

10月车圈成绩单出炉：零跑登顶，鸿蒙智行站稳高端，理想失速

来源：蔡明宏 发布时间：2025-11-15 09:13:07

11月的到来，为2025年的“银十”大战画上了句号。

随着乘联会和各家车企纷纷亮出成绩单，新能源市场的战况也愈发清晰：



整体大盘热度不减，但车企之间的悲喜却并不相通。零跑以7万辆的交付量强势杀出，一跃成为新势力领头羊；蔚来、小鹏也双双冲上4万辆大关。

而另一边，曾经的“家庭车王者”理想汽车，却出现了超过38%的同比下滑，让这个“银十”增添了一丝寒意。

中国新能源汽车市场的格局正变得前所未有的鲜明，今天我们就顺着榜单，来看看哪些企业踩准了节奏？哪些玩家正在错失赛道？行业又正在迎来怎样的变化？



“银十”战报：零跑登顶，理想失速

从时间维度看，10月作为全年最后一个销售旺季的关键节点，已让全年胜负的天平明显倾斜。



图源：电车通摄制

头部品牌前10月累计销量普遍完成全年目标的75%以上，部分甚至超过85%，随着11-12月传统冲量期到来，头部企业将进一步扩大差距，全年“强者恒强”的格局基本锁定，仅剩少数第二梯队品牌存在排名微调的可能。

比亚迪的“封神之路”早已不是新闻，但10月的441706辆销量仍刷新了行业对单一品牌单月销量的认知。王朝网与海洋网贡献39.5万辆基础盘，方程豹、腾势、仰望三大高端品牌合计交付41841辆，其中定价超50万元的仰望U8交付654辆，实现了高端市场的持续破局。

图源：比亚迪

更关键的是海外市场的爆发，83524辆的海外销量同比激增155.5%，在欧洲、东南亚市场的渠道铺设已见成效。

吉利则是对比亚迪步步紧逼，在今年“一个吉利”策略的推动下，吉利摸着比亚迪过河的效果确实有奇效，10月新能源销量达到177882辆，位居第二名，其中吉利银河销量就达到了12万辆。

新势力阵营的“大换血”则是10月最意外的剧情。零跑汽车以70289辆的交付量，不仅首次突破7万辆大关，更直接跃居新势力销量榜首，同比84.11%的增速远超行业平均水平。

图源：零跑

稳坐新势力销冠八个月的零跑，正将其优势转化为长期的战略布局。与Stellantis的合作已进入实质阶段，渠道直接落地欧洲，开启了规模化“赚欧元”的新阶段。

同时，零跑积极拓宽产品护城河：全新旗舰SUV零跑D19凭借80度大电池的增程方案进军高端市场。此外，零跑Lafa5即将开启预售，全新系列车型A10也将在广州车展亮相，密集的产品矩阵彰显了其强大的后续推力。

鸿蒙智行实现了里程碑式的突破：10月交付68,216台，累计销量突破100万台，成功树立了“量价齐升”的典范，在成交均价高达39万元的前提下，依然能刷新销量纪录，其品牌价值已获得高端市场的高度认可。当前，幸福的烦恼是产能，如何加快交付问界M7、M8等热销车型，是其亟待解决的挑战。

图源：鸿蒙智行

小鹏汽车则展示了“上攻与下沉”的双线能力。10月交付42,013台，连续两月稳居4万辆以上。其成功关键在于：一方面，MONA M03以月销超1.5万的成绩牢牢抓住了平价市场，成为稳固的基盘；另一方面，公司仍在持续进行技术储备，即将推出的增程车型将为销量增长打开新的想象空间。

与零跑、鸿蒙智行、小鹏的销量增长形成对比的，是理想汽车的“阶段性失速”。10月31767辆的交付量，同比、环比双双下滑，成为头部新势力中唯一负增长的品牌。

图源：理想

不过市场并未对其完全唱衰——新车型理想i6订单已超7万辆，当前销量波动主要受限于产能爬坡，其增程技术路线在家庭用户中的认可度仍在。但不可忽视的是，当零跑、小鹏等品牌纷纷在15-25万元市场加码家庭车型，理想曾经的“单一爆款”优势正在被稀释。

全年排名：比亚迪冠军定了，腰部奋力保级

结合各家车企公开目标及前10个月销量表现，电车通对头部品牌全年业绩进行拆解分析。

从目标完成进度来看，头部品牌实现全年目标的确定性较高。比亚迪前10个月累计销量

约365万辆，完成预判目标的79%；考虑到年底冲量及海外市场155.5%的同比增长，尽管后续两月需平均完成50万辆，压力不小，但凭借其全产业链优势，达成目标仍具备较大可能。

图源：方程豹

吉利新能源前10个月累计销量134万辆，已完成150万辆目标的89%，剩余20万辆仅需月均10万辆，结合其10月11万辆的销售基数，完成全年目标难度不大。

从行业格局来看，全年排名大概率是比亚迪以绝对优势锁定冠军，吉利新能源基本坐稳亚军。奇瑞新能源和鸿蒙智行将争夺季军，两者前10月差距仅10万辆，鸿蒙智行若能依托高端市场发力或有逆袭可能。

新势力阵营中，鸿蒙智行与零跑表现抢眼。零跑前10个月累计销售52万辆，已拉开与蔚来（24万辆）、小鹏（35万辆）的差距，大概率锁定新势力年度销冠。蔚来与小鹏的亚军之争将持续至年底；理想受10月产能影响累计销量暂列第四，若i6产能顺利爬坡，有望反超小鹏。

图源：零跑

蔚来、小鹏与理想的第二至第四名排序仍存变数，关键取决于理想i6的交付进度，以及小鹏X9超级增程版的市场表现。尾部品牌方面，前20名中部分中小品牌完成率不足30%的，年底或将面临渠道收缩或并购压力。

整体来看，2025年新能源行业将呈现“头部超额达成、中部奋力保级、尾部加速出清”的态势。销量目标的完成度与企业研发投入、渠道覆盖深度密切相关，如比亚迪前三季度研发投入达437.5亿元，吉利县城渠道覆盖率达75%，这些核心优势构成了其“强者恒强”的底层支撑。

当然，行业分化不仅是销量的差距，更是技术、供应链与品牌综合实力的体现，这也意味着“淘汰赛”已步入深水区。

2026年超前瞻：车圈四大趋势已明

“银十”之后，2025年的新能源篇章也将落下帷幕，行业的焦点，正从谁赢了当下转向谁能在未来站稳。淘汰赛已进入深水区，这意味在销量分化的表象下，新一轮竞争的哨声已经吹响，2026年的战场轮廓逐渐清晰。

关于即将到来的2026年，电车通总结了4个趋势：

1、智能化不再是画饼，城市NOA从期货变成标配。

目前，智能驾驶仍是众多品牌的“期货”承诺。但到2026年，城市NOA将从高端配置变为中端车型的“标配”能力。用户将更加关注“好不好用、安不安全、覆盖多广”。这意味着，谁的智驾能真正覆盖更多场景、稳定通过“鬼探头”等复杂路况、并有效降低对高精地图的依赖，谁就能在下一轮换车潮中掌握主动权。

小鹏、鸿蒙智行、理想等在智驾上的技术落地进度与用户体验，将成为决定其市场地位的关键。与此同时，报告显示，主动安全、哨兵模式等安全类心智的快速增长，也反映出行业在追求技术激进的同时，安全保障正成为用户体验的基石。

2、增程与纯电路线融合，多能源路线成主流。

10月的销量已透露出一个重要信号：技术路线的“门户之见”正在被务实主义取代。小鹏即将推出增程车型，零跑在大电池增程技术上持续加码，表明“多能源路线”已成为头部玩家的共识策略。

未来，车企将不再拘泥于单一技术路线，而是根据多元化的市场需求，灵活提供纯电、增程/混动等多种选择，力求覆盖最广泛的用户群。这无疑对理想汽车在增程领域的先发优势构成了严峻的挑战，也逼迫所有玩家必须具备更全面的技术储备。

3. 出海之战：从“走出去”到“走上去”。

出海已从“可选项”变为“必选项”。比亚迪海外155.5%的同比激增、奇瑞以历史最快速度达成年度出口超百万辆，以及零跑借力Stellantis将网点铺到欧洲，都标志着中国汽车的全球化进入新阶段。但下一阶段的出海，将从简单的贸易出口，转向本地化生产、品牌建设和渠道深耕的全面竞争。

4. 成本生死线：没有极致效率，就没有参赛资格。

在10-20万元的主流市场，惨烈的价格战仍将是常态。这意味着车企需要在保证技术和品质不缩水的前提下，进行更极致的成本控制。

比亚迪之所以能掀起“电比油低”的浪潮，其垂直整合的供应链体系是关键；

零跑也凭借“全域自研+垂直整合”模式重构了成本优势。这种由规模和全产业链带来的成本优势，正在向市场中后段的玩家传递巨大的“窒息感”。无法在成本和运营效率上跟进的企业，将首先被清出市场。

总而言之，2025年末的销量榜单，是上一轮竞争的结果，也是下一轮竞逐的起点。未来的决胜点，交织在技术、市场、成本与效率多个维度。当然，新能源战场一向充满意外，“变化”仍未结束，压轴戏还在后头。

HTML版本： [10月车圈成绩单出炉：零跑登顶，鸿蒙智行站稳高端，理想失速](#)