2026 年 11 月 04 日

行业及产业

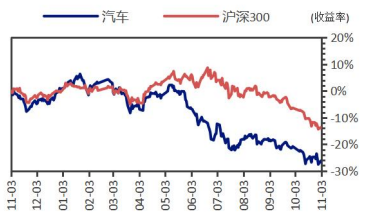
汽车

10 月增长仍看出口，新品支撑交付回升

——汽车行业销量数据跟踪报告

强于大市

一年内行业指数与沪深 300 指数对比走势：



资料来源：聚源数据，爱建证券研究所

相关研究

-

证券分析师

吴迪

S0820525010001

021-32229888-25523

wudi@ajzq.com

徐姝婧

S0820526100001

021-32229888-25517

xushujing@ajzq.com

投资要点：

- **总量：新品与促销有望带动年末零售回升。**乘联分会预计 10 月狭义乘用车零售 160 万辆，同比下降 28.9%；新能源零售 107 万辆，渗透率 66.9%，较 9 月基本持平。新能源份额维持高位，但尚未带动总量恢复。10 月经销商库存预警指数 62.2%，渠道库存及资金压力仍存。11-12 月车展、促销及部分地方补贴临近到期，有望带动购车需求集中释放，但全年内需承压格局难以明显扭转。

- **车企：新品放量支撑品牌增长，年末交付增量有望延续。**10 月，比亚迪销量 49.02 万辆，同比增长 11.0%；吉利 31.02 万辆，同比增长 1.0%；奇瑞集团 29.59 万辆，同比增长 5.3%；零跑交付 10.61 万辆，同比增长 51.0%；小米交付超过 5 万辆；小鹏交付 5.02 万辆，同比增长 19.6%。零跑 A、D 系列及小米澎程贡献增量，11 月 MONA L05、改款理想 i6 接续交付，走量单品与新增车型有望支撑年末销量提升，其中，换代车型交付需先填补旧款减量，品牌增量释放或有滞后。

- **年度目标完成率：完成率普遍低于时间进度，年末销量仍需提速。**截至 10 月底，奇瑞、零跑、吉利、比亚迪全年目标完成率分别为 78.2%、77.3%、73.8%、72.4%。零跑已连续四个月交付超过 10 万辆，全年目标兑现压力相对较小；小米、小鹏、理想销量与目标要求仍有较大差距。渠道库存及资金压力仍存，批发难以形成持续增量，年末冲量预计更多体现为现车促销与新品订单集中交付。

- **出口：海外增量支撑自主增长，新势力加快出海。**10 月奇瑞集团出口 20.06 万辆，同比增长 58.7%；比亚迪新能源汽车出口 17.02 万辆，同比增长 102.8%；吉利出口 10.72 万辆，同比增长 157.8%，已连续五个月超过 10 万辆。小鹏海外交付 1.33 万辆，同比增长 166%，占总交付量 26.5%，创单月新高。零跑 B10 在西班牙投产，小米计划 2027 年下半年进入欧洲。新能源车型扩容与本地制造有望共同拓展海外份额，出海增量由头部自主向更多新势力延伸。具备当地制造与渠道基础的车企有望率先扩大份额。

- **投资建议：1）整车**：出海增厚业绩，高阶智能化驱动价值重估，建议关注：**小米集团-W（1810.HK）、小鹏集团-W（9868.HK）、蔚来（9866.HK）、理想汽车-W（2015.HK）、比亚迪（002594.SZ）、吉利汽车（0175.HK）**；**2）汽车服务类**：国标落地驱动检测需求扩容，建议关注**中国汽研（601965.SH）**。

- **风险提示：**贸易壁垒加剧；政策提振不及预期；乘用车销量复苏承压。

目录

1. 整体：终端修复偏弱，新能源替代延续 4
2. 车企：出口支撑头部自主销量，新品带动部分销量回升 7
3. 出口：新能源贡献主要增量，本地生产加快落地 11
4. 投资建议 14
5. 风险提示 14

图表目录

图表 1 ： 乘用车零售销量及增速（万辆，%） 4
图表 2 ： 新能源车零售市场月度渗透率（%） 4
图表 3 ： 新能源乘用车零售销量及增速（万辆，%） 5
图表 4 ： 汽车分车系月度销量（万辆） 5
图表 5 ： 狭义乘用车批发销量及增速（万辆，%） 6
图表 6 ： 新能源乘用车纯电批发销量及增速（万辆，%） 6
图表 7 ： 新能源乘用车混动批发销量及增速（万辆，%） 6
图表 8 ： 分价格段新能源车销量（万辆，%） 7
图表 9 ： 车企月度销量情况（辆，%） 7
图表 10 ： 零跑汽车月度销量（千辆，%） 9
图表 11 ： 特斯拉中国月度销量（千辆，%） 9
图表 12 ： 理想汽车月度销量（千辆，%） 9
图表 13 ： 小鹏汽车月度销量（千辆，%） 9
图表 14 ： 蔚来月度销量（千辆，%） 9
图表 15 ： 小米汽车月度销量（千辆，%） 9
图表 16 ： 比亚迪汽车月度销量（千辆，%） 10
图表 17 ： 长城汽车月度销量（千辆，%） 10
图表 18 ： 吉利汽车月度销量（千辆，%） 10
图表 19 ： 长安汽车月度销量（千辆，%） 10
图表 20 ： 上汽集团月度销量（千辆，%） 10
图表 21 ： 广汽集团月度销量（千辆，%） 10
图表 22 ： 车企年度销量目标完成率（截至 10 月 31 日） 11
图表 23 ： 汽车 9 月出口同比+61.5% 11
图表 24 ： 乘用车 9 月出口同比+64.1% 11
图表 25 ： 商用车 9 月出口同比+43.0% 12
图表 26 ： 新能源汽车 9 月出口同比+157.2% 12
图表 27 ： 出口市场新能源车月度渗透率（%） 12
图表 28 ： 出口市场新能源车季度渗透率（%） 12
图表 29 ： 汽车(包括底盘)出口金额及环比（亿美元，%） 13
图表 30 ： 汽车零配件出口金额及环比（亿美元，%） 13

1. 整体：终端修复偏弱，新能源替代延续

旺季需求修复力度有限，年末仍需政策与新品共同支撑。乘联分会此前预计 10 月狭义乘用车零售约 160 万辆，同比下降 28.9%；流通协会月末调查预计终端零售约 165 万辆。国庆车展及地方补贴带动阶段性订单增长，但下半月客流回落、消费者观望情绪延续，11 月促销、广州车展及补贴窗口有望推动后续成交。

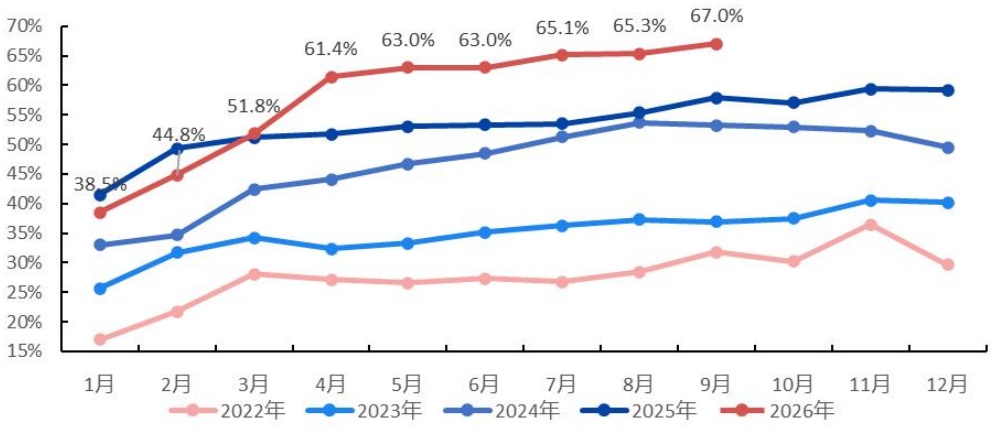
图表 1：乘用车零售销量及增速（万辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

新能源替代保持韧性，渗透率提升主要来自燃油车收缩。乘联分会预计 10 月新能源乘用车零售约 107 万辆，对应渗透率 66.9%，较 9 月 67.0%基本持平。9 月新能源零售同比下降 16.7%，降幅小于乘用车整体的 27.9%，表明新能源相对韧性较强，但行业需求仍承压。

图表 2：新能源车零售市场月度渗透率（%）



资料来源：乘联分会，爱建证券研究所（渗透率=新能源车/整体总市场×100%）

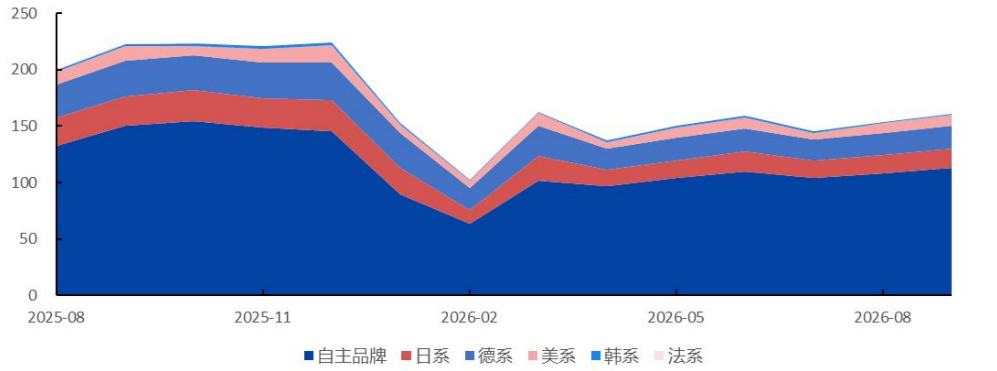
图表 3：新能源乘用车零售销量及增速（万辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

自主品牌替代趋势延续，新能源产品供给支撑竞争优势。9 月自主品牌国内零售份额 69.8%，同比提升 2.8 个百分点。新能源产品矩阵与成本控制能力支撑自主品牌持续提升份额，但行业总量承压，企业增长更依赖主力车型销售和细分市场突破。

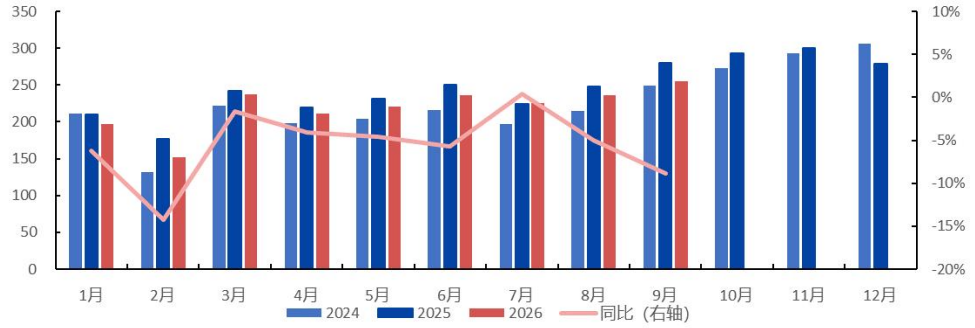
图表 4：汽车分车系月度销量（万辆）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

终端去化仍是年末补库关键，渠道资金与盈利压力尚未明显缓解。10 月 1-25 日乘用车批发 138.4 万辆，同比下降 22%、较上月同期增长 3%；零售 114.5 万辆，同比下降 26%、较上月同期基本持平。10 月经销商库存预警指数 62.2%，虽环比下降 1.0 个百分点，但渠道库存压力上升、价格倒挂尚未明显改善，年末补库仍受终端去化与资金周转制约。

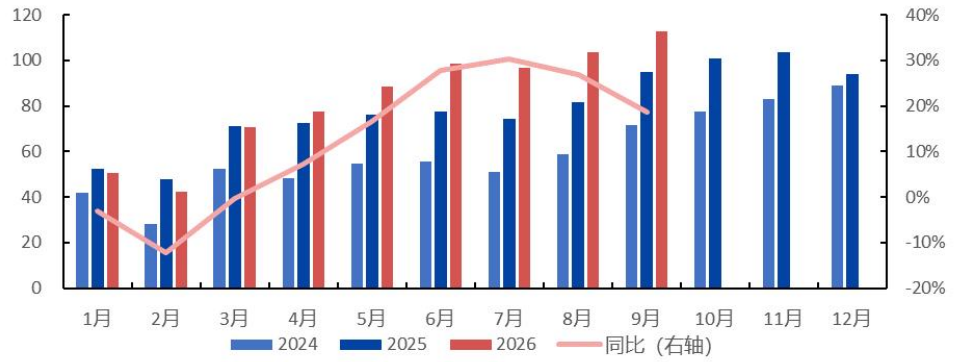
图表 5：狭义乘用车批发销量及增速（万辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

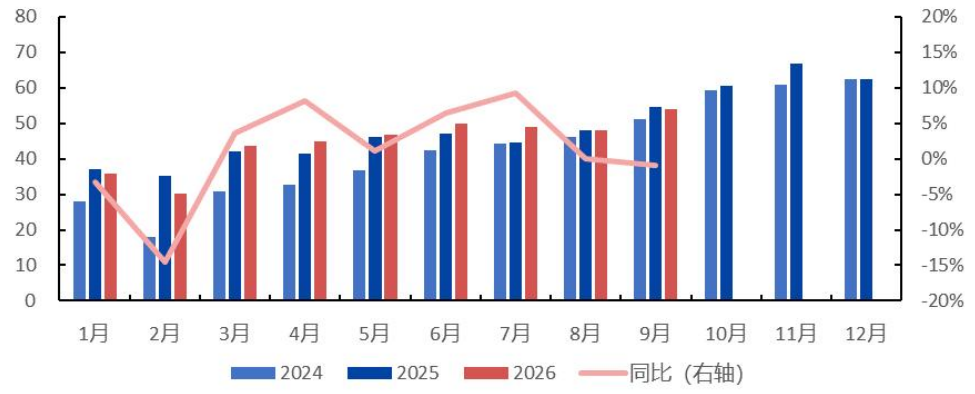
纯电贡献新能源批发主要增量，插混与增程增长仍需新品带动。9 月纯电动乘用车批发 112.6 万辆，同比增长 18.3%；狭义插混、增程分别批发 42.3 万辆、11.7 万辆，同比分别下降 0.1%、4.0%。纯电产品销量增长较快，新品订单及交付是插混与增程市场后续增长的支撑。

图表 6：新能源乘用车纯电批发销量及增速（万辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 7：新能源乘用车混动批发销量及增速（万辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

高性价比产品与高端新车增长较快，中高价位整体仍承压。9 月 8-10 万元、15-20 万元新能源车型销量同比分别增长 87%、16%，50 万元以上区间增长 63%；20-25 万

元、40-50 万元区间分别下降 25%、29%。不同价格段增长取决于主销车型表现。

图表 8：分价格段新能源车销量（万辆，%）

分价格段	2025 年	26 年 1-9 月	9 月同比	9 月环比
8 万元以下	153.30	70.80	-23%	+31%
8-10 万元	149.40	158.60	+87%	+2%
10-15 万元	354.90	269.00	-1%	+16%
15-20 万元	339.20	240.50	+16%	+13%
20-25 万元	137.70	102.70	-25%	+9%
25-30 万元	148.40	113.70	-5%	+8%
30-35 万元	89.70	62.00	-13%	+9%
35-40 万元	115.90	84.50	-16%	+14%
40-50 万元	30.00	20.50	-29%	-19%
50 万元以上	35.20	35.70	+63%	+11%

资料来源：iFinD，爱建证券研究所

2. 车企：出口支撑头部自主销量，新品带动部分销量回升

10 月交付增长集中于零跑、小鹏和小米，传统旺季未带来普遍增长。分阵营看，自主头部与新能源新势力仍是增量主力，传统合资与燃油车份额继续承压。行业竞争焦点将从销量冲刺转向产品结构优化、智驾能力变现与海外产能释放。

图表 9：车企月度销量情况（辆，%）

车企/品牌	10 月销量（辆）	环比	同比	1-10 月累计（辆）
比亚迪集团	490,168	5.70%	11.00%	3,621,744
上汽集团	约 430,000	5.90%	-5.30%	约 3,577,000
吉利集团	310,183	6.20%	1.00%	2,545,664
奇瑞集团	295,934	1.20%	5.30%	2,502,723
长城汽车	120,374	4.72%	-15.90%	1,040,676
零跑汽车	106,127	0.40%	51.00%	772,666
小米汽车	超 50,000	—	—	约 343,066
小鹏集团	50,237	21.80%	19.60%	334,604
蔚来汽车	34,246	-8.50%	-15.20%	334,547

资料来源：iFinD，易车榜，爱建证券研究所

比亚迪：出口扩张支撑同比增长，闪充车型供给释放推动内销环比修复。10 月销量 49.02 万辆，同比+11.0%、环比+5.7%，出口同比翻倍支撑增长，内销环比回升贡献当月增量。纯电乘用车销量同比+37.4%，插混同比-17.2%；出口 17.02 万辆，同比+102.8%。王朝及海洋销量 42.38 万辆，环比+7.3%，为增量来源；方程豹、腾势同比分别+41.3%、+49.5%，仰望同比-60.6%。闪充车型订单充足，第二代刀片电池产能爬坡支撑交付兑现。三季度归母净利润 100.20 亿元，同比+28.1%，经营表现较上半年改善。

吉利：出口支撑总销量增长，新能源与高端车型带动利润提升。10 月销量 31.02 万辆，同比增长 1.0%、环比增长 6.2%；出口 10.72 万辆，同比增长 157.8%，国内销量同比

下降 23.6%。银河销量 15.34 万辆，环比增加约 2.29 万辆，其中星愿销量由 9 月 6.09 万辆增至 7.13 万辆，贡献银河接近一半的环比增量；银河 TT 首个完整销售月销量破万辆，新增车型开始贡献规模。极氪同比增长 51.6%，领克同比下降 45.4%。集团增长主要来自银河产品放量、极氪同比增量及出口扩张，尚未覆盖全部品牌。

奇瑞：海外市场扩张贡献主要增量，国内多品牌尚未同步恢复。奇瑞集团 10 月销量 29.59 万辆，同比增长 5.3%；出口 20.06 万辆，同比增长 58.7%，占销量 67.8%，海外增长对集团总量形成主要支撑。奇瑞品牌销量 20.06 万辆，同比增长 18.2%，捷途、星途、iCAR、智界分别下降 1.1%、40.6%、5.5%、52.5%。增长主因海外销售规模扩大及奇瑞主品牌承接。

零跑：A、D 系列拓宽价格与车型覆盖，推动交付规模提升。10 月交付 10.61 万辆，同比增长 51.0%、环比增长 0.4%，已连续数月保持 10 万辆以上。A10、D19 年内上市增加销量来源，其中 A10 在 9 月已贡献约两成交付，产品扩容是同比增长的重要支撑。

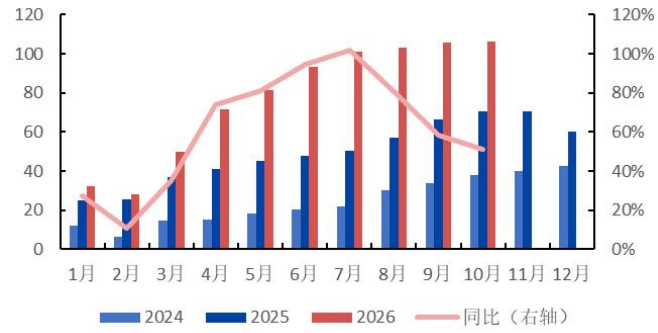
小米：澎程系列进入首个完整交付月，产品覆盖扩大支撑月销达 5 万辆。10 月交付超过 5 万辆。澎程 N70、N90 于 9 月上市并启动交付，上市首月锁单超过 7 万辆，10 月新增交付窗口与前期订单储备共同支持总量提升。

小鹏：海外车型导入与国内产品扩容支撑交付新高。10 月交付 5.02 万辆，同比增长 19.6%、环比增长 21.8%；海外交付 1.33 万辆，同比增长 166%，贡献集团大部分同比增量。此前 MONA L03 陆续进入海外市场，G9L 于 9 月上市，10 月进入首个完整销售月，产品投放为国内外增量提供支撑。MONA L05 于 11 月 1 日开启规模交付，GX 中东订单亦尚待交付。

蔚来：乐道销量同比走弱，主品牌回落拖累当月交付。10 月交付 3.42 万辆，同比下降 15.2%、环比下降 8.5%。其中，乐道交付 8383 辆，同比减少 8959 辆；蔚来主品牌、萤火虫同比增长 5.7%、30.9%。L80 及改款 L90 已于年中交付，产品扩充尚未转化为更高的品牌销量。同比压力主因乐道新品增量接续不足，环比压力集中于主品牌。

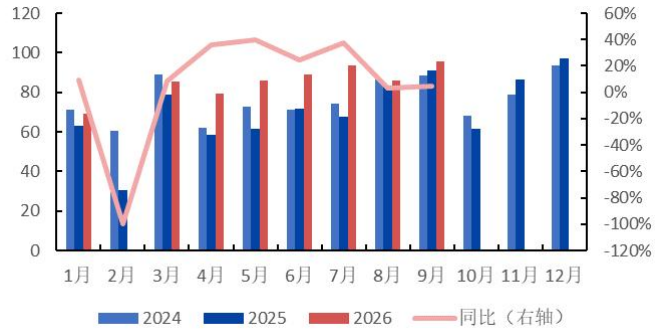
理想：主销 i6 换代形成交付空档，其他车型未能补足减量。10 月交付 2.90 万辆，同比下降 8.6%、环比下降 8.8%。i6 在 8 月占品牌批发销量约 45%，9 月进入新老款切换阶段，旧款关闭线上下单，新款直至 10 月 28 日上市、计划 11 月初交付，主销车型供给衔接对 9-10 月销量形成扰动。此次改款采取增配不加价策略，强化续航、芯片及舒适配置，但实际贡献主要体现在后续交付月份。

图表 10：零跑汽车月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 11：特斯拉中国月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 12：理想汽车月度销量（千辆，%）



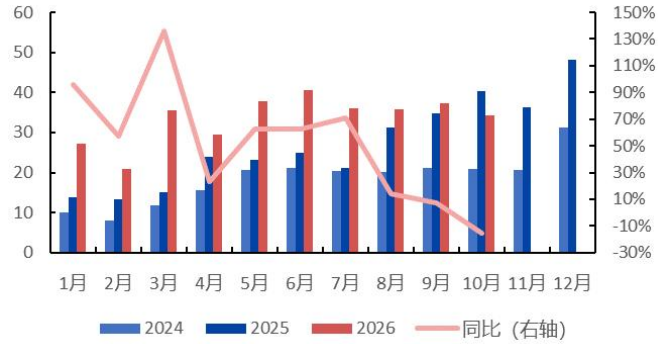
资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 13：小鹏汽车月度销量（千辆，%）



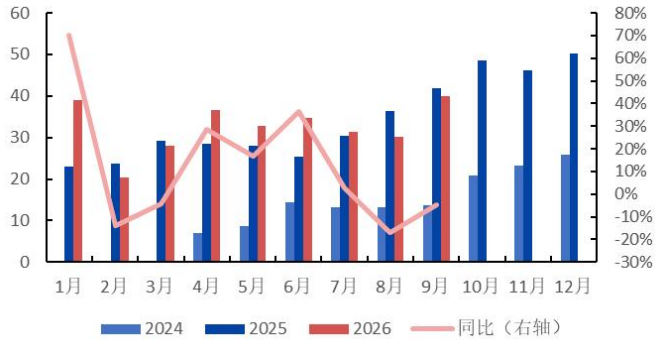
资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 14：蔚来月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 15：小米汽车月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 16：比亚迪汽车月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 17：长城汽车月度销量（千辆，%）



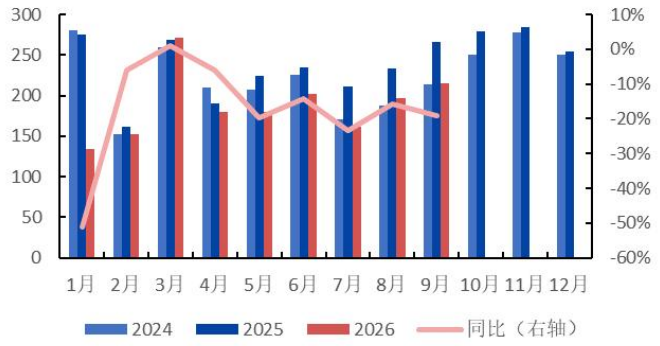
资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 18：吉利汽车月度销量（千辆，%）



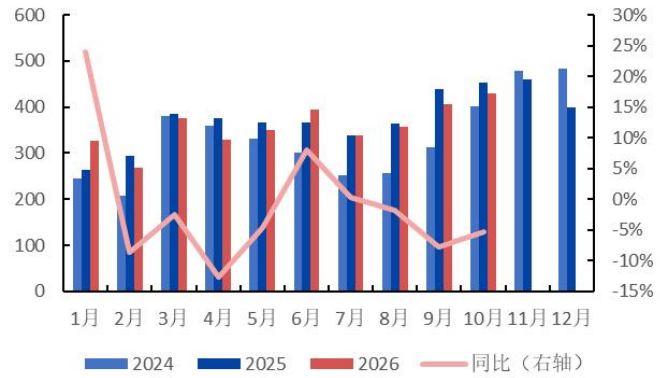
资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 19：长安汽车月度销量（千辆，%）



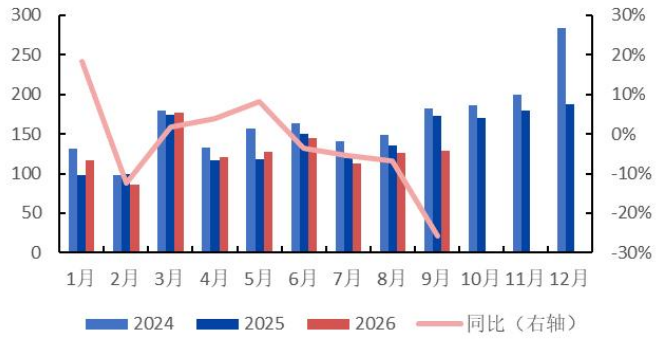
资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 20：上汽集团月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 21：广汽集团月度销量（千辆，%）



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

全年目标完成率普遍低于时间进度，年末销量仍需提速。1-10 月，奇瑞、零跑、吉利、蔚来及比亚迪目标完成率分别为 78.2%、77.3%、73.8%、73.4%、72.4%。零跑目标兑现压力相对较小。理想、长城、小米、小鹏，年末销量需显著提速。

图表 22：车企年度销量目标完成率（截至 10 月 31 日）

完成率	品牌	解读
>70%	奇瑞（78.2%）、零跑（77.3%）、吉利（73.8%）、蔚来（73.4%）、比亚迪（72.4%）	完成率低于时间进度
50~70%	小米（62.4%）、小鹏（60.8%）、理想（58.6%）、长城（(57.8%）	仍有较大差距，年末需显著提速
<50%	鸿蒙智行（40.0%）	全年达标压力较大

资料来源：中国汽车报，爱建证券研究所

3. 出口：新能源贡献主要增量，本地生产加快落地

出口增长抵消部分内销下降，新能源出口增速显著快于整体。据中汽协数据，9 月汽车出口 105.3 万辆，同比增长 61.5%；1-9 月累计出口 820.5 万辆，同比增长 65.8%，同期汽车总销量下降 4.5%。国内需求偏弱背景下，出口维持生产与销售规模。9 月新能源汽车出口 57.1 万辆，同比增长 157.2%，占汽车出口约 54.2%，成为出口增长的主要来源。

图表 23：汽车 9 月出口同比+61.5%



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 24：乘用车 9 月出口同比+64.1%



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 25：商用车 9 月出口同比+43.0%



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

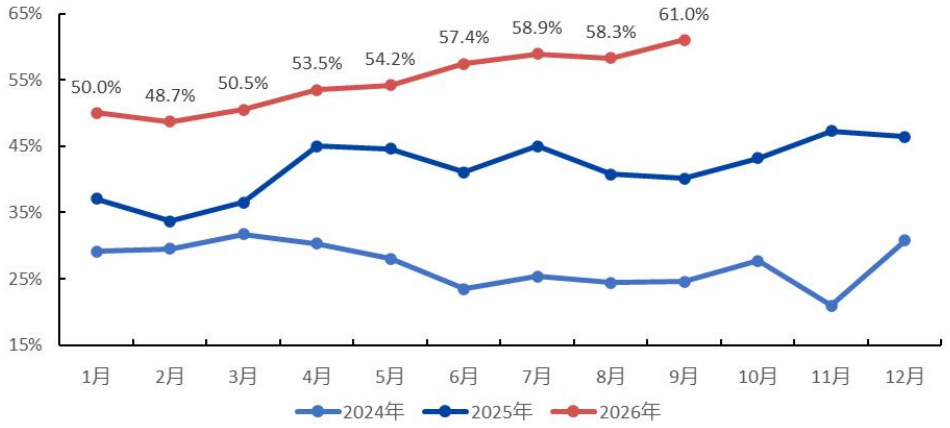
图表 26：新能源汽车 9 月出口同比+157.2%



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

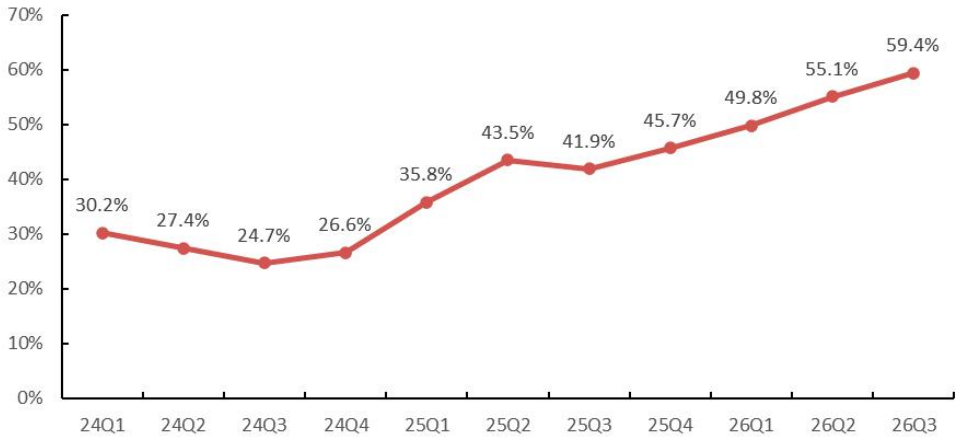
三季度新能源乘用车出口渗透率 59.4%，环比提升 4.3pct。纯电与插混车型海外投放增加，推动新能源占比上升。

图表 27：出口市场新能源车月度渗透率（%）



资料来源：乘联分会，爱建证券研究所（渗透率=新能源车出口/整体出口市场×100%）

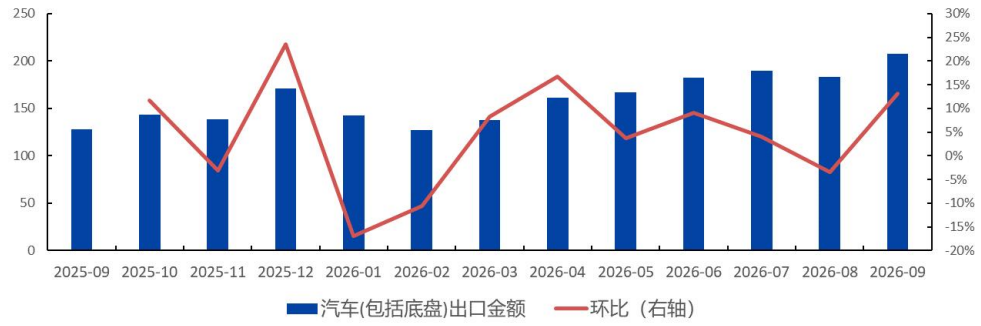
图表 28：出口市场新能源车季度渗透率（%）



资料来源：乘联分会，爱建证券研究所（渗透率=新能源车出口/整体出口市场×100%）

整车出口金额增长主要由数量拉动，均价贡献相对有限。海关口径下，1-9 月汽车出口金额约 1,498 亿美元，同比增长 54%，出口数量增长约 52%，金额增速仅高出约 2 个百分点。9 月出口金额约 208 亿美元，同比增长 62%，海外收入扩张仍以销量增长为主。

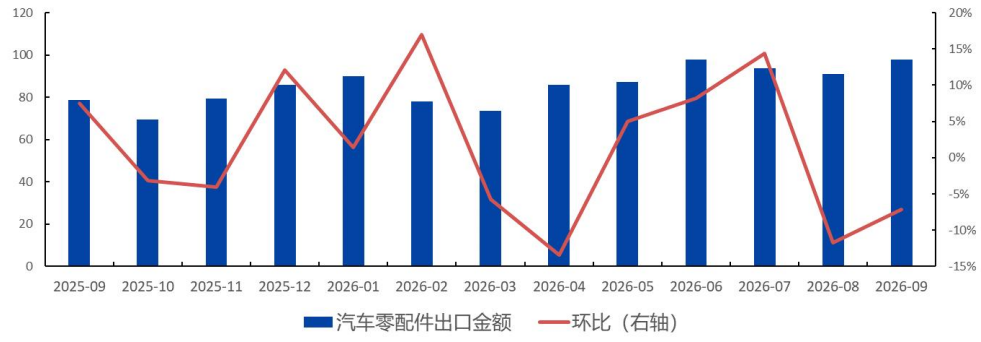
图表 29：汽车(包括底盘)出口金额及环比（亿美元，%）



资料来源：海关总署，爱建证券研究所

零部件出口增长慢于整车，新增配套需求更多来自海外工厂。海关数据显示，9 月汽车零部件出口 97.66 亿美元，同比增长 24.3%；1-9 月累计 795.53 亿美元，同比增长 10.1%，低于同期整车出口增速。自主车企海外投产，配套供应商有望迎来收入增长。

图表 30：汽车零配件出口金额及环比（亿美元，%）



资料来源：海关总署，爱建证券研究所

4. 投资建议

投资建议：1）整车：出海增厚业绩，高阶智能化驱动价值重估，建议关注：**小米集团-W(1810.HK)、小鹏集团-W(9868.HK)、蔚来(9866.HK)、理想汽车-W(2015.HK)、比亚迪(002594.SZ)、吉利汽车(0175.HK)**；2）汽车服务类：国标落地驱动检测需求扩容，建议关注**中国汽研(601965.SH)。**

5. 风险提示

1）**贸易壁垒加剧：**出口高增面临海外关税壁垒、数据合规、本地化认证等多重不确定性，出海节奏若受扰动将直接影响批发端增速及出口依赖型企业的业绩预期。

2）**政策提振不及预期：**补贴政策效果低于预期，板块估值修复节奏或受影响。

3）**乘用车销量复苏承压：**增量空间收窄叠加宏观经济压力，以旧换新拉动减弱，行业销量不及预期。

爱建证券
AIJIAN SECURITIES

爱建证券有限责任公司

上海市浦东新区前滩大道 199 弄 5 号
电话：021-32229888　　传真：021-68728700　　服务热线：956021
邮政编码：200124　　邮箱：ajzq@ajzq.com　　网址：http://www.ajzq.com

评级说明

投资建议的评级标准

报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后 6 个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的 6 个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A 股市场：沪深 300 指数（000300.SH）；新三板市场：三板成指（899001.CSI）（针对协议转让标的）或三板做市指数（899002.CSI）（针对做市转让标的）；北交所市场：北证 50 指数（899050. BJ）；香港市场：恒生指数（HIS.HI）；美国市场：标普 500 指数（SPX.GI）或纳斯达克指数（IXIC.GI）。

股票评级

买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 15%
增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%～15%之间
持有	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%～5%之间
卖出	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%

行业评级

强于大市	相对表现优于同期相关证券市场代表性指数
中性	相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平
弱于大市	相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告采用信息和数据来自公开、合规渠道，所表述的观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的独立看法。研究报告对所涉及的证券或发行人的评价是分析师本人通过财务分析预测、数量化方法、或行业比较分析所得出的结论，但使用以上信息和分析方法可能存在局限性，请谨慎参考。

法律主体声明

本报告由爱建证券有限责任公司（以下统称为“爱建证券”）证券研究所制作，爱建证券具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，接受中国证监会监管。

本报告是机密的，仅供我们的签约客户使用，爱建证券不因收件人收到本报告而视其为爱建证券的签约客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但爱建证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供签约客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，爱建证券及其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测后续可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，爱建证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

版权声明

本报告版权归属爱建证券所有，未经爱建证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。版权所有，违者必究。