

销量下滑，新能源疯涨，用户算账改写车市规则

来源：金竣木 发布时间：2025-11-10 16:49:48

今年十月汽车市场显得不同寻常，全国整体销量比去年同期下降了百分之七，但新能源汽车反而卖得特别好，比亚迪一个月就卖出超过四十四万辆，零跑、蔚来和小鹏汽车的销量也创下新高，这一现象并不是依靠降价促销带来的，而是消费者自己算过账后，发现电动车在日常使用中更划算。

我身边有几位朋友都换上了电动车，这些朋友说每个月开一千三百公里左右，电费只要一百多块钱，要是换成燃油车，油钱就要花掉七百多块，保养费用也差得远，电动车一年保养只用两三百元，燃油车却要一千五以上，算下来电动车的开销还不到燃油车的十分之一，这个数字让人很动心。

很多人觉得新能源车都是高端产品，实际上并非如此，真正带动销量的其实是二十万以下的车型。今年前九个月里，小型和微型电动车已经卖出215万辆，比去年增长接近六成，八成有车的家庭选择的是二十万以内的车型，从三五万的代步车，到十五、二十万的家庭用车，构成市场的主战场。像赛力斯、深蓝这些品牌，每月销量达到三四万台，靠的就是价格实惠、功能实用，没有太多花哨的设计。

配置现在也不是高价车才能有的东西，极氪和领克把智能驾驶和大屏座舱这些功能都装进了十五到二十万的车里，蔚来做了三个品牌，从高端车型到普通车型全都覆盖，零跑用同一个平台生产不同车型，这样成本降下来了，价格也变得更有竞争力，800V快充和磷酸铁锂电池这些技术越来越常见，续航和充电问题没有过去那么让人担心了，虽然二手车贬值还是个问题，高速上充电费用比较高，但多数人在家里充电，一年下来的总花费还是比油车节省不少。



新势力车企有三种生存方式，零跑选择薄利多销的路子，靠扩大销量来分摊成本，卖得越多利润越高，极氪和领克坚守二十万元以上市场，保持品牌形象，依靠较高利润维持运营，蔚来先通过高端车型树立口碑，再推出大众车型吸引更多顾客，传统车企也在积极跟进，学习新势力的高性价比和高周转策略，竞争焦点落在价格战的应对能力上，市场没有受到质疑声音的影响，反而用每月交付数据证明，消费者并非盲目跟风，而是真正认可这些车辆的价值。



我认识一位开网约车的司机，去年换成电动车后，他说现在每公里成本不到三毛钱，而以前开油车时至少一块二。这位师傅每天跑三百多公里，一个月能省下两千块左右。他从不关注那些技术参数，只看实际账本上数字的变化。这样的用户越来越多，整个汽车市场也就跟着改变了。汽车厂商再怎样宣传，不如让用户自己算明白这笔账。



有人说电动车是政策催生出来的，但我觉得不是这样，政策只是推了一把，真正让市场转向的，是千千万万个家庭在日常开销里做出的选择，这些家庭不看产品发布会，不追热点新闻，只看钱包和里程表，当一个选择能让每个家庭每月少花几百块钱，大家就会主动改变老习惯，车市的规则早就不是厂家说了算，而是用户亲手改写的。

HTML版本: [销量下滑，新能源疯涨，用户算账改写车市规则](#)