

政策收紧前夜车市上演最后狂欢，谁在狂奔谁掉队？

来源：荣姿康 发布时间：2025-11-23 12:00:51

整个10月，多家新能源车企出现自燃事件。

10月5日，福建省宁德市，一辆阿维塔06在停车场发生起火。

10月13日，成都天府大道一辆小米SU7 Ultra超速追尾后撞向绿化带起火，车门无法打开引发广泛讨论。

新能源品牌	10月份销量	环比	同比
比亚迪	441,706	11%	-12.10%
上汽新能源	206,692	9%	32%
吉利新能源	77,882	8%	64%
长安新能源	119,167	16%	40%
奇瑞新能源	110,346	20%	55%
零跑	70,289	5%	84%
华为鸿蒙	68,216	29%	64%
特斯拉中国	61,497	-32%	-9%
赛力斯新能源	51,456	15%	43%
长城新能源	46,155	0%	44%
小鹏	42,013	1%	76%
广汽埃安	41,503	43%	4%
蔚来	40,397	16%	93%
小米	40000+	-4%	-
理想	31,767	-6%	-38%
北汽新能源	30,542	49%	112%

注1：以上数据均为车企自行公布数据
注2：特斯拉数据为乘联会公布的10月份销量数据



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

10月23日，上海北翟路高架上一辆大众途观L新能源在行驶中突发自燃。

鸿蒙智行全系车型

10月交付新车

68216台

单月交付再创新高



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

10月24日，陕西西安曲江一辆行驶中的保时捷Taycan突发自燃。

方程豹 豹5 长续航版全新上市



东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

随着新能源保有量的持续增加，碰撞后车门解锁逻辑、电池热管理系统可靠性这些问题，已成为比续航里程更牵动消费者神经的核心指标。

销量狂奔背后是政策的倒计时

10月车市的“冲刺感”非常明显，它主要源于双重驱动力。这既有年底业绩压力，更有政策窗口期的紧迫感。据乘联会11月1日公布的数据显示，整个10月15家新能源车企平均销量首破10.1万台，中位数达5.1万台，较去年同期分别增长15.6%和26.1%，即便是榜单最后一位的北汽新能源销量也突破3万台，这要放在去年可跻身前十。

这种增长态势与2025年购置税政策调整的预期深度绑定。财政部最新细则明确，明年起仅绿牌新能源车可享免税，但有三道门槛：

纯电车型需满足续航 ≥ 500 公里、百公里电耗 $\leq 13\text{kWh}$ ；插混车型要求纯电续航 ≥ 250 公里且亏电油耗 $\leq 5\text{L}/100\text{km}$ ；售价超33.9万元部分还需按10%征税；

这一政策倒逼车企精准卡位，小米、奇瑞等品牌推出最高1.5万元购置税补贴，其根本目的是提前锁定政策红利期客户；而蔚来ET9等高端车型则需在定价策略上平衡免税额度与品牌定位。

此外另据乘联会数据显示，截止到9月末行业库存降至39天，同比减少6天，这意味着车企正通过加速去化应对政策不确定性，一场“抢在政策调整前出货”的竞速赛已然打响。

品牌梯队细分下的销量分化与政策响应

随着新能源购置税调整的临近，10月车市政策倒计时竞速赛已成为核心背景，而不同品牌梯队的销量表现，正在此背景下呈现出更明显的分化，这种差异不仅是市场竞争力的体现，更体现出了车企应对政策窗口期的策略响应。

比如第一梯队的比亚迪虽然仍然是稳坐头部，但同比下降12.1%的数据显示这种“独大”的优势正在被蚕食。

而第二梯队的上汽、吉利、长安、奇瑞已形成清晰追赶态势，四家车企已经连续多月销量破10万并创历史新高，核心原因正是精准踩中政策节点——通过稳定主流车型产能、优化补贴后定价，在“抢政策红利期出货”的竞争中快速拉近与比亚迪的差距。

第三梯队的分化则更具代表性：零跑、小鹏、蔚来抓住冲刺窗口持续爬坡，零跑靠性价比车型快速走量、小鹏依托智驾车型打开溢价空间，均实现销量新高。

问界M9最低售价：46.98万起
图片参数配置询底价
懂车分4.11
懂车实测空间·性能等
车友圈6.6万
车友热议二手车37.80万起 | 109辆

另外，销量榜中，华为是个典型的正面范例。10月鸿蒙智行销量达68216台，继9月首破5万台后10月进一步攀升，大幅逼近7万台关口。鸿蒙智行的成功并非仅靠品牌影响力，更关键的是鸿蒙生态在智驾与智能座舱领域构建的差异化壁垒。从城区NOA的流畅度到车机互

联的无缝体验，这套技术体系直接解决了高端用户对“智能价值”的核心诉求，也正是这份技术硬实力，在高价位市场站稳脚跟。

但反观理想，却成为销量榜中唯一同比环比双降的车企，从去年同期中游跌至中下游。究其根源，笔者认为或许是其产品矩阵的定位过于单一，过度依赖家庭场景和奶爸的人设定位，且对政策补贴的适配性不足，导致在窗口期竞争中后劲乏力。

而另一个双下降的就是特斯拉，据了解特斯拉在中国市场面临的竞争压力持续升级，本土品牌通过丰富产品线持续抢占市场，令其在第三季度净利润同比大降37%，同时在北欧部分市场销量同样也是暴跌近八成。

战略车型，车企的破局之刃

如果说9月新能源车市是聚焦旗舰车型，那10月上市的新车则更侧重战略落地。尤其是随着广州车展的临近，这种发布更像是车企为年底冲刺与明年布局的“预热动作”。

比如10月16日，零跑发布旗舰D平台及首款车型D19，定价25-30万元直指中高端市场。这不仅是零跑首次跳出“性价比舒适区”，更是其摆脱低价标签、提升品牌溢价的关键尝试，若能站稳脚跟，将彻底改写二线新势力的竞争格局。

豹5最低售价：23.98万起
图片参数配置询底价
懂车分3.97
懂车实测空间·性能等
车友圈9.1万
车友热议
二手车17.98万起 | 60辆

而比亚迪则借助10月完成中高端版图补位，不仅方程豹推出26.98万起豹5(图片|配置|询价)长续航版和37.98万起的豹8大五座版，腾势N8L也完成同步上市。这三款车精准覆盖25-40万元核心区间，直接对标特斯拉Model Y、理想L系列，凸显比亚迪从“全价位覆盖”向“中高端深耕”的转型策略。

除此自外，还有走量与焕新并行的还有北汽与极氪：北汽阿尔法T5及增程版同步上市，瞄准15-20万元主流家用市场，试图靠“实用属性”打开销量缺口；而极氪7X完成焕新上市，通过配置升级巩固其在高端SUV市场的基本盘。

不难发现，10月的新车矩阵已形成“高端突破、主流走量、技术补位”的三层布局，而这些车型大概率将在广州车展进一步开放体验、释放优惠，既是为年底销量冲刺加码，也为2022年政策调整后的产品策略埋下伏笔。

新势力玩家与跨界玩家呈现差异化路径

10月新势力玩家与跨界玩家清晰划分出“销量卓见成效”和“高端化遇阻”两大态势。

蔚来、小鹏、零跑在销量赛道上成效显著，三家均创月度历史新高。蔚来虽面临新加坡政府投资公司的诉讼（源于2022年灰熊做空报告，与当前经营无关），但乐道L90的17342台和萤火虫的5912台的销量表现还算亮眼。小鹏则仍然依托MONA M03第20万辆下线的规模效应

连续四个月新高，上周刚结束的小鹏科技日中所展示的飞行汽车和人形机器人更是技惊四座。零跑则靠多年坚持的性价比路线突围，自5月起每月销量上台阶，近三月加速拉升，不仅连续6月新高、成为新势力中销量最高者，更敢推出定价超20万元的D19，迈出跳出低价怪圈、提升品牌价值的关键一步。

和新势力车企不同，跨界车企最近属实有点难受，除了前面说到的理想，更难受的还有小米。虽然因为SU7 Ultra的供不应求已经小米已实现4万台的交付，但最近半年频繁出现的安全事件以及企业对此的消极回应引起争议。这不仅包括刚刚在成都发生的追尾后车门无法开启争议，更有3月份在安徽铜陵发生的3名大四女生遇难事件和9月份国家市场监督管理总局启动的98462辆2024款SU7后驱长续航智驾版的召回事件。

由于小米巨大的网络声量，这些事件被置于舆论的放大镜下承受了更为严峻的考验，而且据悉这不仅已经影响到部分小米YU7用户产生弃单行为，更是令小米股价在当日蒸发数亿元。而这也反映出车企想打造高端化和品牌底蕴不能仅靠定位，技术支撑才是关键。

写在最后

整个10月整个新能源车市呈双面态势，其中既能看到安全警报，又能看到车企冲刺，而且行业销量均值以及销量中位数同比显著提升，也反映出当前国内车市还是一片向好。而战略车型密集落地，不仅为即将到来的广州车展提前预热，也为适配明年政策铺路。当前行业分化加剧，而守住安全底线、夯实技术实力，正成为车市从规模扩张转向高质量发展的核心支撑。

HTML版本： [政策收紧前夜车市上演最后狂欢，谁在狂奔谁掉队？](#)