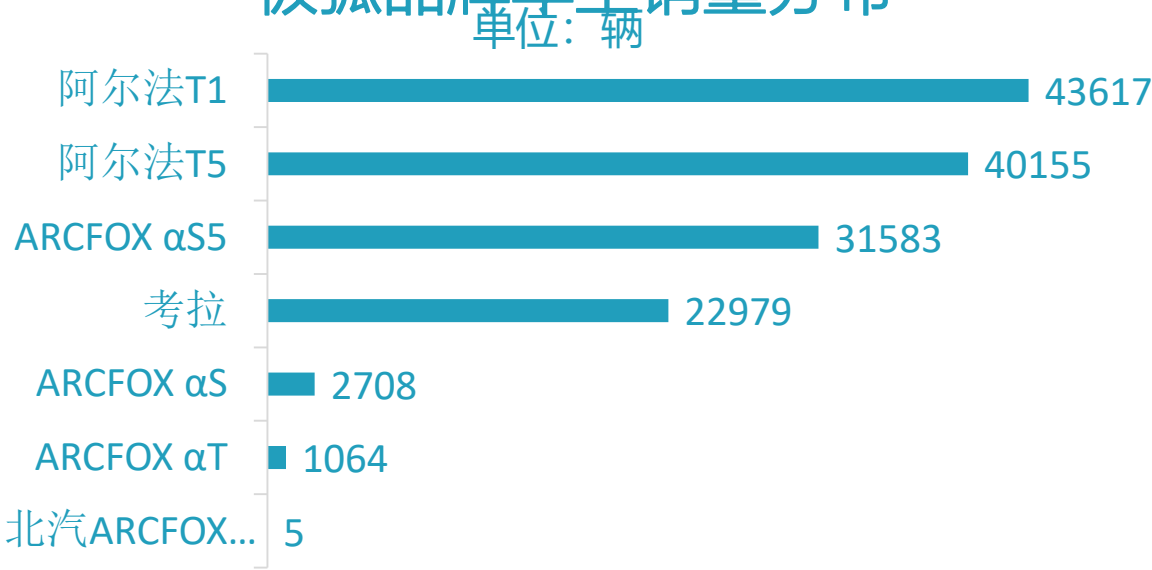
蔚来2025年销量暴涨，尤其是下半年开始，乐道L90和全新ES8，不仅热卖，而且毛利率很高，帮助蔚来在财务层面大幅改善。2025年更为关键的是，蔚来启动了CBU制度，更加关注投资回报、效率提升和降低成本。产品和销量的提升只是其结果。2026年蔚来集中推大车，战略聚焦得以延续。

北汽新能源近五年销量走势



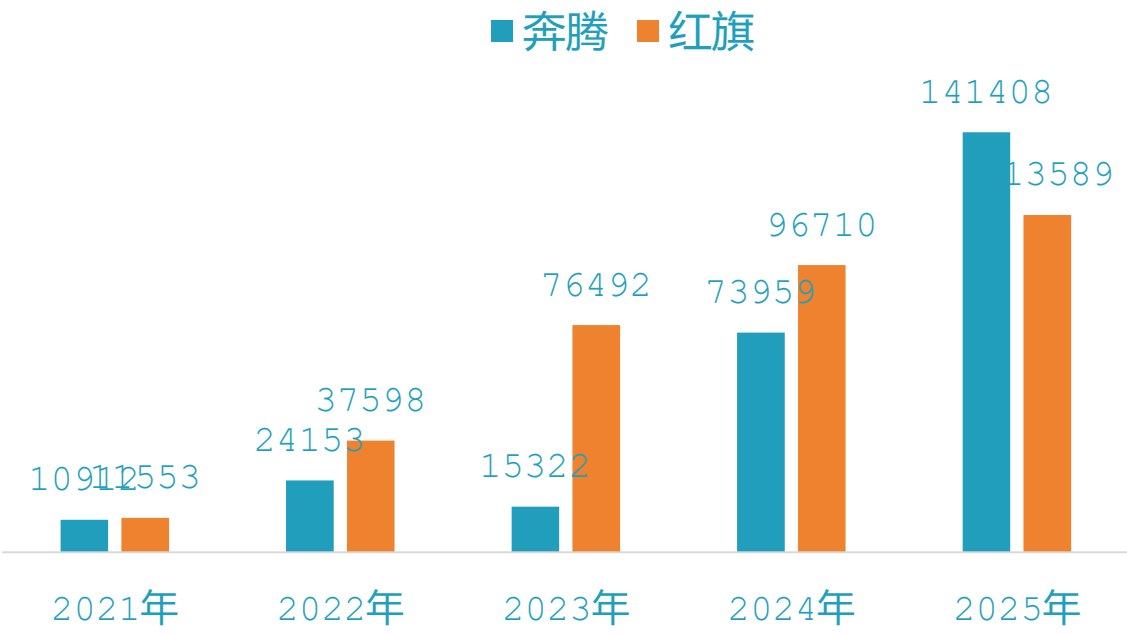
注：含极狐（Arcfox）、北汽品牌

极狐品牌车型销量分布



北汽集团如今将资源all in极狐，极狐品牌也调整为更加经济亲民的调性，进入主流销售区间，T1、T5、S5都有很强性价比，拉动销量的回升。25年底极狐也推出增程动力系统，销量破万，也将开启新赛道。极狐再度发力，关键也需解决降低核心成本和核心价值的创造问题，否则将是越卖越亏。

一汽自主两品牌销量走势

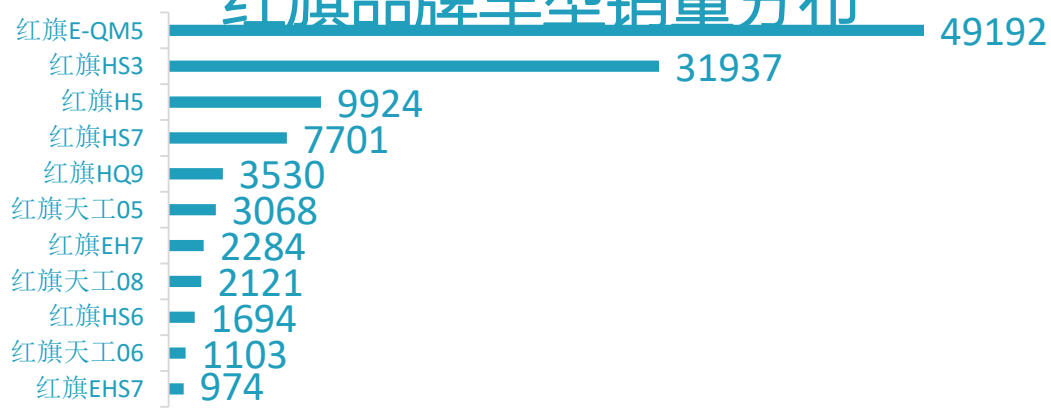


单位：辆

奔腾品牌车型销量分布

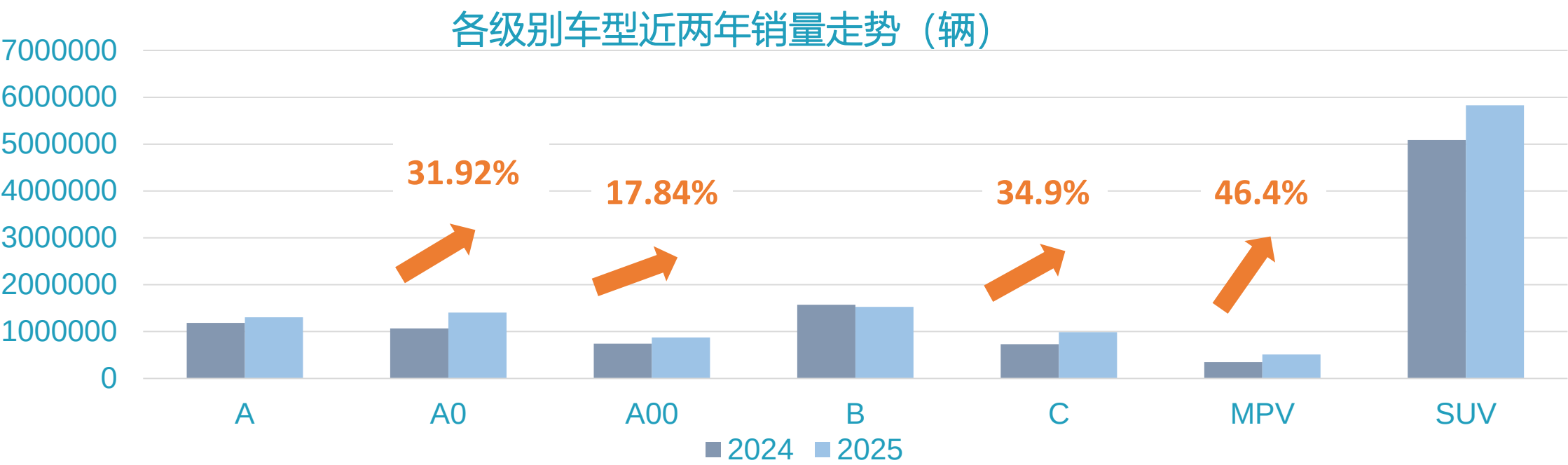


红旗品牌车型销量分布



虽然25年奔腾品牌排名第15，但依赖A00小马的热卖，整个一汽在新能源转型上乏善可陈。红旗品牌还在依赖出行市场，面向私人消费的天工系列表现不佳。无论是新能源还是智能化，一汽研发和供应链都竞争力不足，往往假手于人，也没有得到最强合作伙伴的赋能，后续表现可能更差。

2025级别总结：补贴推动，小车恢复增长

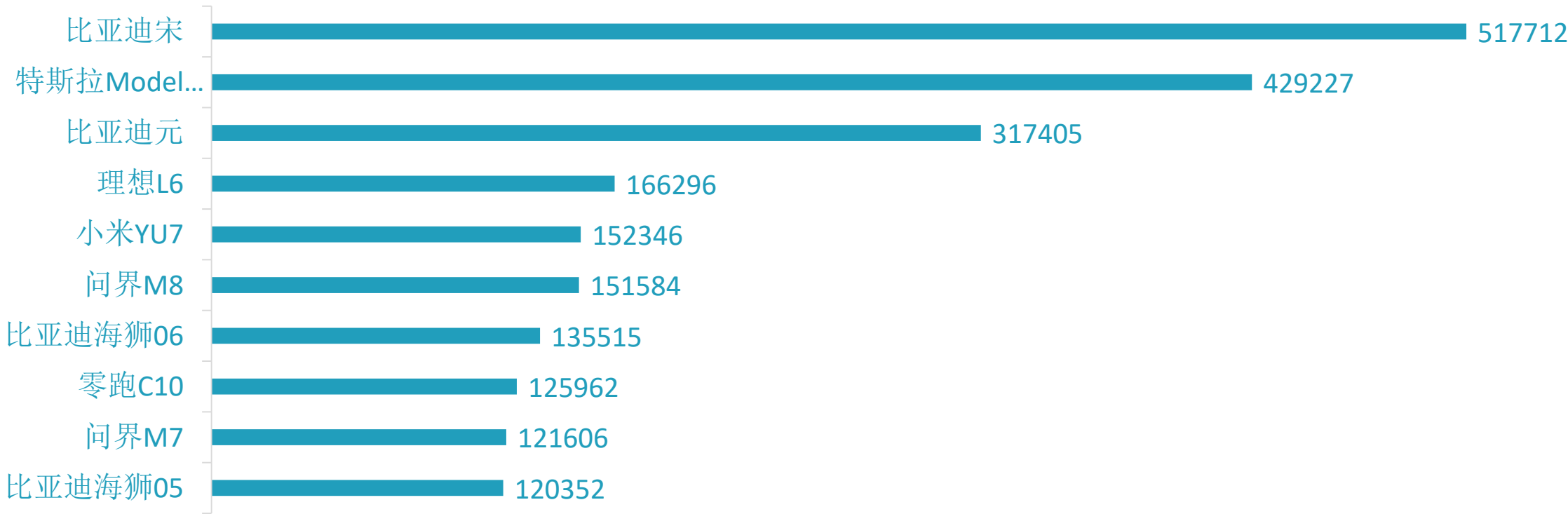


报废补贴最高可达2万元，对于A00车型有巨大促进作用，让A00从百万辆高点下降之后，又有回升。SUV当中，大三排SUV增长迅速；MPV也实现了大规模的“油改电”。

注：D级车、跨界车、Sports Car忽略不计

2025年新能源SUV销量排行

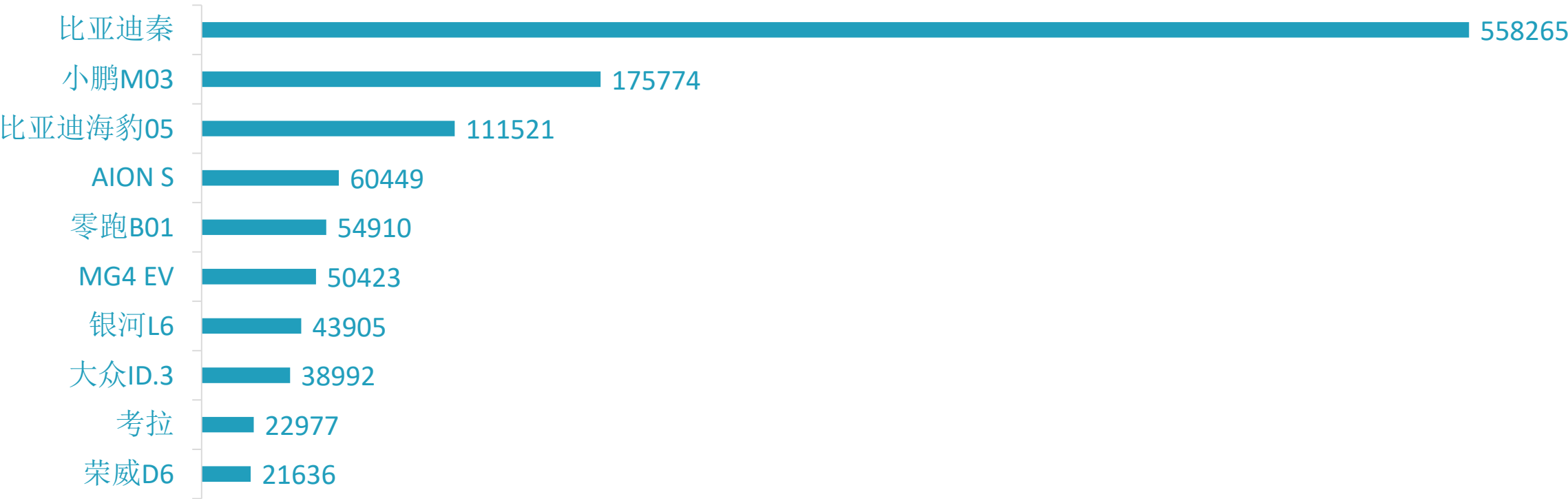
单位：辆



比亚迪宋、元依靠多个细分车型占据领先；Model Y领先性不断下降，遭遇了理想L6、小米YU7等重大挑战。问界双雄销量都大涨，体现了华为的带货能力和产品打造能力。

2025年A级新能源车型销量排行

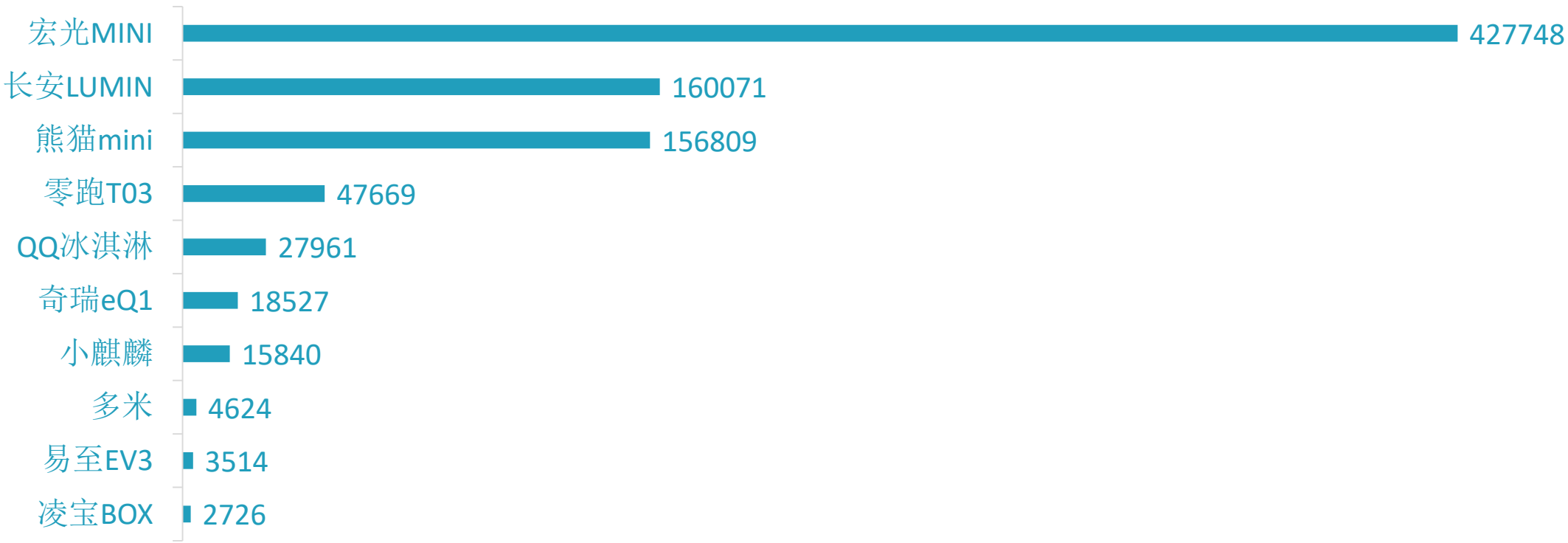
单位：辆



A级车是出行市场+私人消费经济用车叠加，比亚迪、荣威、埃安胜在出行，小鹏M03则在年轻人中大受欢迎。私人消费市场所需的夺目外观设计、强烈情感价值，是传统车型所不具备的。

2025年A00新能源销量排行

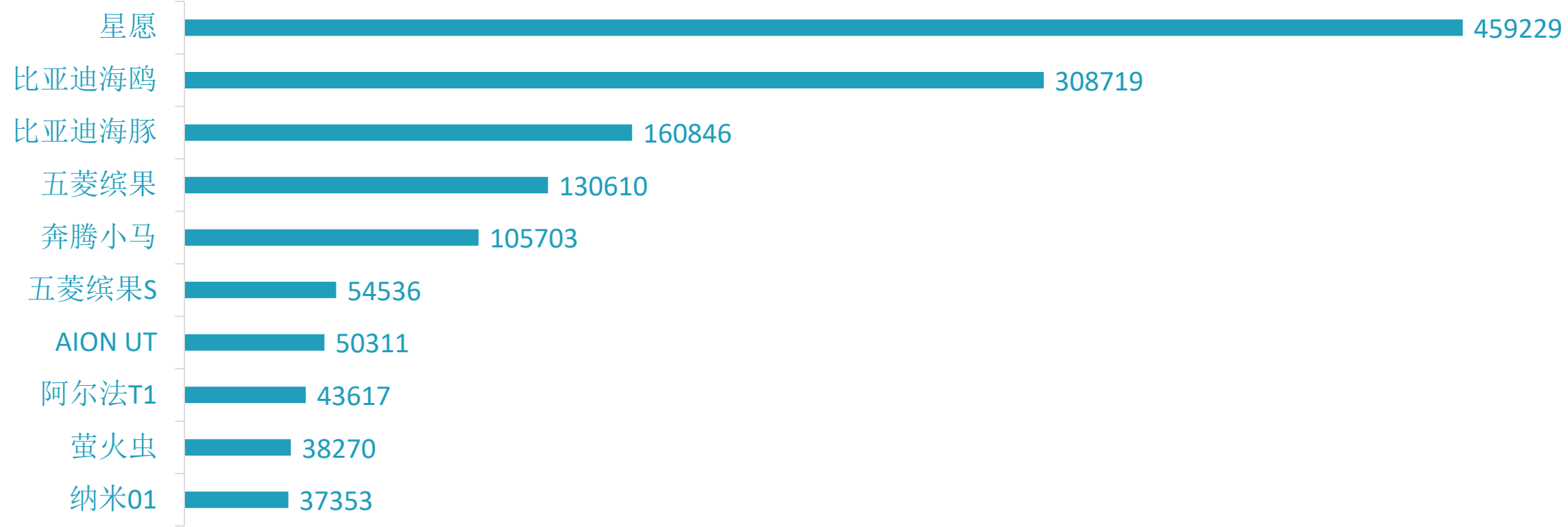
单位：辆



在“双新”补贴下，A00再次焕发生机，但随着2026年补贴按车价比例给出，A00的吸引力又会下降。长期而言，中国汽车消费偏向大车的习惯难以改变。

2025年A0级新能源车型销量排行

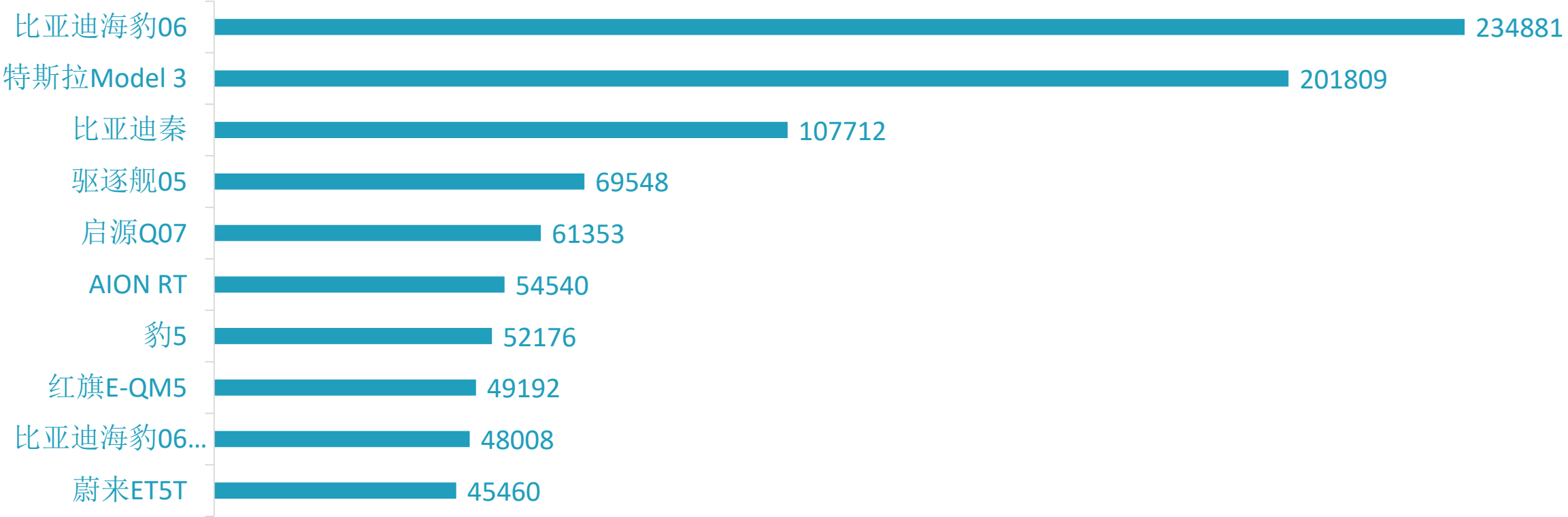
单位：辆



吉利星愿以超高性价比从比亚迪双雄夺食。这一市场其实缺乏真正精品小车。蔚来推出的萤火虫超预期热卖，显示这一细分市场的潜力。

2025年B级新能源车型销量排行

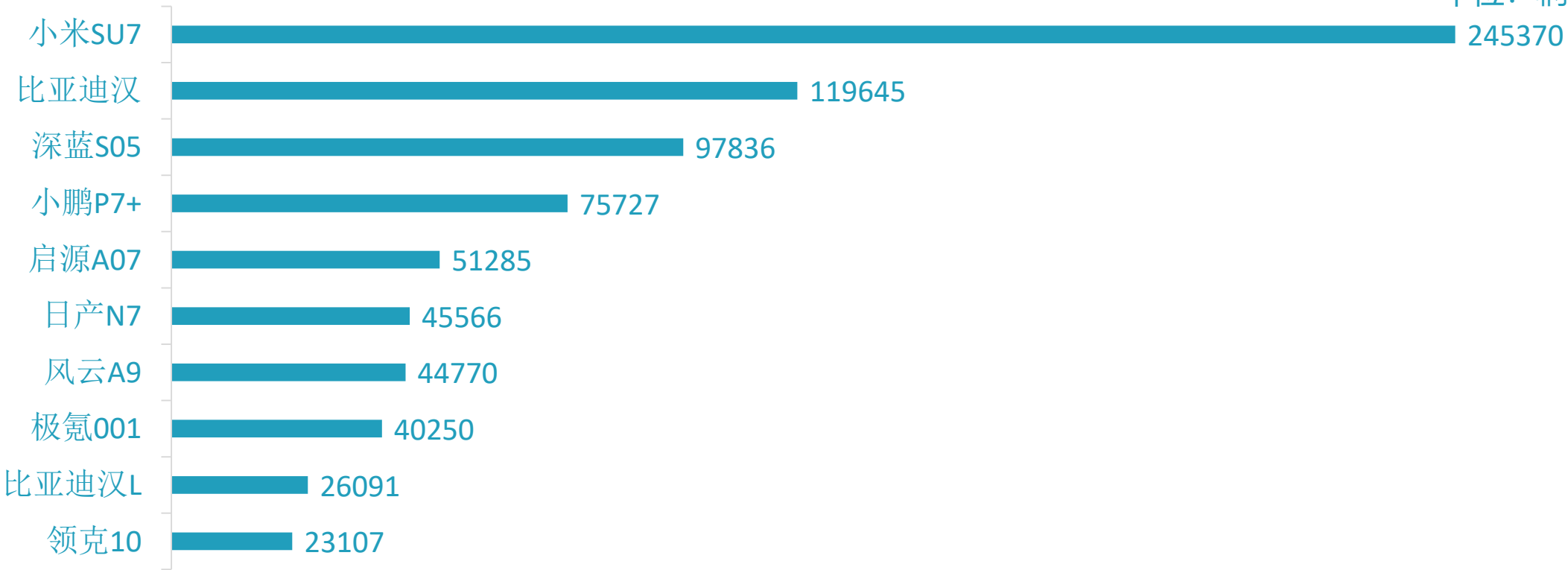
单位：辆



B级车市场比亚迪海洋系列、方程豹品牌新品更具竞争力，让有些“老气”的Model 3和秦遭到巨大压力。比亚迪王朝确实要加快迭代。

2025年C级新能源车型销量排行

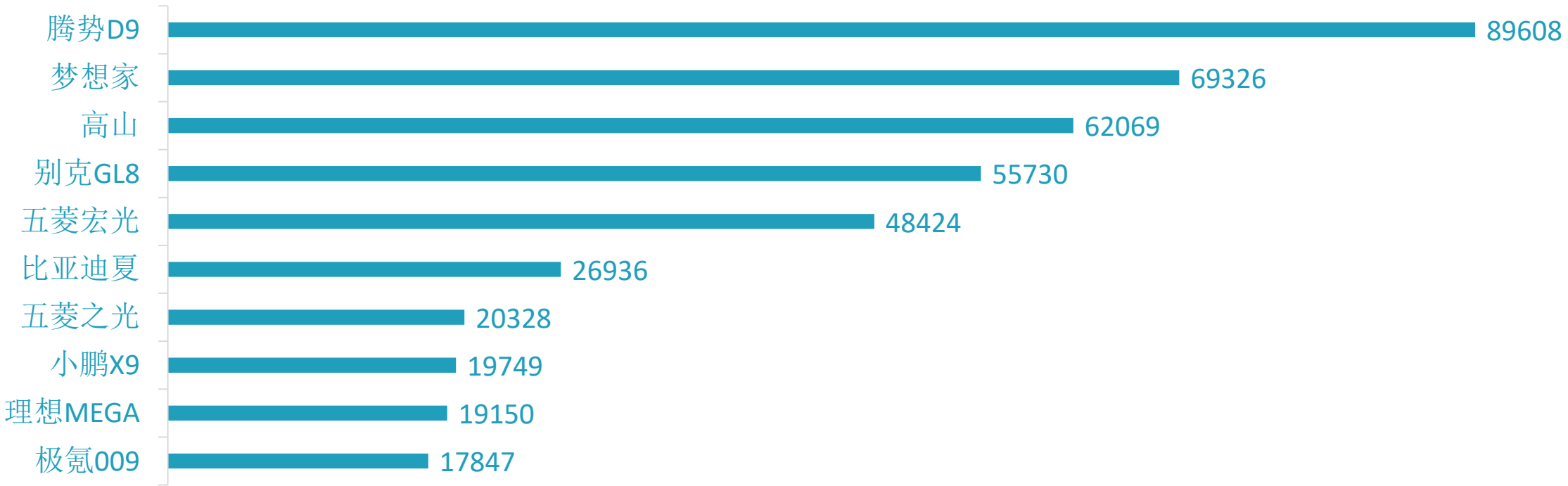
单位：辆



c级车之王已经是小米SU7，比亚迪汉也是车型陈旧。小鹏P7+以超大空间和新颖设计吸引家庭用户。东风日产N7下决心转型高性价比电动化，以大沙发和高阶智驾、大尺寸、大空间“对轰”中国品牌竞品，取得不错成效。极氪和领克外观设计，科技属性加分，也吸引了不少用户。

2025年新能源MPV销量排行

单位：辆

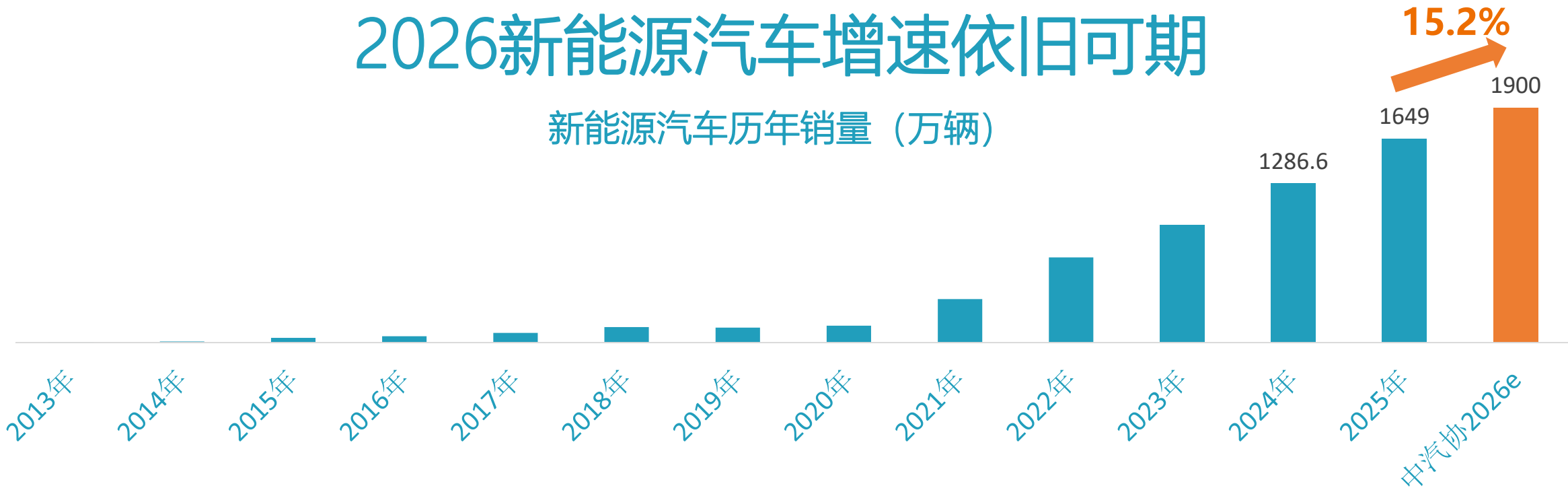


MPV市场竞争白热化，但腾势D9依旧夺得冠军，显示其心智和市场的稳固性。不过梦想家和高山都有后起之秀的势头。小鹏X9、理想MEGA和极氪009的新势力MPV也已经站稳脚跟。

2026预测1 新能源汽车增长依赖市占率提升和出口加速

2026新能源汽车增速依旧可期

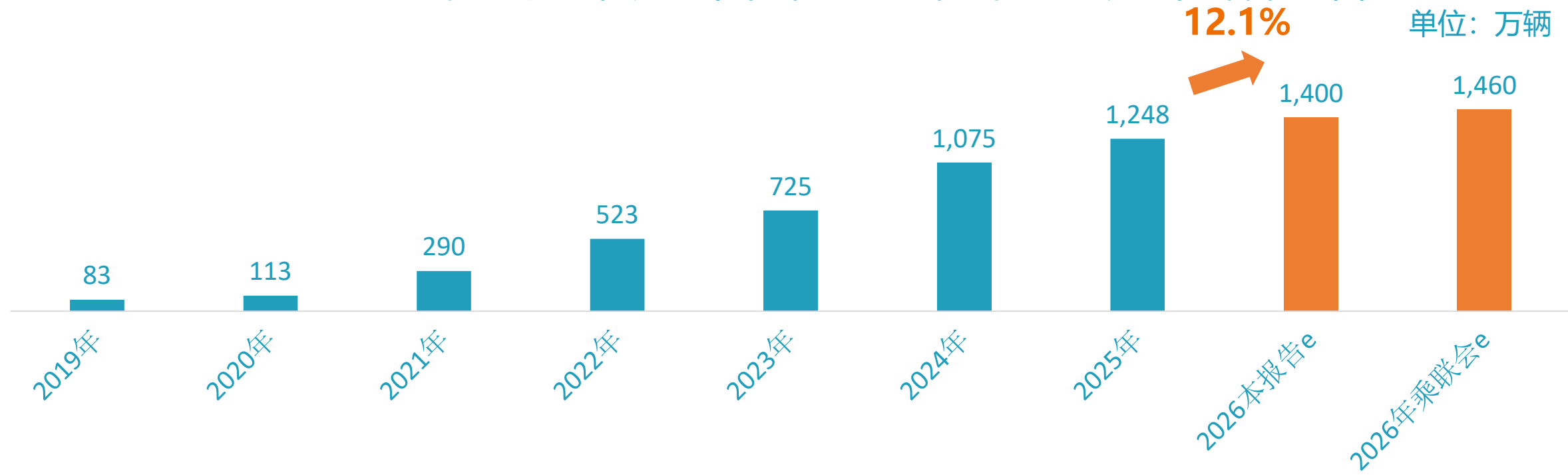
新能源汽车历年销量（万辆）



中汽协预测的汽车销量总量基本保持不变，出口略增4.3%。新能源汽车在其中是结构性机会：国内销量预计有150万辆+增量，来自于市占率的进一步提升；同时出口也需要贡献接近100万辆+，由各车企进一步加大出海步伐来贡献。

2026预测2 国内新能源汽车消费增长，主要看油电替换速度

2026新能源乘用车国内终端销量预计略有增长

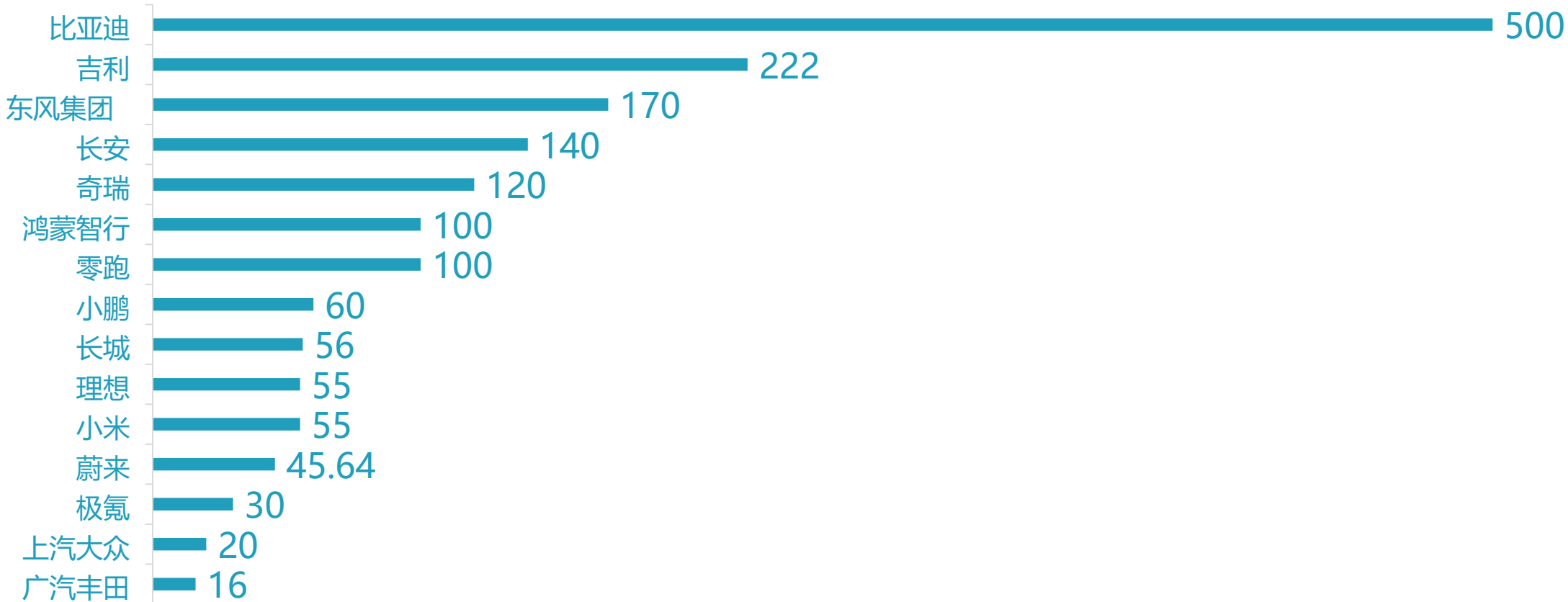


乘联会预计的新能源乘用车零售总量，与本报告的终端销售量（上险数）大致相当，从猛增长降低到快速增长。其障碍主要在于保守消费者对于新能源的抵制、冬季超低温续航衰减、偏远地区充电基础设施不足，以及燃油车的降价促销。

2026预测3 供给侧信心十足，领先企业定出高增长目标

2026年新能源汽车销量目标

单位：万辆

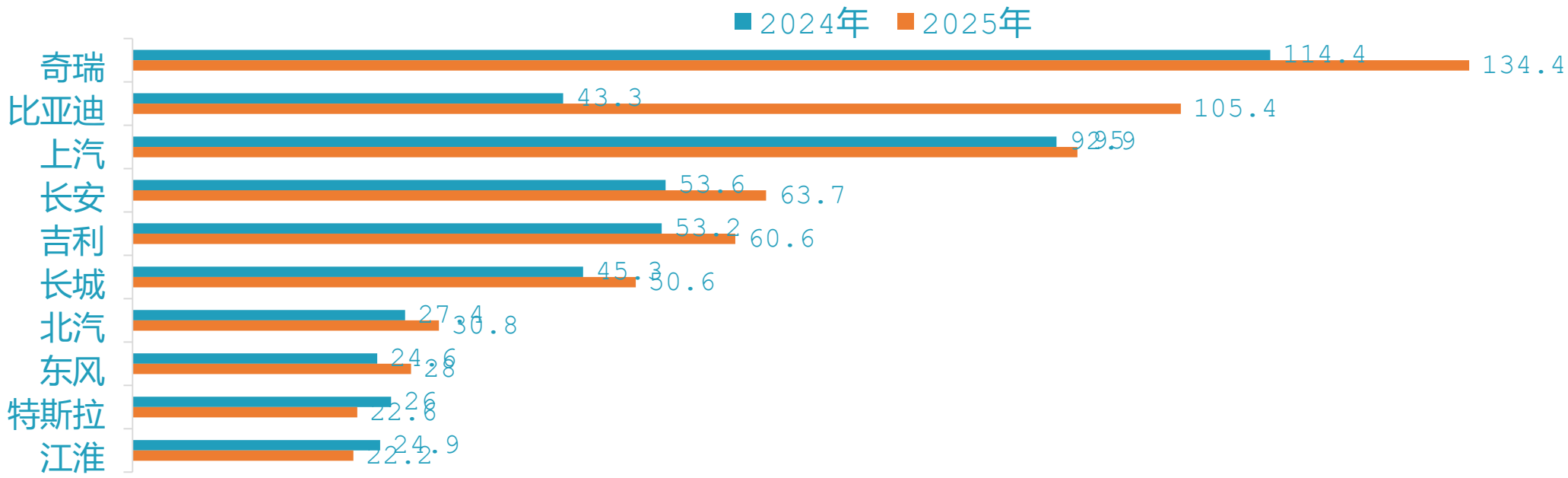


注：其中有重复部分，如吉利包含了极氪
部分来源于车企公布，部分来自于机构调研，区间目标以下限为准，比如蔚来增长40-50%，只选取40%。

2026预测4 贸易环境有所改善，出口市场更加乐观（1）

近两年汽车出口TOP10

单位：万辆



汽车出口中新能源汽车的比例大幅上升，比亚迪冲到第二名就是明显信号。2026年，比亚迪有可能挑战奇瑞多年的出口冠军地位。同时，各车企都在加大新能源汽车的出口比例。新势力中，蔚小理零都启动了海外业务，小鹏和零跑已经有不小贡献。理想今年计划出海。

2026预测4 贸易环境有所改善，出口市场更加乐观（2）

车企	2026出口目标	核心计划	关键落地措施
比亚迪	150-160万辆（同比+43%-52%）	1. 欧洲“双基地”投产；2. 东南亚/南美产能扩容；3. 产品聚焦混动+纯电；4. 三年实现欧洲本地生产全覆盖	1. 匈牙利工厂（2026年投产，年产能15万辆）、土耳其工厂（2026年底投产，年产能15万辆）；2. 泰国工厂（年产能15万辆）辐射东盟，巴西工厂（年产能15万辆）巩固南美；3. 欧洲主推插混车型，优化产品适配欧盟法规；4. 定制8艘汽车运输船，构建专属物流网络
奇瑞	约153.28万辆（占总销量320万辆的47.9%）	1. 全球化生产网络扩建；2. 深耕右舵与新兴市场；3. 强化新能源产品投放	1. 越南工厂（2026年年中建成，初期产能3-6万辆，远期20万辆）、土耳其工厂（2026年投产）；2. 西班牙合资工厂产能爬坡，英国经销商翻倍至140家；3. 针对欧洲、东盟推出定制化新能源车型，提升本地价值率
吉利	60万辆（同比+50%-80%），新能源车占比45%-50%	1. 欧洲高端突破（极氪X等）；2. 渠道扩容；3. 多品牌协同出海	1. 海外网点从890+扩至1200家；2. 欧洲目标20万辆，东欧15万辆，东盟/拉美非/中东各超10万辆；3. 领克零售转型，银河星愿/星舰7进入欧洲，沃尔沃协同经销商资源
上汽	保持100万辆+规模，MG品牌为核心	1. 深化“中国造、供全球”；2. 印度/东盟本地化运营；3. 新能源车型出口扩容	1. 依托MG品牌在英国、印度的渠道优势，扩大右舵市场份额；2. 推进印尼、泰国CKD工厂落地，提升本地配套率；3. 出口ID.系列等新能源车型至东盟、中东
长城	聚焦细分市场，目标50-60万辆	1. 中东/俄罗斯/东盟深耕；2. 产品矩阵扩充（猛龙、枭龙、坦克500等）；3. 本地化服务升级	1. 俄罗斯全工艺工厂投产，针对路况优化底盘；2. 中东推坦克越野，东盟布局欧拉纯电；3. 建立海外子公司，完善售后与用户跟踪体系
广汽	25万辆（同比+92%）	1. 东南亚/中东为主战场；2. 新能源车型出海提速	1. 推进泰国CKD项目，提升本地化生产比例；2. 针对东盟市场投放埃安Y、昊铂GT等新能源车型；3. 与当地经销商合作，搭建充电与售后网络



《电动汽车观察家》订阅号