



# 2026年一季度汽车产业发展报告

月狐数据 (MoonFox Data)

2026年5月



# 研究说明

## 研究 范畴

本报告聚焦中国汽车产业，基于宏观、用户、行业数据，从政策监管、汽车消费、技术应用、产业链运行等维度出发，系统分析2026年一季度行业现状与变化动因。报告围绕汽车主机厂、经销商、后市场服务商、汽车媒体等产业各环节主体，揭示市场发展与智能化竞争新特征。

研究范围覆盖：汽车行业运行情况及转型升级进程；汽车用户画像与APP使用；头部企业数字化与AI实践；辅助驾驶、AI大模型“上车”等智能化趋势。



### 数据说明

报告收集多类数据源进行综合分析研究，包括：

1. 政府公布、市场公开、媒体披露、企业财报等公开数据和资料；
2. 月狐数据：是中国领先的全场景数据洞察与分析服务专家。凭借全面稳定、安全合规的移动大数据根基以及专业精准的数据分析技术、人工智能算法，月狐数据先后推出移动应用数据（iApp-旗舰版、小程序版、厂商版、海外版）、品牌洞察数据（iBrand）、营销洞察数据（iMarketing）、金融另类数据等产品，以及提供月狐研究院的专业研究咨询服务，旨在用数据帮助企业洞察市场增量，赋能商业精准决策。



# CONTENTS

- 一季度政策&市场变化
- 一季度汽车产业链变化
- 未来趋势展望



# PART 01

## 一季度政策&市场变化



# 政策：促消费、强监管、深落地，推动产业健康有序发展

- 2026年一季度，汽车产业政策密集出台并加速落地，围绕稳增长、调结构、促转型三大目标，通过刺激消费+强化监管+绿色转型等组合拳平衡短期市场稳定和长期产业高质量发展，推动汽车产业加速规范化与新能源化，实现市场健康发展及产业升级。

1

## 促汽车消费政策定调与启动

### ① 全国汽车以旧换新政策启动

- 商务部等8部门办公厅印发《2026年汽车以旧换新补贴实施细则》，对报废符合条件旧车并购买新能源乘用车/2.0升及以下排量燃油乘用车的，按车价比例补贴，设最高补贴上限。
- 河北、吉林、重庆等多地政府工作报告提出，落实汽车以旧换新，稳定大宗消费；多地启动补贴资金池动态调控，申请通道集中开放

### ② 新能源汽车购置税政策调整

- 自2026年1月1日起，新能源汽车购置税从全额免征调整为减半征收，实际税率为5%

促消费精准化，从普惠发放补贴转向精准激发

2

## 监管与规范新规集中落地

### ① 规范汽车行业价格行为

- 市场监管总局发布《汽车行业价格行为合规指南》，促进市场健康有序发展。《指南》明确实行全流程价格管理；聚焦汽车新车销售环节，着力规范不明码标价、虚假促销等突出问题

### ② 加强二手车出口管理

- 2026年1月1日起，《关于进一步加强二手车出口管理工作的通知》施行，严控新车以二手车名义出口、规范出口许可证申领、建立企业动态管理及退出机制、严格改装车出口条件并提升出口合规与国际经营能力

于价格、出口管理多维度促汽车市场健康有序发展

3

## 节能细则全面深化与落地

### ① 汽车绿色消费推进行动

- 商务部等九个部门1月5日联合印发《关于实施绿色消费推进行动的通知》，明确支持新能源汽车消费，加快消费模式绿色转型

### ② 汽车节能国家标准实施

- 2026年1月1日起《乘用车燃料消耗量限值》等三项汽车节能强制性国家标准实施，推动汽车节能升级、助力绿色出行

### ③ 新能源汽车下乡提速

- 中央一号文件首次将新能源汽车纳入乡村消费升级重点支持领域，配套补贴、充电基建、全链条保障等政策组合拳

重点支持产业升级，汽车新能源化走深

# 政策：聚焦智能网联汽车技术、数据安全，筑牢底线释放活力

- 汽车行业人工智能监管框架持续完善，《智能网联汽车自动驾驶系统安全要求》形成征求意见稿，《汽车数据出境安全指引（2026版）》发布，更多汽车行业大模型通过生成式人工智能服务备案，汽车智能化在技术、数据安全方面的发展得到更多政策指引与规范。

## 自动驾驶系统安全要求

- 工信部组织开展《智能网联汽车自动驾驶系统安全要求》强制性国家标准的制修订，形成征求意见稿。
- 该文件涵盖技术要求、同一型式判定及试验方法等内容，并增设高快速路L3/L4级自动驾驶系统功能附加技术要求附录，是我国自动驾驶系统准入的核心技术规范。

### 明确多维度安全要求

- 明确《要求》的适用范围、相关术语及定义
- 提出涵盖DDT执行、人机交互等方面的ADS技术要求
- 建立全生命周期安全保障要求及检验体系

## 发布汽车数据出境安全指引

- 2月，工业和信息化部等八部门联合发布《汽车数据出境安全指引（2026版）》，对于汽车设计、生产、销售、使用、运维等过程中涉及的个人信息和重要数据，进行跨境流动规范，强化数据安全监管，提升汽车数据出境便利化水平。

### 对智能网联、自动驾驶的影响

- 明确重要数据在研发设计、生产制造、驾驶自动化、软件升级服务、联网运行等全场景下的判定
- 此前，数据出境合规问题是发展自动驾驶的核心顾虑之一。该政策明确了数据分类分级标准和要求，为行业提供了清晰的合规指引

## 持续通过生成式人工智能服务备案

- 汽车行业生成式人工智能进入合规商用新阶段，东风太极大模型、特斯拉车机语音大模型服务陆续完成备案，进一步推动车规级大模型落地。

### 通过备案的汽车行业生成式AI持续增长



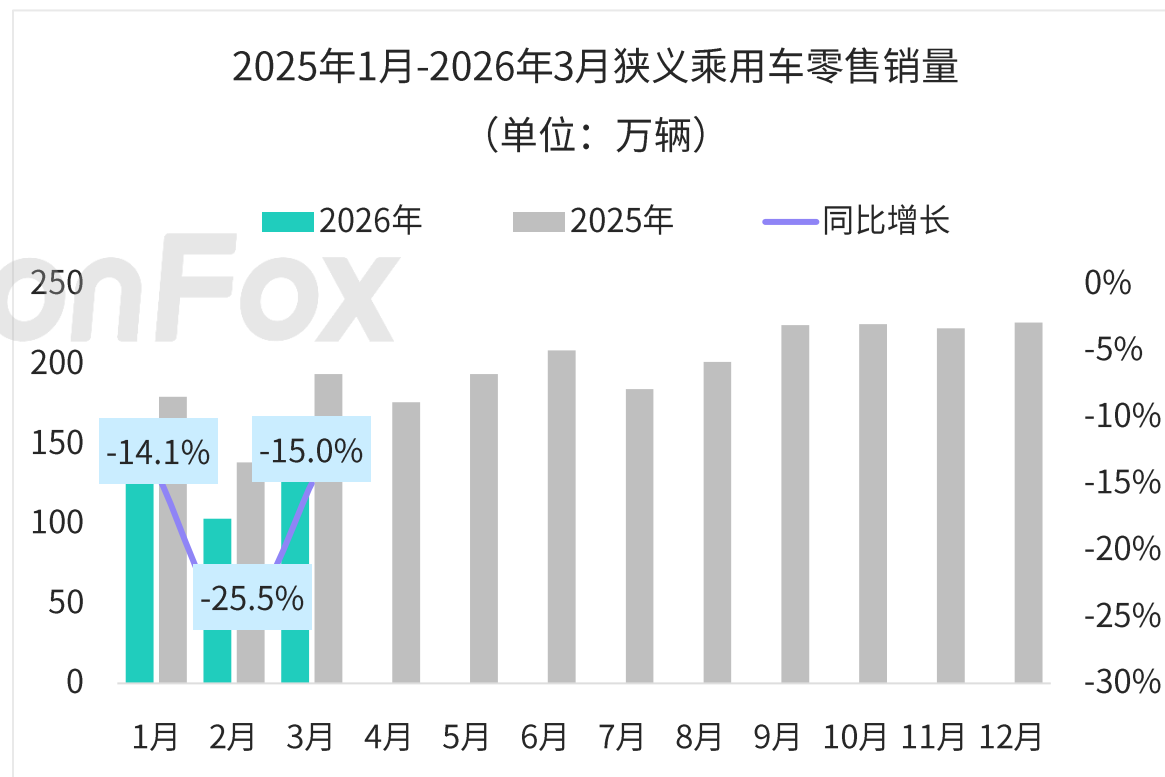
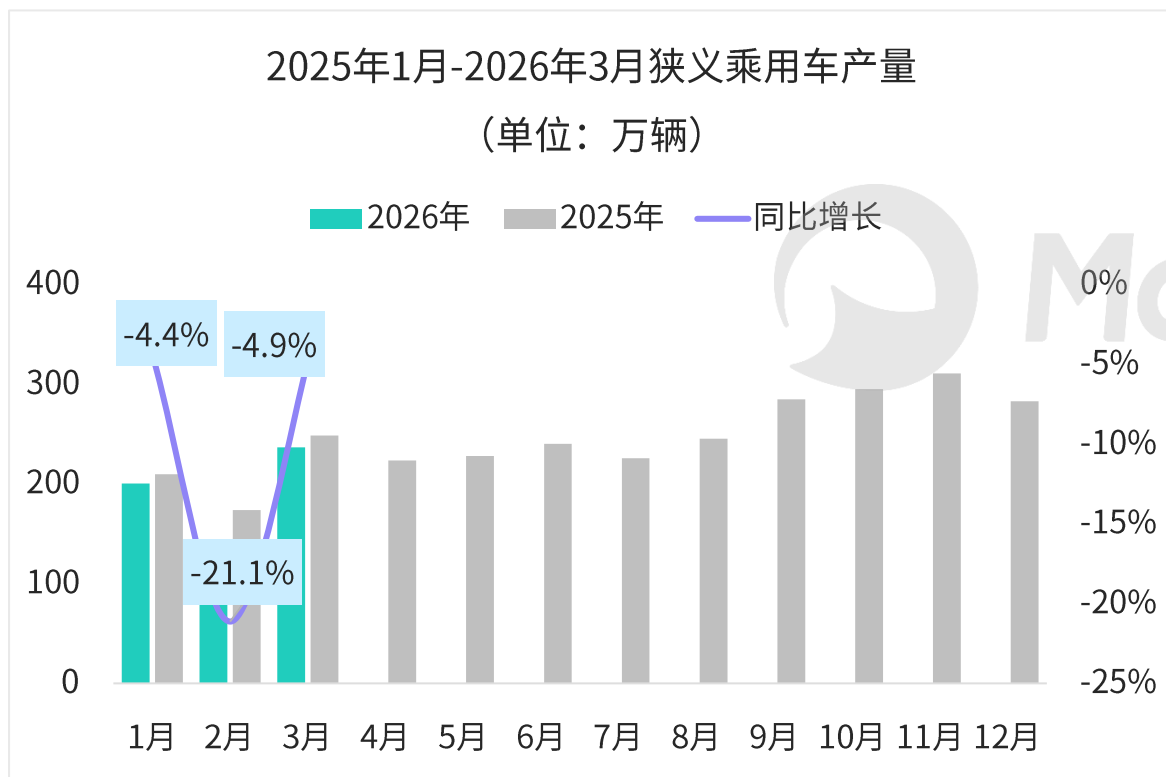
- 东风汽车自研AI大模型东风太极，应用于用户端智能驾驶与智能座舱以及企业端“研产供销服”价值链。3月通过国家互联网信息办公室生成式人工智能服务备案



- 特斯拉（上海）有限公司研发特斯拉车机语音大模型服务，为特斯拉智能座舱交互体验提供支持，在2026年4月完成生成式人工智能服务备案

# 多重因素共振，一季度中国汽车市场“开局”遇冷

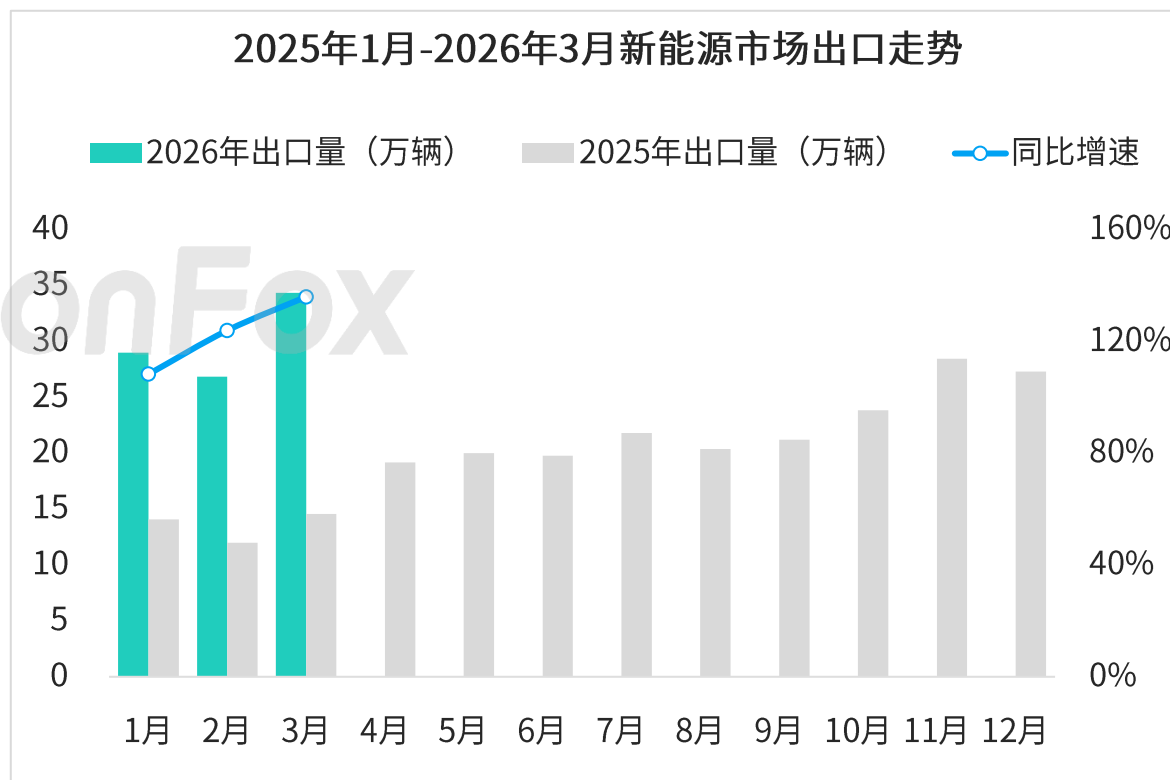
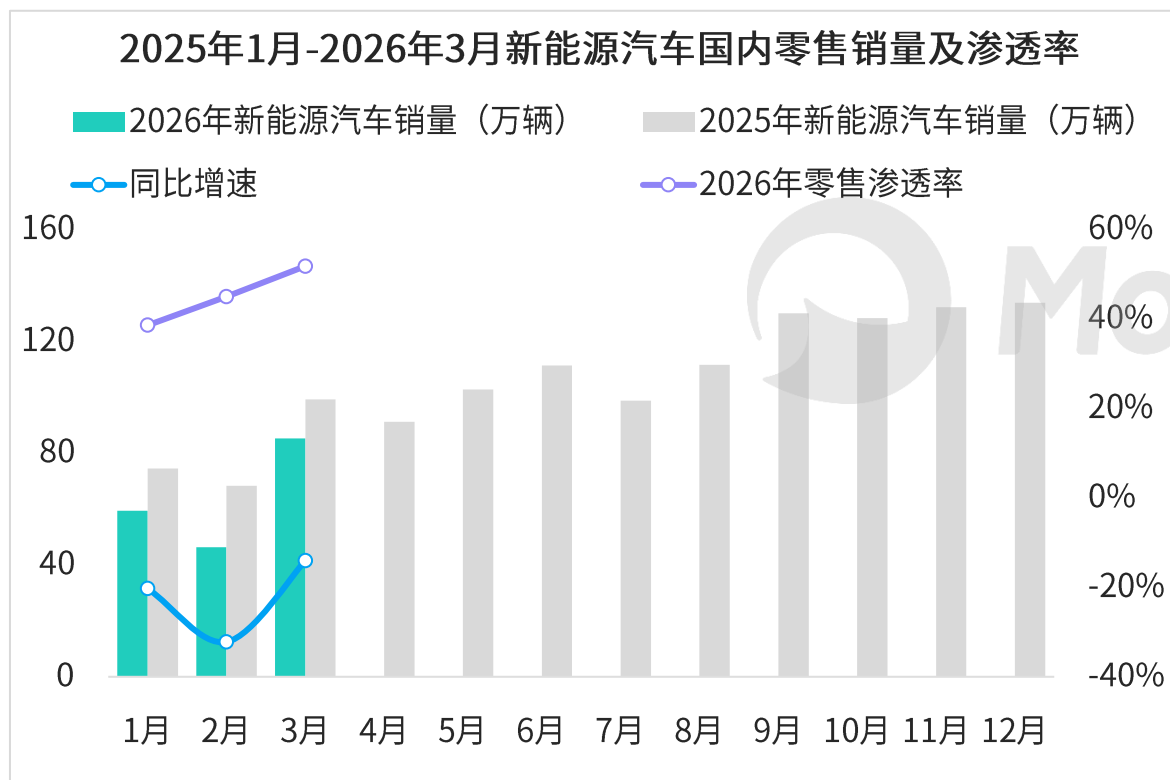
- 2026年一季度，新能源车购置税由免征改为减半征收，“以旧换新”补贴向中高端倾斜，叠加去年年末免税政策退出后的消费透支效应，中国汽车市场出现结构性调整。乘联会数据显示，一季度狭义乘用车累计零售量同比下跌约17%，为近年来“最冷开局”。
- 从供需角度来看，2025年厂商大幅折扣、政策激励，推动消费提前释放，导致一季度需求阶段性收缩，市场直至3月才逐步回暖；消费者信心不足、购车意愿偏低，进一步加剧了国内车市压力。



数据来源：中国乘联会

# 新能源零售渗透率先降后升，出口市场实现爆发式增长

- 2026年初进入阶段性需求空窗期，新能源汽车1-2月零售销量和渗透率均同比下滑。3月市场显著修复，销量环比增长、同比跌幅收窄，且渗透率快速回升至51.7%，超过2025年同期水平，标志着新能源汽车对燃油车的替代进入常态化阶段。
- 一季度新能源出口与国内零售市场形成鲜明反差，且单月增速持续加快，3月出口量创历史新高，同比增速高达136%，海外市场已成为中国新能源汽车的核心增长引擎，有效对冲国内市场下行压力。



数据来源：中国乘联会

# 辅助驾驶能力向全民普惠发展，渗透率加速突破

- 2026年被视为自动驾驶商业化元年，行业数据及春节智驾表现共同印证辅助驾驶已迈入规模化普及的新阶段。供给端，车企及第三方技术供应商共同发力，推动智驾能力和渗透率突破；需求端，辅助驾驶能力已成为购车标配，智驾体验有望超越传统硬件成为核心决策因素。

## 供给测：汽车品牌、科技企业加码布局，推动辅助驾驶渗透

- 2026年1月，中国汽车工业协会发布《2025城市NOA汽车辅助驾驶研究报告》，数据显示汽车辅助驾驶在多方布局下实现渗透率提升，智能网联汽车发展迈入高阶辅助驾驶普及的关键阶段。

66.1%

2025年底我国新车具备L2级及以上辅助驾驶渗透率

312.9万辆

2025年1-11月搭载城市NOA功能乘用车总销量

81.1%

2025年1-11月搭载城市NOA自主品牌销量占比

## 需求侧：智驾功能与体验成为消费者购车核心决策因素之一

- 在技术成熟度得到验证、车企品牌加码供给的共同驱动下，用户智能驾驶习惯逐步养成，智驾功能和体验正式成为影响消费者购车决策的重要因素，且决策权重呈提升态势。

69%

中国受访者将城市NOA视为购车标配

数据来源：《2026麦肯锡中国汽车消费者洞察》

- 2026年春节成为智驾技术的“全民大考”，各家车企公布的春节出行数据显示用户对智驾的依赖度已越过关键拐点：

品牌	春节辅助驾驶总里程（亿公里）	辅助驾驶里程占比	辅助驾驶活跃用户占比
问界汽车	3.3	46.6%	81.8%
理想汽车	2.5	约21%	/
小米汽车	1	约25%	/
蔚来汽车	0.95	10%	/
智己汽车	0.4	约29%	69.89%

以智驾为核心的智能汽车解决方案进入市场验证期

辅助驾驶活跃用户占比居高，普遍达到六成以上

智驾里程占比反映用户真实依赖度，仍有提升空间

数据来源：各车企2026年春节出行报告，数据周期：2026年春节期间

# 车市“金融战”激烈，多方布局折射行业竞争策略升级

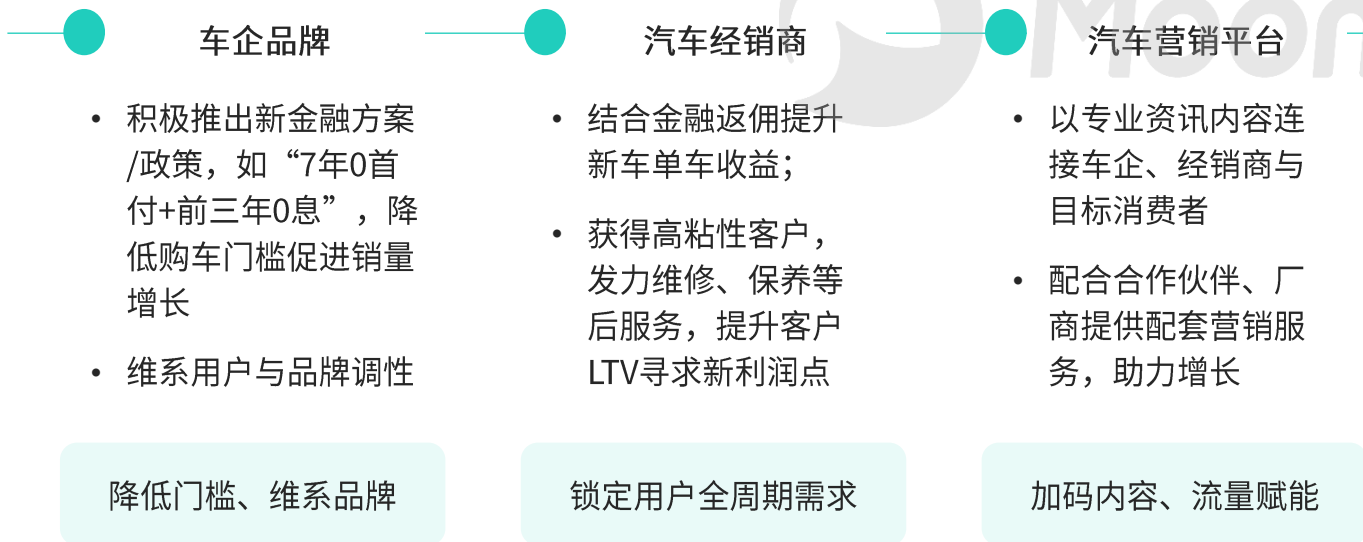
## 01、一季度，车市金融战打响，旨在激发消费需求、降低购车门槛

- ▶ 一季度，车企普遍发布新金融政策，以特斯拉、比亚迪、东风日产、智己为代表的传统及新势力车企纷纷推出超长周期低息/零息方案，旨在兼顾“降低购车门槛促进增长”与“稳定价格体系并深度绑定用户”目标，以应对购置税优惠退坡带来的需求疲软和长期价格战导致的利润承压问题。

## 02、主流车企推出新金融方案，主打7年低息

- 特斯拉：推出7年低息金融方案，年化利率达0.98%；
- 比亚迪：2月至4月期间针对不同车系推出阶段性金融贴息活动，多款车型可参与7年低息、3年0息活动；
- 小鹏汽车：针对全系车型推出6-7年低息方案。

## 03、汽车产业链中，多方主体协同布局共推新金融方案落地



## 04、金融战积极影响与潜在风险并存，将呈升级趋势

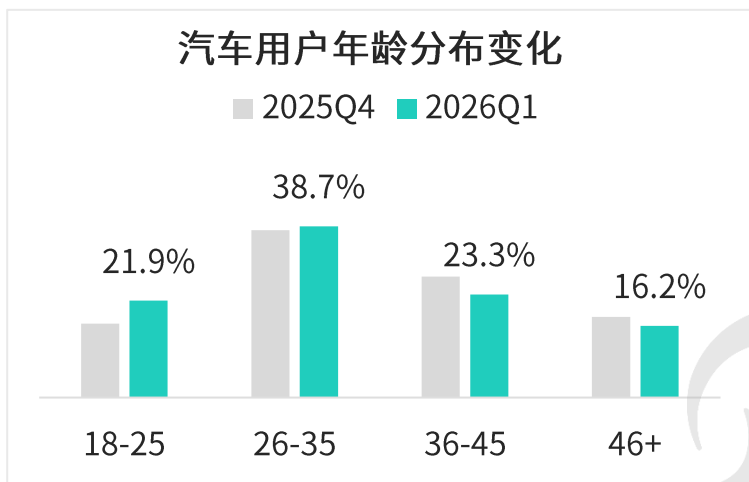
**积极影响：**有效降低购车门槛，刺激年轻用户及下沉市场需求；保护车企品牌价值，避免直接降价贬损品牌。

**潜在风险：**购车方总成本有所提高，融资租赁模式下用户暂不拥有所有权；门槛过低可能导致金融风险问题

**未来趋势：**向“金融+服务”综合方案转型，或将成为车企、经销商的差异化竞争方向

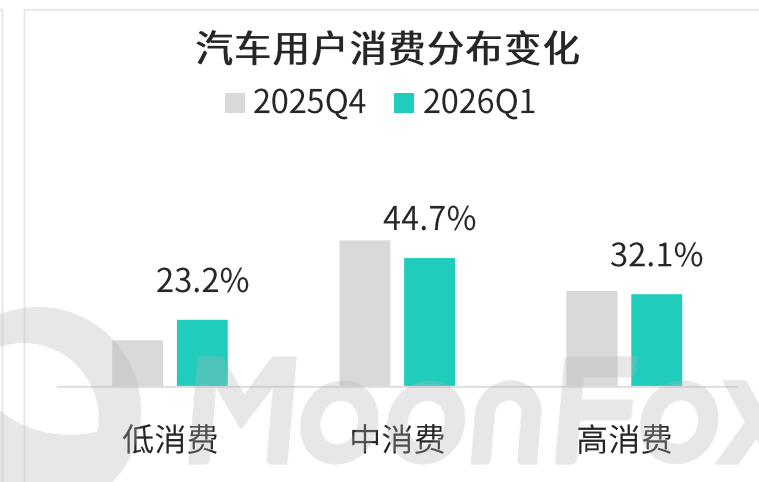
# 一季度汽车用户结构更趋年轻化，市场分化明显

## 1 汽车行业年轻用户群体占比进一步抬升



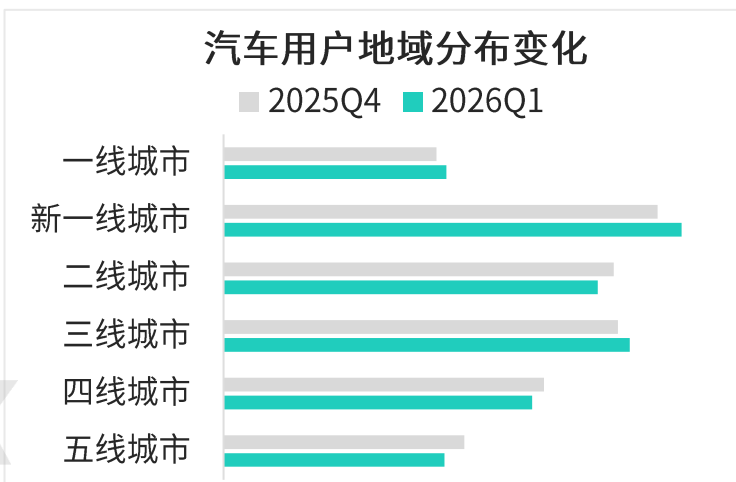
- 26-35岁仍为汽车用户核心群体，总比重超过60%；
- 一季度25岁及以下用户的占比呈环比上升趋势，涨幅显著。该年龄段用户多处于购买首车的消费阶段，一季度在春节假期节点和新春促销活动之下，充分释放汽车消费需求。

## 2 低消费用户环比回升，高消费比重稳固



- 一季度，汽车行业低消费用户占比环比有所回升、高消费用户占比稳定，目标消费群分化：一方面，年轻用户占比较高，相较中年群体更关注汽车消费性价比；另一方面，高端市场供给围绕配置与智能化持续升级，推动高消费能力用户需求释放。

## 3 汽车市场升级，促活高线城市用户

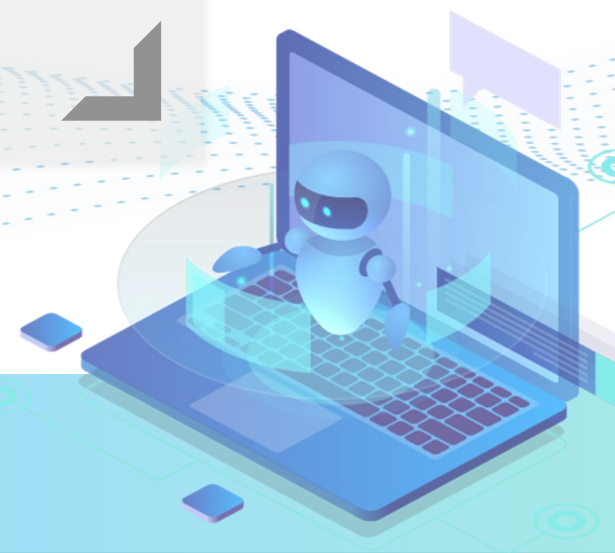


- 汽车市场升级的特征亦在地域分布维度显现：相较于上季度，一季度一线城市、新一线城市的汽车用户占比均环比小幅提高，新一线比重增长至23%。体现出汽车产业加速新能源化、智能化升级对高线城市用户的撬动作用。

数据来源：月狐iMarketing，数据周期：2026.01-2026.03

# PART 02

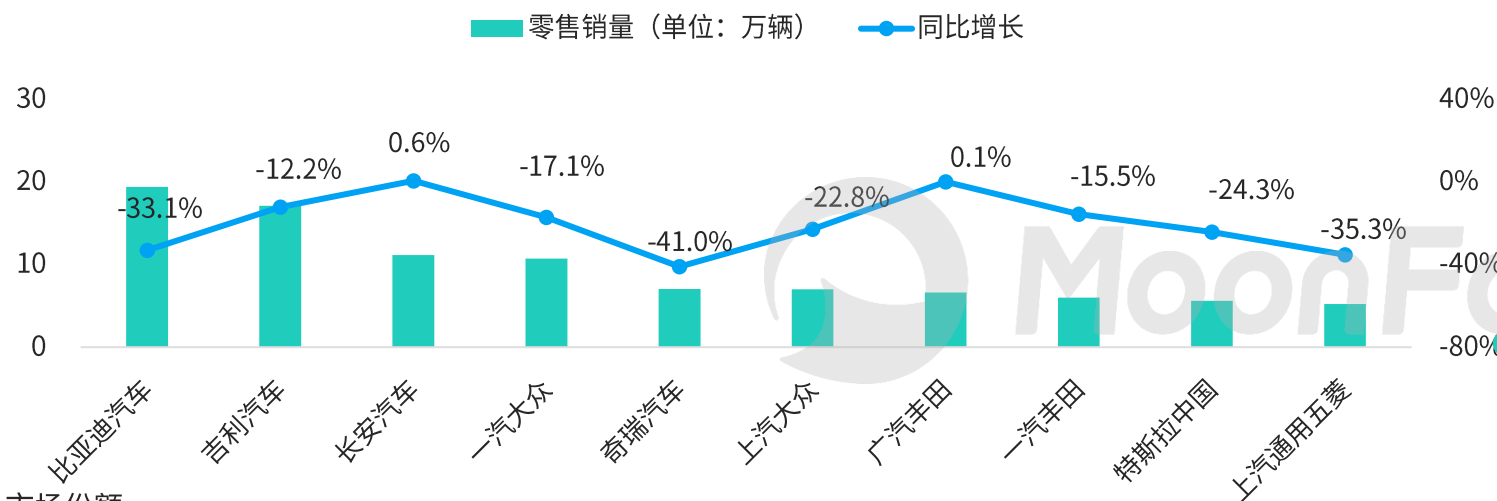
## 一季度汽车产业链变化



# 主机厂：受大盘影响头部销量下滑，自主品牌份额持续突破

- 2026年3月乘用车零售市场中，前十厂商销量普降，与行业整体疲软的基本面高度契合。从厂商格局来看，自主品牌统治力持续强化，合资阵营加速分化；新能源头部厂商环比表现修复，同比仍受政策透支影响。

2026年3月狭义乘用车厂商零售销量Top10



市场份额	比亚迪汽车	吉利汽车	长安汽车	一汽大众	奇瑞汽车	上汽大众	广汽丰田	一汽丰田	特斯拉中国	上汽通用五菱
2026年3月	11.8%	10.4%	6.8%	6.5%	4.3%	4.3%	4.0%	3.6%	3.4%	3.2%
2025年12月	15.0%	8.7%	4.8%	6.3%	5.2%	4.3%	未上榜	3.3%	4.2%	3.3%
2025年3月	15.0%	10.1%	5.7%	6.7%	6.2%	4.7%	3.4%	3.7%	3.8%	4.2%

数据来源：中国乘联会

## 1 TOP 10销量同比普跌，中高端品牌显韧性

- 3月，季节性回暖难掩同比承压，零售销量前十厂商中仅长安汽车、广汽丰田实现同比微增，其余8家均出现不同程度下滑。
- 新能源车购置税退坡、以旧换新补贴向中高端倾斜，导致经济型车市场承压，主打低价车型的厂商同比跌幅较高；中高端布局完善、产品矩阵均衡的厂商跌幅收窄，行业向纺锤型结构加速转型。

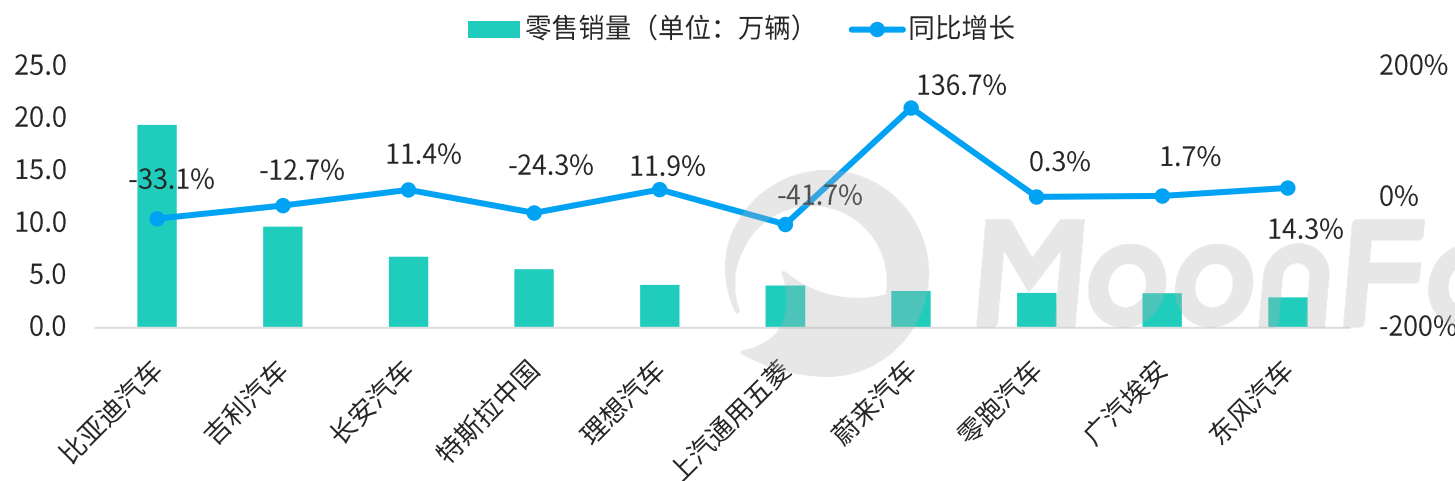
## 2 自主品牌统治力持续强化，合资阵营加速分化

- 自主品牌包揽头部，市场份额持续突破。榜单前三名均为自主品牌，比亚迪汽车零售销量稳居榜首；吉利汽车跌幅低于头部平均水平；长安汽车同比微增0.6%，量价修复表现亮眼。总体而言，头部自主车企的产品力与品牌力提升已成长期趋势。
- 合资阵营整体承压，广汽丰田、一汽丰田作为日系头部厂商展现抗跌性。

# 主机厂：新能源十强中六成增长，高端化与出海提供动能

- 新能源TOP 10厂商的3月份零售销量表现，较狭义乘用车零售市场更为可观，长安汽车、理想汽车等六家品牌实现同比增长，其中蔚来汽车销量水平位列第七，同比涨幅高达136.7%。

2026年3月新能源市场狭义乘用车厂商零售销量Top10



市场份额	比亚迪汽车	吉利汽车	长安汽车	特斯拉中国	理想汽车	上汽通用五菱	蔚来汽车	零跑汽车	广汽埃安	东风汽车
2026年3月	22.8%	11.4%	8.0%	6.6%	4.8%	4.7%	4.2%	3.9%	3.9%	3.4%
2025年12月	25.4%	10.2%	4.6%	7.0%	未上榜	5.1%	3.5%	未上榜	未上榜	未上榜
2025年3月	29.3%	11.2%	6.2%	7.5%	3.7%	7.0%	未上榜	3.4%	3.3%	未上榜

数据来源：中国乘联会

## 1 新势力强劲，多数传统巨头品牌承压

- 3月，蔚来汽车同比大涨136.7%，销量位列新能源榜单第七，市场份额较去年同期及去年12月均显著提高，印证其产品力和品牌力的提升；
- 比亚迪、特斯拉、吉利等企业3月新能源零售销量同比下滑，则反映出价格战白热化后行业整体需求的阶段性饱和。

## 2 关注新能源高端化、新能源出海等机遇

- 新能源市场中，主打经济车型的厂商相对承压，高端化车型迎需求升级、政策倾斜利好。以蔚来汽车为例，通过其全新产品夯实纯电SUV市场地位。
- 2026年3月乘用车出口总量同比增长74.3%，其中新能源出口占比达50.2%。在国内市场需求相对疲软的背景下，出海已经成为新能源车企的核心增长曲线。比亚迪、吉利、长安等头部厂商新能源出口销量占比持续提升，成为其销量基本盘的重要支撑。

# 主机厂：新能源汽车APP智能化竞争升级，持续扩展场景

- 一季度，在汽车APP已从工具产品升级为用户粘性重要载体的背景下，APP数据表现与车企智能化投入强度呈现出高度相关性。头部新能源品牌基于AI能力，发力智能功能与生态协同，将旗下APP打造为“智能汽车管家”，以推动用户粘性的长期增长。

2026年一季度代表性新能源汽车APP季均数据表现

APP	2026Q1 季均MAU(万)	2026Q1 季均DAU(万)	季均 DAU/MAU	2026Q1人均 单日启动次数
比亚迪王朝	1078.5	538.4	49.9%	5.0
小米汽车	292.3	71.7	24.5%	3.7
特斯拉Tesla	173.2	102.4	59.1%	4.8
小鹏汽车	170.0	78.2	46.0%	6.8
理想汽车	136.9	63.9	46.6%	3.7
蔚来	125.3	48.1	38.4%	5.7
零跑	24.7	12.9	52.3%	3.8
极氪	23.6	13.9	58.9%	3.8

数据来源：月狐iApp，数据周期：2026年1-3月

## 智控功能深度融合促活用户

APP发展为用户车辆控制、智能交互的主要界面，相关功能的丰富程度和体验，直接决定使用APP的频率和粘性。

- 理想汽车2月新增锁屏组件支持添加快捷车控功能，便捷体验。

## “人车家生态”成竞争新高地

随小米等科技企业入局造车，新能源汽车APP逐步与智能穿戴设备融合，成为全场景生活新入口。

- 以小米汽车为例，形成人车家全生态，持续为APP产品导流，促进MAU增长。

## 服务整合实现差异化粘性

关注新能源车主实际用车需求和痛点，丰富APP服务、便捷车主。

- 3月，蔚来APP新增家充电桩活动板块，面向车主充电需求，深入后市场服务；
- 极氪持续布局充电服务，充电地图接入能源自建站及主流运营商第三方资源。

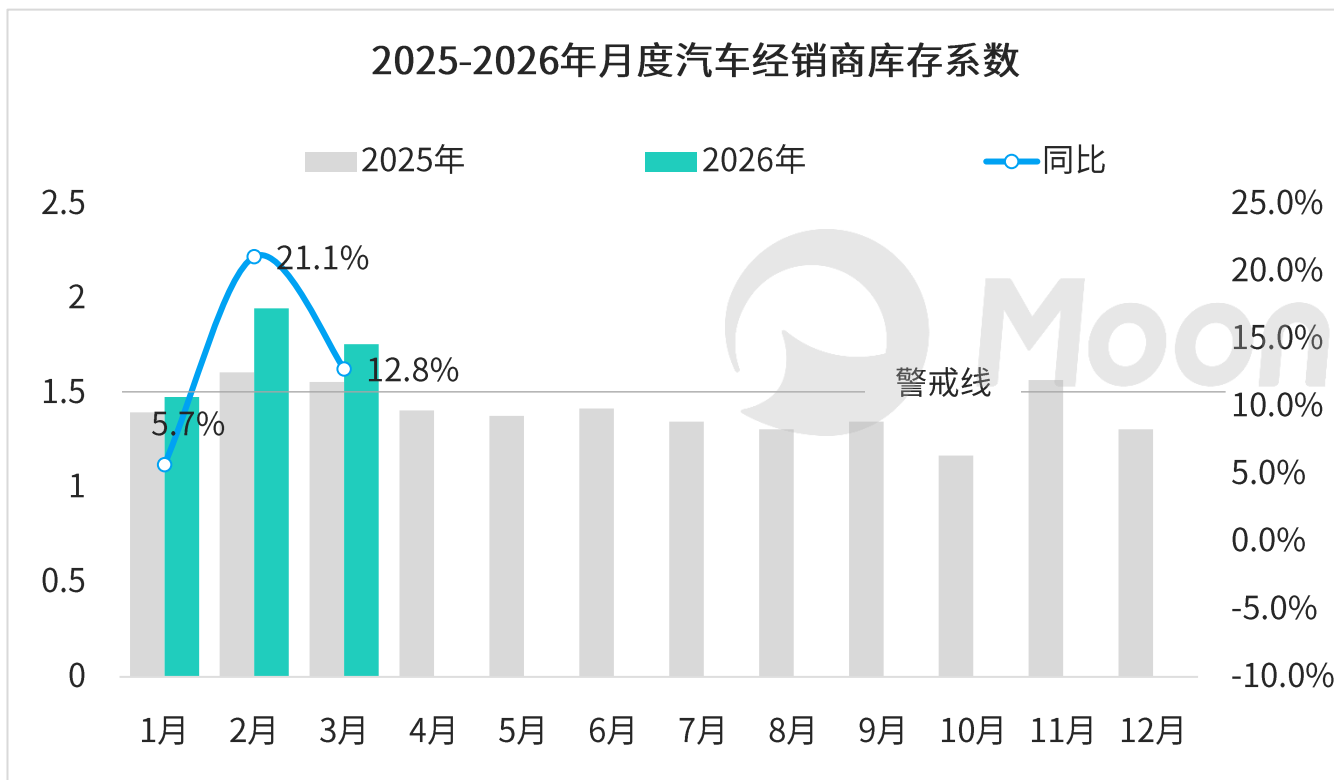
## APP智能服务场景扩展

头部新能源车企APP在基础用车功能之上，持续发展AI能力、加深场景渗透。

- 特斯拉进一步推出Tesla Assist AI问答助手，支持用户以照片、文字描述车辆问题，获得智能化个性化解答，优化传统维修咨询流程。

# 经销商：一季度库存系数居高，高端、合资品牌承压更重

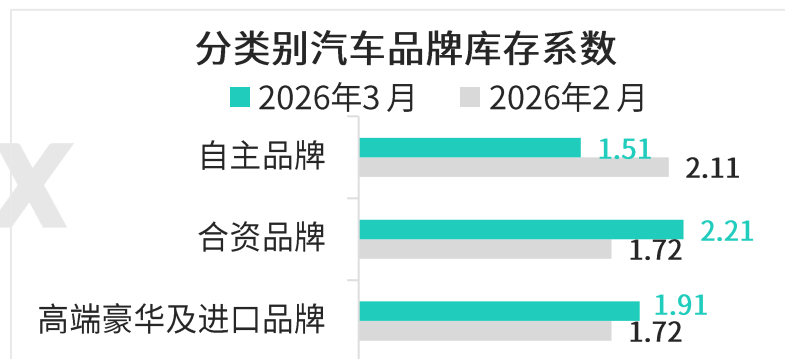
2026年一季度，库存系数走势呈现先升后降、整体居高的特征，且全面高于2025年同期水平。库存系数连续两个月处于警戒线以上，3月末渠道库存总量约290万辆，行业供需错配、库存高企的问题明显。



数据来源：中国汽车流通协会

## 重点关注高端、合资品牌库存压力

- 3月，高端豪华&进口品牌和合资品牌库存系数分别达到1.91、2.21，均高于警戒线且呈环比上升态势，库存压力需要重点关注；自主品牌库存系数环比下降28.4%至1.51，库存压力相对可控。
- 据汽车流通协会调查，3月主流品牌库存深度超过2个月的品牌有16个。



## 高库存带来的行业影响与后续趋势预判

- 行业影响：高库存直接导致经销商现金流压力陡增，仓储成本大幅上升，经营全面承压；库存压力的分化，本质是市场竞争力的分化，行业出清进程持续加快。
- 后续趋势：4月北京车展新车集中上市，叠加地方促消费政策，终端需求有望修复，库存系数或将继续回落

# 经销商：行业变革之下，头部经销商经营战略调整深化

- 2026年一季度，中升、永达、美东等上市经销商集团发布2025年年度财报。在行业的深度变革阶段，头部经销商新车业务普遍亏损，共同的发展重心在于降本增效、强化新能源业务、打开海外及二手车市场的增长空间。

## 门店“关停并转”，优化网络效率

- 多家头部汽车经销商持续关闭低效、冗余门店，通过战略调整提升单店产出：
  - 2025年中升集团关停并转了50家低效门店及冗余门店
  - 永达汽车在2025年主动关闭17家传统豪华品牌门店和6家中高端品牌门店，总计23家传统燃油车4S店

## 强化配套服务稳定利润表现

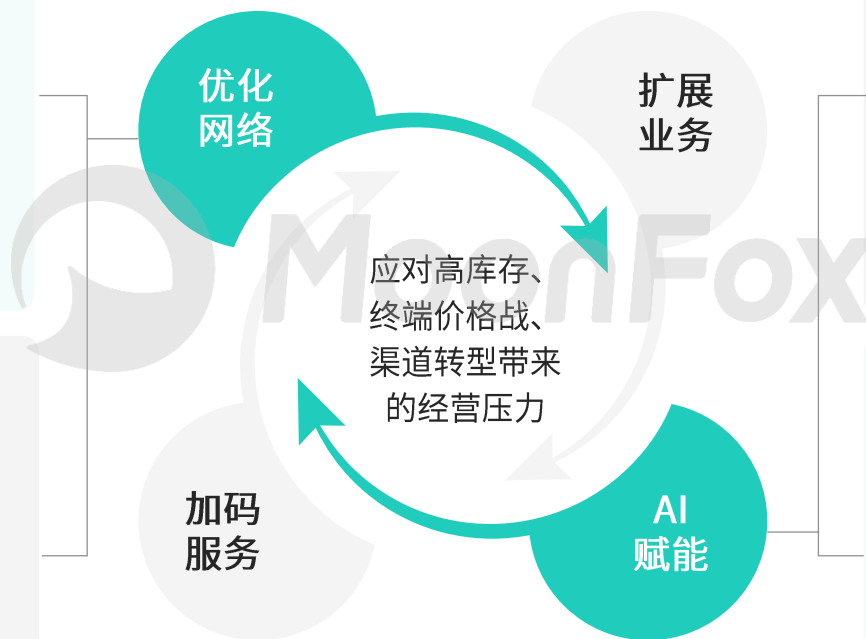
- 汽车售后服务毛利显著高于新车业务，有望成为经销商现金流“压舱石”：
  - 售后服务：推广长周期保养套餐+延保+原厂认证服务，以提升零服吸收率目标
  - 金融服务：结合一季度车市“金融战”，发力低息长周期分期绑定用户，拉长服务周期，提升全生命周期价值

## 加码新能源授权，构建第二增长曲线

- 在经营承压、传统盈利模式难以为继的背景下，汽车经销商重点布局新能源、出海、二手车等方向，以优化业务结构、提升利润空间：
  - 永达汽车布局新能源二手车业务，与鸿蒙智行、极氪等新势力建立合作，开发针对性收车应用系统，并积极探索二手车出口业务
  - 正通汽车加大新能源投入、发力海外市场

## 数字化转型促降本提效与风险控制

- 数字化工具持续落地，赋能全链路智能化管理，AI驱动决策以实现降本增效：
  - 库存：智能预测与熔断机制模型
  - 用户：私域运营+AI外呼+精准线索分发，降低获客成本
  - 门店：远程巡检+智能优化SOP，减少人力、提升执行力



# 汽车养护：关注新能源、下沉与AI机遇，头部实现战略升级

行业  
机遇

新能源渗透率及保有量持续增长，重点关注“三电”维保、智能网联等需求

低线市场台次份额持续提升，凸显下沉市场广阔的发展空间与业务机遇

AI智能诊断、供应链数字化成为门店降本增效关键

## 01 途虎养车

### 品牌与市场影响力建设

- 3月，途虎正式宣布成为F1赛事合作汽服品牌，于比赛期间携赛事专业养护、赛道同源产品亮相。通过此次合作提升专业形象及品牌影响力

### 规模及门店网络进一步扩张

- 3月发布2025年度业绩报告，全年总收入164.62亿元，同比增长11.5%；截至2025年末，全球途虎工场店数量达8008家，全年净增1134家

### 加码新能源布局，完善服务矩阵

- 针对新能源三电维修，已累计上线14个维修项目，形成匹配新能源车主多元需求的服务矩阵与产品生态

## 02 京东养车

### 正式进入改装领域，扩展业务范围

- 1月，京东汽车在武汉正式运营首家“NAJ京东养车改装中心”，标志京东汽车进入汽车改装领域，进一步扩大后市场业务范畴

### 打造汽车消费新模式助力车企增长

- 发布行业增量计划“国民好车4A模型”，聚焦用户洞察、车辆销售、交付、售后四大环节，旨在形成线上线下全生态闭环，释放新增量

### 发力春节年货节，推出系列活动

- 年货节期间推出“保养来京东，报销高速费”活动，结合多项优惠，承接春节汽车养护需求

## 03 天猫养车

### 战略升级，聚焦六大方向提升竞争力

- 3月末发布“六新”战略，围绕新生态、新标杆、新模型、新品类、新开店、新政策方向展开，以促进门店效率与盈利能力提升。

新生态

天猫养车正式接入淘宝闪购，将“到家”与“到店”业务结合

通过全面融入阿里生态，放大线上流量优势

新品类

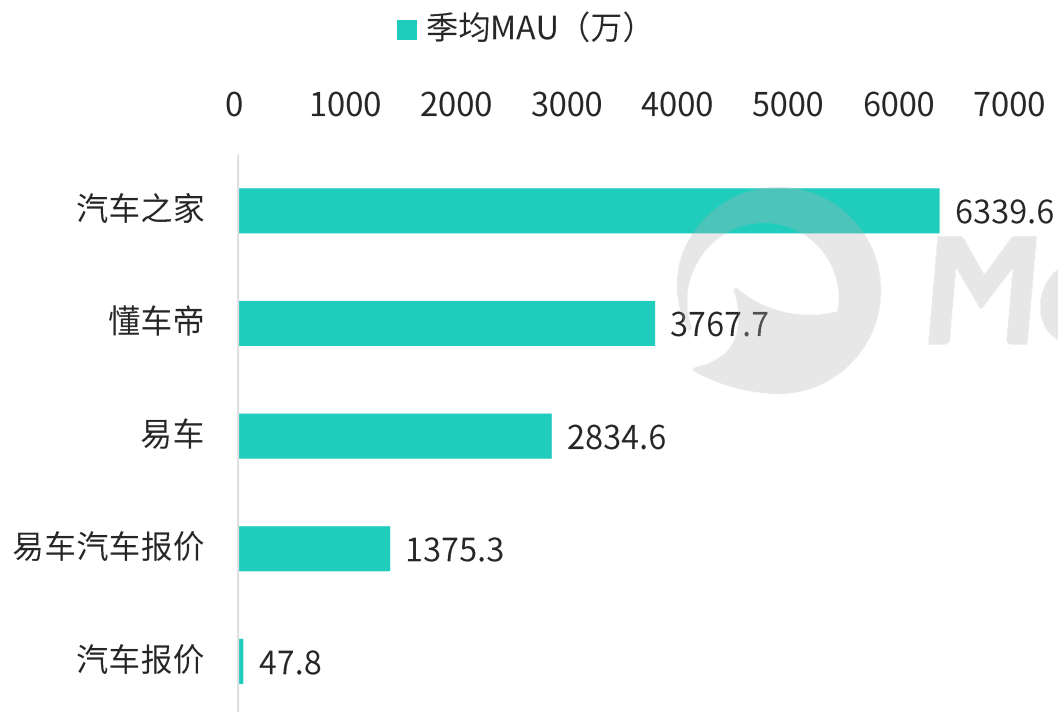
打造天猫养车甄选品牌，主要围绕年轻车主的个性化需求丰富车品系列

差异化商品+高附加值服务，构建门店新利润增长点

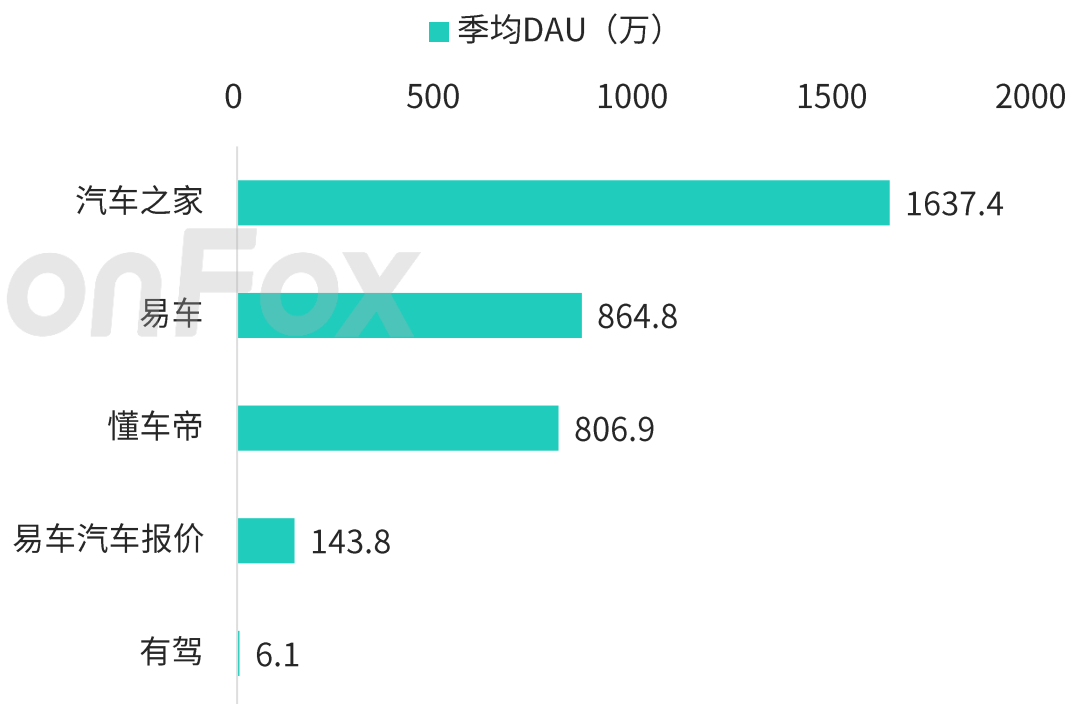
# 汽车资讯：一超两强格局稳定，汽车之家加速转型巩固地位

- 一季度，汽车之家保持断层式优势，以6339.6万月活跃用户、1637.4万日活跃用户规模稳居行业第一，向全链路汽车服务生态平台转型成效明显；懂车帝、易车博弈激烈，分别在MAU和DAU维度第二位置反复争夺。

## 2026年一季度汽车资讯MAU榜单



## 2026年一季度汽车资讯DAU榜单

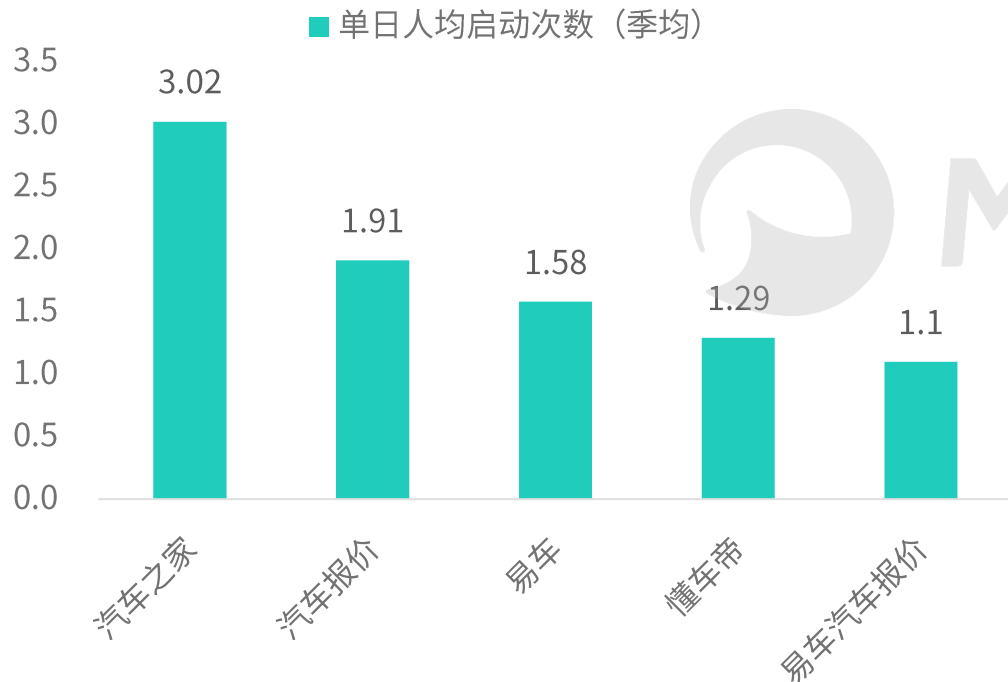


数据来源：月狐iApp，数据周期：2026年1-3月

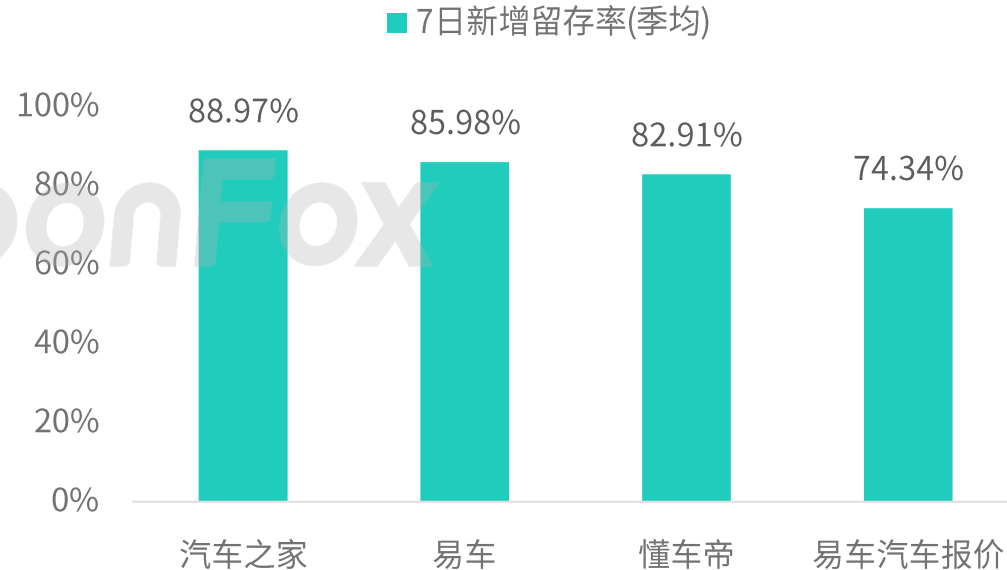
# 汽车资讯：加码交易闭环、全链路服务，促用户粘性提升

- 一季度，行业竞争全面转向交易闭环构建、全链路服务能力提升，汽车之家以3.02次单日人均启动和88.97%的7日新增留存率位列用户粘性榜第一；懂车帝通过发力以旧换新补贴领取，提升用户留存环比表现。

## 2026年Q1汽车资讯单日人均启动



## 2026年Q1汽车资讯7日新增留存率变化



数据来源：月狐iApp，数据周期：2026年1-3月

# 汽车之家：新零售战略打造交易闭环，国际化平台加速出海

- 2026年一季度，汽车之家锚定向一站式汽车生态服务平台的转型目标，通过发布新零售千店计划、升级电商运营能力，持续完善线上线下一体化布局，打通汽车消费全链路交易闭环。同时，正式发布内容出海战略，以YesAuto国际化平台为核落地东南亚市场。

1

## 升级线上线下能力，打通交易全链路闭环

- 汽车之家于2月发布2026新零售战略，完善线下网络和线上布局，加速融合与转型。

- 千店计划：计划在一年内于全国8大区域落地1000家新零售加盟店
- 电商能力：启动“电商作战组织”的大规模人才招募

强化线下交付、试驾、售后服务能力，打通汽车消费闭环

进一步深化线上线下融合，加速新媒体转型

- 自2025年末汽车之家宣布推出电商平台“汽车之家商城”以来，O2O模式和新零售布局持续走深，实现向“一站式汽车生态服务平台”转型。



## 国际化平台落地东南亚，赋能中国车企出海

- 3月，汽车之家发布内容出海战略，官宣其国际化平台YesAuto，计划以“三步走”实现全球化

### 战略支柱 内容计划 创作者生态

- 内容深植本土需求
- 搭建全量汽车数据智库服务
- 一季一事超级出品人计划内容
- IP“一周一车”深度评测
- 引入全球数据库
- “YesAuto创作者星光计划”招募首批百位签约创作者，全链路支持

- 汽车之家将以YesAuto为核打造“内容生产—数据赋能—生态服务”全链路体系，扎根海外、辐射全球市场，赋能中国车企出海。

2

### 用户端

重构汽车消费全链路体验

### 企业端

赋能汽车品牌加速出海

### 行业端

强化行业伙伴合作，放大生态效应

# 懂车帝：升级补贴服务，生态协同释放全域经营价值

- 一季度，懂车帝围绕C端服务与B端经营升级业务，在深度绑定汽车以旧换新政策的基础上，以便捷化服务与专业化内容降低用户置换门槛、提升平台粘性；B端，联合抖音电商发布车品全域解决方案，以“懂车帝+巨懂车+抖音”引擎共驱汽车营销IP发展。

To  
C

## 深度绑定汽车以旧换新政策，消费服务便利化

- 深耕补贴：**持续扩大以旧换新补贴范围，据公布懂车帝2026年以旧换新补贴申请范围已覆盖全国17个省市。平台持续通过便捷化补贴申请、一站式服务及优惠，降低用户置换门槛；
- 布局成果：**自2024年起截至2025年末，懂车帝以旧换新已累计服务海量消费者，有效承接相关流量，撬动新车消费增长

置换更新补贴申请

340亿元+

补贴惠及消费者

282万

补贴带动新车消费

4600亿元

## 平台持续升级专业内容，发布全民玩车计划

- 专业内容：**2026年2月上线专业玩车体验节目《懂车性能场》，与纽北官方合作，并直观呈现汽车品牌性能与表现；
- 全民玩法：**同时发布2026全球赛道计划，面向不同层级汽车爱好者提供成长体系，普及全民玩车文化

数据来源：公开信息；2024-2025

To  
B

## 全域经营与生态协同双升级，赋能车品商家增长

- 战略升级：**2026巨懂车×抖音电商车品行业峰会发布车品全域解决方案，联合抖音电商深化协同，打通流量机制、升级产品工具、完善服务并整合生态，赋能商家实现流量获取-销量转化-消费者心智占领

## 聚焦营销IP，整合抖音流量、懂车帝专业内容优势

- 内容IP策略：**发布2026年招商IP策略，以“懂车帝+抖音”双引擎驱动。计划在2026年丰富营销IP、发布车品营销日历，聚焦平台热门资源与内容形态，以更多维度切入并重点抓住顶级体育赛事、定制化短剧、汽车“垂类+”的内容营销机遇



专业力为根基，交易力闭环转化



破圈传播土壤，种草力激活消费



整合营销IP与资源

# 易车：发力生态扩容、AI提效，加速转型全域生态服务商

- 易车在升级为腾易科技后持续发力生态建设，以充分协同腾讯系流量、资源及易车专业内容方面的多维优势。一季度，通过深耕汽车经销商战略合作及一站式AI营销，易车进一步放大平台营销价值和能力，加速向全域生态服务商转型。

## 深化汽车经销商集团战略合作，丰富生态资源

- 3月，腾易科技与东建国汽车集团战略签约，双方将在广告创新、视频号建设、数字化营销体系共建等方面进一步深化合作，以增强市场竞争力、促进汽车流通领域数字化转型

## 建设一站式AI营销平台，全场景赋能生意伙伴

- 腾易科技在2025年末正式发布腾易通，定位为经销商一站式AI营销平台
- 腾易通在一季度完成多轮版本迭代与规模化落地，成为易车赋能经销商数字化的重要载体，通过全场景下的AI功能助力经营伙伴重构运营模式、实现有效增长

内容  
营销  
运营  
资源

基于视频号构建车-人-场-流直播生态

赋能新媒体内容生态建成

落地创新原生广告形态

以专项创新提供专属支持

5R用户资产模型与商业智能决策系统

客户全生命周期管理智能化

全面接入汽车行业本地生态联盟

整合资源打通公私域壁垒

## 一站式AI营销平台

信息发布

支持自然语言输入，自动生成图文内容并发布

线索处理

AI生成画像、提示沟通要点与车型知识，复盘并评级

广告投放

内置商业智能决策系统，可实现“一次投放，全域触达”

运营工具

AI实时分析多维数据生成报告，智能化赋能经营决策

腾易科技升级营销解决方案，展现B端赋能能力与价值

加强经销商集团合作，以丰富合作生态、整合资源

强化AI布局，与C端AI服务形成协同

加速向全域生态服务商转型

# PART 03

## 未来趋势展望



# 政策平缓退坡叠加监管红线，倒逼市场竞争逻辑转向价值战

背景：政策与市场双重倒逼  
价格战→价值战

补贴政策退坡触发换挡：

新能源车购置税由全免改为减半，直接推动车企放弃“裸价内卷”，寻求新的市场竞争力

市场存量博弈加剧：

一季度，消费观望情绪浓厚，单纯降价易引发品牌贬值

监管划定红线：

政策明确打击恶性价格战，倒逼竞争重心向技术、服务、体系化能力转移

价值战策略下，汽车生产、流通等产业链各环节均将呈现新发展趋势

## 01 产品端：提升“硬”实力及“软”体验

- 硬件持续升级：通过硬件升级匹配消费者对“质”的核心需求，巩固品牌力
- 智驾全域渗透：大模型支持智驾中枢升级，覆盖乡村窄路、自动泊车、辅助驾驶等痛点场景
- 电动化体验突破：闪充技术突破，从根源解决电车长途驾驶续航焦虑
- 细分场景覆盖与融合：例如瞄准家庭用户、定位通勤代步、兼顾越野与城市驾驶，深入场景发展产品，满足用户不同用车场景

围绕质价比整体提升，扩大消费群体

## 02 流通端：发力金融方案与权益、服务

- 金融方案升级：以更为多元的金融方案弱化显性降价，维护品牌价值的同时降低消费者购车门槛
- 权益体系深化：以延长质保、免费充电/保养等方式提升整车全生命周期价值，抵消政策退坡成本
- 全周期服务：围绕用户需求和购车、用车全周期体验发力，完善服务网络、优化服务内容、加强服务人员培训，提升综合服务质量

从售前到售后为价值战提供保障

## 03 营销端：强化专业性、升级体验营销

- 技术价值锚定：车企重点发布核心技术和能力突破，以技术硬实力替代价格话术
- 丰富真实测评：价值战促新车型质量升级、技术突破，汽车媒体将更加关注场景化实测，升级对比维度、建立科学测评体系、做强UGC内容，提升平台中立性与公信力
- 赋能车企建立品牌力：价值战比拼品牌力与长期经营能力，汽车媒体通过升级品牌建设方案，助力车企建立口碑

助力品牌建设、促进真实转化

# 汽车产业出海进程将持续加快，体系化能力为增长关键

## 全球产业价值链重构背景下，出海进程加快

01

### 国内市场增长见顶，供给相对过剩

车企产能规划居高、新车型密集上线，叠加需求疲软，共同导致库存高企；此外，新能源汽车渗透率突破50%，存量竞争压力显著

02

### 海外市场加速重构，中国制造优势凸显

海外传统车企转型滞后，中国车企以新能源+智能化优势填补全球市场升级需求；政策与地缘红利提供出海窗口期

03

### 头部出海表现亮眼，海外市场成增长点

比亚迪2月海外销量首超国内，同比增幅高达41.4%；奇瑞集团2月销量出口占比约77.7%

从宏观政策、产业发展到市场形势和企业战略，均展现出汽车产业寻求海外增长点的必要性和可行性，预计这一进程将在2026年加速。

### 企业影响：海外市场开辟第二增长曲线，提升全球品牌力

- 增量来源：海外成为重要增长引擎，其收入提升能够对冲国内下滑
- 品牌升级：在海外高端市场建立品牌认知，实现技术与品牌溢价
- 能力提升：倒逼企业提升全球供应链管理、营销、风控能力，打造世界级车企

### 产业影响：加速出清、重构竞争格局，推动高质量发展

- 加速出清：缓解库存压力、提升利润水平，拉高行业整体效率
- 产业升级：推动中国汽车从中国制造向中国品牌、中国创新升级，抢占全球新能源汽车价值链高端环节
- 贸易贡献：汽车产业发展为重要出口支柱产业，2026年海外销量有望再突破，进一步拉动外贸增长

### 阶段1：产品出海成本与风险上升

- 成本压力：贸易与物流成本持续增长，直接侵蚀产品出海的价格优势
- 政策与地缘风险：贸易保护主义叠加地缘政治冲突，政策多变，出海不确定性高

### 阶段2：本地化适配提速

- 成本重构：本地采购+本地生产，降低物流、汇率风险，节省综合成本
- 关税规避：海外建厂降低关税及售价，直接激活市场
- 合规落地：以本地化适配合规要求

### 阶段3：体系化构建差异优势

- 产品定制：本地研发+测试，针对气候、路况、消费偏好深度定制
- 生态系统：零部件+充换电+金融协同，完善全生命周期服务，提升竞争力

布局走深，产业体系化出海

# 智能化进入端云协同阶段，物理AI成智驾竞争新高地

- 2026年，中国汽车行业大模型进入规模化落地冲刺期。在多模并存特征下，以DeepSeek、通义千问、豆包为代表的国产大模型加速“上车”；车企加码物理AI模型，以支撑高阶自动驾驶和具身智能发展，共同推动汽车产业智能化迈入新阶段。

## 以端侧化与物理AI为突破点

- **全栈可控**：全链路自研，掌握核心技术自主权
- **端侧优先**：优先发展端侧大模型，离线可用、低延迟和隐私安全
- **数据闭环**：构建完整闭环实现车数据采集、云端训练、端侧推理、数据回流

## 广泛、持续接入第三方大模型

- **快速落地**：快速完成大模型“上车”，大幅缩短周期
- **成本可控**：减少研发投入，按量付费，降低财务风险
- **多方合作**：接入多家大模型，可实现多模型调用
- **生态协同**：借助第三方大模型公司生态资源，提供更丰富的服务

### 自研大模型



小米汽车

- 3月随新一代SU7发布Xiaomi XLA认知大模型，通过融合激光雷达、视觉、声音等多源信息理解复杂场景



小鹏汽车

- 自研第二代VLA模型，实现从视觉信号到动作指令的端到端直接生成，于2026年第一季度在Ultra车型上推送



理想汽车

- 3月，理想汽车发布其下一代自动驾驶基础模型MindVLA-o1，VLA架构整合感知、推理与行为生成，面向物理世界智能



智己汽车

- 3月发布超级智能体IM Ultra Agent，并搭载阿里千问大模型；与Momenta联合推出IM AD ZETA，搭载强化学习大模型



特斯拉

- 4月特斯拉车机语音大模型服务完成备案；特斯拉中国车机将同时接入豆包大模型及深度求索旗下的DeepSeek Chat

### 接入大模型

## 底层：押注物理AI开启智驾新时代

- 小鹏、理想、比亚迪等车企均加码物理AI，将汽车智能化技术焦点转向底层模型突破，推动智能驾驶升级为物理智能驱动。

## 部署：发展端侧大模型深化端云协调

- 一季度，端侧模型能力跃升，在智能座舱、智能驾驶领域加速落地。预计随场景渗透、端云协同，智能汽车体验及生态将加速变革。

## 模式：向多模型混合架构演进

- 多模型聚合、动态调度成为显著技术趋势。头部车企多采用模型混合架构，结合自研和接入模型能力，根据不同任务自动调用最优模型。