

上汽王者归来？连续两个月，销量反超比亚迪！

来源：黄文旺 发布时间：2025-11-17 17:11:56

金秋时节，风云突变。中国汽车市场的销量桂冠，再次迎来了令人窒息的争夺战。

一度被比亚迪夺去光环的上汽集团，正悄然上演一场精彩的回归大戏。



连续两个月销量反超比亚迪，上汽向比亚迪发起了猛烈反击，一场关乎王冠归属的拉锯战已进入白热化。

1. 连续两个月反超

金九银十的销售旺季刚刚落幕，中国汽车市场的排名已然生变。



当红炸子鸡比亚迪在这两个月，风头意外被上汽集团抢走。

9月份，比亚迪售出39.6万台新车。虽然比亚迪以接近40万台的销量，创下了自己今年以来单月销量新高，但是与去年同期的41.9万辆相比，还是下滑了5.5%。



比亚迪销量同比下滑这一些消息，引发了市场广泛关注。与此同时，上汽集团“乘虚而入”。

9月份，上汽集团销量为44.0万辆，同比劲增40.4%，实现了对比亚迪的反超。

虽然4.3万台的领先幅度不大，但这如同一声春雷，预示着市场格局的变化。果然，刚刚过去的10月份，上汽这场逆转大戏继续上演。

今年10月份，上汽销量45.4万台，同比增长13.0%；比亚迪44.2万台，同比下滑12.1%。

此消彼长之中，上汽已经连续两个月实现了对比亚迪的销量反超。

2. 销冠宝座更迭战

上汽集团曾是中国汽车行业，无可争议的绝对霸主。

2006年，上汽集团销量攀升至122.4万台，一举超越共和国长子（一汽集团），首次成为中国汽车销冠。

从此之后，上汽集团就稳居销冠宝座。截至2023年，上汽集团在车市销冠的宝座上，稳稳地连续坐了18年之久。

不过进入新能源汽车时代，比亚迪乘着时代东风迅速崛起，于2024年以427.2万辆的年销量终结了上汽的18连冠。

这场变革不仅是一家企业超越另一家企业，更是一个时代对另一个时代的超越。

不过上汽集团在失去王座后并未沉沦，而是开启了全面改革。

2024年，王晓秋接棒退休的陈虹，成为上汽董事长，对内调整管理层，对外加速向新能源和智能化转型，终于在今年实现了对比亚迪的反超。

今年前10个月，上汽累计销量364.7万台，比亚迪370.2万台。上汽虽然还是落后比亚迪，但差距依然很小。到年底，车市销冠花落谁家犹未可知。

3. 有三大隐忧暗藏

然而，如果就此认为上汽集团已经王者归来，显然不够客观，因为上汽存在三大隐忧。

首先，与比亚迪全部都是自主品牌不同，上汽集团销量中，有很大一部分是由合资品牌贡献的。

传统燃油车时代，合资品牌是车市的主流。然而如今的新能源汽车时代，自主品牌已经取代合资品牌成为车市主流。

上汽未来的希望在于自主品牌，而非合资品牌。而上汽的自主品牌——荣威、MG等，相对于其他头部自主品牌来说，并不算强。

其次，上汽的销量中，有很大一部分是传统燃油车，新能源转型依然需要努力。

比亚迪早就停产了燃油车，其销量全部由新能源车贡献。但对于上汽集团来说，燃油车还很重要，新能源车尚不能担起全部重担。

上汽的新能源车，主要是由五菱品牌旗下的微小型车贡献，而在中高端领域乏善可陈。

飞凡品牌功亏一篑，智己品牌算不上一线头部阵营，上汽的自主新能源板块尚需努力。

智己L7最低售价：29.19万起最高降价：0.80万图片参数配置询底价懂车分4.15懂车实测空

间 • 性能等车友圈2.5万车友热议二手车14.58万起 | 9辆

最后，上汽的净利润与比亚迪相差甚远。

今年前三季度，比亚迪归母净利润高达78.23亿元，而同期上汽只有20.83亿元，这还是前者下滑32.6%，而后者暴涨644.8%的情况。

上汽不仅与比亚迪存在很大差距，而且也比不上长城汽车（22.98亿元），甚至还不如后起之秀赛力斯（23.71亿元）。

赛力斯抱住华为大腿一飞冲天，从三四线边缘小厂跻身新能源头部玩家。反观抛出“灵魂论”的上汽，丧失了一个好机会。

HTML版本：[上汽王者归来？连续两个月，销量反超比亚迪！](#)