

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2026.03)

盖斯特管理咨询有限责任公司

2026年3月20日

gast@gast-group.com

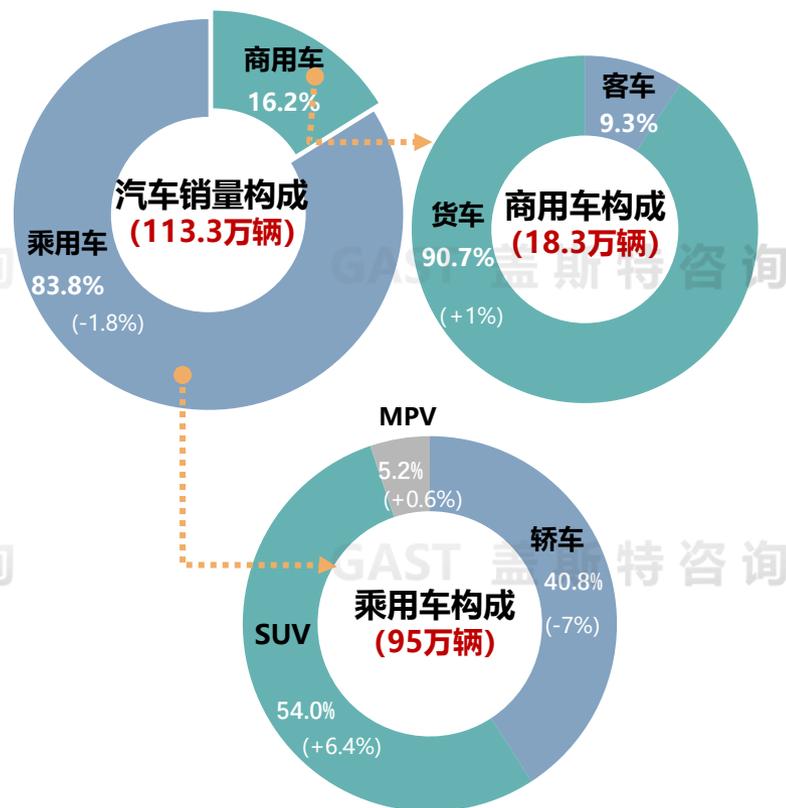
细分市场总览

- 2月，国内市场整体承压（同环比均下滑），其中乘用车市场降幅高于国内整体市场
- 2月，贸易出口量小幅下滑，但NEV出口表现依旧强劲，同比实现1.1倍高增长

2026年2月国内&出口汽车市场销量表现

万辆	2月销量	2月环比	2月同比	2月NEV渗透率	1-2月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量	180.5	-23.1%	-15.2%	-	415.2	-8.8%	-
国内市场销量	113.3	-32%	-32.9%	-	280	-23.1%	-
乘用车	95	-32.1%	-34.2%	-	235	-26.2%	-
轿车	38.8	-31.2%	-43.9%	-	95.1	-36.2%	-
SUV	51.3	-32.8%	-25.4%	-	127.8	-17.6%	-
MPV	4.9	-32%	-25.9%	-	12.1	-13.5%	-
新能源销量	44.5	-23.7%	-38.1%	46.8%	112.6	-27.5%	47.9%
商用车	18.3	-31.3%	-24.7%	-	45	-2%	-
客车	1.7	-23.3%	-33.2%	-	3.9	-26.2%	-
货车	16.6	-32%	-23.8%	-	41.1	1.1%	-
新能源销量	3.9	-36%	-7.5%	21.3%	9.9	25.3%	22%
出口市场销量	67.2	-1.4%	52.4%	-	135.2	48.4%	-
新能源出口量	28.2	-6.6%	110%	42%	58.3	110%	43.1%

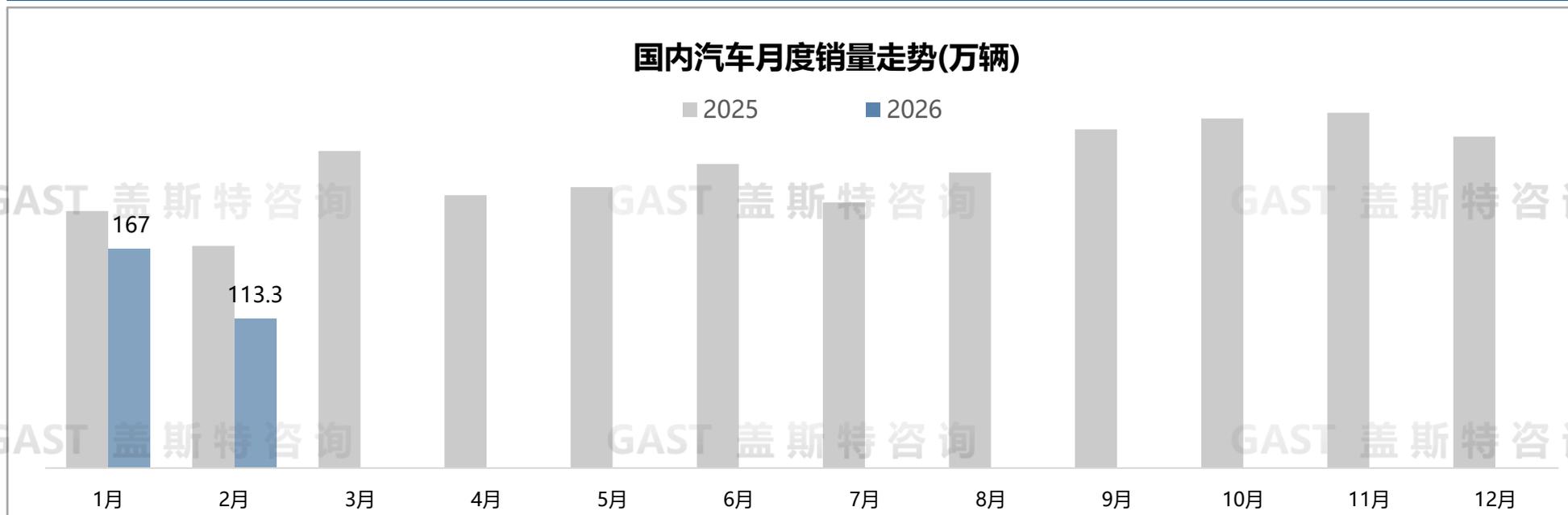
2月国内各细分市场占比及同比份额变化



国内汽车市场概况

- 2月，国内汽车市场销售113.3万辆，环比下降32%，同比下降32.9%（其中商用车降幅小于乘用车）；1-2月，国内汽车市场销售280万辆，同比下降23.1%

2026年2月国内汽车市场销量情况



- 国内乘用车市场：NEV受政策退坡影响&ICE降价刺激效果减弱 → 同比双↘
- 国内商用车市场：ICE下滑近6万辆，NEV同比小幅下滑（NEV重卡三年内首次↘）

国内乘用车市场：单月销量不足百万辆

- 2月，国内乘用车市场销售95万辆，环比下降32.1%，同比下降34.2%
- 原因分析：①需求透支严重；②政策退坡→用户消费信心偏弱；③春节假期影响

2025年2月~2026年2月国内乘用车销量走势(万辆)



政策特征

国家、地方出台多项措施

- **国家政策**：九部门发布《2026“乐购新春”春节特别活动方案》→ 鼓励增加春节期间消费品以旧换新补贴数量
- **地方政策**：湖北、福建、河南等地2026年汽车以旧换新补贴细则落地

供给特征

新车上市节奏放缓

- 2月车企新品投放偏少 → 以小改款及换代为主 (不足十款)
- 部分车企下调定价 (合资为主) + 更多车企/车型推出低息金融方案 (如极氪)

消费特征

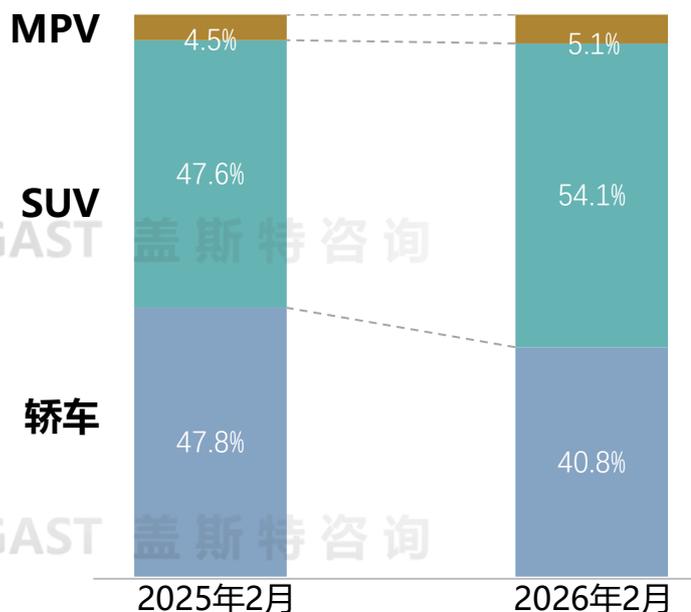
观望情绪加重

- 消费者等待北京车展期间新品投放 + 优惠政策力度扩大 → 用户观望情绪进一步加剧

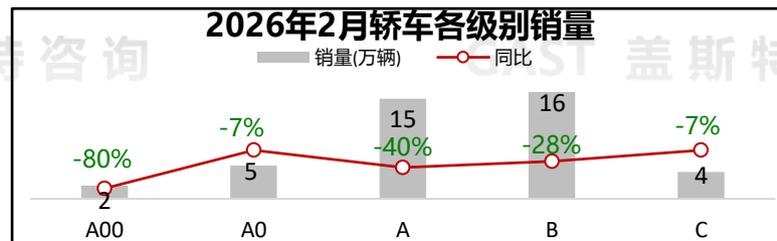
国内乘用车品类维度：轿车市场份额大幅下滑

- 从份额变化看：2月SUV同比增长6.4个百分点，轿车同比下滑7个百分点
- 从单月销量看：2月各品类同环比均呈两位数下滑，轿车同比降幅达44%（下滑最大）

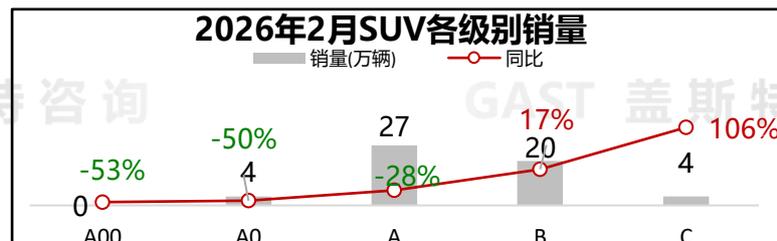
2026年2月狭义乘用车结构同比变化



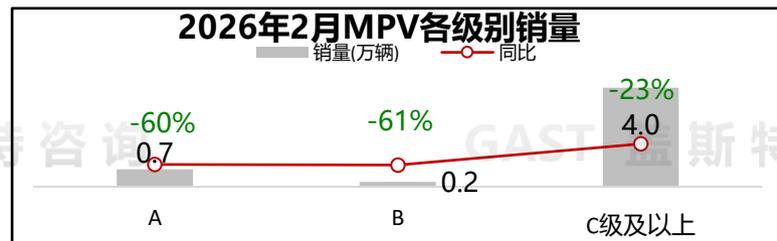
轿车



SUV



MPV

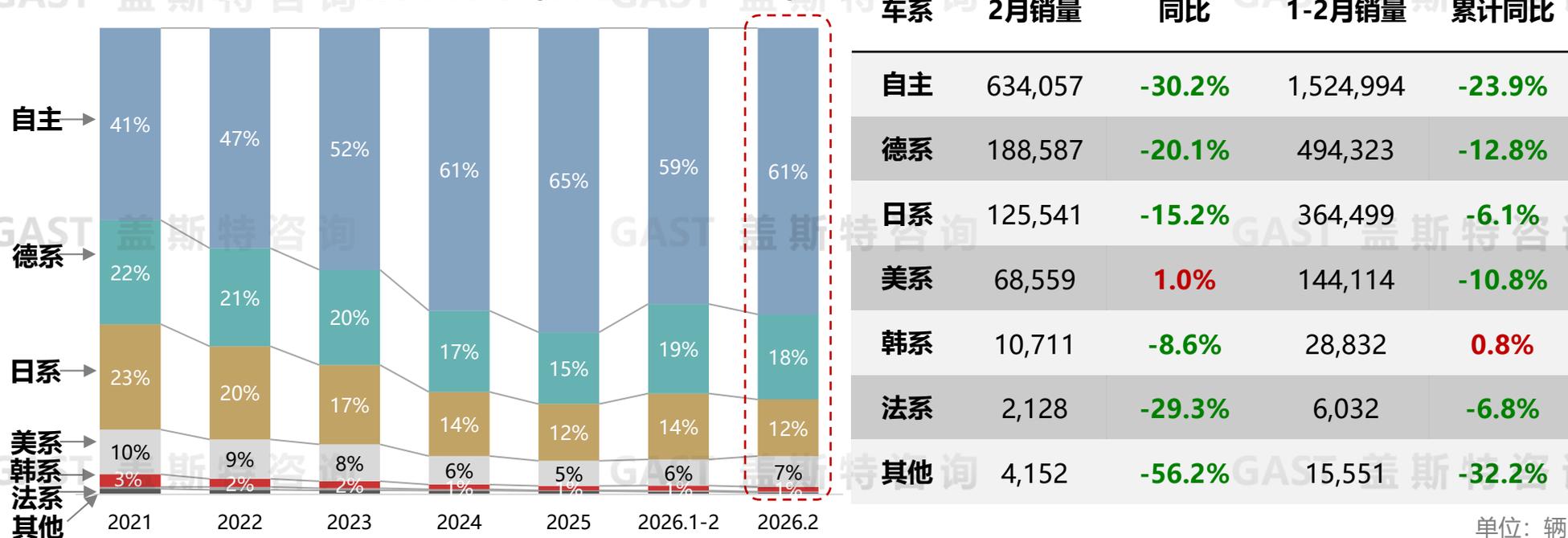


□ 轿车份额及销量大幅下滑：①政策退坡→A00级市场同比80%下滑；②部分热销轿车处于产品迭代周期 → 消费者等待新款（如小米SU7）；③主流合资ICE车型下滑较大

乘用车国别维度：自主品牌单月份额回升至61%

- 市场份额：2月自主品牌份额回升至61%；德系&日系份额下滑，美系小幅提升
- 同比变化：2月仅美系销量实现正增长，自主品牌销量同比降幅超30%

各国别细分市场份变化（按国内零售量统计）



- 德系同比下滑：豪华品牌降价带来的刺激效应减弱（奔驰月销近5年首次 < 2万辆）
- 美系销量小幅增长：特斯拉销量回升影响，但传统美系合资品牌销量下滑大

乘用车厂商国内销量排名TOP10

■ 2月，TOP10厂商中自主品牌仅占据4席，其中吉利连续两个月成为国内销量冠军；TOP10厂商中仅特斯拉和宝马实现正增长，自主品牌均出现同比两位数下滑

2026年2月乘用车企业国内销量TOP10

- 吉利连续2个月成为国内销量冠军（市场份额达14.1%，较去年同期提升1.3个百分点）
- 2月，极氪与领克品牌均实现同比正增长（其中极氪9X、领克10EM-P贡献主要增量）

- 2月，比亚迪多款热销车型处于迭代周期 → 其中王朝网及海洋网旗下均无车型销量过万（整体份额达8.6%，较去年同期下滑6个百分点）
- 2月，长安汽车NEV销量达2.8万辆，同比36.4%↘，深蓝贡献主要NEV销量（销量达1.2万，同比27%↘）
- 2月，奇瑞国内市场同环比降幅均超20%，仅部分主销ICE车型销量（瑞虎8等）实现同比正增长

- 同比基数较低（2025年2月工厂停产）+ 金融政策刺激，特斯拉2月销量同比增长超40%
- 2月，宝马5系大幅增长（宝马车型中增幅最大，同比40%↗），直接带动整体销量微增
- 主销ICE表现不佳（亚洲龙、RAV4荣放等同比两位数↘），一汽丰田2月同比降幅超20%

合资/外资品牌

自主品牌



单位：辆

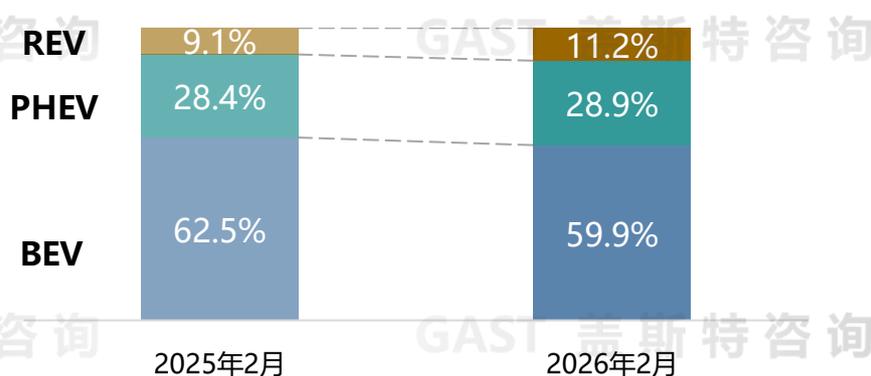
国内新能源乘用车市场概况

■ 2月，新能源乘用车国内销售44.5万辆，环比下降23.7%，同比下降38.1%

2025年2月-2026年2月新能源乘用车国内销量走势



国内新能源乘用车市场结构



总体特征

- 从单月销量看，NEV乘用车国内销量同比超35%下滑 (连续3个月同比下降)
- 从NEV渗透率看，国内乘用车NEV渗透率下降至46.8% (同比2.8个百分点↓)

动力形式趋势

- 2月，不同动力形式的份额变化：
 - BEV: 同比下降2.6个百分点
 - PHEV: 同比上升0.5个百分点
 - REV: 同比上升2.1个百分点

车系特征

- 2月，国内NEV乘用车渗透率：
 - 自主品牌64.5% (同比↓5个百分点)
 - 主流合资4.3% (同比不变)
 - 豪华品牌32.6% (同比↑9个百分点)

□ BEV份额下降：政策调整对A0&A00车型影响较大 (纯电销量同比下滑35%)
□ REV份额上升：2025年年底新上市产品&部分高端市场换代车型开始上量

新能源乘用车国内销量TOP15车型

■ 从品牌来看，比亚迪占据7席，仍保持断层领先；从动力类型看，纯电车型占据绝对主导地位 → 纯电10席（TOP5均为纯电车型）、插混4席、增程1席

GAST 盖斯特咨询

- 吉利星愿受竞品增多（极狐T1等）+ 政策退坡（以旧换新+购置税）影响 → 月销量连续5个月环比下滑
- Model Y推出限时金融优惠（七年超低息贷款）→ 月销同比超2倍增长

2026年2月新能源车型国内销量TOP15

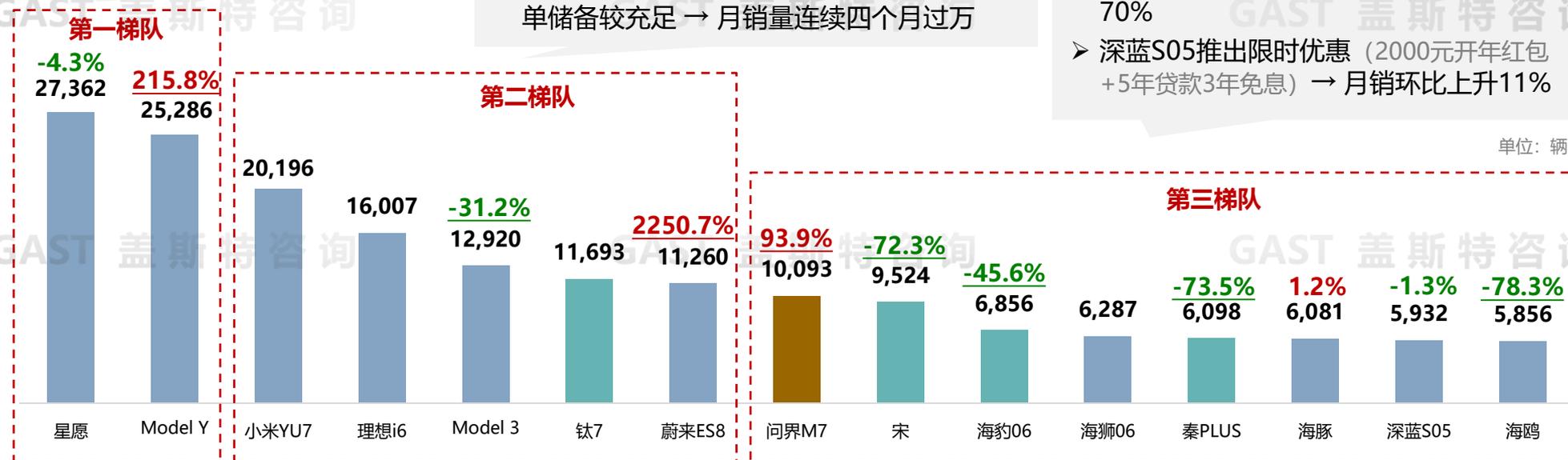
- 小米YU7订单稳定增加+全部产能供给（2月SU7阶段性停产）→ 月销仍稳定在2万辆以上
- 理想i6订单储备充足+产能持续爬坡 → 月销量连续3个月稳定在1.6万辆左右
- 全新蔚来ES8产品力升级（价格下调）+ 订单储备较充足 → 月销量连续四个月过万

BEV PHEV REV

- 新款问界M7上市以来订单稳定增长 → 虽受春节影响，月销量同比增长仍超90%
- 比亚迪多款车（宋系列、秦PLUS等）处于产品切换周期 → 月销量同比下滑超70%
- 深蓝S05推出限时优惠（2000元开年红包+5年贷款3年免息）→ 月销环比上升11%

GAST 盖斯特咨询

GAST 盖斯特咨询



GAST 盖斯特咨询

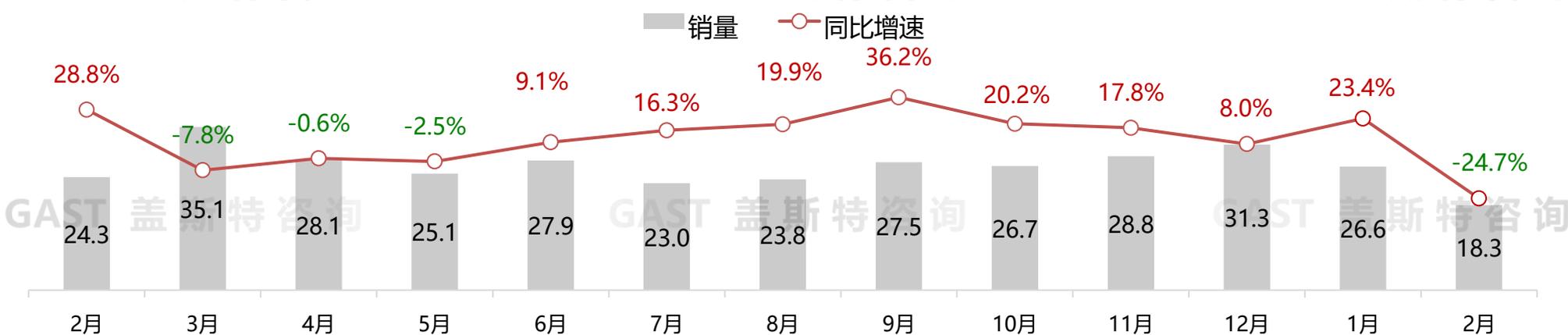
GAST 盖斯特咨询

注：动力类型以主销车型判定

国内商用车市场：同环比均超20%下降

- 2月，商用车国内销售18.3万辆，环比下降31.3%，同比下降24.7%
- 同比下降原因：①春节因素导致物流运输活动放缓；②客车采购需求进一步下滑

2025年2月~2026年2月商用车国内销量走势(万辆)



国内卡车市场特征

- **国内市场表现：**2月货车国内销售达16.6万辆，同比下降23.8%，环比下降32%
- **原因分析：**受季节性调整影响（春节因素），物流运输活动放缓，导致购车需求下降，叠加生产与交付周期延长 → 整体货车市场销量同环比均下降

国内客车市场特征

- **国内市场表现：**2月客车国内销售达1.7万辆，同比下降33.2%，环比下降23.3%
- **原因分析：**①各地政府采购预算收紧+客运市场恢复不及预期 → 整体客车需求持续萎缩；②新能源公交的渗透率已处高位 → NEV车型增长空间受限

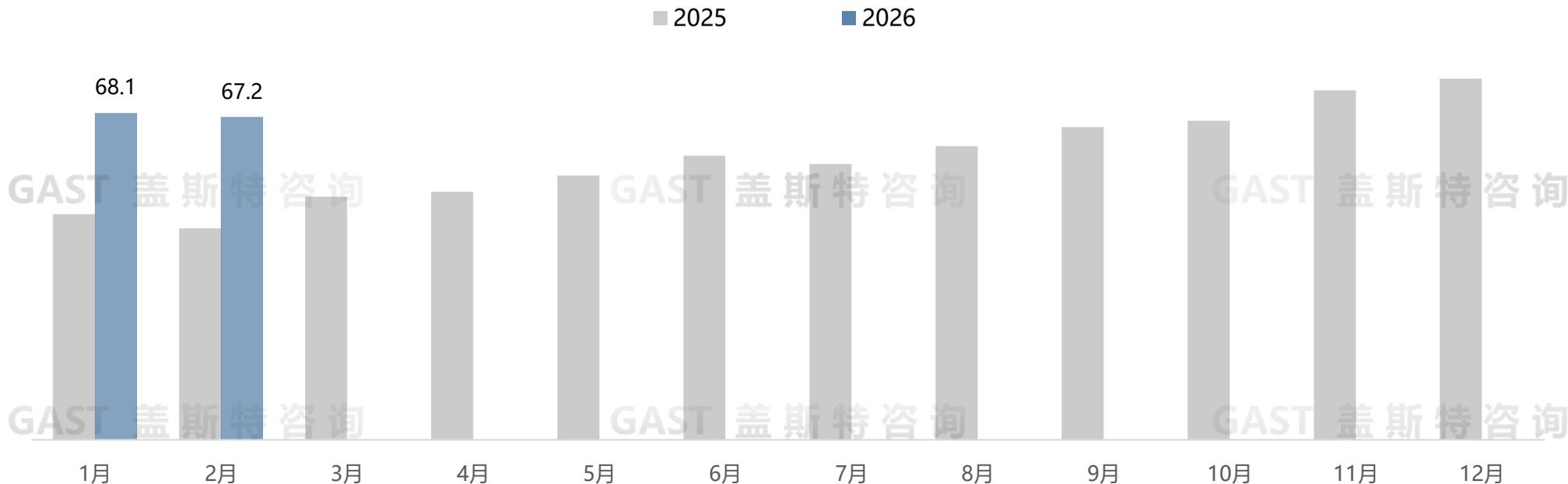
中国汽车出口总体概况

- 2月，汽车出口67.2万辆，环比下降1.4%，同比增长52.4%；其中ICE出口量同比增长超26%，NEV出口量同比增长1.1倍，NEV车型出口量占总出口量比例达42%

GAST 盖斯特咨询

中国汽车出口月度销量(万辆)

GAST 盖斯特咨询



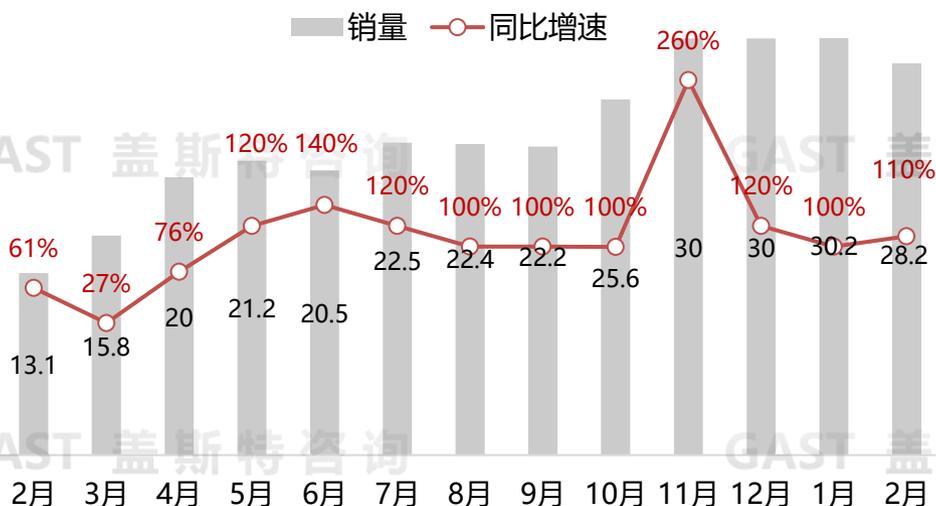
从车企维度看：①比亚迪单月出口规模反超国内市场销量；②吉利出口同比150%增长（出口重心转向NEV → 1-2月NEV车型出口量占总出口比例超50%）

新能源汽车出口市场：同比超1倍增长

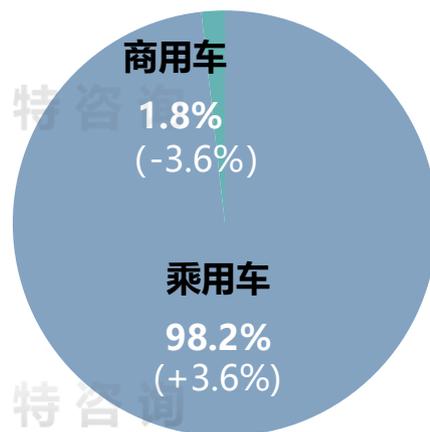
- 2月，NEV出口28.2万辆，环比下降6.6%，同比增长1.1倍，纯电占NEV出口量的比例超60%；其中，对欧洲、中东、东南亚地区NEV出口量同比增长显著

2026年2月NEV汽车出口销量情况

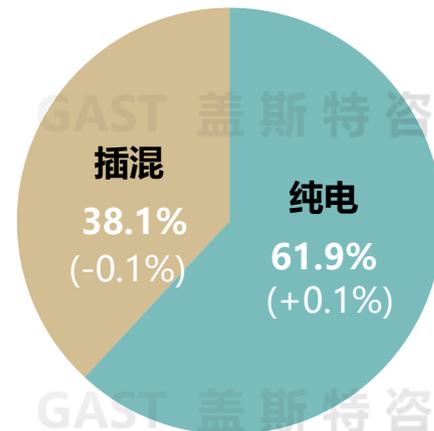
2025年2月~2026年2月NEV出口销量走势(万辆)



NEV出口车型结构及份额同比变化



NEV出口动力结构及份额同比变化

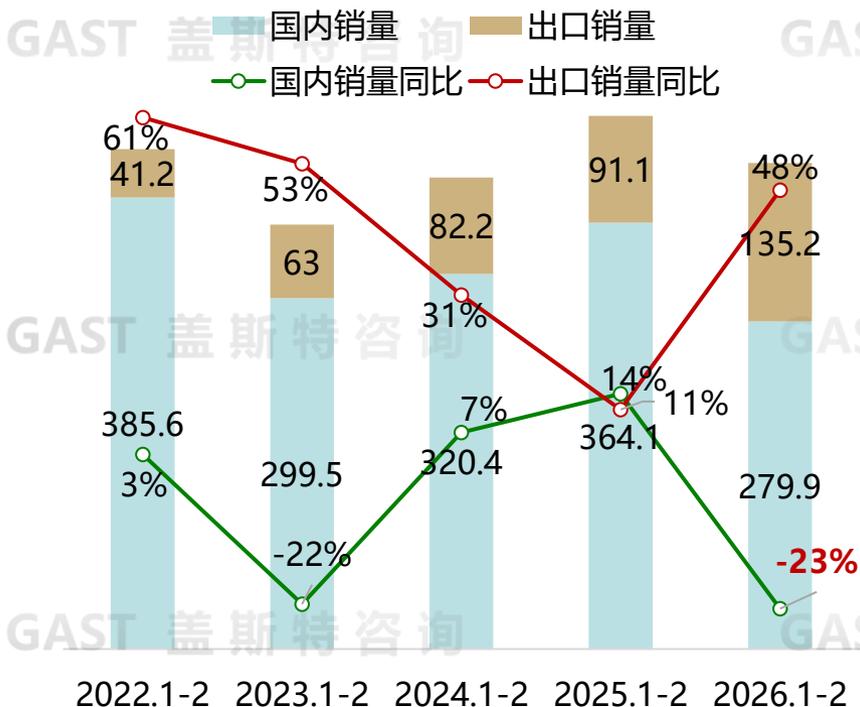


- NEV出口保持同比高增长：①从车型结构看，NEV乘用车出口贡献超15万增量；②从动力类型看，纯电与插混出口均同比增长超1倍，其中纯电贡献超9万增量

市场特征：车企多措并举应对市场下滑

■ 2026年1-2月，国内汽车市场销量出现明显回落，销量规模处于近五年最低位

近五年1-2月 汽车市场销量表现 (万辆)



1-2月整体汽车市场销量表现

- 1-2月，整体汽车市场同比减少40万辆，其中国内市场下滑超84万
 - 国内市场：从动力形式看，1-2月NEV同比减少43万辆，ICE同比减少超41万辆；从各价格段看：1-2月15万以下NEV乘用车减少超35万辆，ICE普遍下滑，其中10-15万减量最大（同比减少近10万辆）

车企通过多项举措调整应对市场冲击

- 金融政策：推出差异化让利措施 → 降低用户购车门槛
 - 低首付+长贷款周期（7-8年）→ 降低月供压力，撬动刚需与年轻用户
- 产品层面：密集发布年度规划 + 围绕核心技术快速迭代车型
 - 集中对外发布2026年产品规划信息&上市节奏 → 提前预热
 - 车企密集释放2026年度技术升级方向，抢占技术首发窗口期
- 出口层面：面对内需下滑，车企将出口作为一季度市场增长重心
 - 车企积极拓展新兴市场机会（1-2月中国出口印尼规模实现同比翻倍增长）
 - 加快推进海外本地化建厂进程及海外营销、服务等配套体系建设

□ 开年国内汽车市场需求走弱，车企主动调整策略应对市场下滑：以金融政策稳定短期销量，并积极预热待上市新品，同时扩大出口布局对冲国内下滑



智慧的传播者
Sharing Wisdom with You

公司简介

盖斯特管理咨询公司立足中国、面向世界，专注汽车全产业链生态，聚焦产业、企业、技术三大维度，进行战略设计、业务定位、管理提升、体系建设、流程再造、产品规划、技术选择及商业模式等深度研究。为汽车及相关行业的各类企业提供战略、管理、技术等全方位的高端专业咨询服务，为各级政府提供重要决策支持和实施方案建议。自创立以来，盖斯特以成为全球领先的汽车咨询公司为愿景，以“智慧的传播者”为使命，以帮助客户创造真正价值为目标，注重实际效果和长期合作，凭借全面、系统、先进、务实的咨询方法，已经与150余家国内外企业、行业机构及各级政府建立起了战略合作伙伴与咨询服务关系



公众号二维码

服务领域

为客户提供多样化的专业服务，供客户灵活选择合作模式，包括但不限于：

- 面向企业高层以及各级政府的战略、管理、技术等咨询服务
- 全方位定制式的专题研究服务：涵盖宏观经济、产业发展、政策法规、万物互联、商业模式、企业战略与管理、汽车市场与用户、产品研究、产品开发方法、关键技术、综合技术、节能汽车、新能源汽车、智能汽车、数字化转型、智能制造、车展研究、论坛解读等各个领域
- 作为客户长期可依赖的智库资源和伴随式顾问，提供可随时满足客户各种需求的定制式咨询服务，以及智力投资服务
- 提供会员制的沟通交流与深度研究的行业高端共享平台（CAIT）
- 拥有中、英、日三种语言的专题研究报告百余份供选购



网站二维码

联系方式
0512-69576333: 电话
GAST@gast-group.com: 邮箱
www.gast-auto.com: 网址