

10月新能源销量榜大洗牌！零跑夺新势力销冠、小米_蔚来破4万辆

来源：李淑芬 发布时间：2025-11-11 21:52:04

近日，乘联会公布了2025年10月新能源乘用车厂商批发销量数据，从这份涵盖超40家车企的销量榜单中，我们既能看到头部企业的绝对统治力，也能洞察到新势力、传统车企在新能源赛道上的进阶与博弈，更能捕捉到市场结构的微妙变化。10月新能源销量榜大洗牌！比亚迪狂卖43万辆，零跑、小米太亮眼！

比亚迪：以“断层优势”定义行业标杆

在10月的新能源乘用车批发销量榜单中，比亚迪以436,856辆的成绩一骑绝尘，这一数字不仅远超第二名吉利汽车（177,882辆）的两倍之多，更几乎相当于“上汽通用五菱+长安汽车+奇瑞汽车”三家销量的总和。

比亚迪的领先并非偶然，而是其全产业链布局、车型矩阵多元化的必然结果。从经济型的海鸥、元系列，到中高端的汉、唐系列，再到王朝、海洋两大产品序列的持续迭代，比亚迪实现了对不同消费层级、使用场景的全面覆盖。同时，其在电池技术（刀片电池）、电驱系统（e平台）上的技术壁垒，进一步夯实了成本控制与产品竞争力，让它在“价格战”与“技术战”中都占据主动。这种“规模+技术+生态”的三重优势，使其在新能源赛道上的领先地位短期内难以被撼动。

传统车企集团：分化中寻求新能源破局点

传统车企在新能源领域的表现呈现出明显的“分化”特征。吉利汽车以177,882辆位居第二，展现出传统车企转型的强劲势头。上汽通用五菱（115,688辆）、长安汽车（106,697辆）、奇瑞汽车（104,588辆）紧随其后，构成了传统车企新能源第一梯队的“第二阵营”。上汽通用五菱凭借宏光MINI EV等车型在微型电动车市场的深厚积淀，持续收割下沉市场需求；长安汽车的深蓝、阿维塔品牌在电动化、智能化领域快速迭代；奇瑞汽车则依托混动技术与出口优势，在新能源赛道上稳步前行。



而部分传统合资车企的表现则相对黯淡，如上汽大众（5,091辆）、一汽大众（2,048辆）、北京现代（437辆）等，在新能源转型的节奏上明显落后于自主车企与新势力，其市场份额正被快速挤压。这种分化背后，是传统车企对新能源战略重视程度、技术投入力度以及市场响应速度的综合体现。

2025年10月新能源乘用车批发销量（辆）

注:初稿数据(含预估 非最终排名)



上月万辆以上厂商本月合计: 1,512,065

10月新能源乘用车批发销量预估: 1,610,000



东梦汽车网

按占比预估

新势力与跨界玩家：在细分市场的精耕与突围

新势力与跨界入局者在10月的表现，凸显了新能源赛道“细分市场精耕”的竞争逻辑。零跑汽车以70,289辆跻身第七，再次证明了“性价比+全域自研”策略的成功。零跑通过对核心技术（如电池、电驱、智能座舱）的自主研发，实现了成本的有效控制，从而在15-20万元市场区间打造出极具竞争力的产品，持续吸引着注重实用性的消费者。小米汽车销量破4万（40,000辆）成为当月最大亮点之一。作为跨界造车的代表，小米凭借在消费电子领域积累的用户运营、智能化技术优势，以及“极致性价比”的定价策略，实现了“出道即高峰”。

“蔚小理”中的小鹏（42,013辆）、蔚来（40,397辆）、理想（31,767辆）仍稳居第一阵营，但分化也在加剧。理想凭借“家庭智能旗舰”的精准定位，在增程式电动领域持续领跑；小鹏则在城市NGP（自动导航辅助驾驶）技术的加持下，强化了“智能电动”标签；蔚来的换电体系与用户运营模式，使其在高端市场保持稳定。

此外，赛力斯汽车（48,700辆）凭借与华为的深度合作，在“智能汽车解决方案”赛道上快速起量；极狐汽车（23,387辆）等品牌也在各自的细分市场中寻求突破。这些新势力与跨界玩家的崛起，不断重塑着新能源汽车市场的竞争边界。



市场结构与趋势：从“量”的增长到“质”的进阶

从整体市场来看，2025年10月新能源乘用车批发销量预估达1,610,000辆，万辆以上厂商合计贡献了1,512,065辆，占比高达93.8%。这一数据既反映了新能源汽车市场的集中度在不断提升，头部效应愈发明显；也说明新能源汽车的市场渗透率正持续走高，成为车市增长的核心动力。

在竞争维度上，市场已从早期的“电动化替代”转向“智能化、生态化、个性化”的综合比拼。比亚迪的全产业链优势、小米的生态跨界、零跑的全域自研、理想的场景定义，都表明企业必须构建“技术+产品+生态+服务”的综合竞争力，才能在激烈的市场中立足。

对于消费者而言，新能源汽车的选择也愈发多元化：追求性价比可关注比亚迪、零跑；偏爱智能化可选小鹏、小米；看重高端体验可考虑蔚来、极氪；而传统车企的新能源产品则在“品牌信任度”上仍有一定优势。

HTML版本：[10月新能源销量榜大洗牌！零跑夺新势力销冠、小米_蔚来破4万辆](#)