

10月新能源销量：带油箱的电车不好卖了

来源：孙思洁 发布时间：2025-11-23 04:05:49

今年，中国车市最突出的主题，俨然集中在“油电之争”。

电车，在打赢渡江战役后，试图将油车一举歼灭。油车，随着阵地的不断失守，还在想尽办法在电车的猛攻中求存。



由此将视线聚焦刚刚过去的10月，结合乘联会公布的终端数据，战况可谓充满看点。就拿大家都很关心的新能源零售渗透率为例，最终以57.2%收官，较去年同期提升4.3个百分点。

不过，与9月的57.8%相比，也出现了环比微跌。面对这样的结果，只能说：“无疑再次印证了文章开篇的判断。”



两方阵营的厮杀，正迈入到白热化阶段。



油车通过以价换量的方式，依旧展现出一定抵御风险的能力。电车虽然代表大势，但由于相关政策的逐渐退坡，高速增长期感觉已经临近尾声。

最近，更是看到一种观点认为，“经历了很长一段的飞奔，电车已经渐渐进入到了存量竞争时代。”

从中读出的主旨：“接下来以身入局的每一家主机厂，日子都不会好过。当然，只要你能成功挺过这段最难熬的日子，那么必将迎来丰厚的红利与回报。”

而在聊过了全局战况，接下来的篇幅，让我们把视线继续拉回到电车所取得的10月成绩单上。因为，除了新能源零售渗透率的波动，还有不少具体表现值得展开分享。

整体响起，涨声一片

话不多说，直接上结果。

10月，新能源乘用车生产达到165.7万辆，同比增长19.8%，环比增长10.2%；1-10月累计生产1,203.7万辆，同比增长30.3%。

10月，新能源乘用车批发销量达到162.1万辆，同比增长18.5%，环比增长8.5%；1-10月累计批发1,205.8万辆，同比增长29.9%。

相比之下，10月传统燃油乘用车批发销量为131万辆，同比下降3%，环比增长1%；1-10月累计批发1,170万辆，同比下降2%。

10月，新能源乘用车市场零售128.2万辆，同比增长7.3%，环比下降1.3%；1-10月累计零售1,015.1万辆，同比增长21.9%。

相比之下，10月传统燃油乘用车零售为96万辆，同比下降10%，环比增长2%；1-10月累计批发910万辆，同比下降4%。

10月，新能源乘用车厂商出口25.1万辆，同比增长104.2%，环比增长18.6%；1-10月累计出口187.9万辆，同比增长71.7%。

相比之下，10月传统燃油乘用车出口32万辆，同比下降2%，环比增长0.1%；1-10月累计批发269万辆，同比下降7%。

事已至此，本段的小标题，便是我心中最大的感触：无论“油电之争”的炮火多么激烈，电车还是响起了涨声一片，而油车的渐渐衰败难以逆转。

而10月，新能源车厂商批发渗透率同样达到55.3%，较2024年10月提升5.1个百分点。如此结果，再次从侧面证明了，两条技术路线目前在各家主机厂战略打法中所占的比重。即便油车仍有利可图，但相信没有谁会不去投入巨大精力与资源押宝电车。

与此同时，10月乘用车批发销量超两万辆的车型共有32个。

前十名分别为五菱宏光MINI的61,119辆、比亚迪宋的51,186辆、吉利星愿的45,328辆、比亚迪秦的44,532辆、吉利博越的38,679辆、特斯拉Model Y的38,562辆、比亚迪元UP的37,685辆、比亚迪海鸥的36,604辆、小米YU7的33,662辆、比亚迪海狮06的33,200辆。

第十一至第二十二名分别为比亚迪海豹06的32,807辆、日产轩逸的32,360辆、大众速腾的30,564辆、五菱缤果(图片|配置|询价)的27,321辆、比亚迪海豚的26,766辆、比亚迪秦L的26,716辆、吉利缤越的24,495辆、吉利星越的23,978辆、奇瑞瑞虎8的23,973辆、丰田RAV4的23,669辆。

第二十一名至第三十二名分别为哈弗大狗的23,426辆、特斯拉Model 3的22,935辆、大

众帕萨特的22,416辆、奇瑞瑞虎5X的22,050辆、比亚迪海豹05的21,985辆、长安CS75的21,882辆、本田CR-V的20,843辆、智己LS6的20,832辆、零跑C10的20,420辆、问界M7的20,256辆、深蓝S05的20,102辆、方程豹钛7的20,024辆。

简单统计，电车已然牢牢占据了20个席位。

显然，各家头部主机厂，对于爆款产品的定义能力，正在变得越来越游刃有余。顺势，望向更深处，随着月销突破2万辆大关的选手越来越多，电车对于潜在客户群消费心智的占领，同样将变得愈发彻底。

还是那个道理：“羊群效应，不可忽视。”

油箱魔法，不奏效了？

今年，“油电之争”肯定是中国车市最突出的主旋律。

而望向电车阵营内部，其实也有属于自己的“油电之争”，那便是：纯电、插混、增程三方势力的你争我夺。

实际上，早在去年，曾有过一个判断：“三条技术路径，有可能三分天下。”但从截至目前的结果来看，方向却完全相悖。

拿10月新能源零售销量为例，纯电共售出81.2万辆，同比增长20.4%；插混共售出36.1万辆，同比下跌10.3%；增程共售出10.9万辆，同比下跌7.7%。

继续望向10月新能源批发份额占比，纯电62.9%(同比+6.3%，环比-0.6%)、插混29.6%(同比-4.9%，环比+1.2%)、增程7.5%(同比-1.4%，环比-0.6%)。1-10月新能源批发份额累计占比，纯电62%(同比+4.0%)、插混29%(同比-2.9%)、增程9%(同比-1.1%)。

试问，你有什么感受？我的答案：“都说电车只要加油箱就能大卖，曾经甚至是行业公认的销量魔法，如今却有些失效的意味。”

作为另一维度的论据，新势力一直是中国车市绝对的“风向标”。10月，其零售份额占比，更是逼近整体的23%。进一步拆解该群体，纯电新车销量占比，竟然达到了十分夸张的74.3%，较去年同期的53.6%，可谓大幅提升。

事已至此，只能说今年纯电的“加速度”，远比想象中强大。反观插混、增程，在经历了过去几年的疯狂增长，逐渐放慢了脚步。

对于这样的结果，其实并不意外。首先，在供应端，纯电车型身处各个细分市场，本就是在爆发。

其次，今年许多选手的最终定价环节，都在贯彻“油电同价”甚至“电比油低”的方针。换言之，大家纷纷意识到，卖纯电很难获得高溢价，只有先革自己的命，才能让消费者感

到“超值”，才能从插混与增程手中抢夺份额。

再者，目前人人喊着消费降级的大环境，恰巧与纯电提供的最大长板相匹配，一旦天天用电，很难再用回油了。最后，动力电池原材料成本的不断下降，也给了售卖纯电的主机厂们，投身价格战的机会。

反正，多条因素累加，促成了眼下的局面。当然，面对纯电的欣欣向荣，也有质疑声：“这是一场虚假繁荣。”

他们觉得，“A00级与A级小车在政策辅助下的销量激增，才是暴涨背后的诱因。身处更高级别的细分板块，纯电并没有展现出吊打插混、增程的竞争力。”

对此，我却认为“虚假繁荣”有些言重了。

毕竟，亲眼见证了身边不少友人，过去都是增程、插混的车主，今年在换购过程中，开始纷纷倒戈纯电。尤其是当全国补能网络愈发成熟，纯电的优势无疑被更好地发挥出来。

实际上，回望2021年的中国新能源市场，纯电份额足足占据82%；2022年，降至75.7%；2023年，继续缩水至67%；2024年，一度只有58.5%。

与这条下滑曲线相对应的，是插混与增程的飞速上升与高歌猛进。

而截至今年10月，纯电份额占比重新爬升到63%，终于止跌回升。兜兜转转，你可以将整个过程，视为技术路线不断迭代发展的一个轮回。

反正，在我心中，随着技术的不断迭代，纯电、插混、增程之间的稳态关系，大概率会朝着“70%、20%、10%”无限靠拢，三分天下基本没戏。明年，将会是更好的一个验证节点。

这也对各家主机厂的战略打法，提出了更高的要求，必须学会审时度势。

HTML版本： [10月新能源销量：带油箱的电车不好卖了](#)