报告编号 AT-RPT-20261117-C5A413E9C9

AT智库 · 数据洞察

2026中国乘用车市场数据洞察报告

2026 China Passenger Vehicle Market · In-Depth Insight Report

报告区间：2026 年 1–10 月累计 · 2026-10 单月 · 本报告由 AT智库编制发布

14,946,917 辆
年度累计上牌量
2026 年 1–10 月累计 · 同比 -20.5%

1,593,481 辆
最新单月上牌量
2026-10 · 同比 -23.9% · 环比 -3.6%

57.1%
新能源渗透率（年度）
上牌量 8,538,902 辆 · 同比 +5.0pt

66.2%
新能源渗透率（单月）
2026-10 新能源 1,054,876 辆

重要声明

IMPORTANT DISCLAIMER

请在阅读本报告正文之前，仔细阅读以下声明。阅读或使用本报告，即视为已知悉并同意本声明的全部内容。

一、报告性质

本报告由 AT智库（以下简称"本智库"）编制，旨在就中国乘用车市场的运行状况、结构特征与发展趋势提供研究性信息与分析观点，供行业研究、企业经营与投资决策参考。本报告不构成任何要约、要约邀请或承诺。

二、不构成投资建议

本报告不构成购买任何证券、金融产品或其他投资标的的建议，亦未考虑任何特定读者的投资目标、财务状况或特殊需求。读者应结合自身情况独立判断，必要时咨询专业顾问，不应将本报告作为投资、经营或其他决策的唯一依据。

三、数据来源与口径

本报告数据来自政府主管部门、行业协会等公开渠道，以及 ATDTS 数据洞察平台经汇总处理的统计数据。不同来源的数据在统计口径、覆盖范围与统计时点上可能存在差异，相关差异已在正文中尽可能注明。部分指标为测算或估算结果，可能随基础数据更新而调整。

四、准确性与及时性

本智库力求报告内容客观、准确、及时，但不对其中信息的准确性、完整性、及时性或适用性作出任何明示或默示的保证。报告反映编制时点的判断，数据截至报告封面所示时点；相关内容可能随市场变化而调整，本智库无义务就此更新或另行通知。

五、前瞻性陈述

本报告包含关于行业发展趋势的前瞻性陈述，可通过"预计""有望""将"等表述识别。前瞻性陈述基于当前可获得的信息与合理假设，涉及已知与未知的风险及不确定性，实际结果可能与预期存在重大差异，不构成任何预测或承诺。

六、责任限制

在适用法律允许的最大范围内，本智库及其关联机构、员工不对任何人因使用或依赖本报告全部或部分内容而产生的任何直接、间接、附带或后果性损失承担责任。

七、知识产权

本报告版权归 AT智库所有。引用本报告内容请注明出处"AT智库《2026中国乘用车市场数据洞察报告》"；引用时不得作任何有悖原意的删节或修改。未经本智库书面许可，任何机构或个人不得将本报告全部或部分内容用于商业目的。

八、适用法律

本声明的解释与适用以中华人民共和国法律（为本声明之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区法律）为准。本智库保留修改本声明的权利。

报告信息 · REPORT INFORMATION

报告名称	2026中国乘用车市场数据洞察报告	**报告区间**	2026 年 1–10 月累计 · 2026-10 单月
编制发布	AT智库 · WWW.ATDTS.COM	**报告编号**	AT-RPT-20261117-C5A413E9C9

编制发布：AT智库

2026 年

目录

CONTENTS

00 报告摘要 EXECUTIVE SUMMARY — 核心指标与关键结论速览 — 04

01 大盘走势 MARKET MOMENTUM — 总量走势 · 增速结构 — 05

02 竞争格局 COMPETITIVE LANDSCAPE — 品牌份额 · 集中度 · 系别结构 — 11

03 新能源专题 NEV SPOTLIGHT — 渗透率 · 头部车系 · 城市 — 18

04 产品结构 PRODUCT MIX — 燃料 · 级别 · 车身形式构成 — 23

05 区域格局 REGIONAL FOOTPRINT — 大区 · 省份 · 城市分布 — 27

06 车型榜单 MODEL RANKINGS — 车系总榜与分车型排行 — 39

07 市场质量与结构演变 STRUCTURAL EVOLUTION — 多年期结构趋势 — 48

报告说明 · ABOUT THIS REPORT

本报告由 AT智库编制发布；目录中的页码对应正文各章起始页，便于快速定位。报告结论均基于当期数据，仅供内部研究参考。

报告结构 · STRUCTURE

报告结构：本报告依次覆盖市场总量、竞争格局、产品结构、新能源、区域格局与车型榜单等板块，各章独立成篇，可单独取用。

阅读指引 · HOW TO READ

阅读指引：目录页码对应正文各章起始页；正文每页含图表与文字解读，章末「延伸说明 / NOTES」补充口径与名词释义。

报告摘要

EXECUTIVE SUMMARY

14,946,917 辆	1,593,481 辆	57.1%	66.2%
年度累计上牌量	**最新单月上牌量**	**新能源渗透率（年度）**	**新能源渗透率（单月）**
2026 年 1–10 月累计 · 同比 -20.5%	2026-10 · 同比 -23.9% · 环比 -3.6%	上牌量 8,538,902 辆 · 同比 +5.0pt	2026-10 新能源 1,054,876 辆

关键结论 · Key Findings

- 分析区间覆盖 2026 年 1 月 至 2026 年 10 月，共 10 个月，累计销量 14,946,917辆。
- 最新月份 2026 年 10 月 成交 1,593,481辆，同比 -23.9%，环比 -3.6%。
- 区间峰值出现在 2026 年 6 月，单月 1,685,131辆，为月均水平的 1.1 倍。
- 近 12 个月累计 14,946,917辆，较前 12 个月收缩 20.5%，市场仍处调整期。
- 近 12 个月同比下滑 20.5%，市场进入存量竞争阶段，份额争夺比总量增长更重要。
- 新能源渗透率 57.1%，较上年同期提升 5.0pt，电动化已成主流选择，燃油产品线进入存量替代阶段；头部车系由「星愿」领跑（累计 330,988辆）。
- 品牌系别上国产 65.8%、德系 15.1%构成基本盘，合资与进口阵营的份额走向决定渠道与产品引进节奏。
- 品牌端「比亚迪」以 10.3% 的份额居首，CR3 18.8%、CR10 42.0%，竞争格局相对分散，名次更替频繁。

数据来源与口径 · DATA & SCOPE

数据来源：ATDTS 数据洞察平台。指标口径以当期导入数据为准；跨期比较请注意统计区间一致。

引用提示 · CITATION

引用提示：历史报告仅反映生成时的统计区间，引用时请注意报告日期与口径。

阅读指引 · HOW TO READ

阅读指引：正文各章图表由 AT智库编制，线上洞察页支持悬停查看精确数值与更细颗粒度。

图表说明 · ABOUT CHARTS

图表说明：正文章节每页图表下方均附「图表解读 / READING」，内容由 AT智库基于当期数据编制，随数据更新而刷新。

01 大盘走势

MARKET MOMENTUM

本章建立总量的坐标系：区间内累计规模、逐月节奏与同比/环比的相对位置。柱与线的高低起伏回答「市场现在处在什么位置、动能往哪个方向走」，后续所有结构性判断都以这一章为基准。

图 1　2026 年逐月上牌量走势（含上年同期）

实线为今年、虚线为上年同月，两者缺口即为同比增减



图 1 · 图表解读 / READING

实线为今年、虚线为上年同月，两者缺口即为同比增减

区间内最高点出现在 06月（1,685,131上牌量），最低点为 02月（1,138,857上牌量）；最新一期 10月 报 1,593,481上牌量，较区间首期累计提升 2.8%。图中 2 条序列分别为不同口径，可横向对照彼此的节奏差异。

图 2　2026 年月度增速：同比 vs 环比

双柱比双折线更易读：每月两根柱——实色 = 同比（对比上年同月，看长期趋势），浅色 = 环比（对比上月，看当期动能）；红涨绿跌，柱体高出零轴即正增长



图 2 · 图表解读 / READING

双柱比双折线更易读：每月两根柱——实色 = 同比（对比上年同月，看长期趋势），浅色 = 环比（对比上月，看当期动能）；红涨绿跌，柱体高出零轴即正增长

区间内没有正增长月份；下行最深的是 09月（-26.3%）。柱体高于零轴代表正增长、低于零轴代表负增长，红色为涨、绿色为跌，可直观分辨动能切换的时点。

延伸说明 / NOTES

口径说明：同比 = 对比上年同月，用于消除季节性；环比 = 对比上月，反映当期动能；1 月的环比对照上年 12 月。

延伸说明 / NOTES

说明：同比消除季节性、环比反映当期动能；1 月的环比对照对象为上年 12 月。

图 3　季度分布对比（今年 vs 上年同期）

按自然季度汇总，仅对比已完整发生的季度（截至 Q4），避免把「尚未发生」当成零

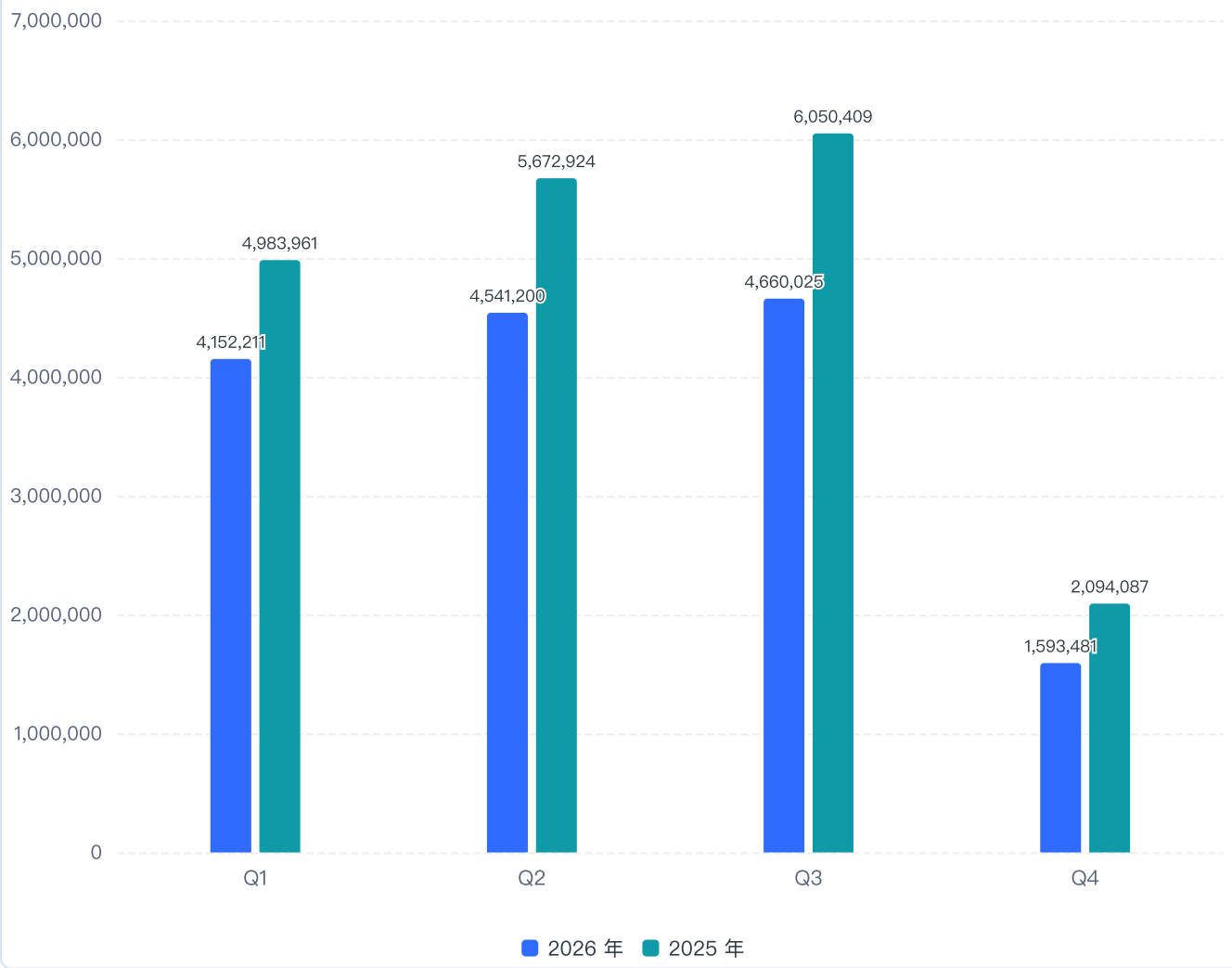


图 3 · 图表解读 / READING

按自然季度汇总，仅对比已完整发生的季度（截至 Q4），避免把「尚未发生」当成零

分组对比显示：2026 年以 4,660,025上牌量 领先，2025 年以 6,050,409上牌量 领先；两组柱的高低差即口径间的差距，可逐一对照每个类目。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

图 4　月度季节性指数（当月占全年比重）

今年与上年各月占比对照，用于判断旺淡季是否后移

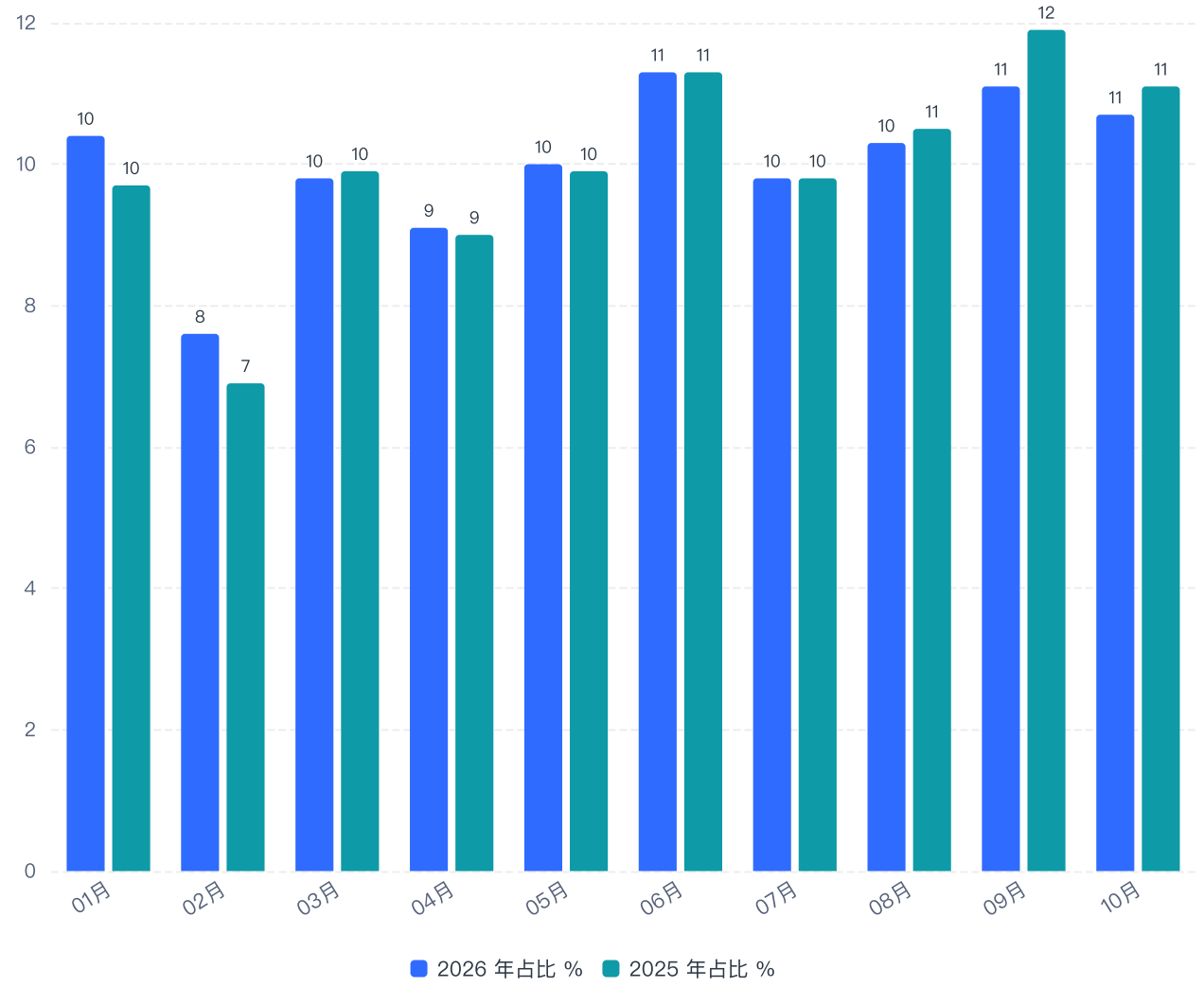


图 4 · 图表解读 / READING

今年与上年各月占比对照，用于判断旺淡季是否后移

分组对比显示：2026 年占比 %以 11.3% 领先，2025 年占比 %以 11.9% 领先；两组柱的高低差即口径间的差距，可逐一对照每个类目。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

延伸说明 / NOTES

关于市场份额：份额 = 单品牌 / 单类目销量 ÷ 同口径总销量；份额提升代表竞争力增强，持续下滑则提示流失风险。

延伸说明 / NOTES

关于渗透率：渗透率 = 某一类（如新能源）销量 ÷ 总销量，是结构迁移最核心的单一指标，其持续上行代表替代加速。

图 5　历年上牌总量 vs 新能源上牌量（全历史）

新能源为总量的组成部分（纯电动 / 插混 / 增程 / 燃料电池），两柱并排对照；2026 年仅含 1–10 月，与往年完整年度不可直接比较，逐年对比请看下方「结构演变」

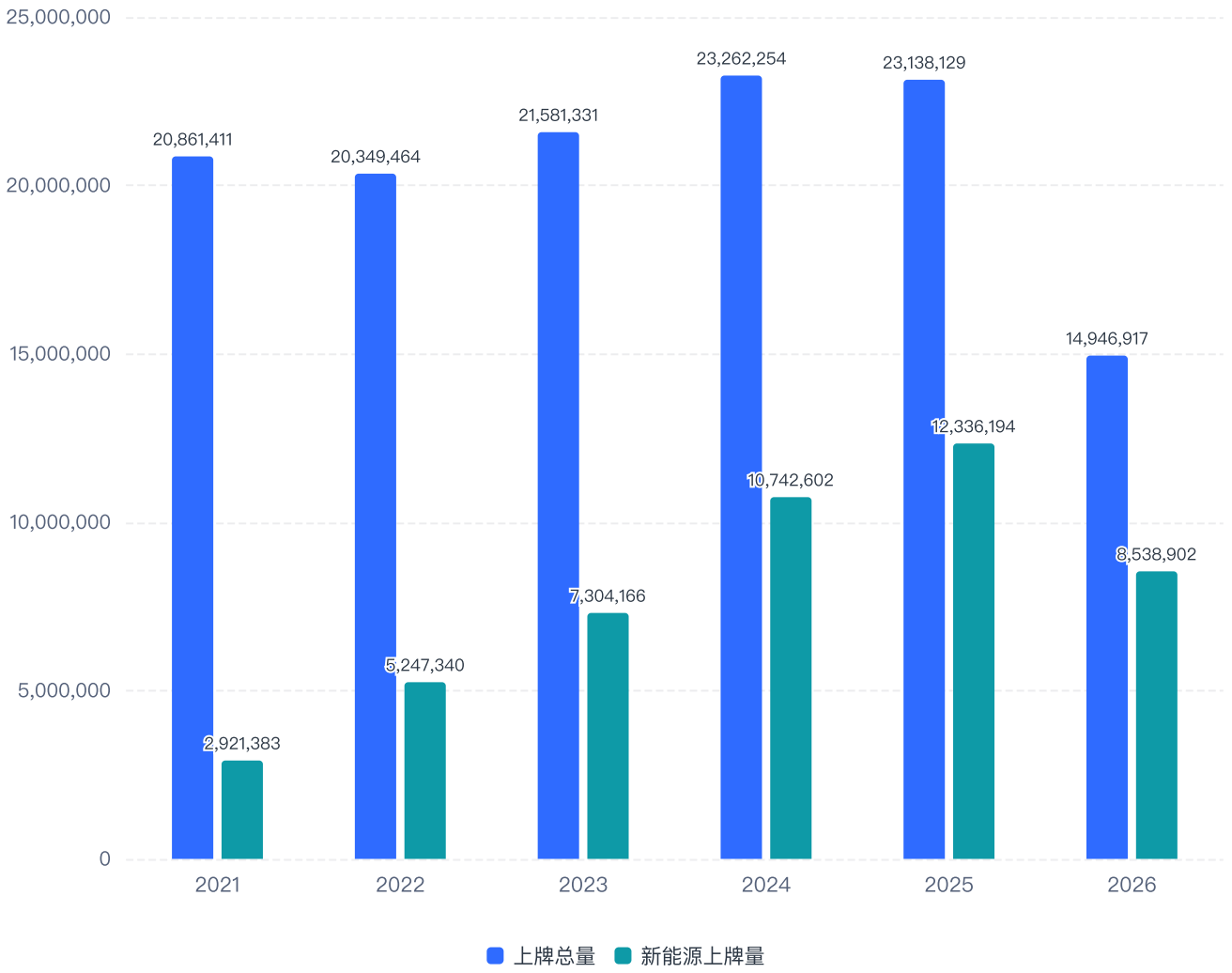


图 5 · 图表解读 / READING

新能源为总量的组成部分（纯电动 / 插混 / 增程 / 燃料电池），两柱并排对照；2026 年仅含 1–10 月，与往年完整年度不可直接比较，逐年对比请看下方「结构演变」

分组对比显示：上牌总量以 23,262,254辆 领先，新能源上牌量以 12,336,194辆 领先；两组柱的高低差即口径间的差距，可逐一对照每个类目。

延伸说明 / NOTES

关于区域分析：区域销量受经济、人口、政策多重因素影响；横向比较时建议结合千人指标，以剔除人口规模差异。

延伸说明 / NOTES

关于集中度：CRn 与 HHI 衡量市场集中程度。高集中度下头部品牌议价与定价能力更强，但新进入者空间相对受限。

表 1　2026 年月度明细（同比 / 环比 / 占全年 / 新能源）

全年累计 14,946,917 辆；新能源累计 8,538,902 辆（渗透率 57.1%）；「占全年」按 1–10 月累计计算；1 月环比对照上年 12 月

月份	上牌量	同比	环比	占全年	新能源上牌量	新能源渗透率
2026-01	1550134	-15	-33	10.4	563396	36.3
2026-02	1138857	-12.4	-26.5	7.6	429419	37.7
2026-03	1463220	-21.4	28.5	9.8	795359	54.4
2026-04	1363790	-19.1	-6.8	9.1	816131	59.8
2026-05	1492279	-19.6	9.4	10	911922	61.1
2026-06	1685131	-20.9	12.9	11.3	998734	59.3
2026-07	1468362	-19.9	-12.9	9.8	917933	62.5
2026-08	1539425	-22.1	4.8	10.3	974792	63.3
2026-09	1652238	-26.3	7.3	11.1	1076340	65.1
2026-10	1593481	-23.9	-3.6	10.7	1054876	66.2

表 1 · 明细解读 / DETAIL

全年累计 14,946,917 辆；新能源累计 8,538,902 辆（渗透率 57.1%）；「占全年」按 1–10 月累计计算；1 月环比对照上年 12 月

本表共列示 10 行明细；首行 月份「2026-01」的新能源渗透率为 36.3，其后各行按同口径排列。

延伸说明 / NOTES

关于车型级别：A0 / A / B / C 级按尺寸与价格区分，级别结构的上移或下沉分别反映消费升级与渠道下沉。

延伸说明 / NOTES

关于数据口径：本报告全部数据来自 ATDTS 数据洞察平台，按月 / 按区间聚合；跨期比较请确保统计区间一致。

延伸说明 / NOTES

关于图表解读：图表下方的「图表解读 / READING」由 AT智库基于当期数据编制，随数据更新而刷新，精确数值可在线上洞察页悬停查看。

延伸说明 / NOTES

关于结论时效：市场结论随最新一期数据滚动更新，历史报告仅反映生成时的统计区间，引用时请注意报告日期。

延伸说明 / NOTES

方法论说明：本报告采用描述性统计与结构分析法，旨在客观呈现市场现状与变化，内容仅供内部研究参考，不构成投资建议。

02 竞争格局

COMPETITIVE LANDSCAPE

本章从三个层次刻画市场竞争：品牌份额的静态排名、集中度（CR 与 HHI）的量化程度，以及国别系别的阵营结构。三者结合，可以判断市场是集中还是分散、主导品牌的地位是否稳固、以及下一轮挑战者最可能来自哪里。

图 6　品牌 TOP20（年度）

细分经营品牌口径：一汽大众 / 一汽大众奥迪 / 一汽大众捷达各自单列，母品牌不再与子品牌并列，避免同一销量重复计算

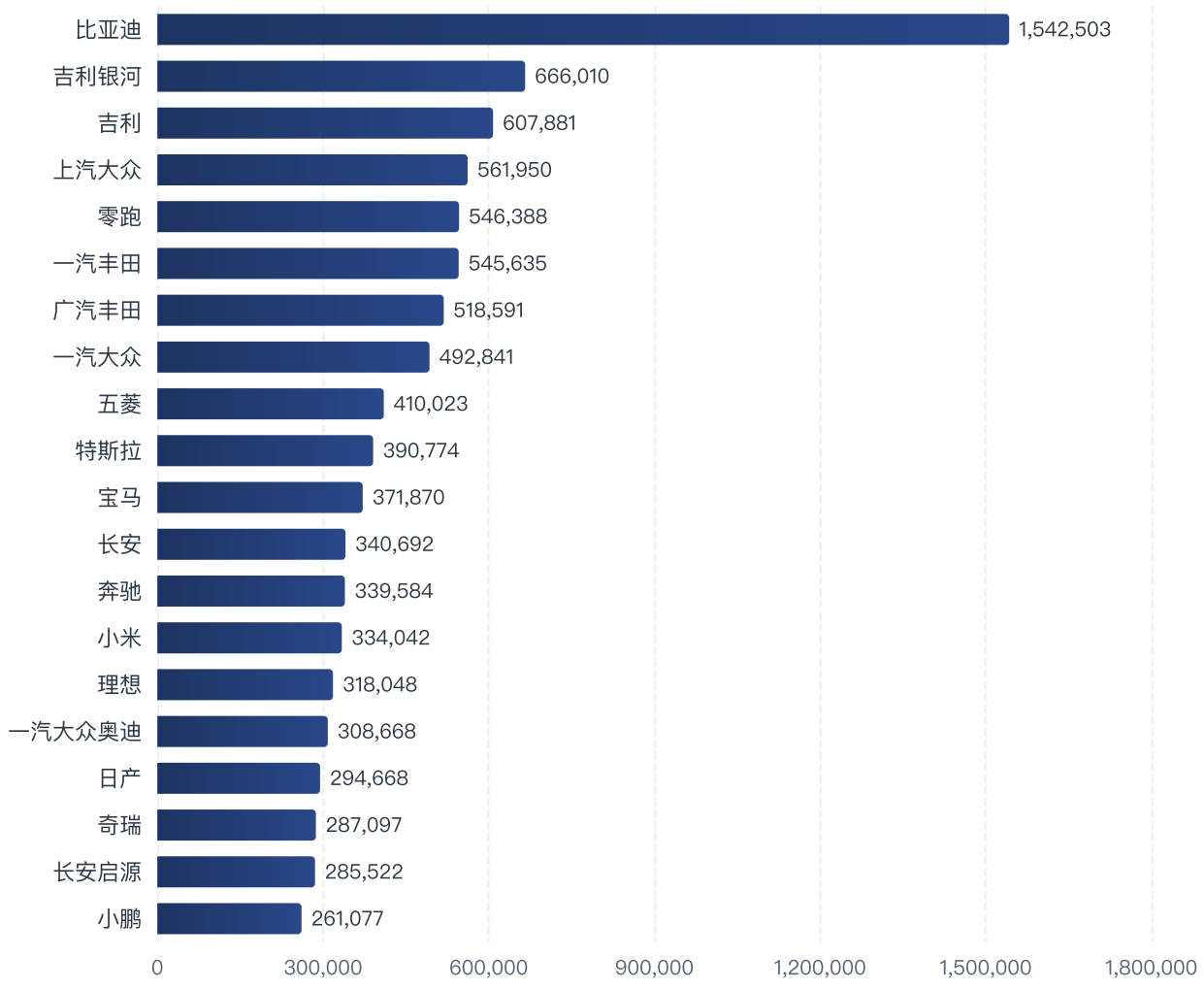


图 6 · 图表解读 / READING

细分经营品牌口径：一汽大众 / 一汽大众奥迪 / 一汽大众捷达各自单列，母品牌不再与子品牌并列，避免同一销量重复计算

比亚迪 以 1,542,503上牌量 位居第一，占合计的 16.4%；前三名（比亚迪、吉利银河、吉利）合计占 29.9%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

图 7　品牌 TOP20（月度：2026 年 10 月）

按 2026 年 10 月单月降序排序

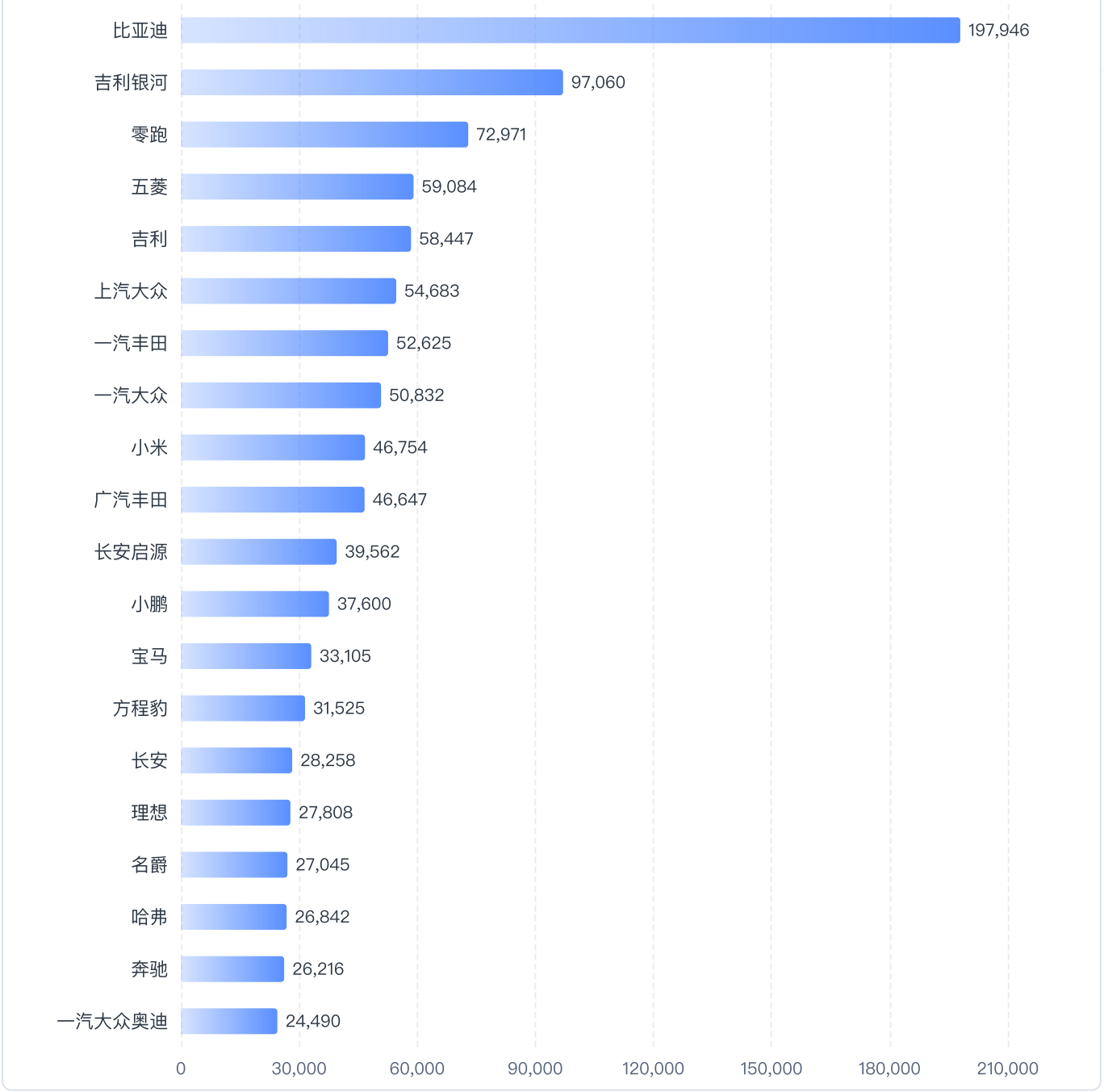


图 7 · 图表解读 / READING

按 2026 年 10 月单月降序排序

比亚迪 以 197,946上牌量 位居第一，占合计的 19.0%；前三名（比亚迪、吉利银河、零跑）合计占 35.4%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

表 2　品牌 TOP20 明细（年度 + 单月）

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点；「单月」为最新月份销量

#	品牌（细分经营品牌）	上牌量（累计）	份额	份额变化	同比	单月
1	比亚迪	1542503	10.3	-3.1	-38.8	197946
2	吉利银河	666010	4.5	-0.2	-23.7	97060
3	吉利	607881	4.1	0.4	-11.4	58447
4	上汽大众	561950	3.8	-0.7	-32.7	54683
5	零跑	546388	3.7	1.7	45.3	72971
6	一汽丰田	545635	3.7	0.4	-12	52625
7	广汽丰田	518591	3.5	0.2	-16.7	46647
8	一汽大众	492841	3.3	-0.4	-29.6	50832
9	五菱	410023	2.7	-0.5	-32.1	59084
10	特斯拉	390774	2.6	0.2	-15.3	9296
11	宝马	371870	2.5	-0.1	-22.4	33105
12	长安	340692	2.3	-0.2	-26	28258
13	奔驰	339584	2.3	-0.3	-29.8	26216
14	小米	334042	2.2	0.6	6.2	46754
15	理想	318048	2.1	0.4	-4.4	27808
16	一汽大众奥迪	308668	2.1	-0.1	-25.1	24490
17	日产	294668	2	-0.3	-29.5	21526
18	奇瑞	287097	1.9	-0.4	-35.5	24485

当月（2026 年 10 月）第一 比亚迪（份额 12.4%）；较年度榜新进 3 个：方程豹、名爵、哈弗；掉出 3 个；当月合计 1,593,481

表 2 · 明细解读 / DETAIL

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点；「单月」为最新月份销量

本表共列示 20 行明细；首行 #「1」的单月为 197946，其后各行按同口径排列。受版面所限最多展示 18 行，完整明细可在数据洞察页查看。

当月（2026 年 10 月）第一 比亚迪（份额 12.4%）；较年度榜新进 3 个：方程豹、名爵、哈弗；掉出 3 个；当月合计 1,593,481

图 8　品牌份额变动：谁在抢份额、谁在丢份额

细分经营品牌口径（一汽大众 / 上汽大众 / 一汽大众奥迪…）；单位 pt，右侧为份额上升、左侧为下降



图 8 · 图表解读 / READING

细分经营品牌口径（一汽大众 / 上汽大众 / 一汽大众奥迪…）；单位 pt，右侧为份额上升、左侧为下降

零跑 份额/指标变化最大（+1.66），比亚迪 回落最明显（-3.09）；正向代表份额扩大或指标改善，负向代表流失或走弱，排序即结论。

竞争格局洞察

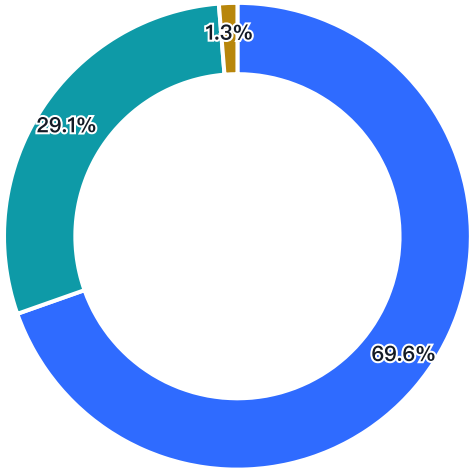
今年累计份额提升最快的是 零跑（+1.66pt），比亚迪 份额下滑最多（-3.09pt）。

品牌集中度 CR5 为 26.3%（上年同期 29.9%），CR10 为 42%；集中度中等，尾部品牌仍有通过产品周期抢份额的空间。

细分经营品牌共 172 个，同门多品牌（如一汽大众 与 一汽大众奥迪）分开计入，不再出现母品牌与子品牌并列的重复统计。

图 9　品牌阵营结构（国产 / 合资 / 进口）

按细分经营品牌归属归类，年度累计口径；份额变化见下方明细



14,946,917 上牌量

国产 10,403,796 69.6%　合资 4,353,141 29.1%　进口 189,980 1.3%

图 9 · 图表解读 / READING

按细分经营品牌归属归类，年度累计口径；份额变化见下方明细

结构上，国产 以 69.6% 居首，合资（29.1%）次之；头部项与尾部项差距明显，结构分层清晰。

表 3　阵营份额变化（年度 vs 上年同期）

份额 = 各阵营占全市场比重；变化单位为百分点

阵营	上牌量	份额	较上年	同比
国产	10403796	69.6	2.7	-17.3
合资	4353141	29.1	-2.5	-26.7
进口	189980	1.3	-0.2	-31.9

表 3 · 明细解读 / DETAIL

份额 = 各阵营占全市场比重；变化单位为百分点

本表共列示 3 行明细；首行 阵营「国产」的同比为 -17.3，其后各行按同口径排列。

图 10　市场集中度 CR3 / CR5 / CR10（年度）

品牌（细分经营品牌）/ 省份 / 城市三个维度的头部累计份额对比

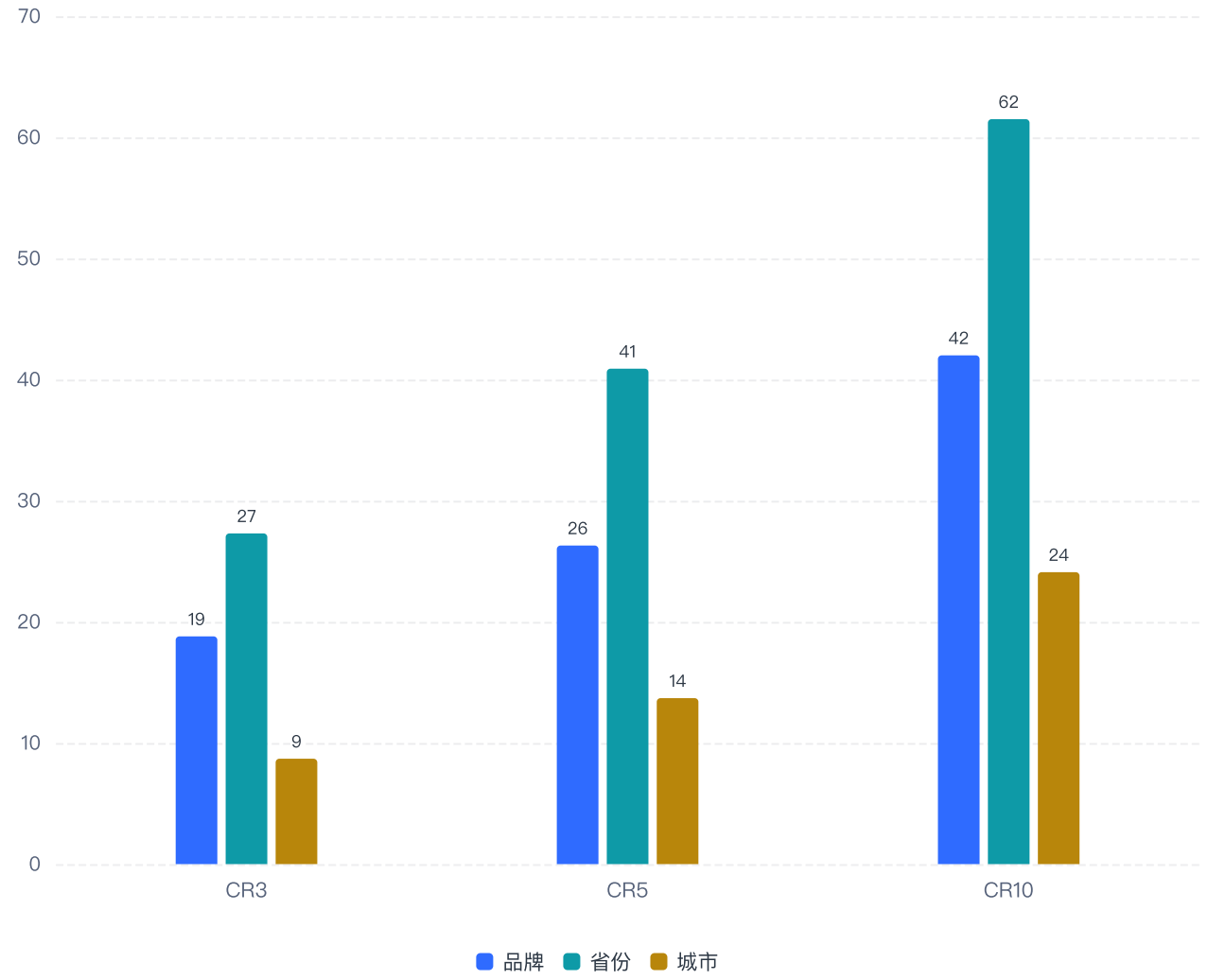


图 10 · 图表解读 / READING

品牌（细分经营品牌）/ 省份 / 城市三个维度的头部累计份额对比

分组对比显示：品牌以 42% 领先，省份以 61.5% 领先，城市以 24.1% 领先；两组柱的高低差即口径间的差距，可逐一对照每个类目。

延伸说明 / NOTES

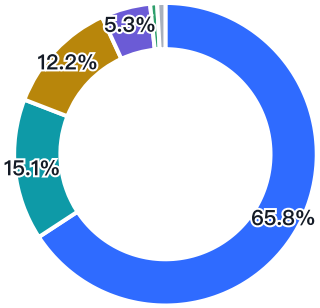
口径说明：品牌排名采用细分经营品牌口径，同门品牌分开计账；CRn 为份额前 n 的品牌份额之和，HHI 为各品牌份额平方和×10000，数值越高表示头部集中度越高。

延伸说明 / NOTES

名词释义：CRn 为份额排名前 n 的品牌份额之和，数值越高代表头部越集中；HHI（赫芬达尔指数）= 各品牌份额平方和 ×10000，高于 2500 通常视为高度集中，低于 1500 为竞争分散。

图 11　品牌系别占比（国产 / 德系 / 日系 / 美系 / 韩系）

按品牌关键词归并的国别系别份额（2026 年 1–10 月累计）；欧系等小系并入「其他」，与左侧集中度同口径



14,946,917 上牌量

国产 9,832,294 65.8%　德系 2,256,341 15.1%　日系 1,828,819 12.2%　美系 787,189 5.3%　韩系 111,414 0.7%
其他 130,860 0.9%

图 11 · 图表解读 / READING

按品牌关键词归并的国别系别份额（2026 年 1–10 月累计）；欧系等小系并入「其他」，与左侧集中度同口径

结构上，国产 以 65.8% 居首，德系（15.1%）次之；「其他」等长尾项合计 0.9%，反映该维度存在一定碎片化。

表 4　集中度与 HHI 指数

HHI = 各主体份额平方和 ×10000；<1500 竞争充分、1500–2500 中度集中、>2500 高度集中

维度	CR3	CR5	CR10	HHI	上年 HHI
品牌	18.8	26.3	42	302	368
省份	27.3	40.9	61.5	521	511
城市	8.7	13.7	24.1	105	100

表 4 · 明细解读 / DETAIL

HHI = 各主体份额平方和 ×10000；<1500 竞争充分、1500–2500 中度集中、>2500 高度集中

本表共列示 3 行明细；首行 维度「品牌」的上年 HHI为 368，其后各行按同口径排列。

延伸说明 / NOTES

口径提示：品牌份额按细分经营品牌口径统计，同一集团下的不同品牌单独计账、分别排名，不合并。

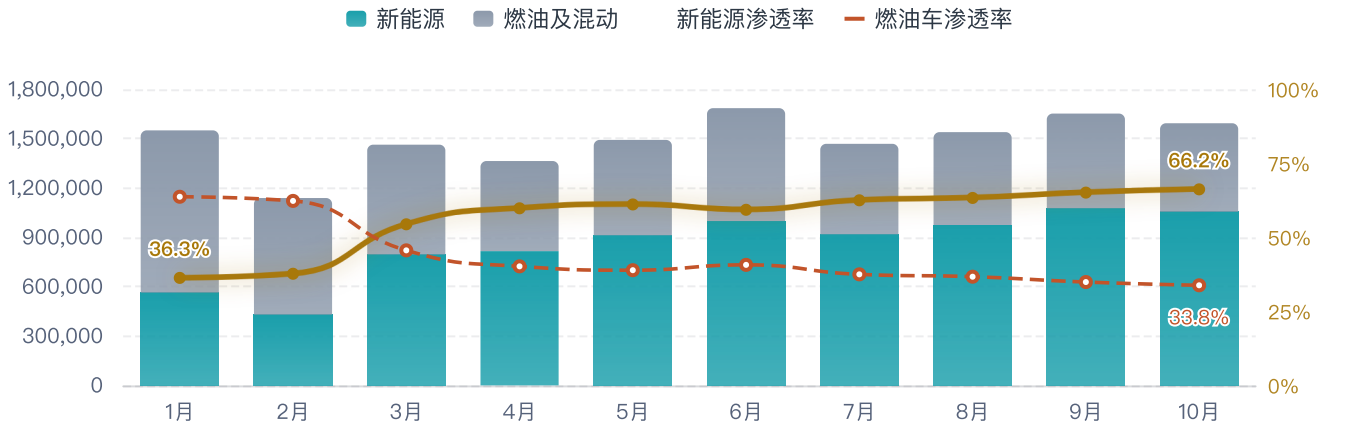
03 新能源专题

NEV SPOTLIGHT

电动化是当前市场最重要的结构变量。本章跟踪新能源渗透率的区间走势与历年演变，并给出新能源车系与城市的销量排行，用于判断置换节奏、充电配套需求与新产品引入的优先级。

图 12　新能源 vs 燃油：月度上牌与渗透率

柱为月度上牌（新能源 / 燃油及混动 堆叠，柱高即全市场），折线为两者渗透率，两线交叉即新能源反超；10 月渗透率 66.2%，较上年同月 56.6%，+9.6pt



月份	总销量（上牌量）	新能源销量	新能源渗透率
1月	1,550,134	563,396	36.3%
2月	1,138,857	429,419	37.7%
3月	1,463,220	795,359	54.4%
4月	1,363,790	816,131	59.8%
5月	1,492,279	911,922	61.1%
6月	1,685,131	998,734	59.3%
7月	1,468,362	917,933	62.5%
8月	1,539,425	974,792	63.3%
9月	1,652,238	1,076,340	65.1%
10月	1,593,481	1,054,876	66.2%

图 12 · 图表解读 / READING

柱为月度上牌（新能源 / 燃油及混动 堆叠，柱高即全市场），折线为两者渗透率，两线交叉即新能源反超；10 月渗透率 66.2%，较上年同月 56.6%，+9.6pt

图中包含 4 个序列：新能源、燃油及混动、新能源渗透率、燃油车渗透率，可结合图例逐项对照。

图 13　新能源内部路线结构（纯电 / 插混 / 增程 月度占比）

以当月新能源上牌量为 100% 拆分；三条路线的客群与周转特性不同，决定在售车型组合与库存配比。纯电占比 61% → 70.4%（+9.4pt）

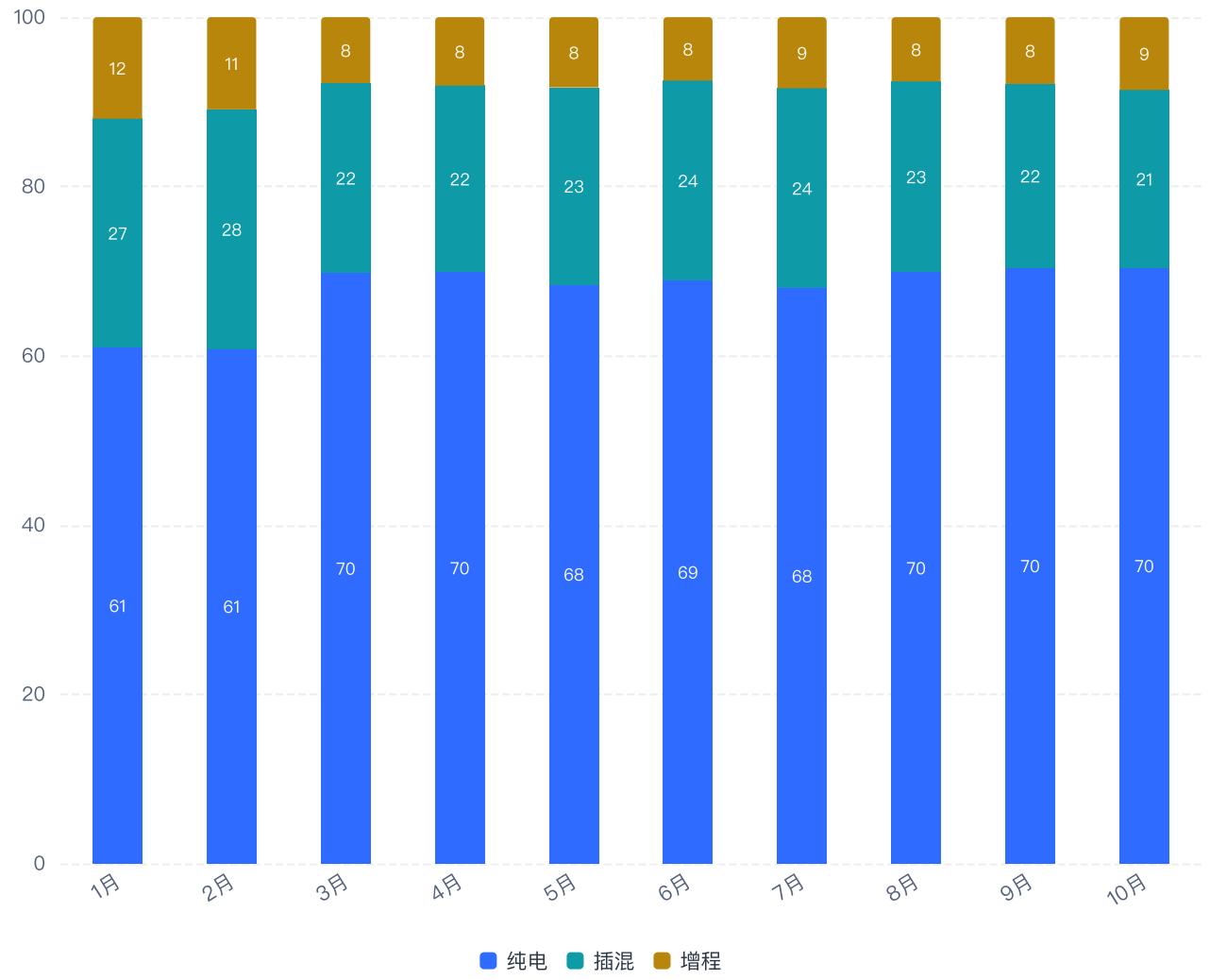


图 13 · 图表解读 / READING

以当月新能源上牌量为 100% 拆分；三条路线的客群与周转特性不同，决定在售车型组合与库存配比。纯电占比 61% → 70.4%（+9.4pt）

图中包含 3 个序列：纯电、插混、增程，可结合图例逐项对照。

延伸说明 / NOTES

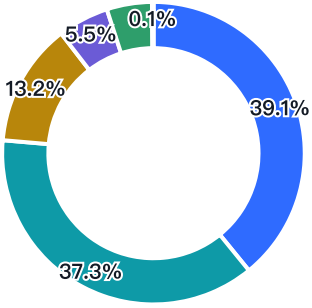
口径说明：新能源含纯电动、插电式混合动力、增程式电动与燃料电池；渗透率 = 新能源销量 ÷ 同口径总销量。

延伸说明 / NOTES

名词释义：新能源渗透率 = 新能源销量 ÷ 同口径总销量，是电动化进程的核心读数。

图 14　2026 年 1–10 月累计 动力结构

结构占比（环图，悬停查看数值与占比）



14,946,917 上牌量

纯电动 5,847,914 39.1%　汽油 5,567,188 37.2%　插电式混合动力 1,969,520 13.2%　非插电式混合动力 817,531 5.5%
增程式电动 721,466 4.8%　柴油 14,101 0.1%　双燃料 9,195 0.1%　燃料电池 2 0.0%

图 14 · 图表解读 / READING

结构占比（环图，悬停查看数值与占比）

结构上，纯电动 以 39.1% 居首，汽油（37.2%）次之；头部项与尾部项差距明显，结构分层清晰。

表 5　动力结构明细（年度 / 单月）

份额变化为今年 vs 上年同期百分点

动力类型	上牌量（累计）	份额	份额变化	单月份额
纯电动	5847914	39.1	6.5	46.6
汽油	5567188	37.2	-6.3	28.1
插电式混合动力	1969520	13.2	-1.3	13.9
非插电式混合动力	817531	5.5	1.3	5.6
增程式电动	721466	4.8	-0.1	5.7
柴油	14101	0.1	0	0
双燃料	9195	0.1	0	0
燃料电池	2	0	0	0

表 5 · 明细解读 / DETAIL

份额变化为今年 vs 上年同期百分点

本表共列示 8 行明细；首行 动力类型「纯电动」的单月份额为 46.6，其后各行按同口径排列。

图 15　新能源车系上牌量年度排行 TOP10

2026 年 1–10 月累计（纯电 / 插混 / 增程 / 燃料电池合计）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

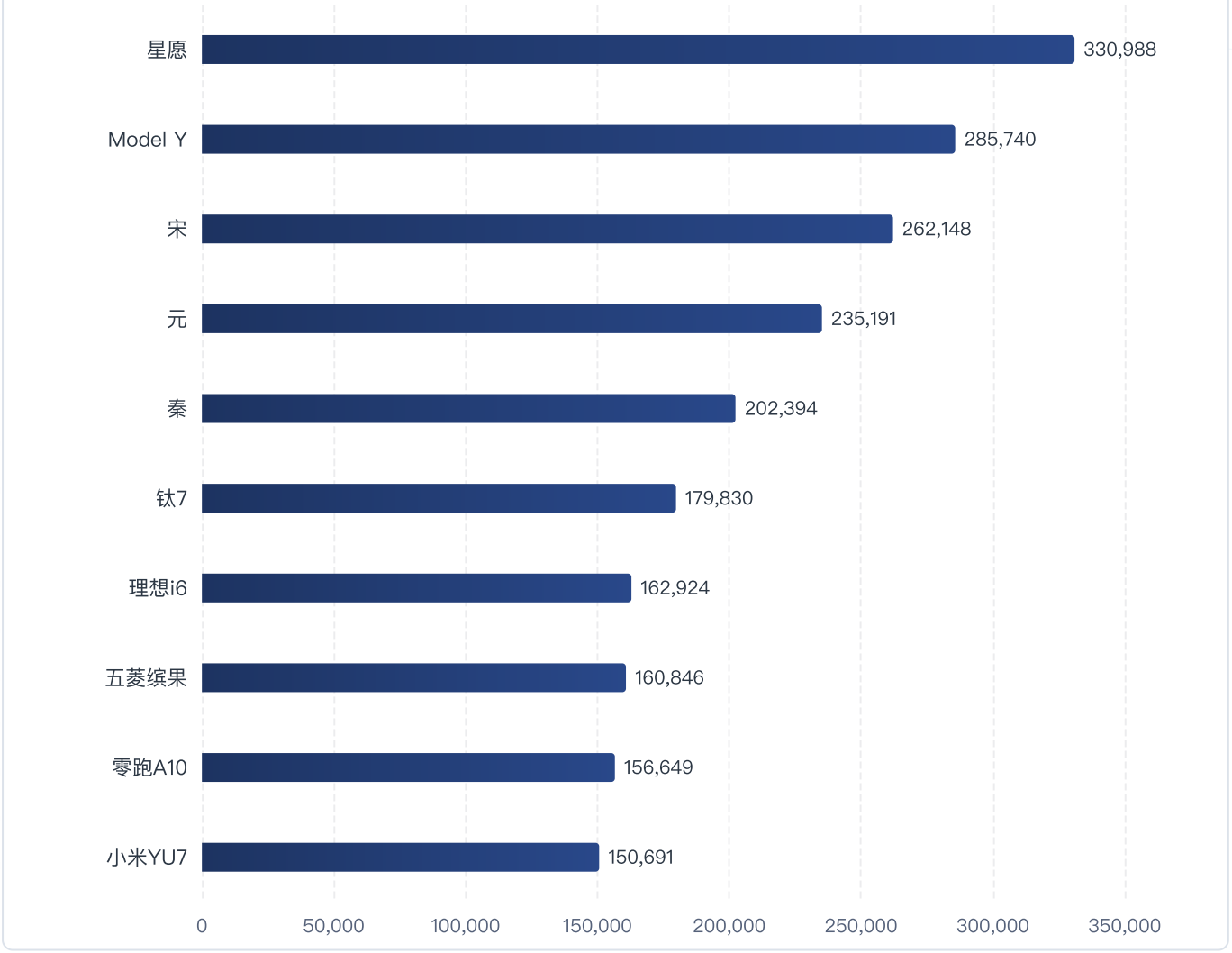


图 15 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计（纯电 / 插混 / 增程 / 燃料电池合计）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

星愿 以 330,988上牌量 位居第一，占合计的 15.6%；前三名（星愿、Model Y、宋）合计占 41.3%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

图 16　新能源车系上牌量月度排行 TOP10

2026-10 单月；与左侧年度榜同色，深浅区分口径

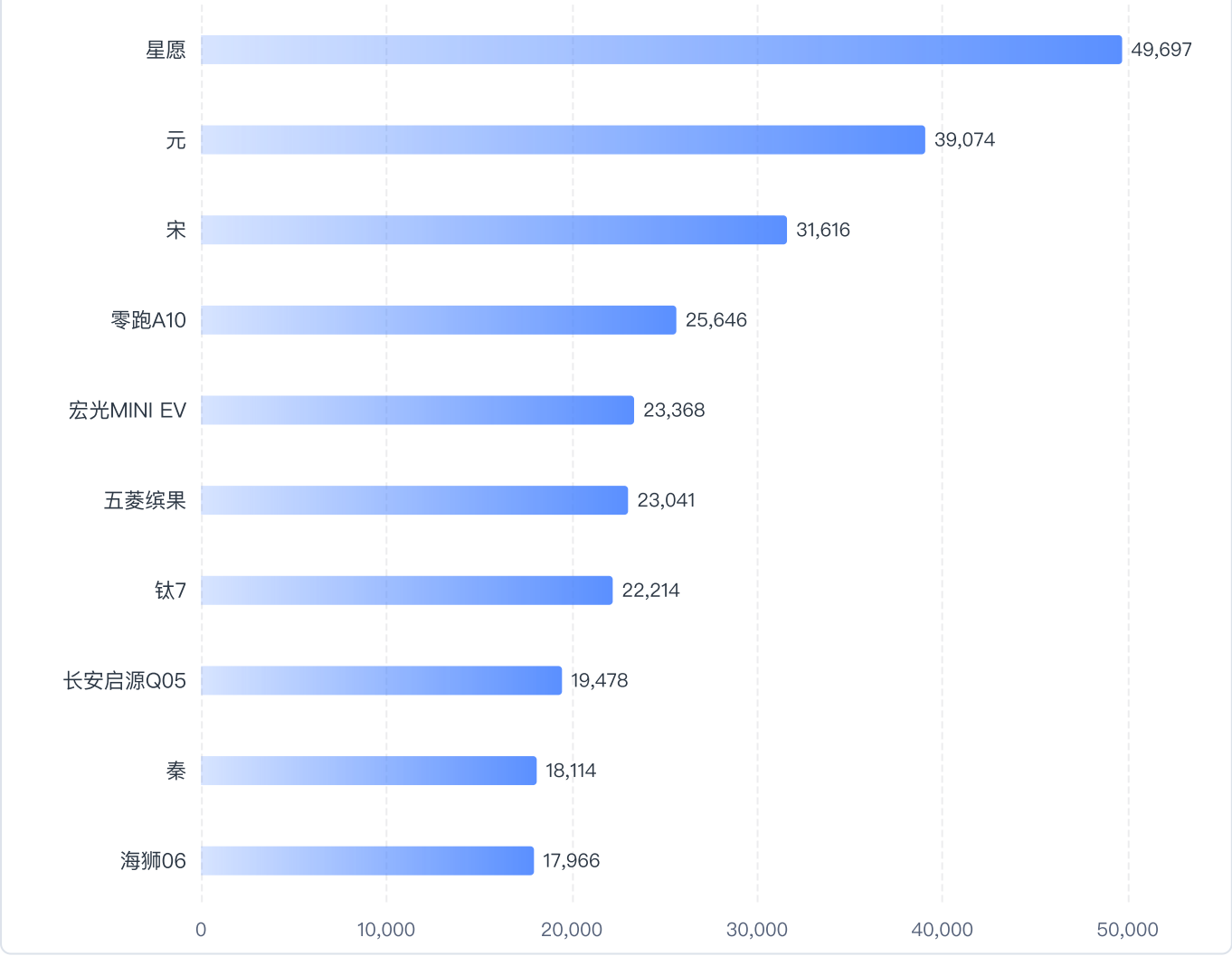


图 16 · 图表解读 / READING

2026-10 单月；与左侧年度榜同色，深浅区分口径

星愿 以 49,697上牌量 位居第一，占合计的 18.4%；前三名（星愿、元、宋）合计占 44.6%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

新能源专题洞察

今年累计新能源上牌量 8,538,902 辆，渗透率 57.1%（上年同期 52.1%）；2026-10 单月渗透率 66.2%。

电动化已过临界点，燃油产品线进入存量替代阶段，渠道与售后需按「电车后市场」重构。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

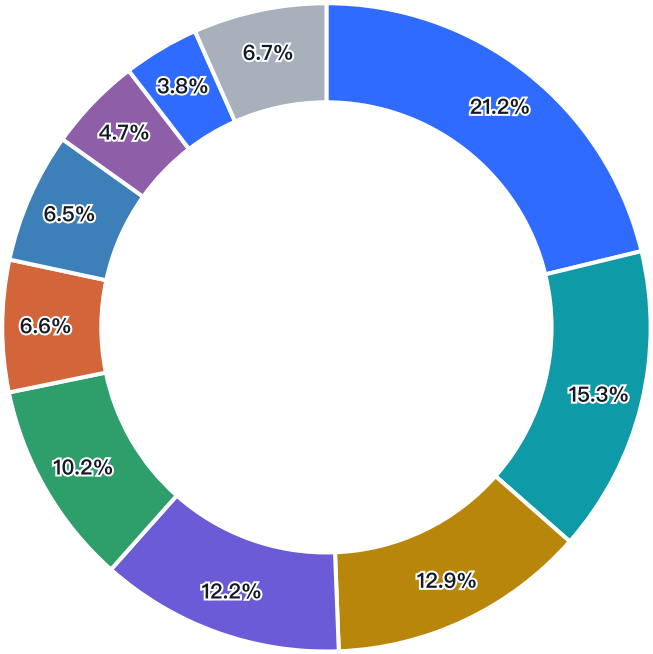
04 产品结构

PRODUCT MIX

本章拆解市场的产品构成：燃料类型、车型级别与车身形式的份额及其变化。结构决定渠道的库存结构、金融产品设计与售后产能布局，是制定经营计划最基础的输入。

图 17　2026 年 1–10 月累计 车型级别结构

结构占比（环图，悬停查看数值与占比）



14,946,917 上牌量

紧凑型SUV 3,171,779 21.2%　中型SUV 2,281,646 15.3%　中型轿车 1,929,306 12.9%　紧凑型轿车 1,820,697 12.2%

中大型SUV 1,525,935 10.2%　中大型轿车 982,534 6.6%　小型轿车 971,658 6.5%　大型SUV 702,310 4.7%

小型SUV 567,308 3.8%　其他 993,744 6.6%

图 17 · 图表解读 / READING

结构占比（环图，悬停查看数值与占比）

结构上，紧凑型SUV 以 21.2% 居首，中型SUV（15.3%）次之；「其他」等长尾项合计 6.6%，反映该维度存在一定碎片化。

延伸说明 / NOTES

口径说明：结构占比按统计区间内销量加权计算；「其他」为长尾类目合并项，用于保持图形可读，其明细可在数据洞察页查看。

表 6　车型级别结构明细（年度 / 单月 / 同比）

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点，正值为结构性上升

车型级别	上牌量（累计）	份额	份额变化	同比
紧凑型SUV	3171779	21.2	-0.6	-22.6
中型SUV	2281646	15.3	-0.4	-22.6
中型轿车	1929306	12.9	-1	-26.1
紧凑型轿车	1820697	12.2	-3.1	-36.6
中大型SUV	1525935	10.2	3.3	17.9
中大型轿车	982534	6.6	-0.3	-24.1
小型轿车	971658	6.5	0.9	-7.5
大型SUV	702310	4.7	2.5	70.5
小型SUV	567308	3.8	1	7.2
中大型MPV	536107	3.6	0	-20.1
微型轿车	303987	2	-2.4	-63.8
紧凑型MPV	91593	0.6	0.1	-8.2
大型轿车	37475	0.3	0	-28.7
跑车	24582	0.2	0	-13.3

表 6 · 明细解读 / DETAIL

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点，正值为结构性上升

本表共列示 14 行明细；首行 车型级别「紧凑型SUV」的同比为 -22.6，其后各行按同口径排列。

延伸说明 / NOTES

最后落到产品本身：动力形式、级别与车身形态的分布，是需求偏好的直接投影，也是下一轮产品规划最可靠的输入。

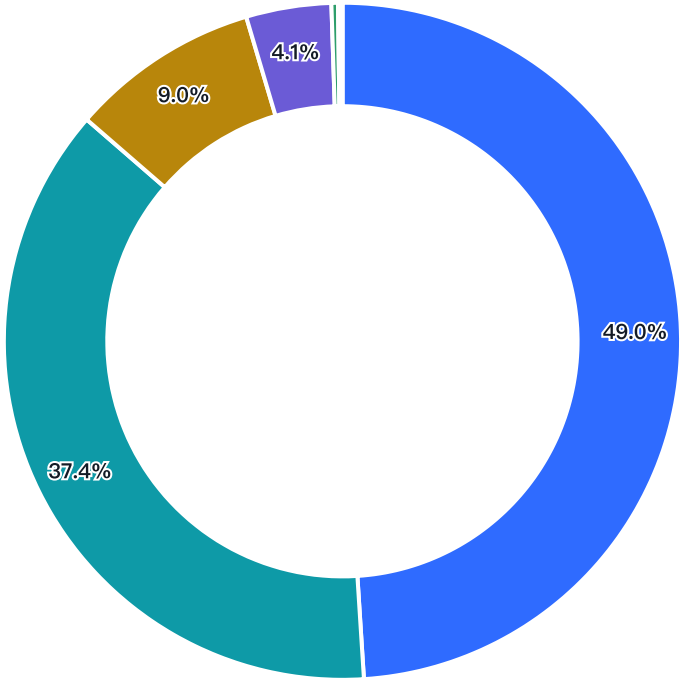
延伸说明 / NOTES

燃料结构以「纯电动」为主（39.1%）；级别结构以「紧凑型SUV」为主（21.2%）；车身结构以「SUV」为主（49.0%），产品结构的分化直接决定了品牌竞争的基本盘。

延伸说明 / NOTES

名词释义：燃料结构指燃油、纯电动、插电混动、增程式等在总销量中的占比；车身形式指轿车 / SUV / MPV 等；车型级别按轴距与尺寸划分（如 A0 / A / B / C 级）。

图 18　车身形式结构（全期累计）　　结构占比（环图，悬停查看数值与占比）



124,139,506 上牌量

SUV 60,813,325 49.0%　三厢 46,406,857 37.4%　两厢 11,222,899 9.0%　MPV 5,048,551 4.1%
旅行车 387,019 0.3%　跑车 201,798 0.2%　敞篷跑车 59,052 0.0%　微客 5 0.0%

图 18 · 图表解读 / READING

结构占比（环图，悬停查看数值与占比）

结构上，SUV 以 49.0% 居首，三厢（37.4%）次之；头部项与尾部项差距明显，结构分层清晰。

口径说明

车身形式维度未建立月度交叉立方体，此处为全历史累计口径，仅用于结构参考。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

图 19　级别结构迁移：今年 vs 上年（占比）

同一级别两年的占比对照，直观看到消费升级或降级方向

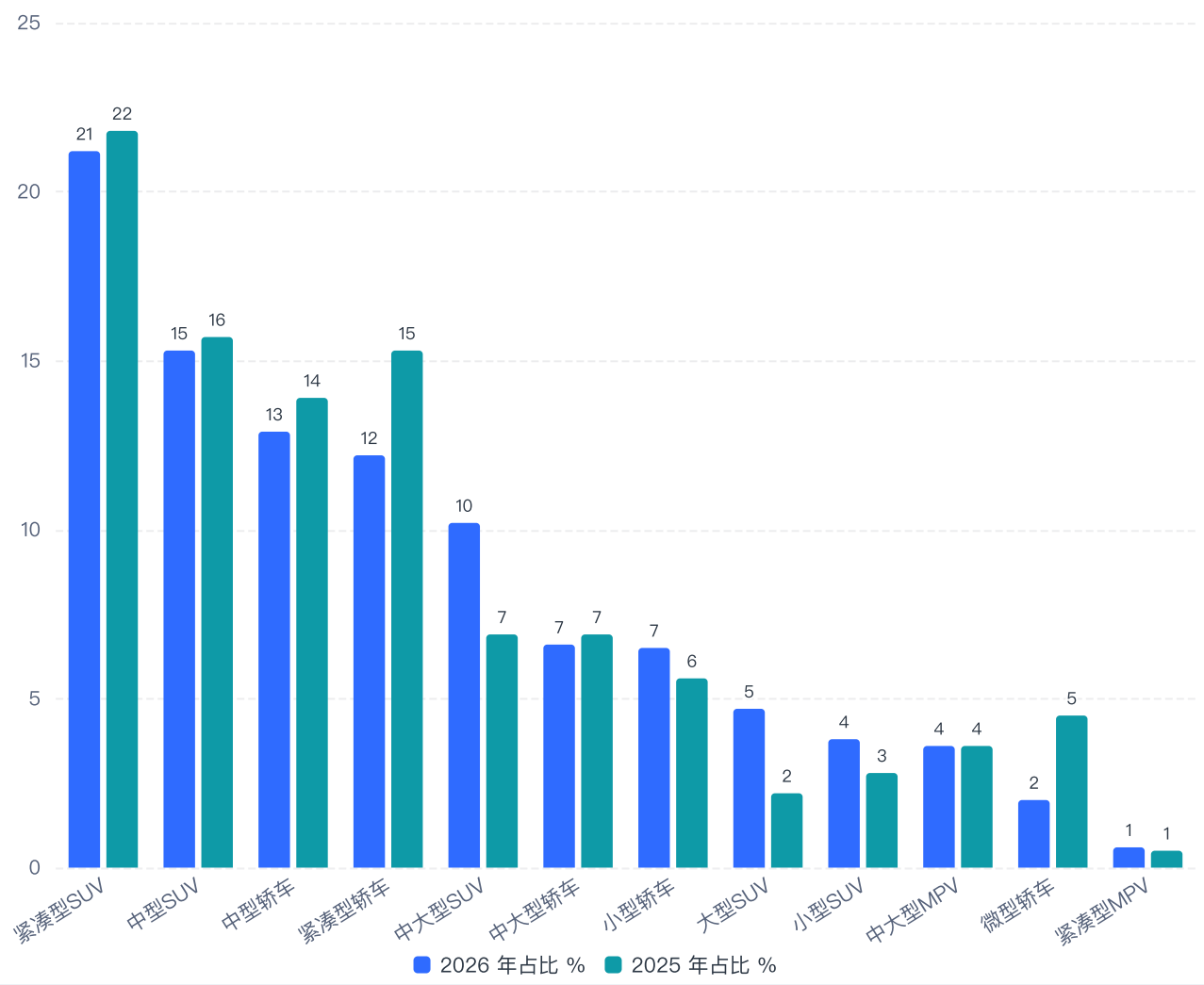


图 19 · 图表解读 / READING

同一级别两年的占比对照，直观看到消费升级或降级方向

分组对比显示：2026 年占比 %以 21.2% 领先，2025 年占比 %以 21.8% 领先；两组柱的高低差即口径间的差距，可逐一对照每个类目。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

延伸说明 / NOTES

关于市场份额：份额 = 单品牌 / 单类目销量 ÷ 同口径总销量；份额提升代表竞争力增强，持续下滑则提示流失风险。

延伸说明 / NOTES

关于渗透率：渗透率 = 某一类（如新能源）销量 ÷ 总销量，是结构迁移最核心的单一指标，其持续上行代表替代加速。

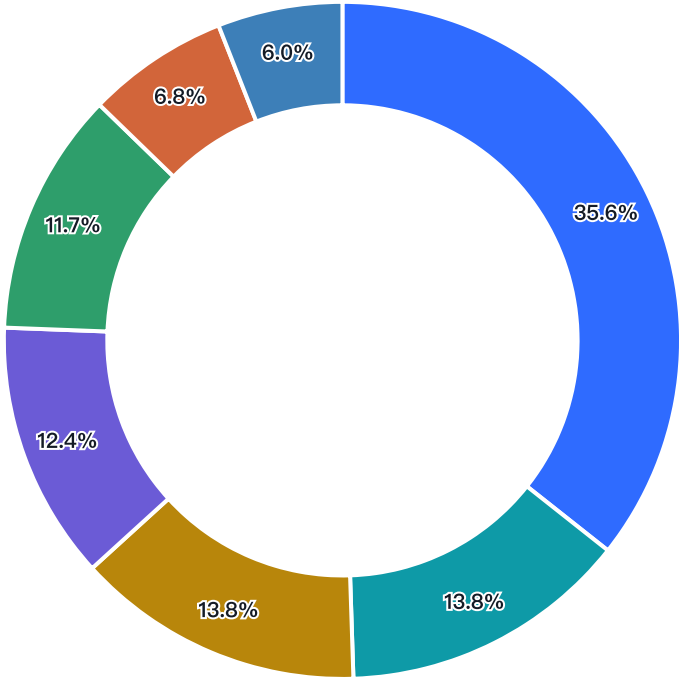
05 区域格局

REGIONAL FOOTPRINT

本章从大区、省份到城市逐层下钻，观察市场的区域集中度与下沉空间；千人指标进一步剔除人口规模差异，反映各区域的真实购买强度，是渠道扩张与资源投放的核心依据。

图 20 七大区上牌量分布

省份按地理大区归并后的总量对比



14,946,917 上牌量

华东 5,329,321 35.7% 华北 2,066,875 13.8% 华南 2,056,932 13.8% 华中 1,846,962 12.4% 西南 1,742,080 11.7%
西北 1,013,325 6.8% 东北 891,422 6.0%

图 20 · 图表解读 / READING

省份按地理大区归并后的总量对比

结构上，华东 以 35.7% 居首，华北（13.8%）次之；头部项与尾部项差距明显，结构分层清晰。

延伸说明 / NOTES

口径说明：区域归属按上牌/成交明细的属地字段统计；千人指标 = 区域销量 ÷ 常住人口 × 1000，仅用于横向比较购买强度。

图 21　省份上牌量占比

TOP9 省份 + 其余合并为「其他」（覆盖 31 个省级行政区），悬停查看数值与占比；逐省排名见下方省份榜

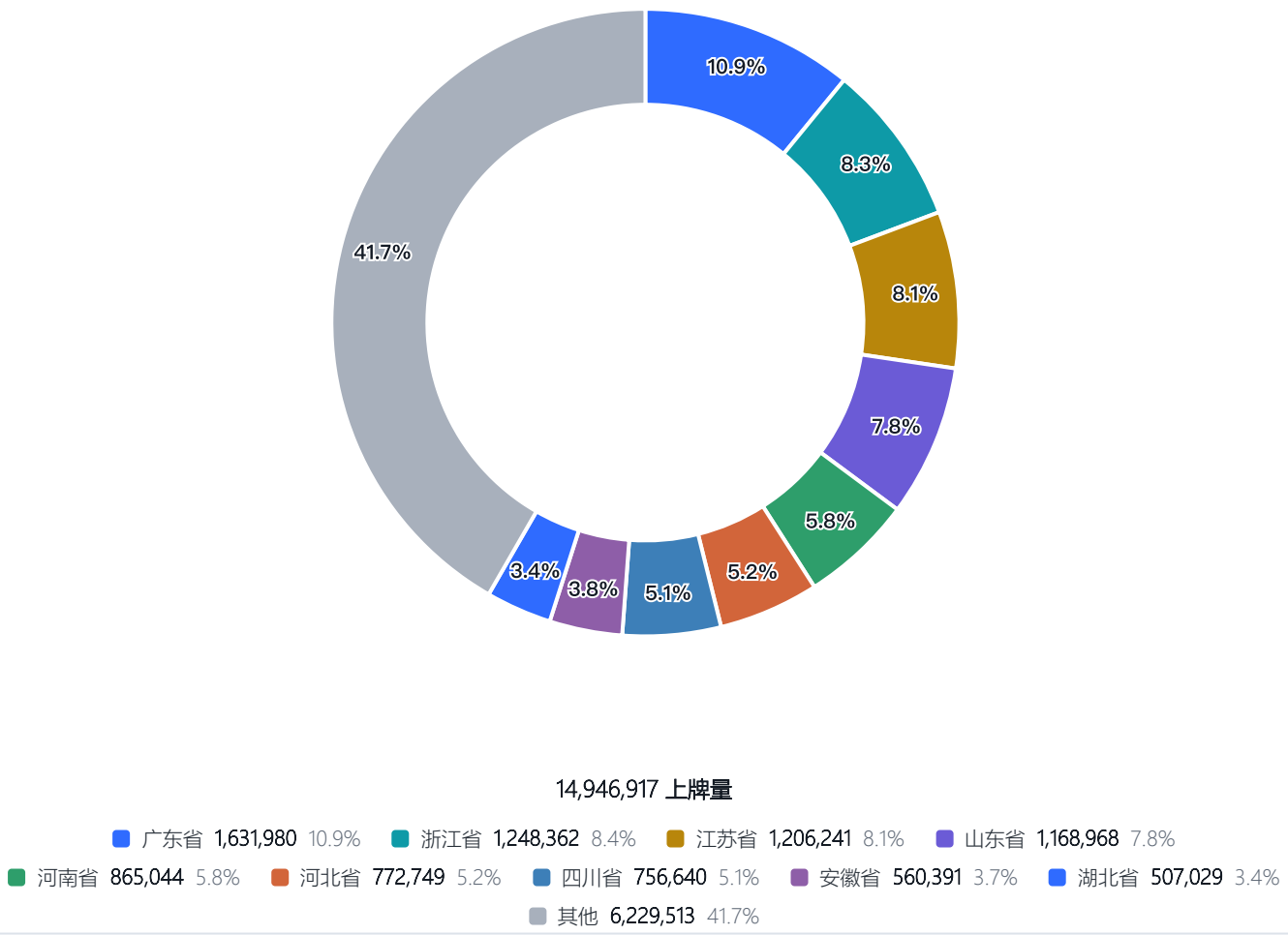


图 21 · 图表解读 / READING

TOP9 省份 + 其余合并为「其他」（覆盖 31 个省级行政区），悬停查看数值与占比；逐省排名见下方省份榜

结构上，其他 以 41.7% 居首，广东省（10.9%）次之；「其他」等长尾项合计 41.7%，反映该维度存在一定碎片化。

延伸说明 / NOTES

把总量拆到省与城市：容量向哪里集中、哪些区域在提速、区域之间的差距是在收敛还是扩大。区域结构决定了渠道与库存的投放优先级。

延伸说明 / NOTES

省级市场以「广东省」为首，累计 1,631,980辆，占全国 10.9%；前五省合计 40.9%。

延伸说明 / NOTES

341 个城市有成交记录，TOP10 城市合计占 24.1%，头部城市集中度相对均衡。

图 22　2026 年 1–10 月累计 省份 TOP15

2026 年 1–10 月累计 省份排名（降序，悬停查看数值与占比）

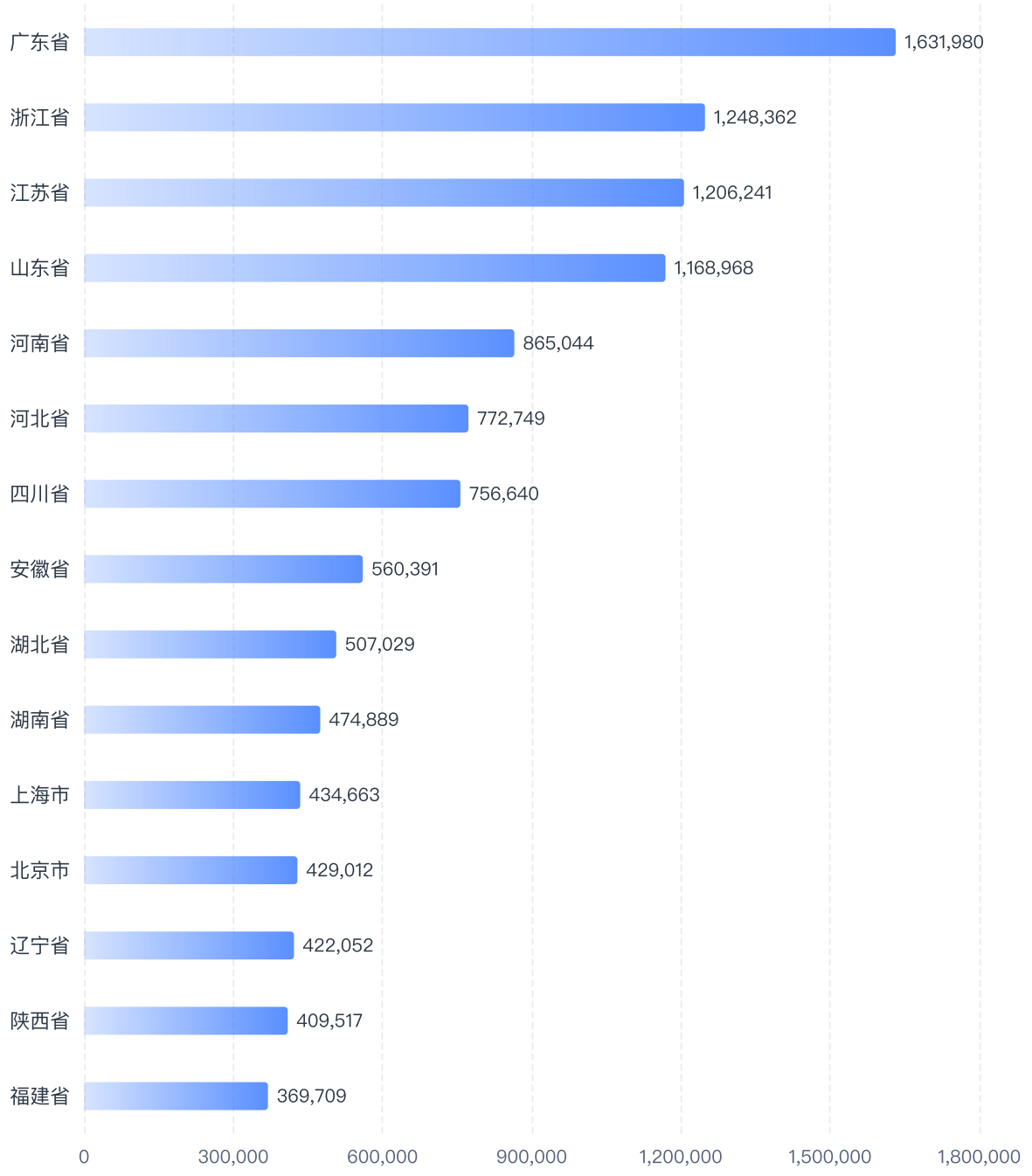


图 22 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计 省份排名（降序，悬停查看数值与占比）

广东省 以 1,631,980上牌量 位居第一，占合计的 14.5%；前三名（广东省、浙江省、江苏省）合计占 36.3%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

图 23　主力省份新能源渗透率（2026 年 1–10 月累计上牌量 TOP15 省份）

新能源上牌量 ÷ 该省全部上牌量；全国 57.1%（北京市 63% 最高，辽宁省 50.3% 最低）。渗透率高的省份要先按电车备货、配充电与三电售后，低的仍是燃油基本盘

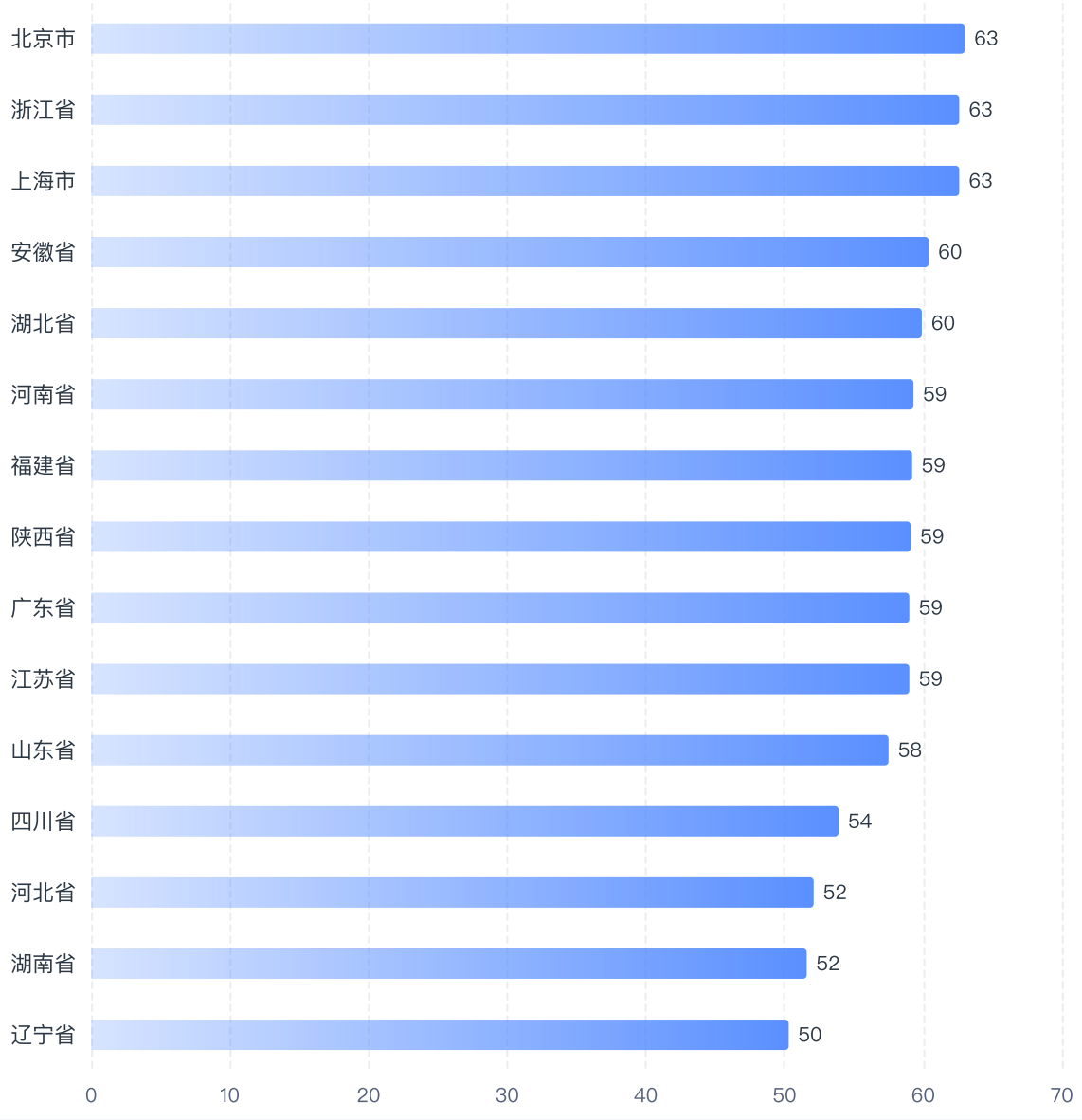


图 23 · 图表解读 / READING

新能源上牌量 ÷ 该省全部上牌量；全国 57.1%（北京市 63% 最高，辽宁省 50.3% 最低）。渗透率高的省份要先按电车备货、配充电与三电售后，低的仍是燃油基本盘

北京市 以 63% 位居第一，占合计的 7.2%；前三名（北京市、浙江省、上海市）合计占 21.6%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

图 24　省份上牌同比增速（TOP15 省份）

右为增长、左为下滑（%）；判断区域市场的冷热分化



图 24 · 图表解读 / READING

右为增长、左为下滑（%）；判断区域市场的冷热分化

上海市 份额/指标变化最大（+-9），河南省 回落最明显（-28）；正向代表份额扩大或指标改善，负向代表流失或走弱，排序即结论。

表 7　省份明细（年度 / 同比 / 份额 / 单月）

份额 = 该省占全国比重；单月为最新月份销量

省份	上牌量（累计）	全国份额	同比	单月
广东省	1631980	10.9	-17.7	173573
浙江省	1248362	8.4	-15.2	131850
江苏省	1206241	8.1	-15.5	127580
山东省	1168968	7.8	-22.1	131771
河南省	865044	5.8	-28	99766
河北省	772749	5.2	-21.9	88569
四川省	756640	5.1	-20.8	72888
安徽省	560391	3.7	-22.1	62588
湖北省	507029	3.4	-25	52203
湖南省	474889	3.2	-21.5	48283
上海市	434663	2.9	-9	34917
北京市	429012	2.9	-14.3	46098
辽宁省	422052	2.8	-23.3	44861
陕西省	409517	2.7	-22.5	44081
福建省	369709	2.5	-24.6	40555

表 7 · 明细解读 / DETAIL

份额 = 该省占全国比重；单月为最新月份销量

本表共列示 15 行明细；首行 省份「广东省」的单月为 173573，其后各行按同口径排列。

延伸说明 / NOTES

省级均值 482,159辆，最高与最低省份相差 64.6 倍，区域分化明显。

延伸说明 / NOTES

名词释义：千人乘用车保有量 = 区域乘用车保有量 ÷ 常住人口 × 1000，用于剔除人口规模差异、横向比较各区域的真实购买强度；区域归属按上牌 / 成交明细的属地字段统计。

图 25　城市渠道效率：店均上牌量 TOP15

上牌量 ÷ 门店数（4S / 展厅 / 商超 / 直营合计，已按门店地址去重）；样本限门店 ≥ 12 家的 255 个城市，均值 401/店。店均高说明网点产能足、有增点空间；店均最低的 阿拉善 仅 111/店，属于网点过密

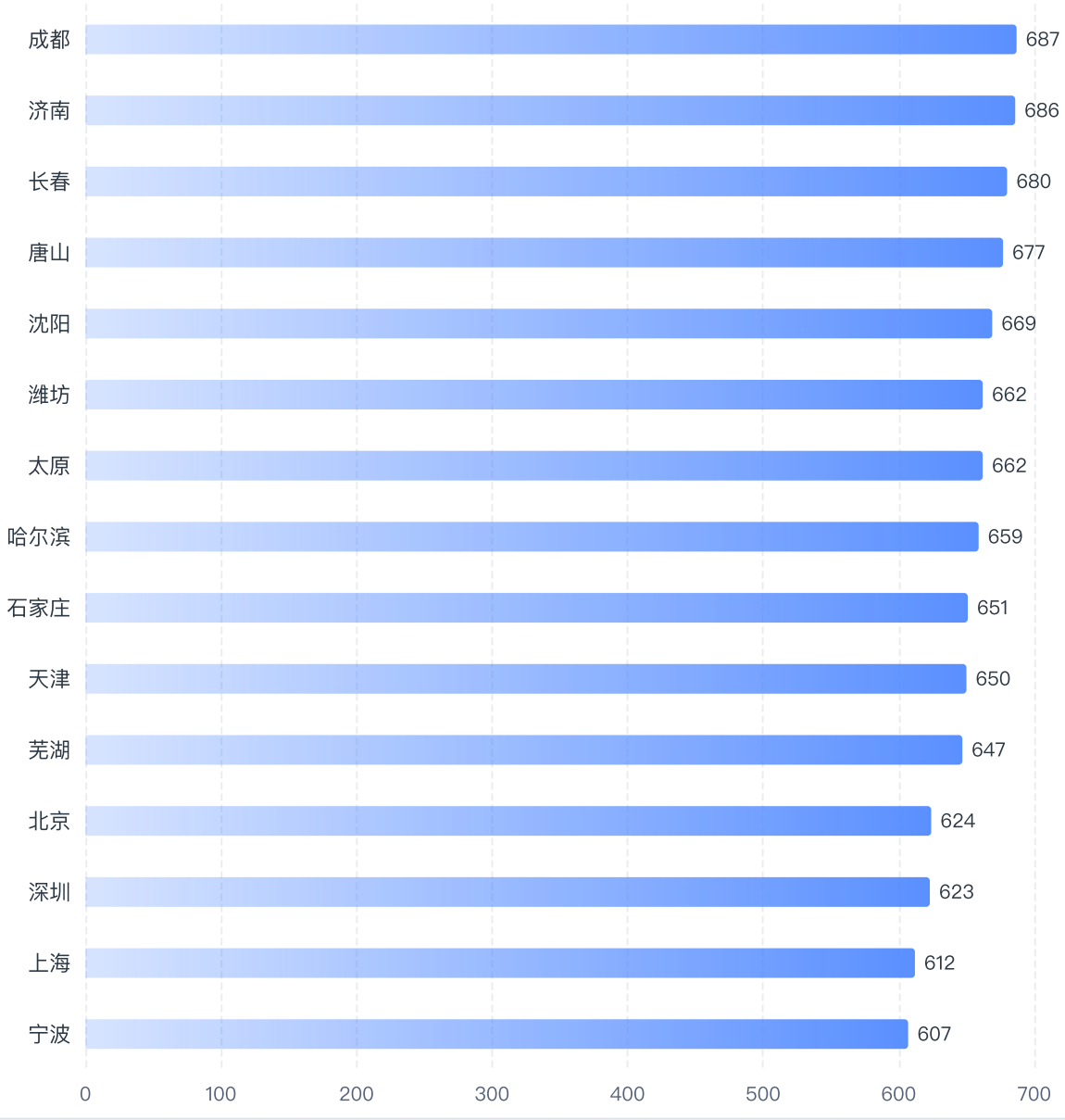


图 25 · 图表解读 / READING

上牌量 ÷ 门店数（4S / 展厅 / 商超 / 直营合计，已按门店地址去重）；样本限门店 ≥ 12 家的 255 个城市，均值 401/店。店均高说明网点产能足、有增点空间；店均最低的 阿拉善 仅 111/店，属于网点过密

成都 以 687上牌量 位居第一，占合计的 7.0%；前三名（成都、济南、长春）合计占 21.0%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

表 8　城市渠道效率明细（上牌量 / 门店 / 店均）

「店均」= 上牌量 ÷ 门店数；样本城市均值 401/店

城市	门店数	其中 4S	展厅/商超/直营	上牌量	店均上牌量	较样本均值
成都	639	489	150	439089	687	71
济南	300	233	67	205828	686	71
长春	210	159	51	142803	680	70
唐山	137	105	32	92782	677	69
沈阳	262	209	53	175359	669	67
潍坊	156	117	39	103320	662	65
太原	185	137	48	122413	662	65
哈尔滨	193	159	34	127226	659	64
石家庄	238	172	66	154987	651	62
天津	380	295	85	247047	650	62
芜湖	93	70	23	60179	647	61
北京	688	506	182	429012	624	56
深圳	508	353	155	316583	623	55
上海	710	489	221	434663	612	53
宁波	365	269	96	221501	607	51

表 8 · 明细解读 / DETAIL

「店均」= 上牌量 ÷ 门店数；样本城市均值 401/店

本表共列示 15 行明细；首行 城市「成都」的较样本均值为 71，其后各行按同口径排列。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

图 26　2026 年 1–10 月累计 地级市 TOP20

2026 年 1–10 月累计 地级市排名（降序，悬停查看数值与占比）

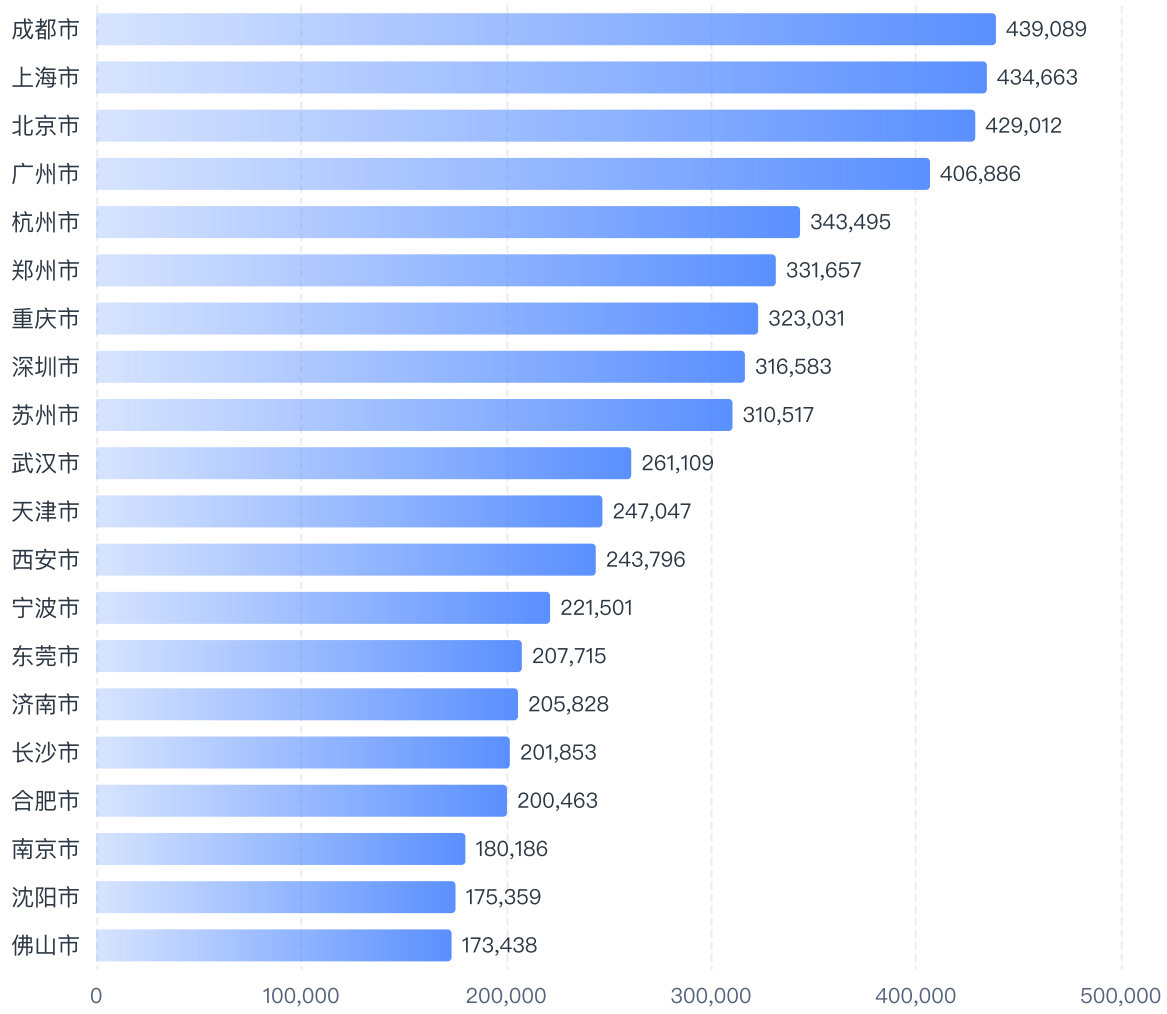


图 26 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计 地级市排名（降序，悬停查看数值与占比）

成都市 以 439,089上牌量 位居第一，占合计的 7.8%；前三名（成都市、上海市、北京市）合计占 23.0%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

城市集中度洞察

地级市榜首 成都市（439,089 辆）；前 10 城市合计占全国 24.1%。

头部城市决定销量基本盘，下沉市场决定增量弹性；结合下方千人指标可判断哪里还有空间。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

图 27　省份千人上牌（2026 年 1–10 月累计）TOP20

按常住人口折算的千人上牌（降序，悬停查看数值）

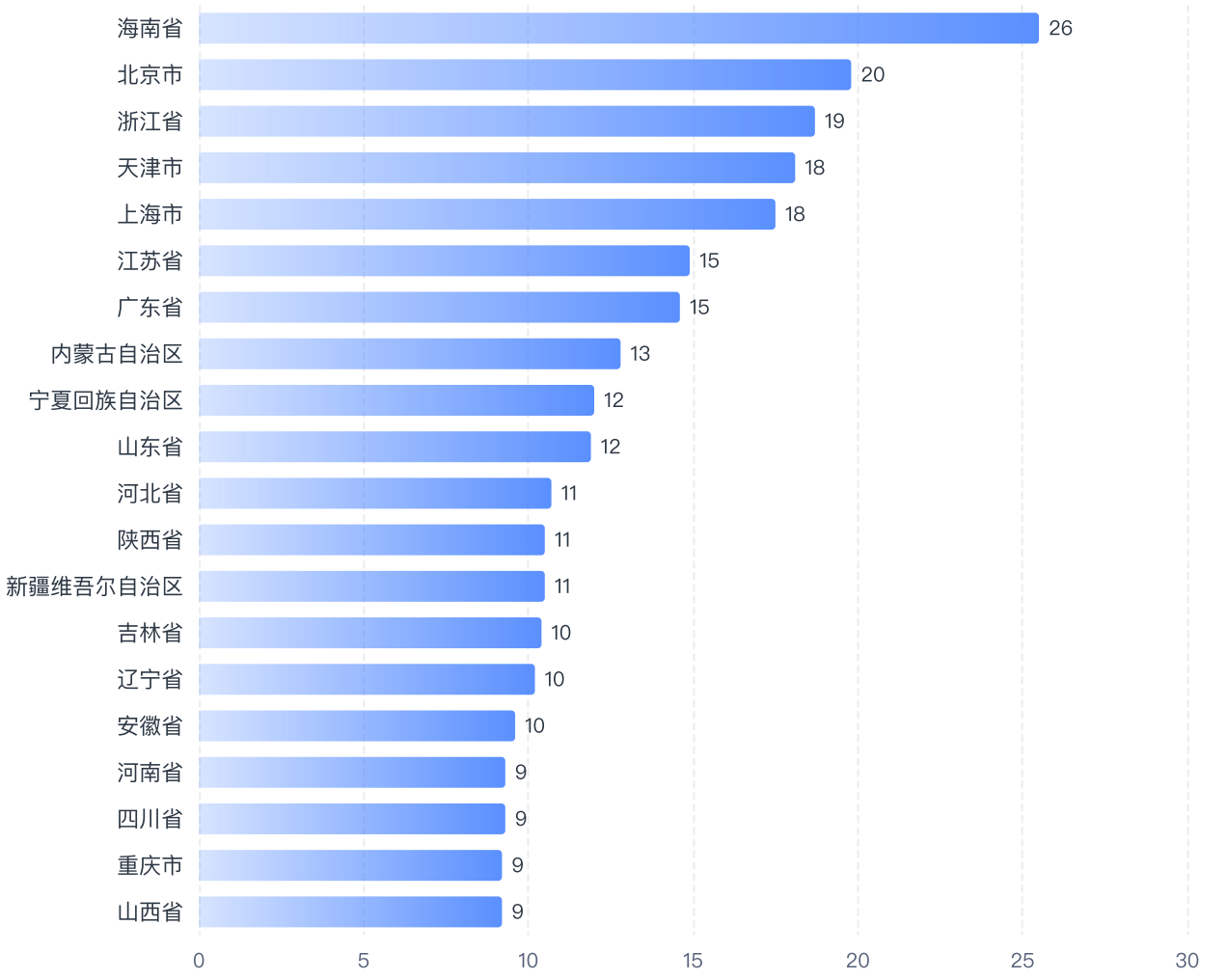


图 27 · 图表解读 / READING

按常住人口折算的千人上牌（降序，悬停查看数值）

海南省 以 25.5辆/千人 位居第一，占合计的 9.6%；前三名（海南省、北京市、浙江省）合计占 24.2%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

千人指标洞察

千人上牌 = 区域上牌量 ÷ 常住人口 × 1000，用于剔除人口规模差异、比较各地真实购买强度。

数值偏低但经济活跃的省份通常意味着增量空间；数值高则代表存量竞争、置换与售后机会更大。

延伸说明 / NOTES

关于市场份额：份额 = 单品牌 / 单类目销量 ÷ 同口径总销量；份额提升代表竞争力增强，持续下滑则提示流失风险。

图 28 新能源城市上牌量年度排行 TOP10

2026 年 1–10 月累计（纯电 / 插混 / 增程 / 燃料电池合计）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

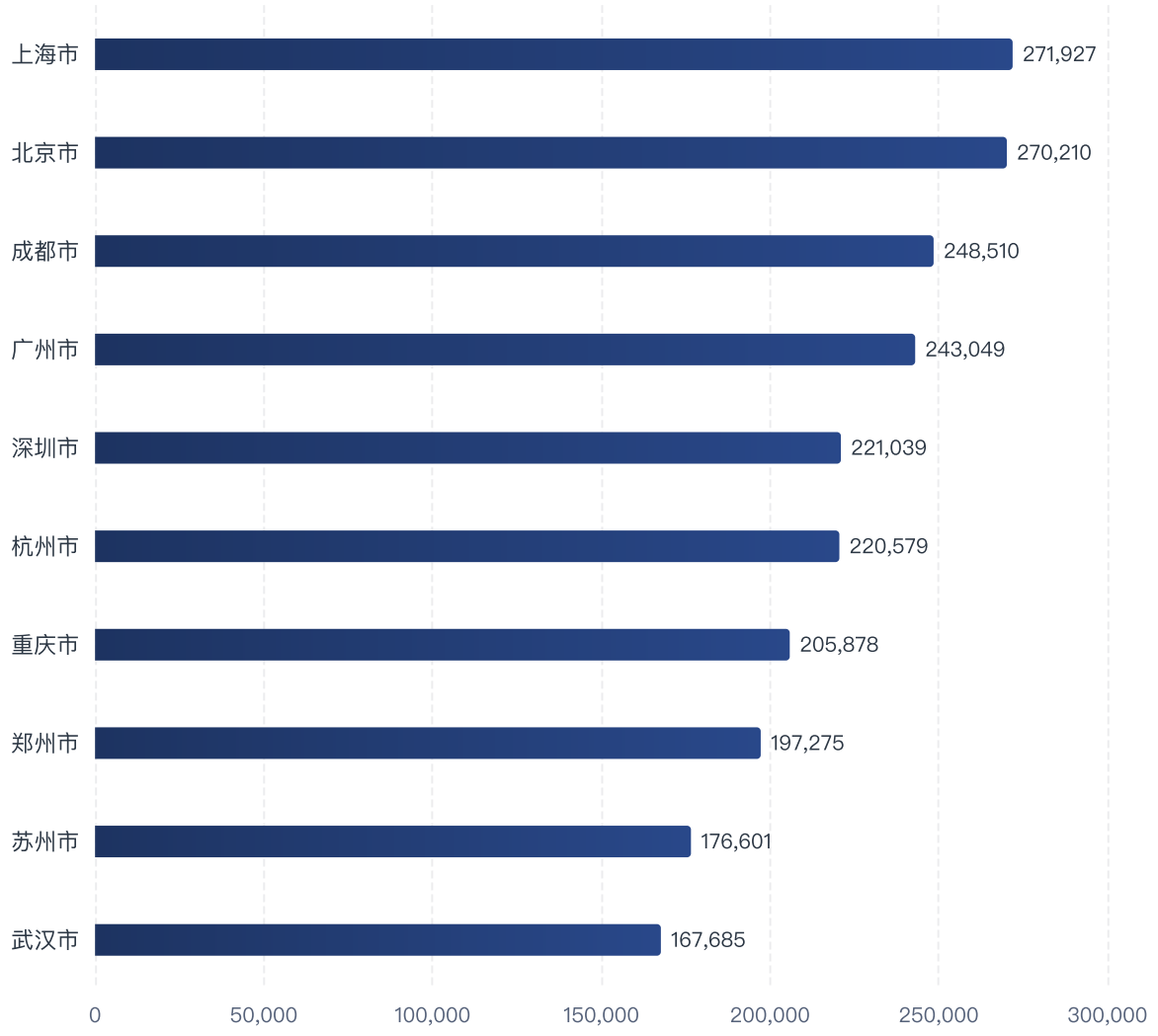


图 28 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计（纯电 / 插混 / 增程 / 燃料电池合计）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

上海市 以 271,927上牌量 位居第一，占合计的 12.2%；前三名（上海市、北京市、成都市）合计占 35.6%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

关于渗透率：渗透率 = 某一类（如新能源）销量 ÷ 总销量，是结构迁移最核心的单一指标，其持续上行代表替代加速。

延伸说明 / NOTES

关于区域分析：区域销量受经济、人口、政策多重因素影响；横向比较时建议结合千人指标，以剔除人口规模差异。

图 29　新能源城市上牌量月度排行 TOP10

2026-10 单月；与左侧年度榜同色，深浅区分口径

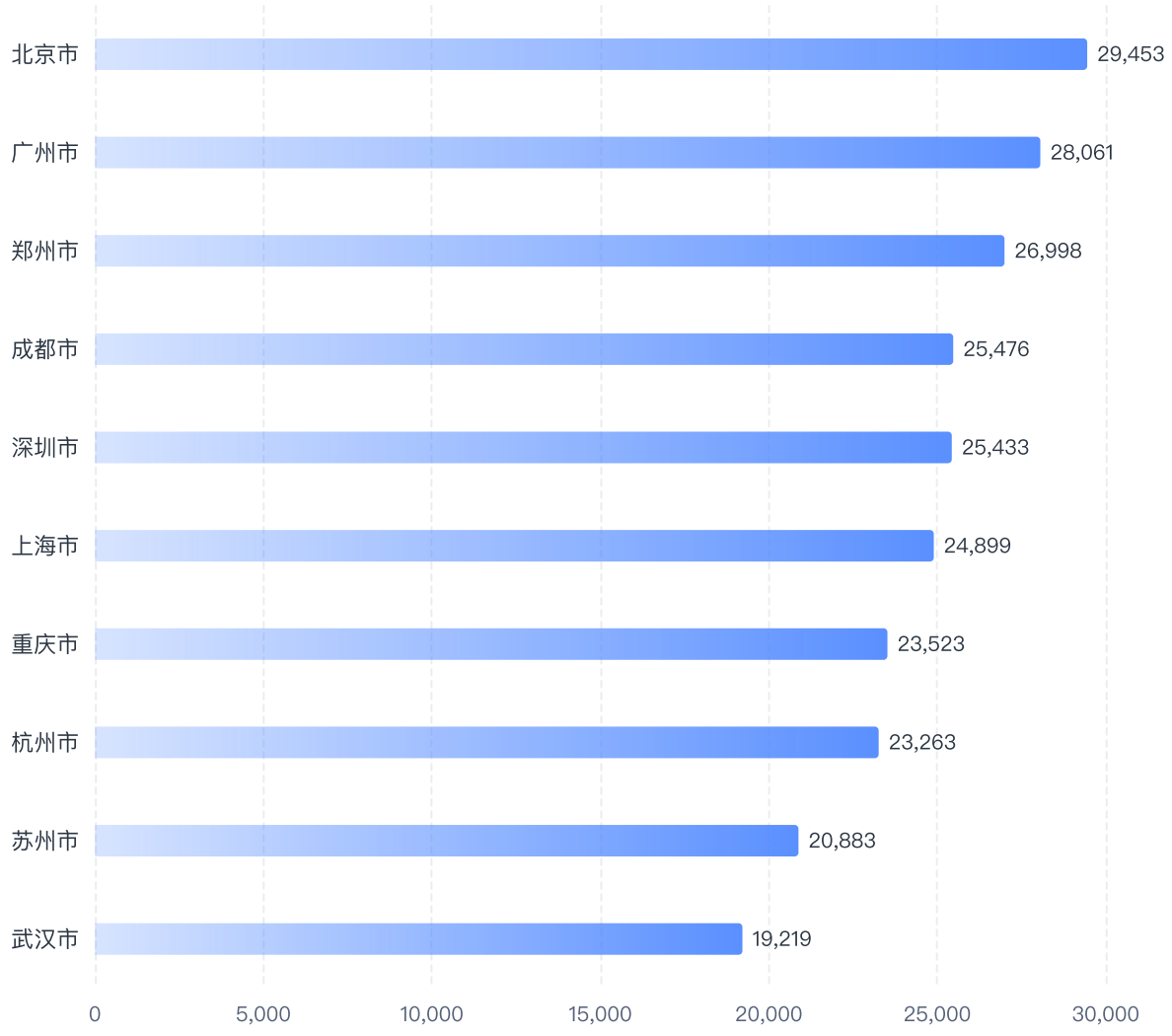


图 29 · 图表解读 / READING

2026-10 单月；与左侧年度榜同色，深浅区分口径

北京市 以 29,453上牌量 位居第一，占合计的 11.9%；前三名（北京市、广州市、郑州市）合计占 34.2%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

关于集中度：CRn 与 HHI 衡量市场集中程度。高集中度下头部品牌议价与定价能力更强，但新进入者空间相对受限。

延伸说明 / NOTES

关于车型级别：A0 / A / B / C 级按尺寸与价格区分，级别结构的上移或下沉分别反映消费升级与渠道下沉。

延伸说明 / NOTES

关于数据口径：本报告全部数据来自 ATDTS 数据洞察平台，按月 / 按区间聚合；跨期比较请确保统计区间一致。

06 车型榜单

MODEL RANKINGS

本章给出车系总榜以及轿车、SUV、MPV 分车型的年度与月度排行。榜单位次及其变化是厂商产品竞争力最直接的读数，也是竞品对标与库存深度规划的基本盘。

图 30 车系 TOP20（年度）

按 2026 年 1–10 月累计 降序；明细表含同比与份额变化

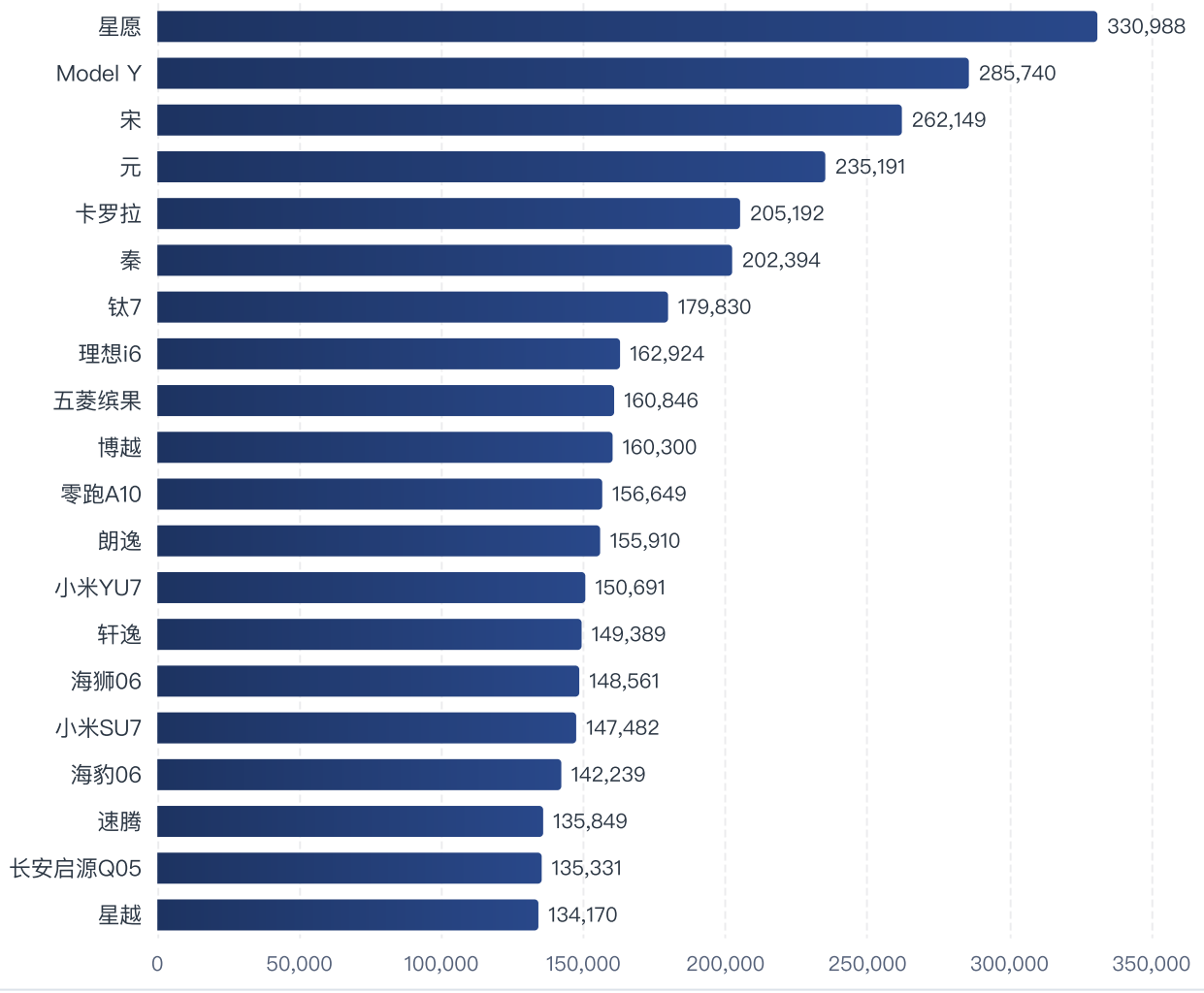


图 30 · 图表解读 / READING

按 2026 年 1–10 月累计 降序；明细表含同比与份额变化

星愿 以 330,988上牌量 位居第一，占合计的 9.1%；前三名（星愿、Model Y、宋）合计占 24.1%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

口径说明：年度榜为统计区间累计口径，月度榜为区间内最新单月口径，两者独立排序；深浅色仅用于区分年度与月度两套榜。

图 31　车系 TOP20（月度：2026 年 10 月）

按 2026 年 10 月单月降序排序



图 31 · 图表解读 / READING

按 2026 年 10 月单月降序排序

星愿 以 49,697上牌量 位居第一，占合计的 11.3%；前三名（星愿、元、宋）合计占 27.4%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

表 9　车系 TOP20 明细（年度 + 单月）

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点；「单月」为最新月份销量

#	车系	上牌量（累计）	份额	份额变化	同比	单月
1	星愿	330988	2.2	0.2	-12.7	49697
2	Model Y	285740	1.9	0.2	-8.8	8269
3	宋	262149	1.8	-0.6	-41.6	31616
4	元	235191	1.6	0.2	-10.9	39074
5	卡罗拉	205192	1.4	0.3	1.8	20845
6	秦	202394	1.4	-1.6	-63	18114
7	钛7	179830	1.2	1.1	573.3	22214
8	理想i6	162924	1.1	1	2058.2	2864
9	五菱缤果	160846	1.1	0.2	-3.7	23041
10	博越	160300	1.1	0.2	-0.7	14765
11	零跑A10	156649	1	1	—	25646
12	朗逸	155910	1	-0.2	-32.2	13102
13	小米YU7	150691	1	0.6	88.4	10073
14	轩逸	149389	1	-0.2	-34.8	10565
15	海狮06	148561	1	0.5	72.8	17966
16	小米SU7	147482	1	-0.3	-37.1	13023
17	海豹06	142239	1	-0.3	-41.3	15701
18	速腾	135849	0.9	-0.1	-30.6	13182

当月（2026 年 10 月）第一 星愿（份额 3.1%）；较年度榜新进 7 个：宏光MINI EV、海狮05、RAV4荣放 等；掉出 7 个；当月合计 1,593,481

表 9 · 明细解读 / DETAIL

「份额变化」为今年 vs 上年同期百分点；「单月」为最新月份销量

本表共列示 20 行明细；首行 #「1」的单月为 49697，其后各行按同口径排列。受版面所限最多展示 18 行，完整明细可在数据洞察页查看。

当月（2026 年 10 月）第一 星愿（份额 3.1%）；较年度榜新进 7 个：宏光MINI EV、海狮05、RAV4荣放 等；掉出 7 个；当月合计 1,593,481

图 32　轿车上牌量年度排行 TOP10

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

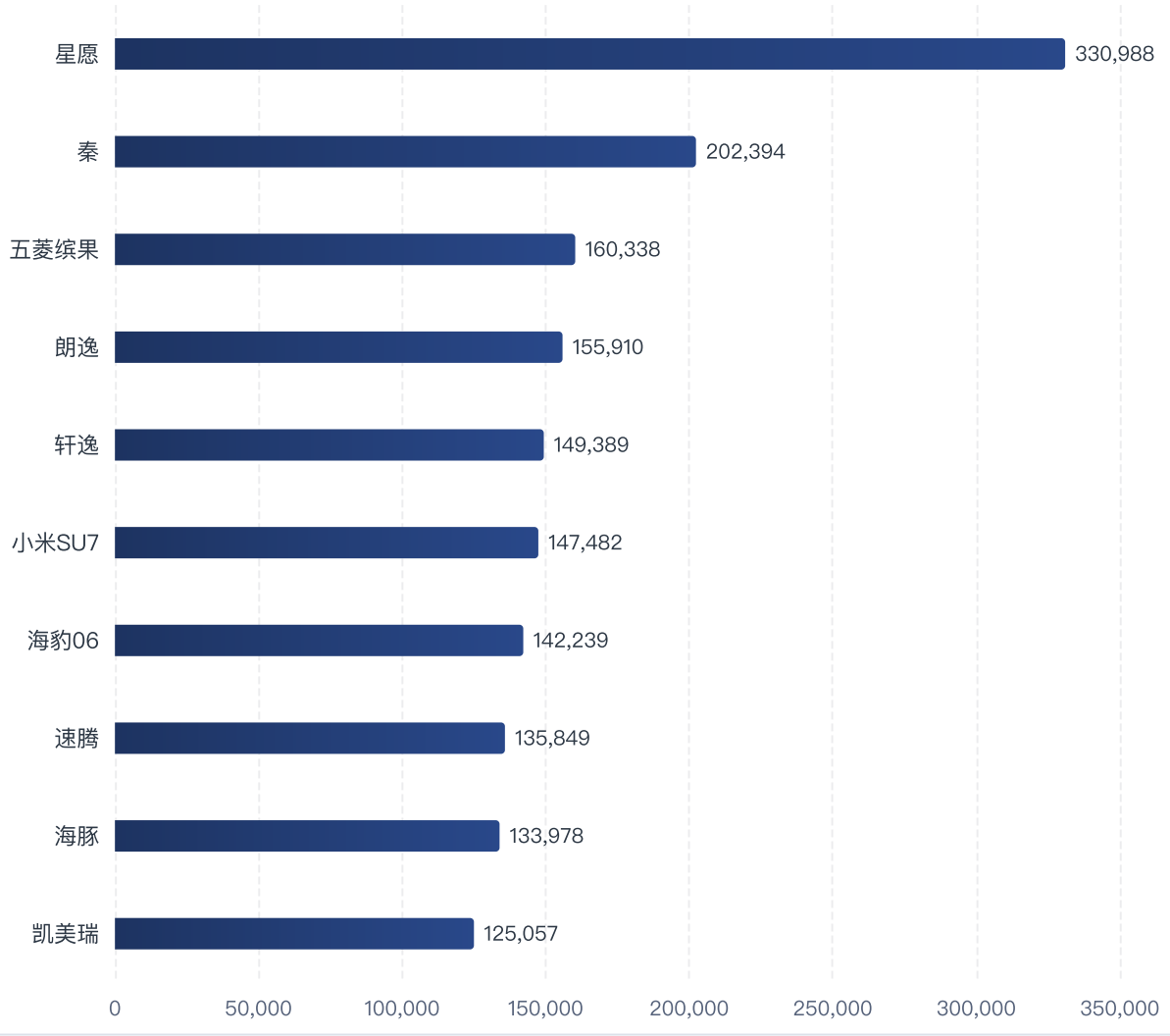


图 32 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

星愿 以 330,988上牌量 位居第一，占合计的 19.7%；前三名（星愿、秦、五菱缤果）合计占 41.2%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

口径提示：年度榜为统计区间累计口径、月度榜为区间内最新单月口径，两套榜独立排序；深浅色仅用于区分年度与月度，不代表优劣。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

图 33　轿车上牌量月度排行 TOP10

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

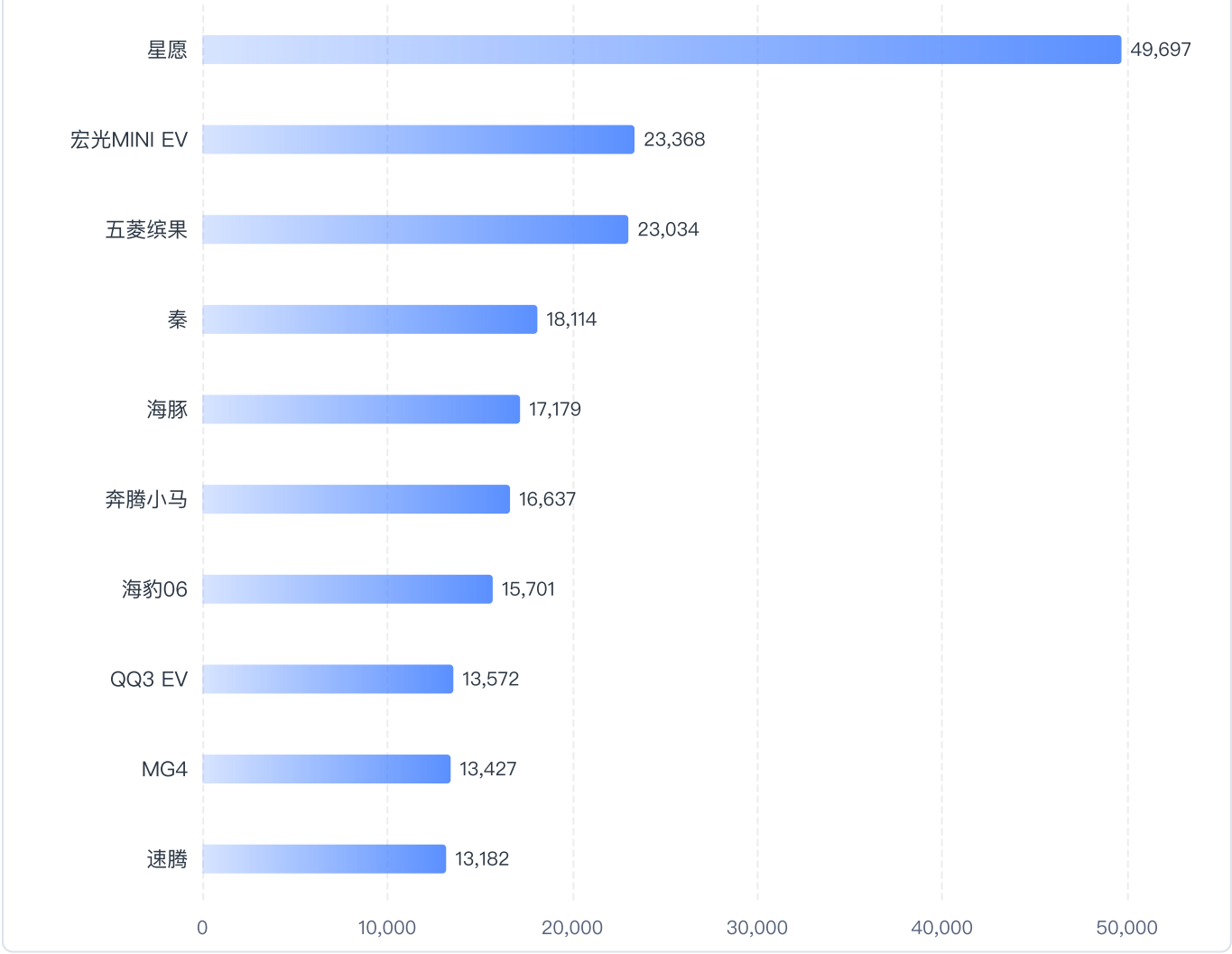


图 33 · 图表解读 / READING

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

星愿 以 49,697上牌量 位居第一，占合计的 24.4%；前三名（星愿、宏光MINI EV、五菱缤果）合计占 47.1%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

延伸说明 / NOTES

关于市场份额：份额 = 单品牌 / 单类目销量 ÷ 同口径总销量；份额提升代表竞争力增强，持续下滑则提示流失风险。

图 34　SUV上牌量年度排行 TOP10

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

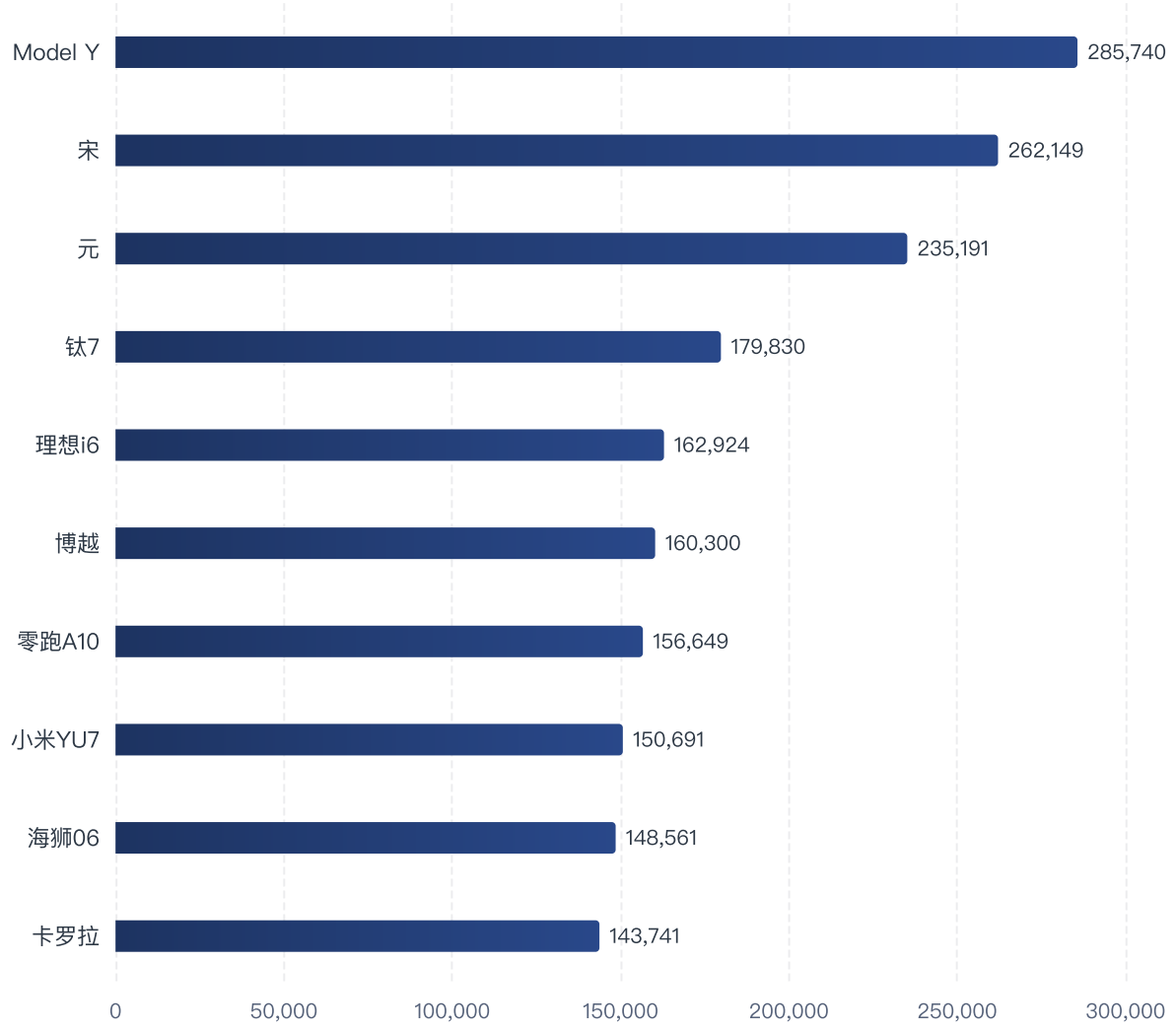


图 34 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

Model Y 以 285,740上牌量 位居第一，占合计的 15.2%；前三名（Model Y、宋、元）合计占 41.5%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

关于渗透率：渗透率 = 某一类（如新能源）销量 ÷ 总销量，是结构迁移最核心的单一指标，其持续上行代表替代加速。

延伸说明 / NOTES

关于区域分析：区域销量受经济、人口、政策多重因素影响；横向比较时建议结合千人指标，以剔除人口规模差异。

图 35 SUV上牌量月度排行 TOP10

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

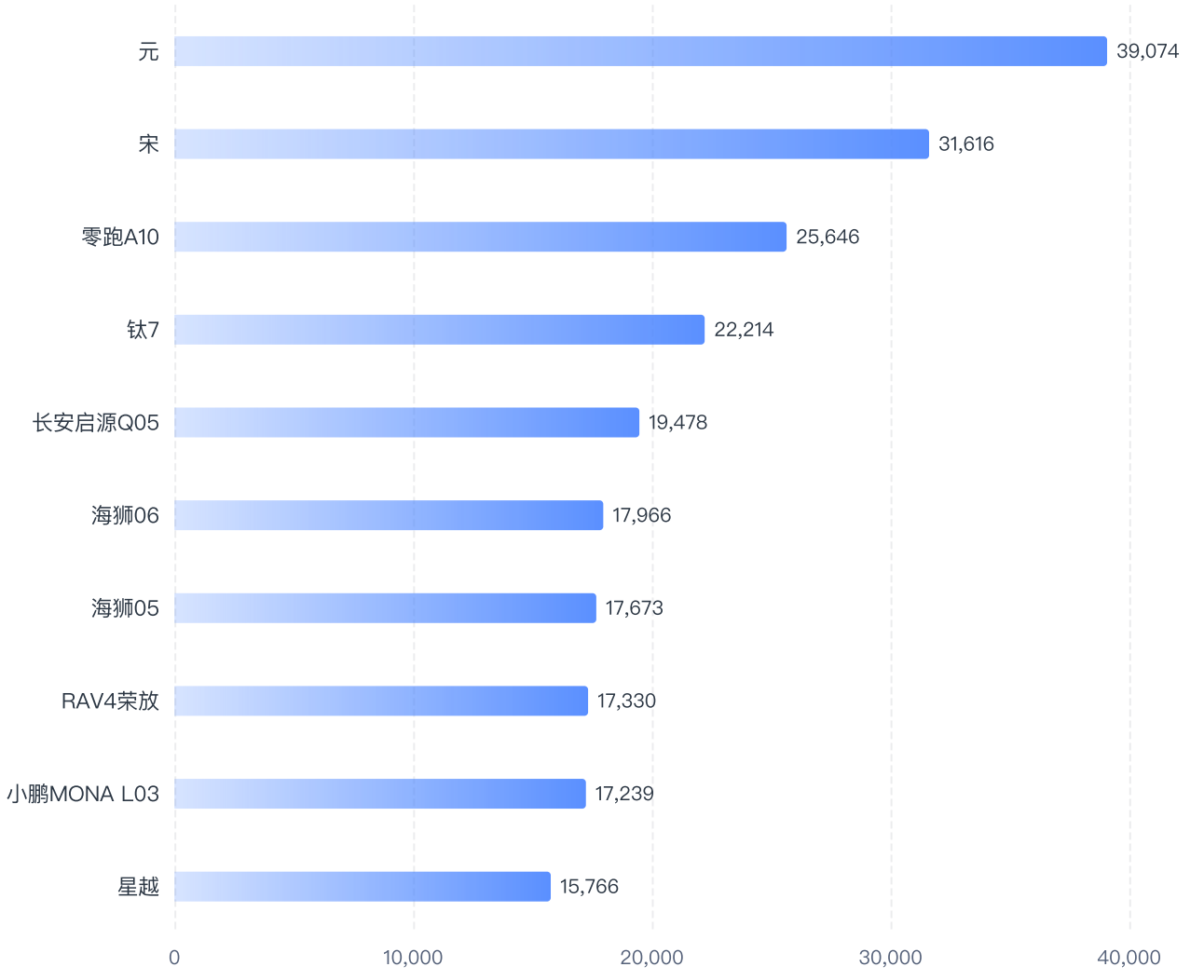


图 35 · 图表解读 / READING

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

元 以 39,074上牌量 位居第一，占合计的 17.4%；前三名（元、宋、零跑A10）合计占 43.0%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

关于集中度：CRn 与 HHI 衡量市场集中程度。高集中度下头部品牌议价与定价能力更强，但新进入者空间相对受限。

延伸说明 / NOTES

关于车型级别：A0 / A / B / C 级按尺寸与价格区分，级别结构的上移或下沉分别反映消费升级与渠道下沉。

延伸说明 / NOTES

关于数据口径：本报告全部数据来自 ATDTS 数据洞察平台，按月 / 按区间聚合；跨期比较请确保统计区间一致。

图 36　MPV上牌量年度排行 TOP10

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

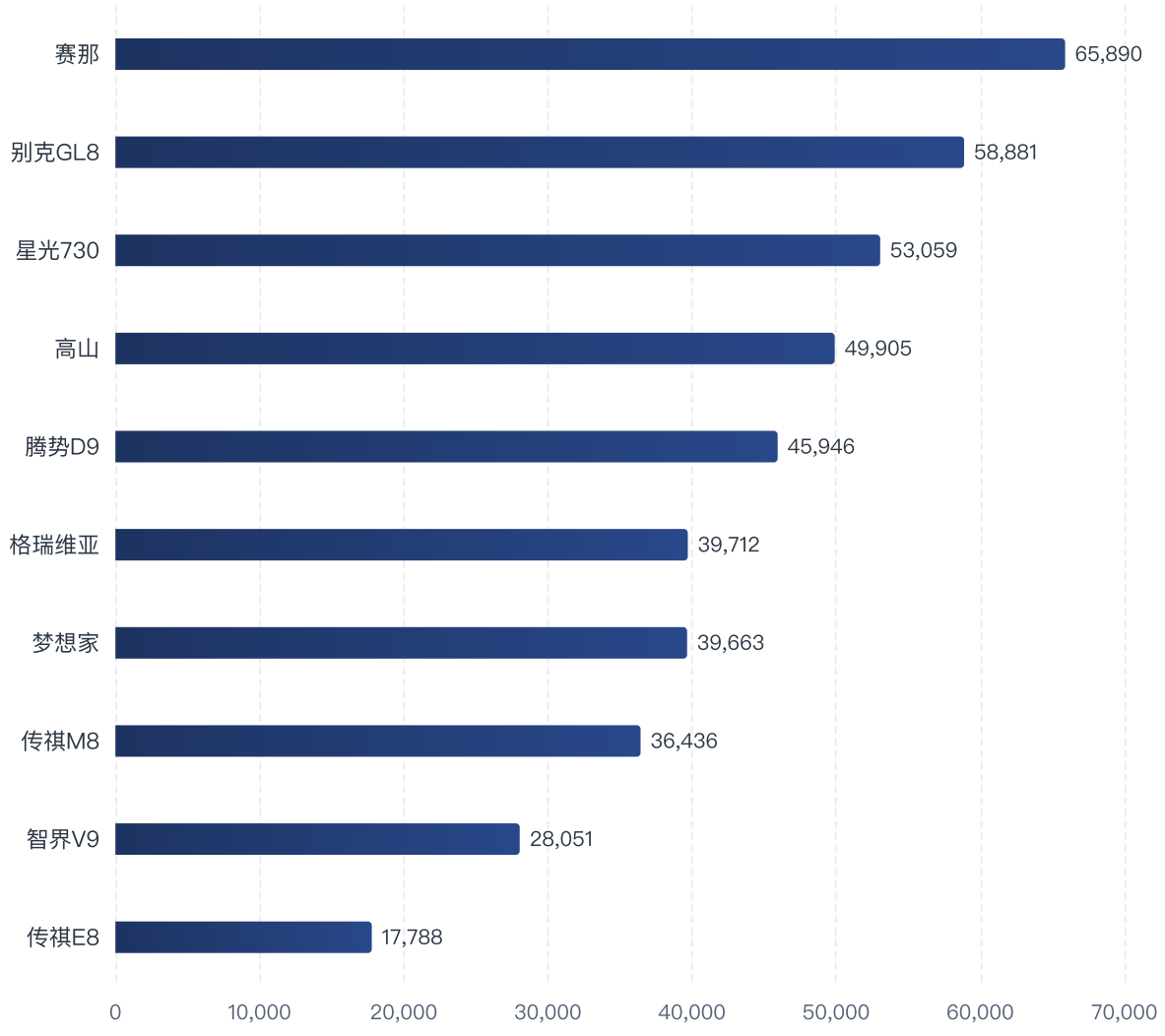


图 36 · 图表解读 / READING

2026 年 1–10 月累计（轿车含三厢 / 两厢）；深色 = 年度、浅色 = 月度，与右侧月度榜同色成对

赛那 以 65,890上牌量 位居第一，占合计的 15.1%；前三名（赛那、别克GL8、星光730）合计占 40.8%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

关于图表解读：图表下方的「图表解读 / READING」由 AT智库基于当期数据编制，随数据更新而刷新，精确数值可在线上洞察页悬停查看。

延伸说明 / NOTES

关于结论时效：市场结论随最新一期数据滚动更新，历史报告仅反映生成时的统计区间，引用时请注意报告日期。

图 37　MPV上牌量月度排行 TOP10

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

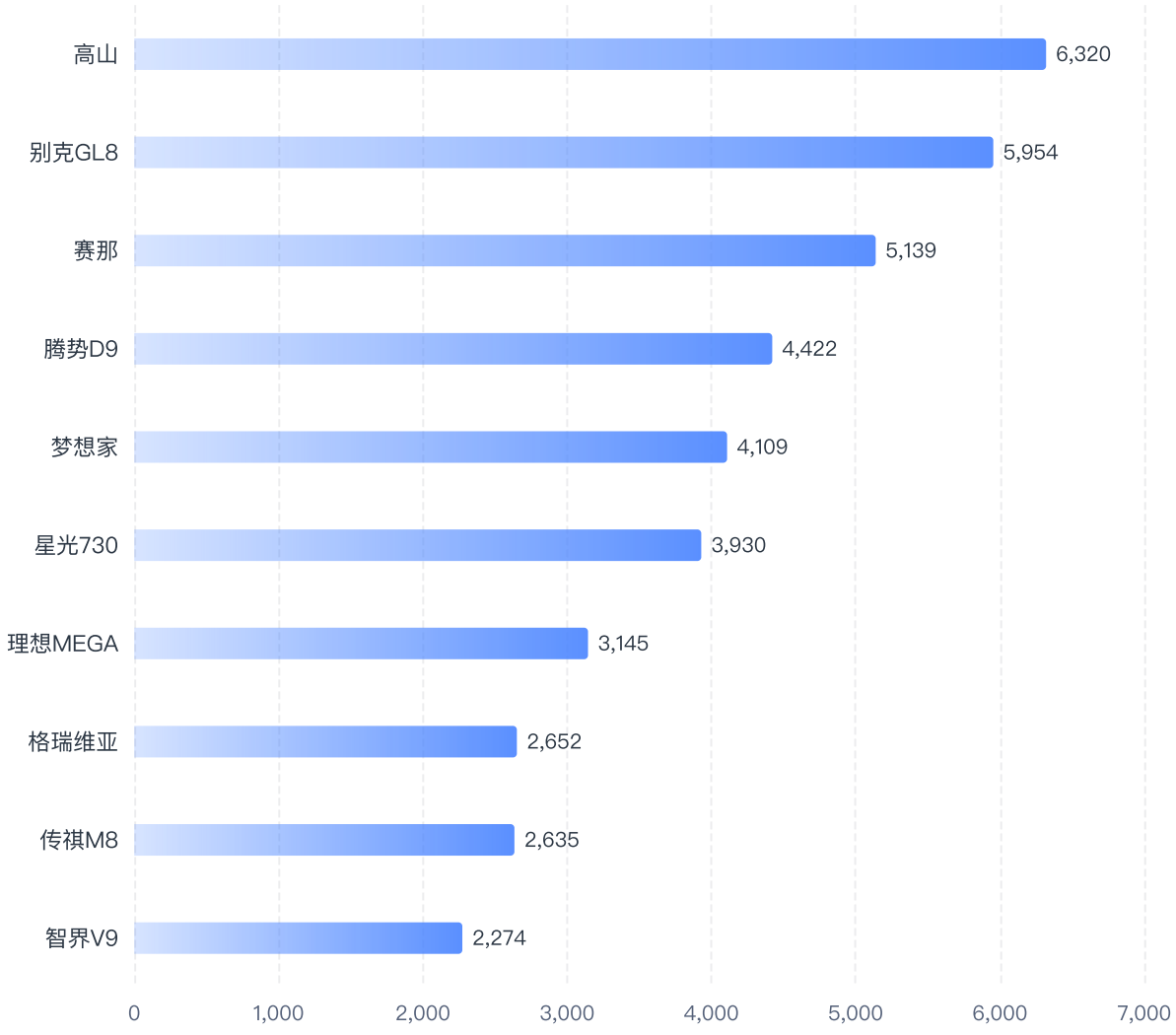


图 37 · 图表解读 / READING

2026-10 单月；与左侧年度榜同车型同色，深浅区分口径

高山 以 6,320上牌量 位居第一，占合计的 15.6%；前三名（高山、别克GL8、赛那）合计占 42.9%，梯队分布相对均衡，中后段仍有追赶空间。

延伸说明 / NOTES

方法论说明：本报告采用描述性统计与结构分析法，旨在客观呈现市场现状与变化，内容仅供内部研究参考，不构成投资建议。

延伸说明 / NOTES

读图提示：横向条形按数值降序排列，条长对应绝对量，条端数值为精确值；年度榜与月度榜独立排序，位次变化本身就是信号。

延伸说明 / NOTES

分析区间覆盖 2026 年 1 月 至 2026 年 10 月，共 10 个月，累计销量 14,946,917辆。

07 市场质量与结构演变

STRUCTURAL EVOLUTION

本章以多年期视角观察市场结构的演变方向：新能源渗透率的长期爬坡、品牌集中度的迁移与消费级别结构的升级/下移。长期趋势比单月波动更能指示战略方向。

图 38 品牌集中度演变（逐年 CR5）

头部 5 个细分经营品牌的合计份额变化；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

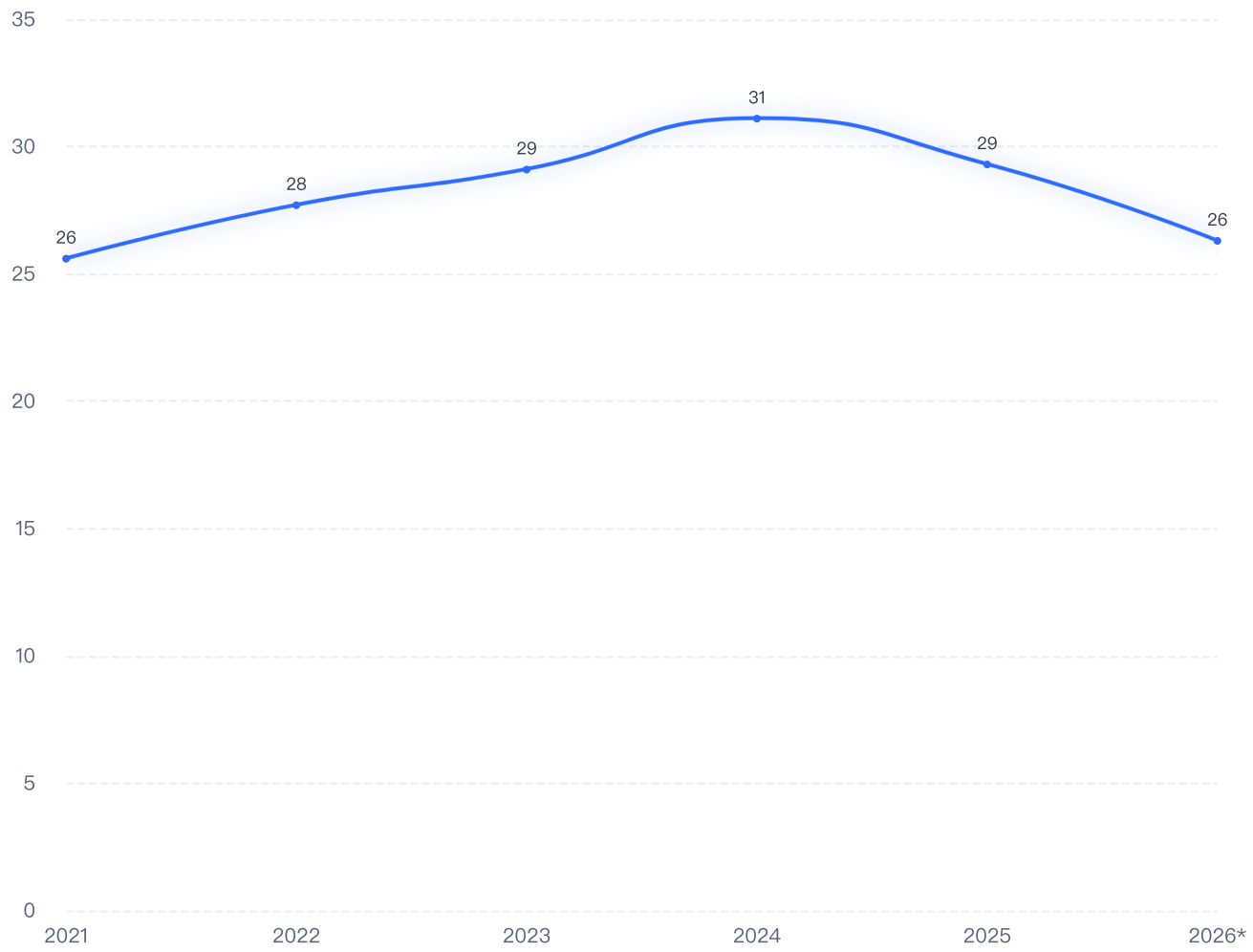


图 38 · 图表解读 / READING

头部 5 个细分经营品牌的合计份额变化；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

区间内最高点出现在 2024（31.1%），最低点为 2021（25.6%）；最新一期 2026* 报 26.3%，较区间首期累计提升 2.7%。曲线的起伏节奏可用于识别季节性与拐点。

图 39　品牌阵营份额演变（逐年）

国产 / 合资 / 进口品牌份额此消彼长，判断竞争主线最直观；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）



图 39 · 图表解读 / READING

国产 / 合资 / 进口品牌份额此消彼长，判断竞争主线最直观；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

区间内最高点出现在 2026*（69.6%），最低点为 2021（43.6%）；最新一期 2026* 报 69.6%，较区间首期累计提升 59.6%。图中 3 条序列分别为不同口径，可横向对照彼此的节奏差异。

延伸说明 / NOTES

说明：以多年期视角观察结构演变方向，长期趋势比单月波动更能指示战略。

延伸说明 / NOTES

读图提示：本报告所有图表与解读均由 AT智库编制，数据更新后重新导出即可获得最新版本；各图表在线上洞察页均支持悬停查看精确数值。

图 40　新能源渗透率演变（逐年）

电动化进度的年度轨迹，斜率陡说明替代在加速；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

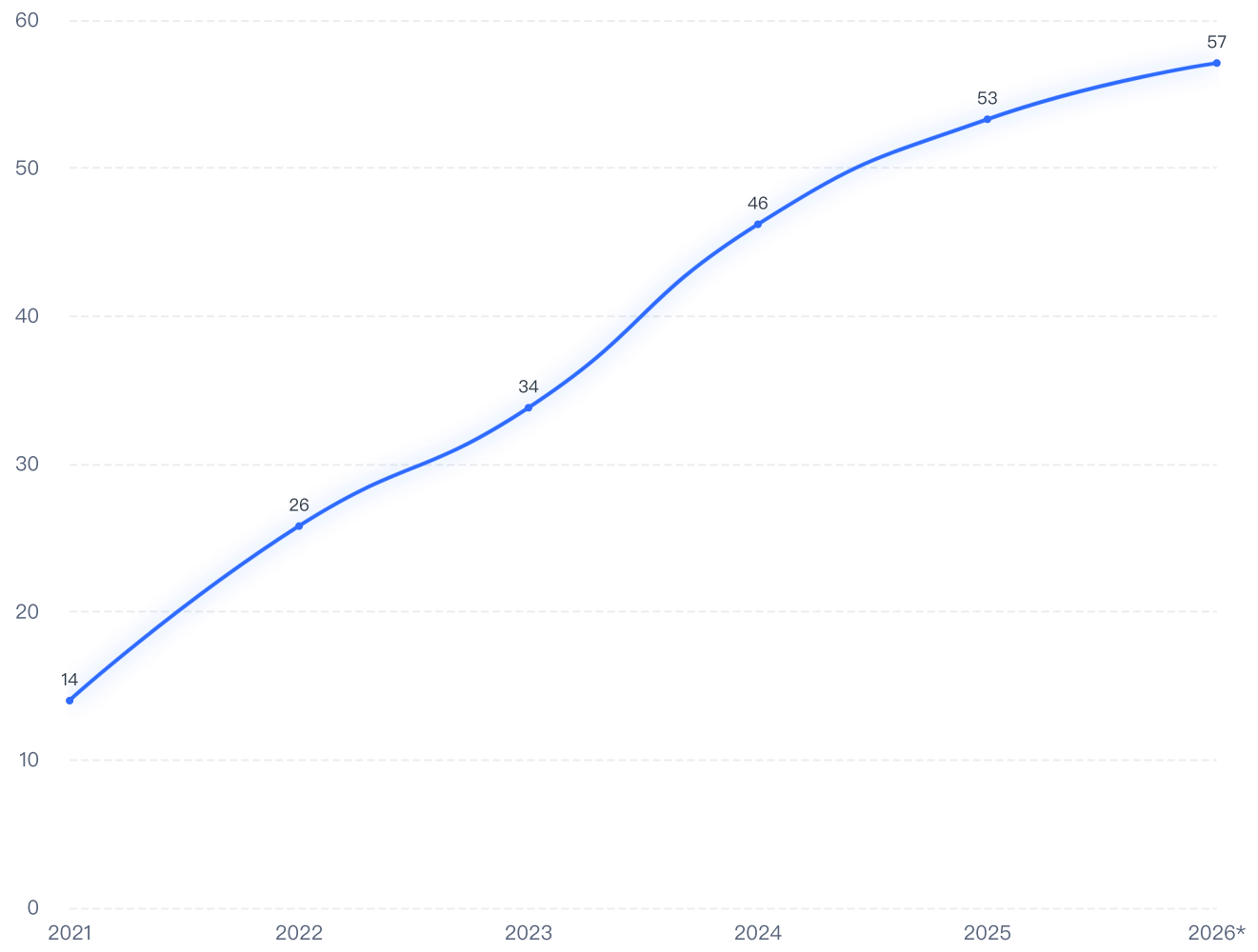


图 40 · 图表解读 / READING

电动化进度的年度轨迹，斜率陡说明替代在加速；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

区间内最高点出现在 2026*（57.1%），最低点为 2021（14%）；最新一期 2026* 报 57.1%，较区间首期累计提升 307.9%。曲线的起伏节奏可用于识别季节性与拐点。

延伸说明 / NOTES

数据来源：ATDTS 数据洞察平台；指标口径以当期导入数据为准，跨期比较请注意统计区间一致。

延伸说明 / NOTES

关于同比与环比：同比（YoY）对比上年同月，用于消除季节性波动；环比（MoM）对比上月，反映当期动能。解读增速时两者需结合研判。

图 41 高端化与 SUV 化演变（逐年占比）

中大型及以上占比代表消费升级，SUV 占比代表用车偏好；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）



图 41 · 图表解读 / READING

中大型及以上占比代表消费升级，SUV 占比代表用车偏好；带 * 的 2026 年为不完整年度（1–10 月）

区间内最高点出现在 2026*（25.3%），最低点为 2021（10.8%）；最新一期 2026* 报 25.3%，较区间首期累计提升 134.3%。图中 2 条序列分别为不同口径，可横向对照彼此的节奏差异。

结构演变洞察

新能源渗透率从 2021 年的 14% 升至 2026 年的 57.1%；品牌 CR5 由 25.6% 变为 26.3%。

中大型及以上占比 10.8% → 25.3%，消费升级趋势明确，高端产品与高毛利售后是增量方向。

中国汽车行业管理内参

WWW.ATDTS.COM

4000282050 · AT@ATDTS.COM

© 2026 AT智库 · 本报告由 AT智库编制发布，仅供内部研究参考

更多报告请扫码获取