

比亚迪夺冠长城创新高，10月销量撕开2026车市淘汰真相

来源：郑宇安 发布时间：2025-11-15 05:39:02

随着10月汽车销量的出炉，不少人还在讨论“金九银十是否褪色”。

但在我看来，这种讨论早已过时了。现在10月的销量，根本不是消费热度的温度计，而是车企技术实力的照妖镜。



阿维塔
AVATR

全面升级 再创新高

阿维塔 10 月销量

13,506 辆

阿维塔 12 四激光版 正式上市

限时权益价 25.99 万元起



东梦汽车网

DONGMENGQICHEWANG

就拿目前已经公布的10月自主品牌销量来说，其背后藏着一个更残酷的真相。那些靠“性价比堆配置”“单一爆款撑场面”的品牌，正在以肉眼可见的速度掉队；而手握核心技术、能精准踩中用户痛点的玩家，依旧能够能卖爆。



也就是说，当下汽车销量高低不取决于旺季与否的问题，是车市“淘汰赛”进入决赛圈的信号。



长城汽车

以用户体验为中心 坚定高品质造车

长城汽车10月销售新车

143,078 辆

同比增长22.50%

1-10月销售1,066,436 辆 同比增长9.87%

10月新能源
车型销售 **46,155** 辆 | 同比增长44.06%

10月20万元以上
车型销售 **40,203** 辆 | 同比增长32.50%

10月海外销售 **57,158** 辆 | 同比增长28.68%

10月方盒子
车型销售 **65,942** 辆 | 同比增长23.06%

创历史最佳10月销量表现

新能源及海外销量再创新高



• 销量数据包含商用



东梦汽车网

DONGMENGQICHEWANG

比亚迪44万辆的“必然”，用十年研发换来了“犯错的底气”

比亚迪10月再破纪录，有人说这是“市场红利”，但我偏要唱反调，比亚迪的成功从来不是靠运气，而是靠“十年磨一剑”的笨功夫。

当别人在搞外观抄袭、配置堆砌时，它在死磕刀片电池、DM-i 混动；别人在纠结要不要做高端时，它已经用仰望打通了高端市场。

现在的比亚迪，已经拥有了自己的“技术鱼池”，当市场需要时可以随时捞出一条“大鱼”。这种技术护城河，不是其它品牌靠一两个爆款就能追上的，恰应“博观而约取，厚积而薄发”，亦是其稳居销冠的根本。

奇瑞出口+新能源“正向循环”，比“低价冲量”高明10倍

奇瑞10月新能源破11万、出口破百万，这两组数据的联动才是关键。当其它品牌出海靠“低价甩卖”，但奇瑞走的是“技术出海”路线。

这种“海外赚技术，国内降成本”的循环，比单纯的“出口数字好看”有价值得多。

简单来说，就是奇瑞在欧洲积累的混动技术数据，能反哺国内车型的迭代；海外市场赚的利润，又能补贴国内新能源车型的成本。

毕竟车市的长久战，拼的从不是“谁能走出去”而是“谁能带着技术尊严走出去”。显然，奇瑞的这条路，才是自主车企出海的正解。

长城汽车14万的反弹，不是“复活”更像“止血”

长城10月销量达到14万辆，同比增长22.5%。看到这个销量，有人说“长城回来了”，但我要泼冷水，这并非“系统性复活”更像一次“止血式反弹”。

为何我会这样说呢，主要还是当下长城汽车纯电赛道几乎空白，也没有像银河这样的独立新能源品牌，魏牌虽算但销量始终达不到预期，着实让人心急。

纵观当下市场，现在纯电渗透率快破50%了，长城还在靠燃油+混动撑场面，就像在“电动化浪潮”里抱着“燃油救生圈”。

短期能浮着，但随着纯电份额逐渐增加，“救生圈”会失效。也就是说，当下长城需要的不是“爆款车型”，而是“纯电体系”，再拖下去，可能真的赶不上了。

蔚来4万的突破，三品牌是“解药”也是“毒药”

蔚来三品牌首破4万，很多人夸“李斌终于想通了”。但我要提醒，矩阵化的坑，蔚来还没踩完。

乐道和蔚来的价格重叠区太大，买乐道的用户会觉得：花28万买个“小蔚来”不如加几万买真蔚来。而蔚来用户会觉得“我的车跟乐道差不多，是不是被割韭菜了”。这种“内部

互斥”的风险，比之前的“规模瓶颈”更致命。

在我看来，蔚来的当务之急不是冲销量，而是把三个品牌的定位掰清楚。乐道要“年轻性价比”，蔚来要“高端服务”，萤火虫要“下沉实用”，否则再卖得多，也是“左手打右手”，伤害用户信任。

极氪+领克，6万成绩的背后是“稳”和“慌”

极氪科技10月卖6万，领克贡献了4万，看似“双轮驱动”，但我要说的是，领克的“稳”是靠燃油车托底，而极氪的“慌”藏在高端市场里。极氪靠“性能豪华”卖得好，但现在蔚来ES6、小鹏G9都在强化智驾。

极氪如果还沉迷于“加速几秒、底盘多好”，很快会被对手超越。极氪需要的不是“更性能”，而是“更智能”。否则，领克的燃油基本盘再稳，也救不了极氪在智驾时代的掉队。

阿维塔连续8月破万，华为智驾是“护城河”也是“定时炸弹”

说到阿维塔的成功，相信所有人都会想到华为乾崮智驾，已经成为了它的金字招牌。虽然乾崮智驾让阿维塔风光无限，但风险同样存在。

毕竟，华为的智驾技术不是阿维塔独有的，随着越来越多车型采用华为乾崮智驾尤其是合资品牌跟上的时候，阿维塔的“独家优势”就没了。

这恰如“成也萧何，败也萧何”。阿维塔当下的核心任务，不是追求销量数字而是“消化吸收”华为技术，将其转化为自主研发能力。

唯有“求人不如求己”才能避免“仰人鼻息”的被动，防止智驾“护城河”突然崩塌。

2026年车市预判。不是“无技术者淘汰”是“无特色者死亡”

看完10月数据，我敢说：2026年的车市，会比现在更残酷，但淘汰规则不是“没技术就死”，而是“没特色就亡”。

比如马太效应会变成“碾压效应”：比亚迪、吉利、奇瑞的“第一梯队”，会用“技术+规模”把二三线自主逼到墙角，比如比亚迪可能会把混动车型下探到5万，让其它品牌“连性价比的机会都没有”。

其次，矩阵化是“双刃剑”并非不是“万能药”。蔚来、理想如果理不清多品牌的定位，只会陷入“内部互杀”。

而没做矩阵化的品牌，会“多品牌包围”。比如一个用户想买车，既能选高端的仰望、中端的腾势以及平民的海洋和王朝秦，也能选吉利的极氪、领克和银河，而没矩阵化的品牌，只能在一个细分市场里“等死”。

最后则是几乎是要技术要“有用”而非“炫技”。比如800V 平台、智驾这些技术，不是“堆得越多越牛”，而是“用户需要什么给什么”。

比如家庭用户需要“安全的智驾”而不是“能飙车的智驾”；下沉市场需要“便宜的快充”，而不是“昂贵的 800V”。

最后说句实在话，现在的车市，已经不是“造好车就能卖”的时代，而是“懂用户、有特色、能坚持”的时代。

那些只想“蹭热点、抄技术、赚快钱”的品牌，2026年注定会被淘汰。这不是预言，是10月销量数据里藏着的真相，是每个车企都该读懂的“生存启示录”。

HTML版本： [比亚迪夺冠长城创新高，10月销量撕开2026车市淘汰真相](#)