

# 10月新势力销量：都杀疯了，除了那谁

来源：李佑芝 发布时间：2025-11-12 11:25:16

“杀疯了，都杀疯了。”

刚刚过去的10月，用文章开篇的一段话形容大部分新势力造车，无疑显得莫名的恰当。从它们各自的终端成绩单来看，身处所谓的“银十”，几乎家家都在创造历史佳绩。



当然，其中也有例外。

作为旁观者，对于此情此景的最大感触则集中在，“中国车市正展现出愈发残酷的一面，输与赢往往就在转瞬之间。想要获得胜利唯一的方法，就是靠自己突出重围。”

由此将视线首先聚集吉利银河。



10月，共售出新车127,476辆。必须承认的是，身兼整个大吉利电动化转型排头兵的重任，今年它冲锋的速度确实恐怖。

甚至已经提前足足两个月，完成了年销百万的目标。按照目前的势头下去，吉利银河必定会成为比亚迪王朝与海洋网，不能忽视的劲敌。你品，你细品背后的“含金量”。



反观零跑，10月交付新车70,289辆，首次突破7万辆大关。

要知道，早在两年前，其还在泥潭中挣扎，眼下早就轻舟已过万重山。试问，究竟做对了什么？凝结成一句话，“找准自己的定位，造用户认可的车。”

从B10，到C10，到C11，再到C16，四款纯电与增程双开SUV的齐头并进，组成了零跑最凶猛的攻击矩阵。当然，B01上市后的亮眼表现，也为其带来了足够的新鲜血液。

而接下来，全新个性化车型Lafa 5与旗舰SUV D19包括铁定走量的A10，还会先后登台。这家新势力造车的弹药库，可谓异常充沛。

也恰恰基于这样的背景，身为掌舵者的朱江明，悄然官宣正式将今年全年的销量目标，

从原本的50万辆-60万辆，上调到58万辆-65万辆。明年，更是将冲击百万辆。

必须承认的是，开窍的零跑，俨然阔步迈入新阶段。

至于拥有华为背书的鸿蒙智行，考虑到在售车型的均价，10月表现同样能够用恐怖形容，共交付新车68,216辆。

眼下，位于中高端市场，无论合资品牌也好，还是自主品牌也罢，谁都躲不开这家新势力造车的猛烈炮火。而它最吓人的地方，则是变态的调整能力，产品线全面覆盖15万元-100万元。

不可否认，鸿蒙智行的攻击范围，真的鲜有人可以抗衡，在全行业大打特打价格战的背景下，甚至还能拥有一定的溢价。

每一次想到这里，不禁再度感叹：“寡头下场，恐怖如斯。”

而排在第四位的新势力造车，则是小鹏。10月，共交付新车42,013辆。必须承认的是，非常的稳扎稳打。

实际上，早在二季度财报发布后的电话会上，何小鹏便立下了常态月销4万辆的目标。从结果来看，没有食言，尤其是全新P7的输出，远比预想中的强势。

马上，小鹏还将依托X9，正式开启增程路线。随着“两条腿走路”的产品布局逐渐完成，这家新势力造车无疑会试图站上月销5万辆甚至更高的台阶。

相比之下，死守纯电的蔚来，也令人十分惊喜。

凭借乐道L90与全新ES8两款大三排SUV的力挽狂澜，这家新势力造车10月交付量来到了40,397辆。用行动，让那些质疑声烟消云散。

今年剩下来的日子，大家最为关心的话题，肯定集中在徐徐拉开帷幕的四季度，蔚来到底能不能实现盈利。“好菜”已经下锅，就看厨师的功力了。

毕竟，从NIO本品牌，到第二品牌乐道，再到第三品牌萤火虫，都在各司其职，发挥不错的协同效应。于情于理，该总是遭受非议的李斌赢一次了。

而作为4万辆俱乐部的最后一位成员，在YU7产能不断爬升之后，小米的输出依旧非常稳定。

不过，理性客观的讲，从最近的舆论环境来看，这家新势力造车俨然有需要不少值得警惕的地方。还是那个道理，“红人是非多，守江山远比打江山难。”

无论YU7也好，还是SU7，绝没有到稳坐钓鱼台的地步。

与之类似，在收获S05这样一辆“大爆款”后，深蓝10月销量来到36,792辆。整体来看，可喜可贺。但本被寄予厚望S09的失利，其实更值得好好反思。

相信外界对于深蓝的期待，除了位于主流大众市场继续收割，还应该在中高端市场拿下阵地。对于全力新能源转型，刚刚晋升新央企的大长安来说，也显得至关重要。

反观理想，便是10月最失意的一家新势力造车。

都知道它增程板块腹背受敌，纯电板块立足维稳，可31,767辆的交付量还是让人有些大跌眼镜。毕竟，去年同期，早都冲到了5万辆附近。

最近，MEGA的召回事件，也给它的品牌形象蒙上了一层阴影。在经历了过去1000多天的高速增长期，理想好似慢下了前进的脚步。

但结合过往经历，仍然愿意相信这家新势力造车，具备走出低谷的实力与筹码。接下来，L系列的大换代，越来越不容有失。

排在理想之后，则是月销23,387辆的极狐。

必须承认的是，放弃幻想，主打极致性价比，确实收效不错。说到底，零跑的成功之道，已经向所有人证明，主流大众市场的蛋糕真的很大，只要肯用心，必定能分羹。

重塑发展之路的极狐，渐渐深谙其道。从考拉，到T1，再到全新T5，都逐步迈入正轨之中。

而品牌名与它一字之差的极氪，10月共交付新车21,423辆。

不可否认，在领克接过“向宽”的担子后，这家新势力造车有了转心“向上”的精力，不用再在20万元-30万元的市场鏖战。

今年，冲高之作9X能取得一份怎样的稳态成绩单，非常具有看点。与此同时，焕新后的001包括7X，能否稳中有进，同样十分重要。

至于岚图，身为国家队成员，在彻底拥抱华为之后，明显迎来了回报。10月，共交付新车17,218辆，便是最好的证明。

无论梦想家也好，还是知音，包括Free，再到追光L，以及箭在弦上的泰山，可以说这家新势力造车的打法，正在变得越来越清晰与精确，就是将华为的威力与附加值发挥到最大。

由此聚集阿维塔，在接连祭出11、12、07、06四张底牌，并且增程与纯电双线并行，10月共售出新车13,506辆，只能说不温不火。

其实，作为第一家拥抱华为的国家队成员，这家新势力造车曾占尽先发优势。但从阶段性结果来看，并没有率先脱颖而出。

究其背后的原因，总觉得阿维塔少了点足够狼性的战斗力。产品在设计层面的确非常吸睛，但与用户的需求却有些脱节，加之同级别的选择太过冗余。接下来，就看其如何调整与变革了。

而10月销量略低于阿维塔的智己，共售出新车13,159辆。

不可否认，在LS6增程版入场后，一定程度上为这家新势力造车注入了逃离泥潭的“源动力”，但按照其目前的处境，好似还远远不够。

今年，LS9这张牌能否成功，同样举足轻重。

总之，站在我个人的角度一直觉得，单月输出1万辆，是评判一家新势力造车如今，能否继续留在牌桌上的“度量衡”。上述三位，都得想尽办法让自己尽可能远离这根“价格显”才行。

当然，如果把该标准安在“小透明”极石身上好似并不适用。

10月虽然只交付新车1,426辆，但又是第一家公布销量数字的新势力造车。主攻海外市场的它，感觉在走一条与剩下的品牌，都不太相同的求存之路。

最终，能否达到胜利的彼岸，只能说：“不试试怎么知道？”

而阔步迈入四季度，今天文章的主角们彻彻底底迎来了真正意义上的年度决战。还是那个观点：“中国车市正展现出愈发残酷的一面，输与赢往往就在转瞬之间。想要获得胜利唯一的方法，就是靠自己突出重围。”

新势力造车，欲戴王冠，必承其重。

HTML版本： [10月新势力销量：都杀疯了，除了那谁](#)