

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2026.07)

盖斯特管理咨询有限责任公司

2026年7月23日

gast@gast-group.com

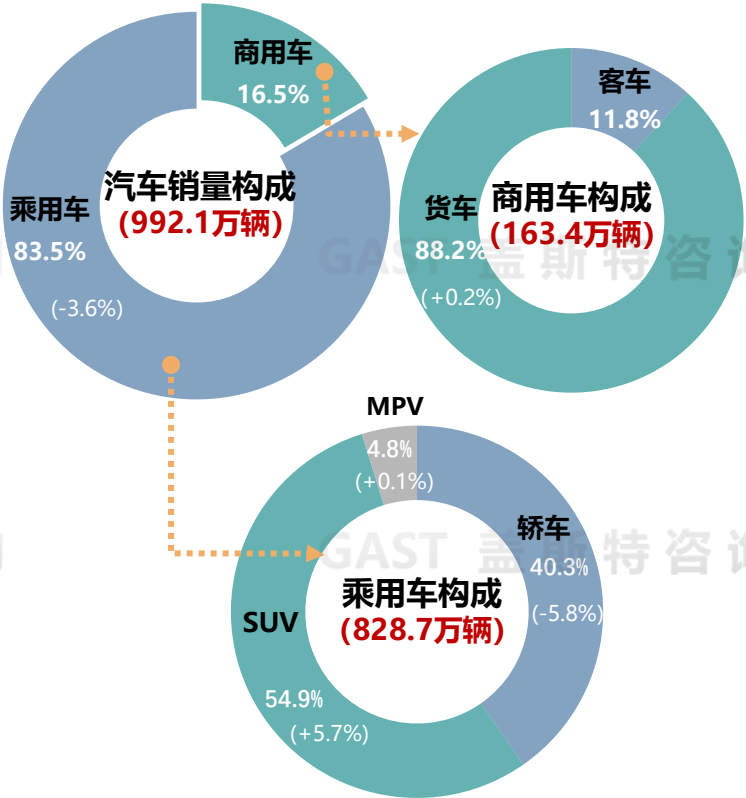
细分市场总览

- 上半年，国内乘用车市场销量下滑大，但商用车同比逆势增长（NEV商用车同比超40%↗）
- 上半年，贸易出口量同比增长65%（6月首次突破百万辆），其中NEV出口同比1.2倍↗

2026年6月国内&出口汽车市场销量表现

H1国内各细分市场占比及同比份额变化

万辆	6月销量	6月环比	6月同比	6月NEV渗透率	1-6月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量	281	6.9%	-3.2%	-	1501.7	-4.1%	-
国内市场销量	177.3	4.3%	-23.3%	-	992.1	-21.1%	-
乘用车	149.7	3.7%	-26.4%	-	828.7	-24.3%	-
轿车	58.1	-0.8%	-37.2%	-	334.3	-33.9%	-
SUV	84.7	6.5%	-16.6%	-	454.7	-15.5%	-
MPV	6.9	9.6%	-26.2%	-	39.7	-22.3%	-
新能源销量	100.7	6.3%	-4.5%	67.3%	459.4	-16.8%	55.4%
商用车	27.6	7.7%	-0.9%	-	163.4	0.8%	-
客车	4.3	10.5%	11.4%	-	19.3	-0.7%	-
货车	23.3	7.2%	-2.9%	-	144.1	1%	-
新能源销量	11.3	9.9%	61%	40.9%	49.6	40.2%	30.4%
出口市场销量	103.7	11.6%	75.1%	-	509.6	65.3%	-
新能源出口量	52.3	17.2%	160%	50.4%	235.5	120%	46.2%



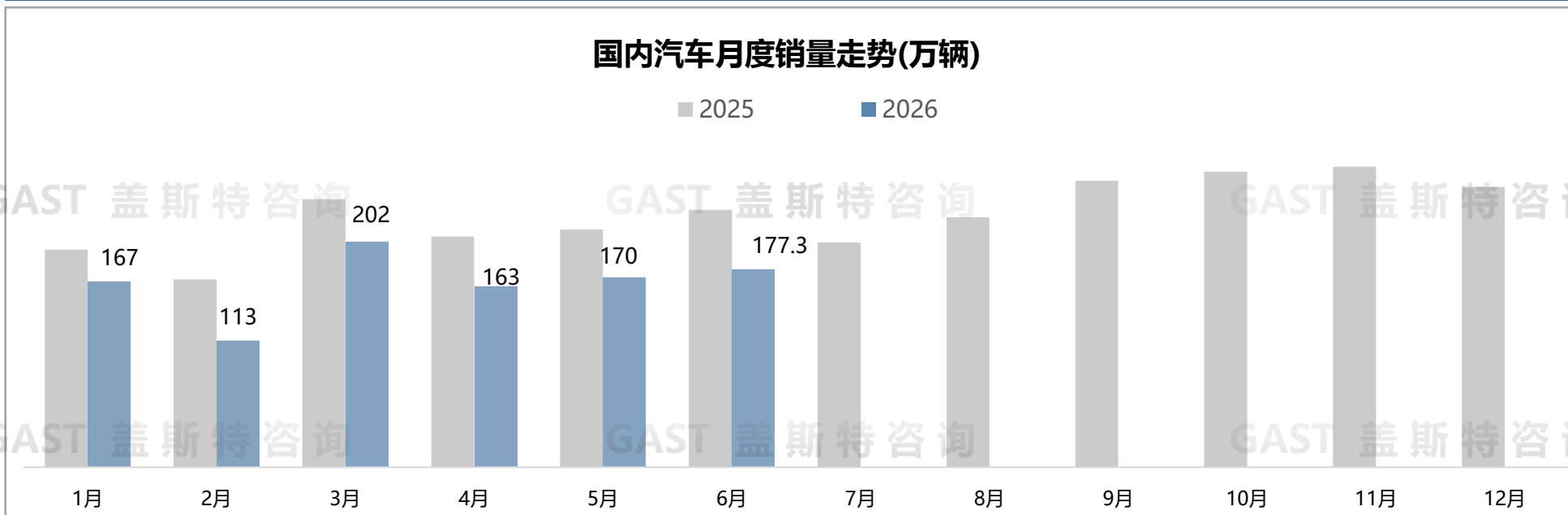
国内汽车市场概况

- 6月，国内汽车销售177.3万辆，环比增长4.3%，同比下降23.3%
- 1-6月，国内汽车销售992.1万辆，同比下降21.1%

2026年H1国内汽车市场销量情况

国内汽车月度销量走势(万辆)

■ 2025 ■ 2026

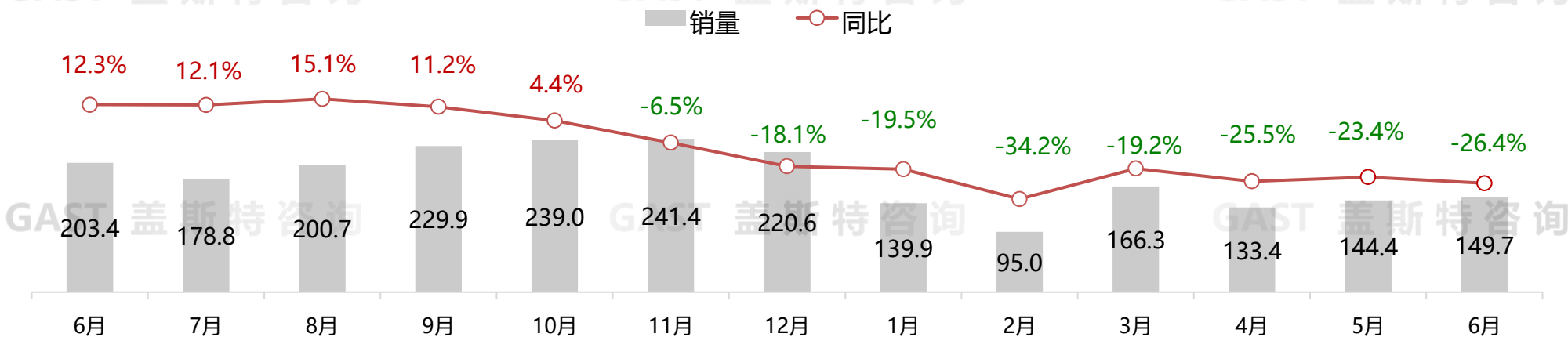


- 国内乘用车市场：NEV和ICE同比均超两位数下滑（其中ICE同比降幅更大，超30%）
- 国内商用车市场：存量置换需求释放带动商用车市场增长（NEV重卡增幅最高）

国内乘用车市场：同比超20%下滑

- 上半年，国内乘用车市场销售828.7万辆，同比下降24.3%（NEV降幅呈持续收窄趋势）
- 原因分析：①补贴政策退坡；②用户消费信心不足，观望情绪重；③油价高企制约ICE消费

2025年6月~2026年6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：**工信部等五部门开展2026年新能源汽车下乡活动
- **地方政策：**上海市汽车以旧换新补贴调整为即时摇号；合肥启动汽车促消费活动，发放消费补贴500万元

供给特征

NEV供给增加+ICE持续降价

- NEV供给持续增加 → H1多款中大型SUV上市+部分热门车型完成换代
- 上半年ICE仍尝试以“降价换量”策略，但整体提振效果持续减弱

消费特征

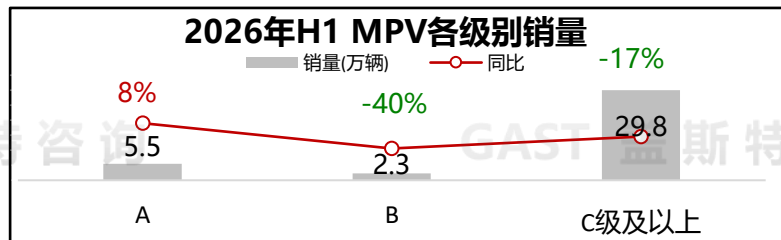
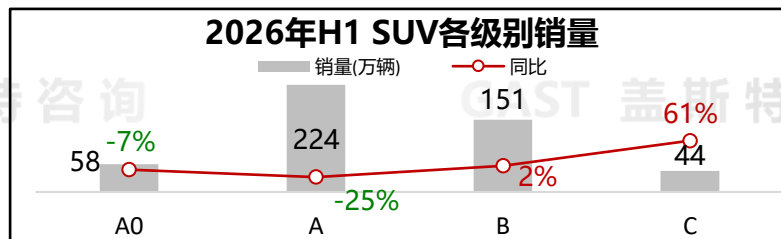
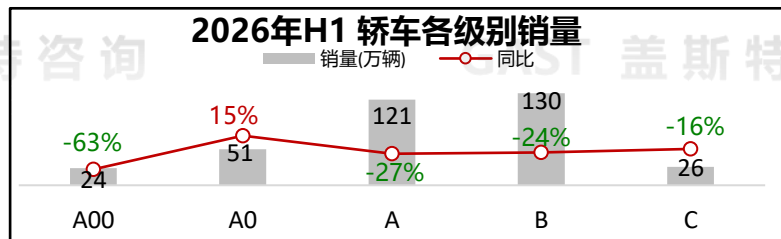
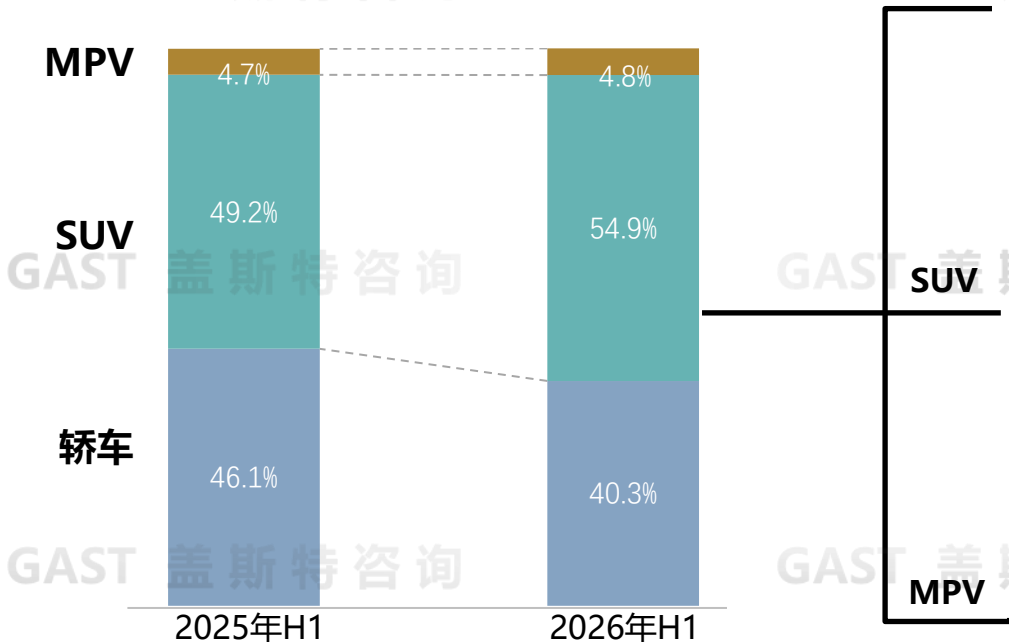
NEV有一定回暖+ICE持续萎靡

- 中高端新能源消费需求持续增长 → NEV销量连续4个月实现环比上涨
- ICE需求持续萎靡 → 6月单月销量不足50万辆

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：上半年SUV同比增长5.7个百分点，轿车同比降低5.8个百分点
- 从累计销量看：上半年各品类同比均呈两位数下滑，仅SUV市场降幅在20%以内

2026年H1狭义乘用车结构同比变化

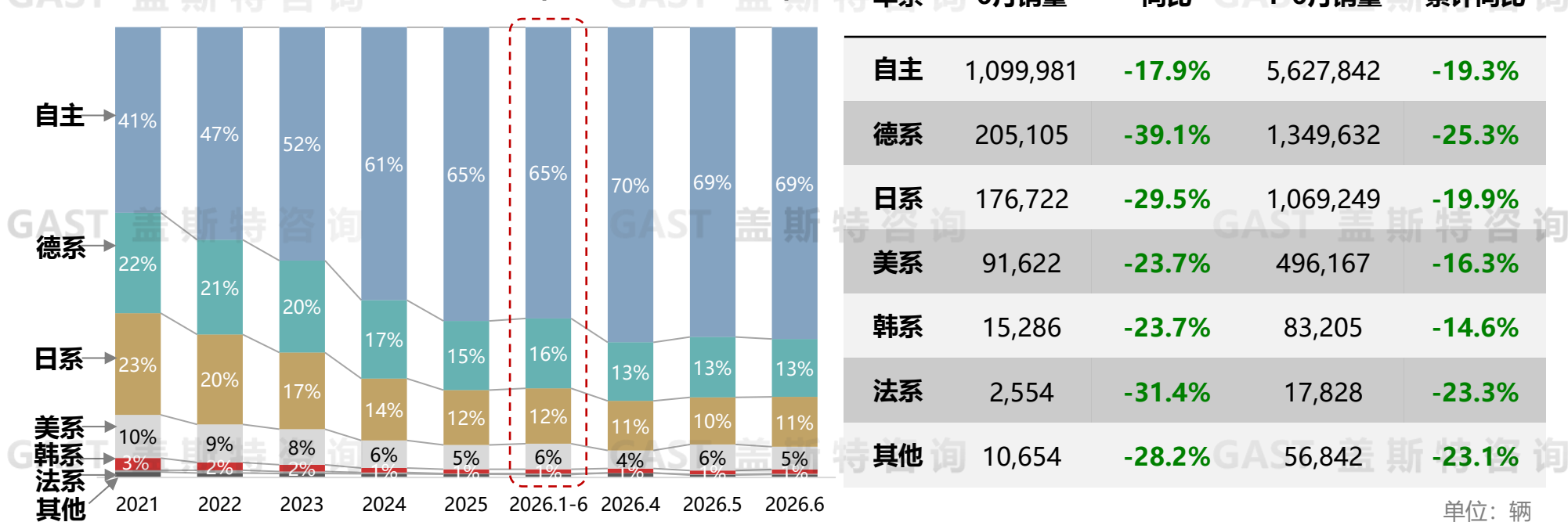


- **SUV份额大幅增长：**主流市场NEV新品竞争力提升+大五座&大六座消费需求扩张
- **轿车份额大幅下滑：**微型车消费需求大幅收缩+紧凑级ICE需求持续走弱

乘用车国别维度：自主品牌份额达65%

- 市场份额：进入Q2后自主份额稳定保持在70%左右 → H1份额与2025年全年持平
- 销量变化：主流合资品牌中，德系、日系降幅均高于自主，但美系降幅相对较小

各国别细分市场市场份额变化（按国内零售量统计）



- 德系降幅最大：BBA受自主高端市场冲击较大 → 累计销量较去年同期下滑超25%
- 美系降幅相对平缓：特斯拉（Model Y同比微增）、通用（NEV新品拉动）同比降幅 < 10%

乘用车厂商国内销量排名TOP10

- 上半年，TOP10厂商中自主品牌占据6席；从销量表现看，仅零跑实现同比正增长，自主品牌中比亚迪、奇瑞跌幅超35%；合资品牌中仅广汽丰田降幅低于10%

2026年H1乘用车企业国内销量TOP10

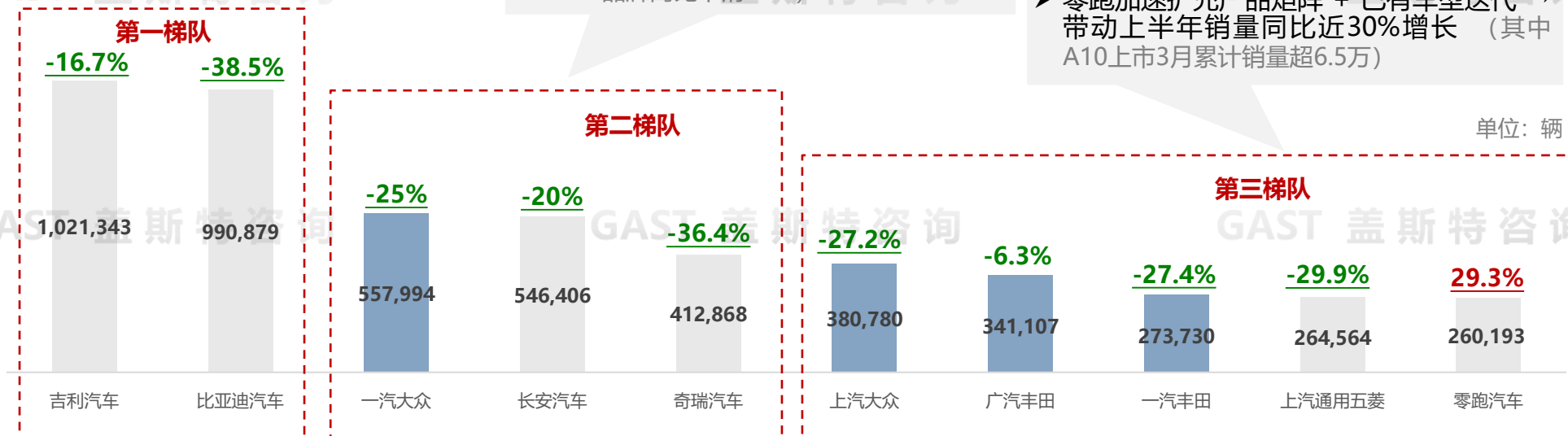
- 上半年，吉利销量反超比亚迪，集团NEV车型销量占比提升至57% → 其中极氪销量13.6万辆，同比增长近60%（极氪8/9X拉动大）
- 上半年，比亚迪国内销量出现大幅下滑 → Q1降幅明显，但Q2多款换代车型上市后，降幅明显收窄（季度销量环比增长超60%）

- 上半年，长安销量下滑20%，且NEV车型销量占整体销量比例仅为35%（启源下滑3%，深蓝增长8%，阿维塔下滑48%）
- NEV表现不佳，导致奇瑞上半年国内销量持续下滑（仅QQ3EV单月销量过万，iCAR品牌同比下滑37%）

- 上半年，广汽丰田下滑幅度相对较小 → 铂智系对冲部分ICE销量缺口（同比增长1.6倍）
- A00级市场收缩使上汽通用五菱上半年销量下滑近30%（宏光MINI销量下滑近60%）
- 零跑加速扩充产品矩阵 + 已有车型迭代 → 带动上半年销量同比近30%增长（其中A10上市3月累计销量超6.5万）

合资/外资品牌

自主品牌

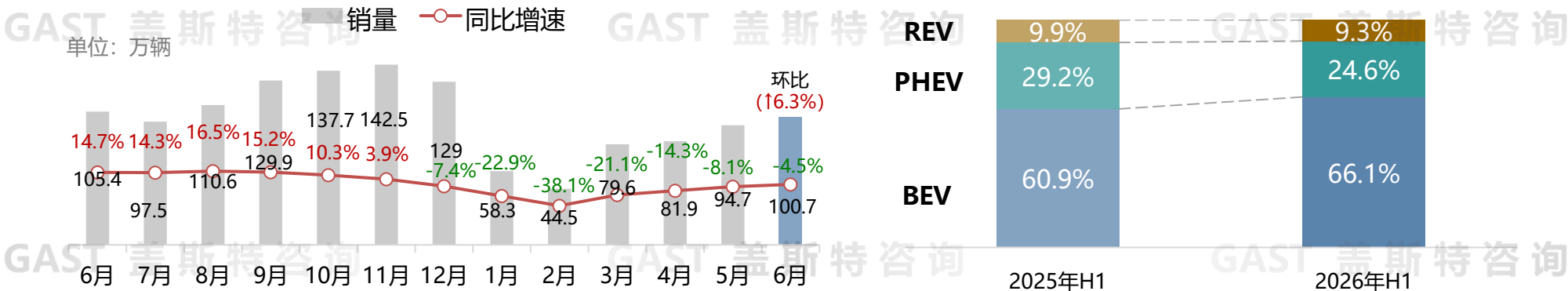


国内新能源乘用车市场概况

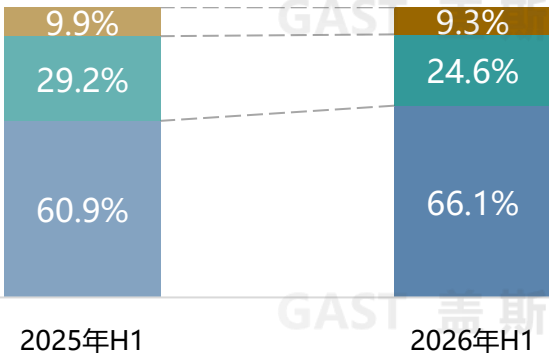
■ 上半年，新能源乘用车国内销售459.4万辆，同比下降16.8%

2025年6月-2026年6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



REV
PHEV
BEV



总体特征

动力形式趋势

车系特征

- 从上半年NEV渗透率看，国内乘用车NEV渗透率超55% (同比增加5个百分点)
- 从价格段看，10万元以下市场下滑超30%，40万元以上市场近50%增长

- 1-6月，仅BEV份额同比正增长
 - 原因：①各价位段纯电新品供给扩大&产品力大幅提升；②补能基础设施完善 → 消费者对纯电接受度持续提升

- 1-6月，国内NEV乘用车渗透率：
 - 自主品牌74.8% (同比↑3个百分点)
 - 主流合资8.8% (同比↑4个百分点)
 - 豪华品牌30.8% (同比↑3个百分点)

□ 国内NEV乘用车同比两位数下降：①政策结构性 (以旧换新+购置税) 调整抬高NEV乘用车购车成本 (尤其A00级车型)；②部分增换购需求提前透支 → 市场增量空间不足

新能源乘用车国内销量TOP15车型

- 从品牌来看，比亚迪占据6席 → 仍保持断层领先；从动力类型看，纯电车型占据12席，占据绝对主导地位，插混车型仅3款车型进入TOP15，无增程车型上榜

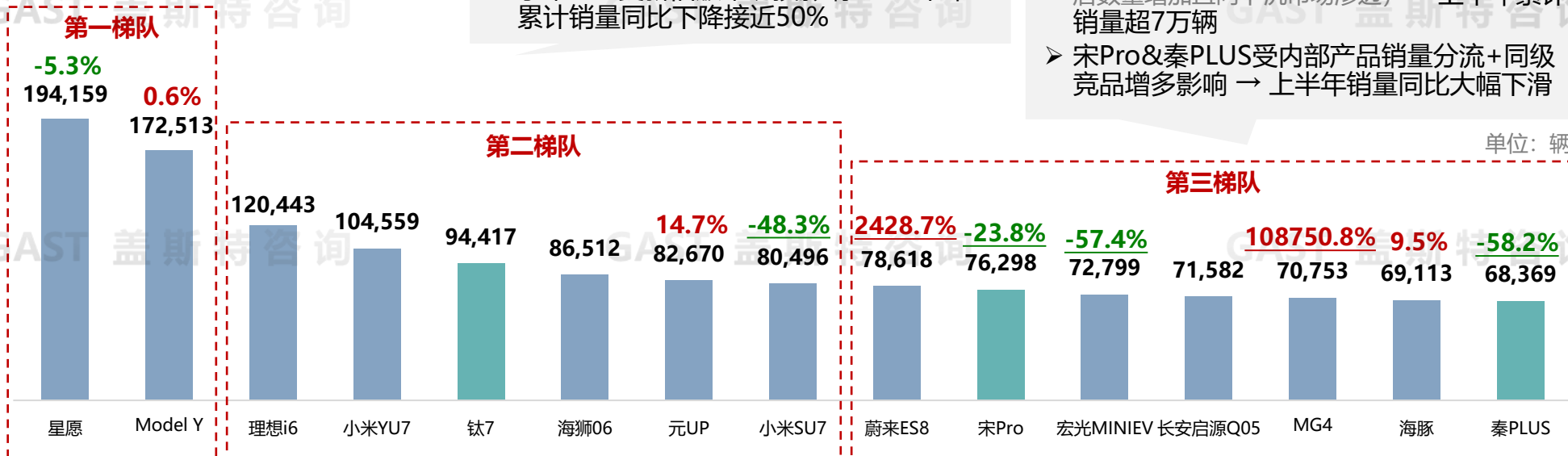
2026年H1新能源车型国内销量TOP15

BEV PHEV

- 吉利星愿新款上市+多次推出限时权益（限时优惠+金融免息）→ 连续四个月销量稳定在3万辆以上
- Model Y持续推出金融优惠（率先推出7年超低息）+Model YL 贡献部分增量 → 上半年累计销量同比微增

- 理想i6凭借极致家用空间+标配即顶配策略迅速上量 → 上半年累计销量超12万辆
- 钛7（TOP15中唯一方盒子车型）依靠高性价比切入轻越野市场+推出纯电版拓展新用户 → 销量连续四个月环比正增长
- 小米SU7受新旧版本切换影响 → 上半年累计销量同比下降接近50%

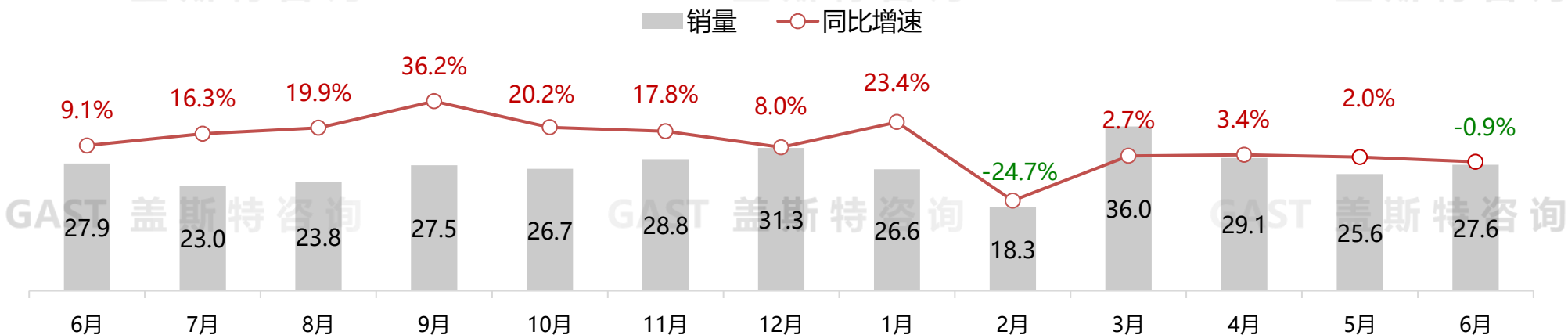
- 全新蔚来ES8产品力大幅升级+价格低于预期+产能稳定爬坡 → 上半年销量大幅增长
- 新款MG4搭载越级技术+MG渠道拓展（门店数量增加且向下沉市场渗透）→ 上半年累计销量超7万辆
- 宋Pro&秦PLUS受内部产品销量分流+同级竞品增多影响 → 上半年销量同比大幅下滑



国内商用车市场：保持同比微增

- 上半年，商用车国内销售163.4万辆，同比增长0.8%；其中NEV商用车同比增长超40%，传统商用车同比下降超10%，国内市场NEV渗透率超30%

2025年6月~2026年6月商用车国内销量走势(万辆)



国内卡车市场特征

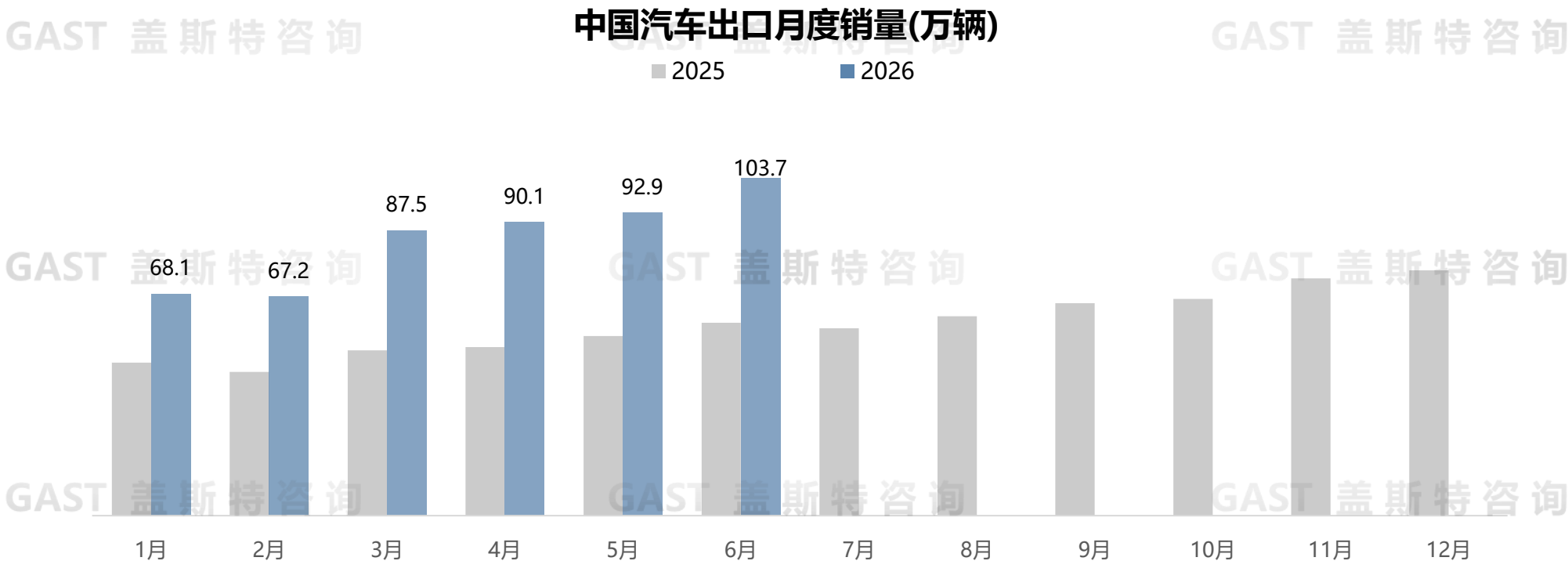
- **国内市场表现：**上半年货车国内销售达144.1万辆，同比增长1%
- **原因分析：**地方置换补贴政策陆续落地+换电网络&氢能生态加快构建（适配多元场景）→ 推动NEV需求持续扩容，支撑国内货车市场同比正增长

国内客车市场特征

- **国内市场表现：**上半年客车国内销售达19.3万辆，同比下降0.7%
- **原因分析：**旅游&客运市场复苏不及预期（终端购车需求不足）+城市公交运营端盈利薄弱，导致政府采购预算持续收紧 → 国内客车市场同比微降

中国汽车出口总体概况

- 上半年，汽车贸易出口量达509.6万辆，同比增长65.3%；其中ICE出口量同比增长35.5%，NEV出口量同比增长1.2倍，NEV出口量占总出口量比例超46%



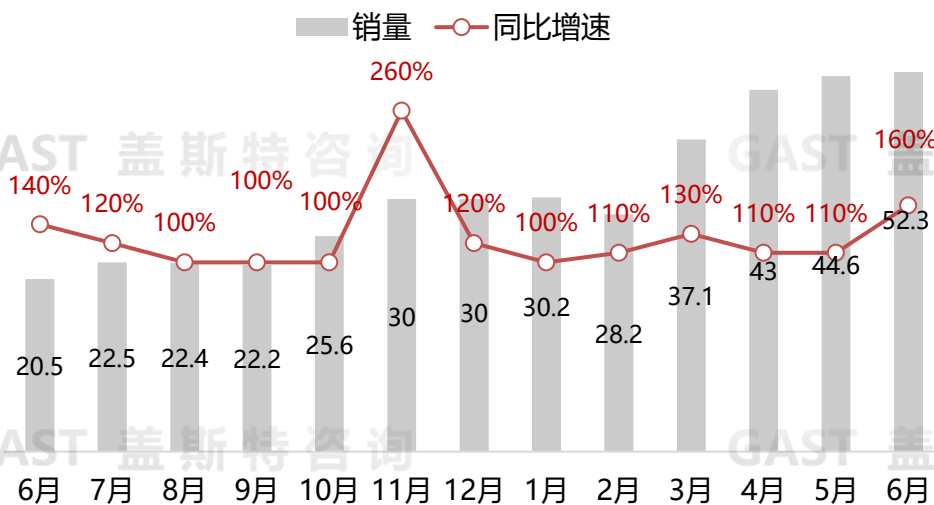
□ 从车企维度看，市场集中度进一步提升（TOP5车企份额超65%），其中奇瑞仍领跑出口销量榜（占出口总量比例超18%），吉利出口增速最为明显（同比增长1.5倍）

新能源汽车出口市场：同比超1倍增长

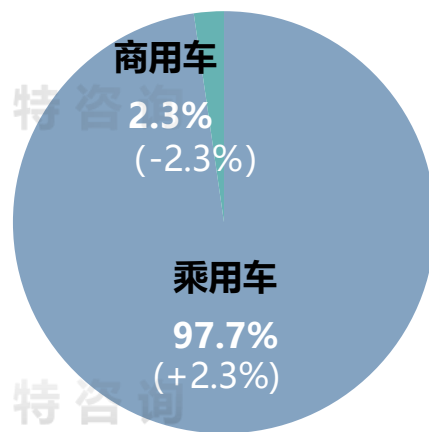
- 上半年，NEV累计出口235.5万辆，同比增长1.2倍，纯电占NEV出口量的比例超60%；其中对欧洲、中南美、大洋洲等地区的NEV出口量同比增长显著

2026年H1 NEV汽车出口销量情况

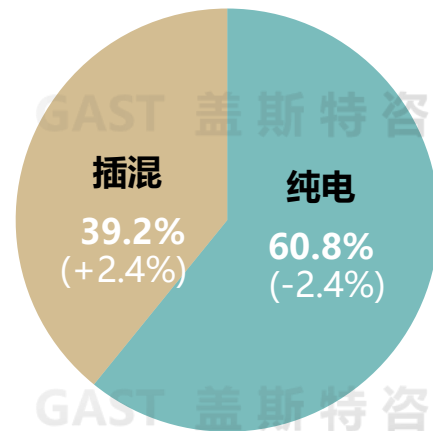
2025年6月~2026年6月NEV出口销量走势(万辆)



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

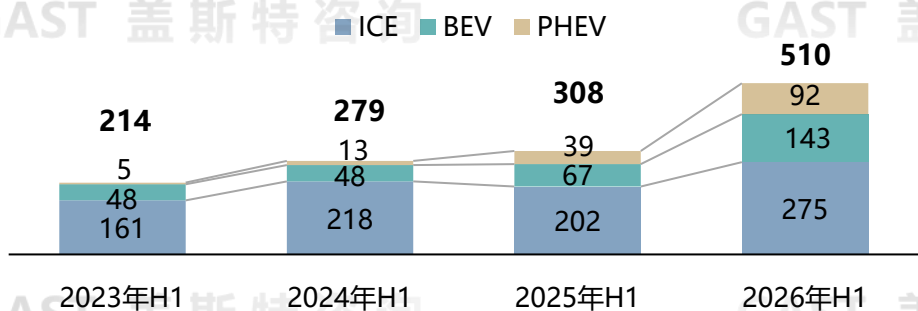


- 上半年NEV累计出口同比高速增长：①从车型结构看，NEV乘用车出口贡献近130万增量；②从动力类型看，纯电与插混均贡献超50万增量（其中插混出口同比增长1.4倍）

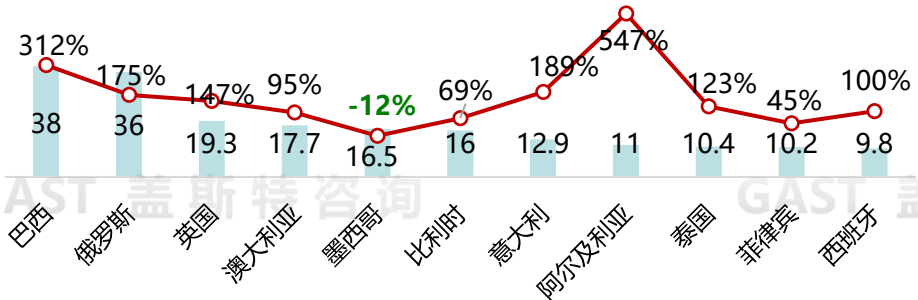
2026年上半年市场特征①：贸易出口量超预期增长

■ 2026年上半年中国汽车贸易出口销量达到510万辆，同比增长65%

2023-2026H1年中国汽车出口销量走势（万辆）



2026年1-5月出口国家TOP10（万辆）



2026年上半年中国汽车出口分动力&分区域表现

分动力形式

➢ NEV出口量达235万辆，同比实现翻倍增长

- ① 国内市场增长受限，自主车企扩大海外市场布局（渠道拓展、产品适配等）对冲国内市场下滑压力
- ② 全球地缘冲突加剧导致油价波动 → NEV需求扩张
- ③ 多地计划调整政策抬高NEV准入门槛（巴西提高关税、欧洲对PHEV车型加税等）→ 抢抓政策落地窗口期

➢ ICE增幅超35%：仍是支撑汽车出口规模的基本盘(受本国政策调整影响 → 俄罗斯汽车消费需求增长)

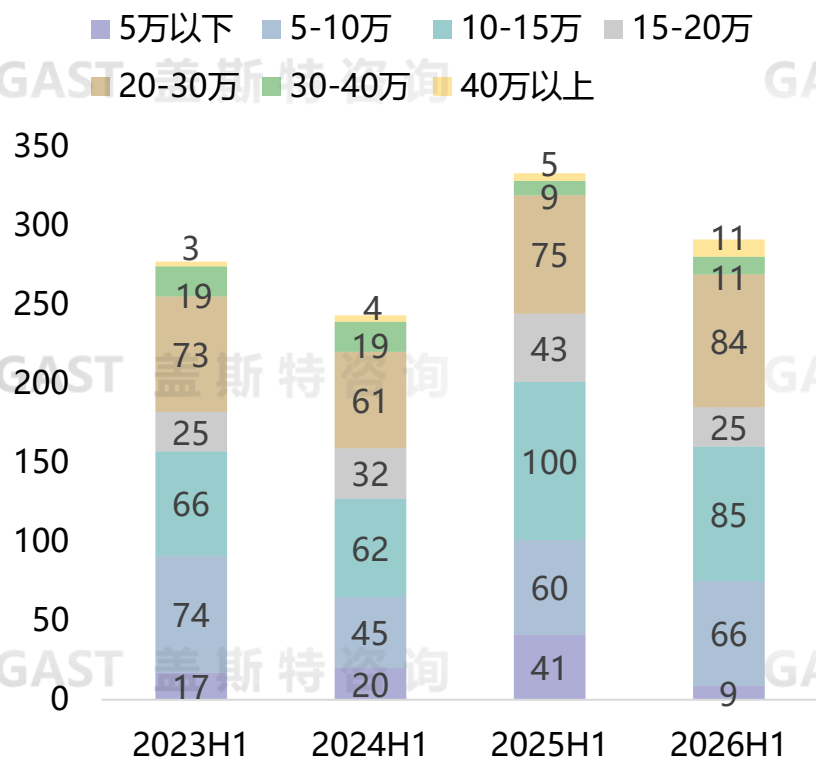
分出口区域

- 欧洲：整体出口量增速超1倍增长，其中5月自主品牌在欧乘用车市场份额首次超越日系
- 中南美：区域分化加剧 → 巴西成中国第一大汽车出口国；墨西哥上调进口关税，中国汽车对墨西哥出口量同比下滑超10%
- 东南亚：维持高速增长，其中对泰国、菲律宾的出口量均达10万辆左右（对NEV汽车消费需求持续增长）

□ 2026年上半年中国汽车出口规模大幅增长：①ICE持续巩固出口基本盘 + NEV贡献核心增量；②摆脱对单一区域市场的依赖，加速形成“多极增长”新格局

2026年上半年市场特征②：纯电市场份额持续扩大

H1国内纯电车型分价格段销量（万辆）



H1纯电市场降幅较小，且市场份额创新高

- **从销量看**：上半年纯电市场销量达311万辆，同比下滑7%，**降幅远低其他动力形式**（且降幅主要集中于低端市场）
- **从份额看**：纯电占NEV市场份额扩大至66%（同比↗5个百分点）
- **分价位段表现看**：**两极分化明显** → 40万元以上市场增幅最大，20-40万中高端市场稳定托底，5万元以下低端市场大幅下滑

国内纯电乘用车市场分价格段特征

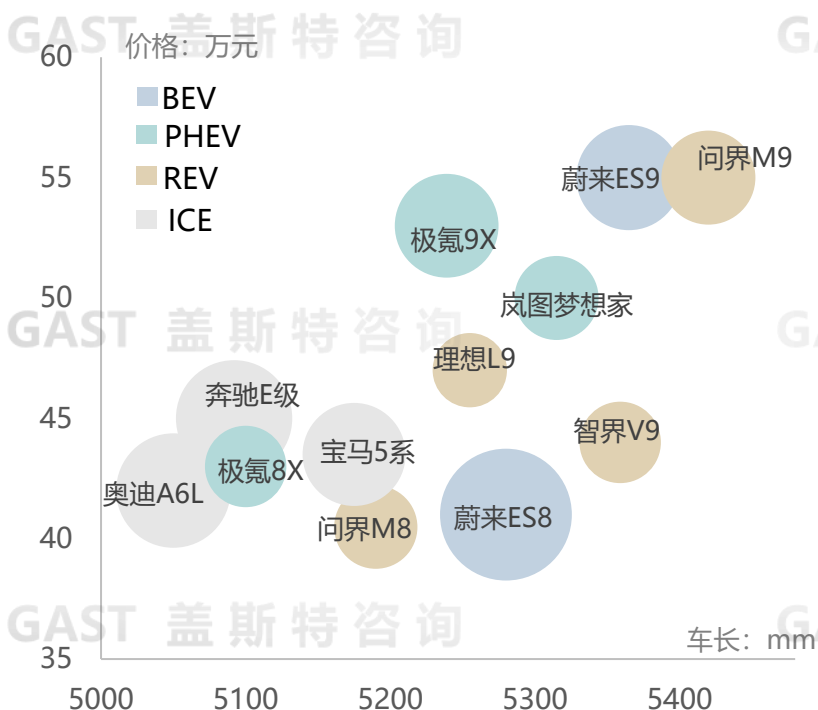
- **5万元以下**：受补贴政策影响大+新品投放少 → **销量同比减少超30万辆**
- **5-10万元**：**承接部分微型车升级需求 + 产品供给扩大&产品力大幅提升**（高阶智能辅助驾驶能力下放） → 同比实现10%正增长
- **10-20万元**：新品投放少（特别是15-20万元市场） → 同比下滑超20%
- **20-40万元**：**爆款驱动+车企基于已有车型加推纯电版** → 销量稳定增长
- **40万元以上**：纯电车型实现近1.2倍增长（主要由蔚来ES8+ES9贡献 → 两款车型占该价位段纯电超80%份额） → 贡献近6万增量

□ 2026年上半年国内市场纯电消费需求持续扩容，但不同价位段表现有所差异，整体呈“高端市场突破，中端市场托底，低端市场收缩”的分化格局

2026年上半年市场特征③：40万元以上价位段成唯一增长市场

■ 2026年上半年自主品牌扩大对40万以上车型布局力度，推动整体市场快速扩容

2026年40万以上乘用车市场竞争格局



40万以上乘用车市场发展特征

- **从整体市场看：**上半年40万元以上市场销量达43万辆，实现同比正增长，其中NEV车型同比增幅超45%
 - ①政策调整对40万以上市场影响较小；②自主车企扩大产品供给（产品推新+原有产品更新迭代）；③新技术（线控底盘等）赋能产品力提升
- **从竞争格局看：**传统豪华品牌份额大幅缩水，自主品牌密集发布大五座&大六座新品 → 持续扩大市场份额
 - 问界M8&M9+蔚来ES8&ES9+极氪8X&9X销量总和占据40万元以上乘用车市场超40%份额

40万以上市场产品发展特征

- **从产品品类看：**自主品牌陆续推出大五座车型扩充旗舰SUV产品矩阵+扩大布局高端MPV车型（智界V9等）→ 寻找全新增量
- **从场景看：**围绕移动（聚焦家庭出行场景打造极致舒适体验）&空间属性（打造可变空间 → 适配多元场景）打造差异化场景体验

□ 中高收入群体增换购需求持续释放，叠加车企加速全新技术应用落地拓展新场景&构建体验壁垒 → 共同推动40万元以上市场实现逆势增长



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千余份供选购



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