

10月销量再降、业绩连跌两季，比亚迪销量、业绩双失速

来源：戴淑婷 发布时间：2025-11-17 21:45:58

编辑导语：在“金九银十”行业旺季中，销量端的不涨反降；连续两个季度的业绩下滑，净利润暴跌，成为比亚迪今年以来竞争局面愈发严峻的缩影。

“金九银十 销量连跌”

11月2日，比亚迪发布10月产销快报。数据显示出，比亚迪的销量又一次同比下滑，10月比亚迪销量44.1万辆，同比下滑12.1%，在此之前，9月比亚迪销量为39.6万辆，也同比下滑5.5%。在年末冲刺销量较为关键的“金九银十”，这个时间点上，比亚迪销量与去年同期相比，少卖了8.4万辆新车。



连续两个月的销量同比下滑，显示出这家头部新能源车企正面临越来越大的竞争压力。今年1-10月，比亚迪累计销量370万辆，还同比增长13.88%，但其增速已经落后新能源行业整体，乘联会数据显示，今年以来国内新能源车累计批发销量约达到1148万辆，同比增长29%。

作为对比，行业中的主流车企普遍在这个“金九银十”完成了销量的同增。如正与比亚迪竞争年销冠的上汽，其9月销量达到44万辆，同比增长40.4%。还有与比亚迪一并列入“自主五虎”的吉利、奇瑞、长安、长城等也均增长，吉利10月同比增长35%，奇瑞同比增长3.3%、长安同比增长10%。

拆分比亚迪的销量结构来看，拖累其今年以来销量增长的症结，主要在于其自身插混板块的崩盘；数据显示，前1-10月，比亚迪插混车型累计销量182万辆，同比下滑2.69%，而仅

在10月，其插混车就同比暴跌了30%。这正是今年以来比亚迪在国内市场上，面临的主要挑战。

一、主要财务数据

(一) 主要会计数据和财务指标

公司是否需要追溯调整或重述以前年度会计数据

☐是 ☒否

	本报告期	本报告期比上年同期 增减	年初至报告期末	年初至报告期末比 上年同期增减
营业收入（元）	194,984,598,000.00	-3.05%	566,265,546,000.00	12.75%
归属于上市公司股东的净利润（元）	7,822,640,000.00	-32.60%	23,333,173,000.00	-7.55%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	6,890,751,000.00	-36.65%	20,490,492,000.00	-11.65%
经营活动产生的现金流量净额（元）	—	—	40,845,498,000.00	-27.42%
基本每股收益（元/股）	0.85	-36.09%	2.56	-11.42%
稀释每股收益（元/股）	0.85	-36.09%	2.56	-11.42%
加权平均净资产收益率	3.40%	-4.08%	10.83%	-6.32%
	本报告期末	上年度末		
总资产（元）	901,925,091,000.00	783,355,855,000.00		
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	245,515,455,000.00	185,251,104,000.00		

插混市场的统治力下滑，早就露出过端倪。但过去的两年时间内，比亚迪通常能够再推出“冠军版”“荣耀版”等系列产品，以“以价换量”的手段，对抗竞争对手的挑战。但随着2025 年国家对内卷式竞争、供应链账期的加大管控，比亚迪的此前惯用的“价格战手段”正在失灵。

比亚迪股份有限公司
2025年10月产销快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

比亚迪股份有限公司（以下简称“本公司”）2025年10月产销快报数据如下：

单位：辆

项目类别	产量					销量				
	本月	去年同期	本年累计	去年累计	累计同比	本月	去年同期	本年累计	去年累计	累计同比
新能源汽车	429,808	536,134	3,643,377	3,297,044	10.50%	441,706	502,657	3,701,852	3,250,532	13.88%
-乘用车	424,174	531,003	3,595,640	3,283,439	9.51%	436,836	500,526	3,655,718	3,236,957	12.94%
-纯电动	219,382	206,499	1,797,558	1,379,347	30.32%	222,558	189,614	1,828,462	1,359,193	34.53%
-插电式混合动力	204,792	324,504	1,798,082	1,904,092	-5.57%	214,278	310,912	1,827,256	1,877,734	-2.69%
-商用车	5,634	2,131	47,737	13,605	250.88%	4,870	2,131	46,134	13,605	239.10%
-客车	367	438	4,073	3,756	8.44%	367	438	4,073	3,756	8.44%
-其他	5,267	1,693	43,664	9,849	343.32%	4,503	1,693	42,061	9,849	327.06%
合计	429,808	536,134	3,643,377	3,297,044	10.50%	441,706	502,657	3,701,852	3,250,532	13.88%

注：本公司2025年10月出口新能源汽车合计83,904辆；

本公司2025年10月新能源汽车动力电池及储能电池装机总量约为27,362.36MWh，折合当量发电量为27,362.36MWh/0.11kWh/kWh=249,657.82MWh。

另请注意，上述产、销量数字未经审核，亦未经本公司审计师确认，或会计师事务所出具专项审计报告，本公司刊登本报告书，并不构成任何投资建议，投资者应自行判断，并自行承担投资风险。

比亚迪的优势区间集中在 8-20 万元的中低线市场，而随着吉利银河、奇瑞风云、长安启源等老牌大厂推出的新能源品牌发展逐渐成熟，比亚迪在插混市场领先优势不再，市场份额被蚕食，还有小鹏、零跑等在低价位市场的发力，甚至包括燃油车的反扑，都对比亚迪的销量增长造成干扰。

Q2、Q3业绩连续下滑

销量表现的不振，连带比亚迪的业绩也进一步受到影响，10月30日，比亚迪发布三季度报告。

财报显示，比亚迪的核心财务指标出现全面下滑，营收、利润双降，其中，三季度营收1949亿，同比下滑3.05%，三季度净利润78.22亿，大幅下降32.6%，还有扣非净利润为68.9亿，同比下滑36.65%。毛利率方面，三季度为17.87%，虽较二季度回升，但还同比去年减少了2.51个百分点，处近年低位。

这也是比亚迪连续第二个季度交出的负增长业绩。今年二季度，比亚迪净利润为63.6亿元，对比去年二季度，同比下滑了约30%。连续两个月净利润的暴跌，也影响到比亚迪今年以来的整体业绩，前三季度，比亚迪实现营收5662.66亿元，同比增长12.75%，而净利润则为233.3亿，同比下降7.55%。

比亚迪三季度的业绩下滑，一方面与三季度销量承压存在密切关系，整个三季度，比亚迪售出新车 111.42 万辆，同比下降 1.8%。另一方面，自然是行业的竞争加剧，比亚迪的单车平均售价在三季度同环比双降。国金证券发布研报称，第三季度，其计算比亚迪单车ASP为13.7万元，同比下降1.5%，环比下降0.4%；

需要注意的是，10月份的开局不利，俨然已经给比亚迪的四季度业绩埋下了重大不确定性。这意味，其四季度若未能改变销量下滑的处境，其全年或面临以净利负增长收官的可能。而资本市场，已经对比亚迪的短期增长放缓表现出担忧的一面。

从5月份的高点至今，比亚迪股价跌幅已经超过20%。而为向市场传递信心，比亚迪高级副总裁罗红斌及其他32名核心人员，还曾于今年9月通过集中竞价交易方式增持公司A股股份共计48.82万股，增持金额合计5232.78万元。但更早之前，巴菲特已在今年一季度完成了对比亚迪的清仓。

加强研发 强化海外攻势

从比亚迪规划上来看，在国内市场销量增长压力见长的情况，其已经加大了对海外市场的攻略，试图挖掘新的增长空间。产销快报数据显示，10月，比亚迪海外市场销量达到83904辆，同比增长了155.5%，而今年前1-10月，比亚迪海外市场累计销量也达到78.51万辆，已经超过2024年全年海外销量总和。

这也是比亚迪基本面上，难得的好消息之一。其中，几个核心市场，如欧洲市场也还呈现爆发式增长态势，在前9月时，已经累计售出 12 万辆新车，同比增长超过300%。比亚迪此前透露，预计到2026年年底，携手当地经销商和合作伙伴，在欧洲开设超2000家门店，其中，德国市场今年年底将完成120家网点布局。

此前，比亚迪利用其早期的技术领先优势，以及对供应链率先实现垂直整合、进而带来的成本优势，接二连三打响价格战，进行销量端的快速突破。但在当前的行业竞争局面已经发生变化，行业反内卷声浪迭起的情况下，尤其是国内市场，竞争对手在比亚迪的核心领域已经趁机打响了招牌，技术差距不断缩小。

新的竞争局面之下，比亚迪除了加大对海外市场的突破以外，也在加大研发投入力度，寄希望于技术突破，在市场中重新建立增长优势。从三季度报来看，比亚迪 2025年以来，累计已经投入了437.48 亿进行研发，同比增长了31.3%，超过其今年同期233.33亿元的净利润总和。

HTML版本：[10月销量再降、业绩连跌两季，比亚迪销量、业绩双失速](#)