

2026 车市一季度收官 寒尽春生,赛道分化

木易文

2026年初,新能源车购置税政策调整、消费信心波动等多重因素,让市场对车市前景多了几分谨慎。虽然1—2月销量承压的寒意尚未散去,3月的销量数据却如春风破冰,勾勒出行业触底修复的清晰轮廓。一季度的车市,在淡季的考验与企业的突围中完成了一次韧性答卷,也让全年的市场走向从迷雾中渐露端倪——总量平稳之下,结构性机会成为车企穿越周期的核心密码。

寒暖交织 一季度的冰火两重天

2026年的车市开局,注定是一场考验。1—2月,春节假期的时间错配、购置税减半政策对低端市场的影响、消费者对北京车展新品的观望,多重因素叠加之下,行业交出了一份承压的成绩单:中汽协统计显示,2月汽车销量180.5万辆,同比下滑15.2%,新能源汽车销量76.5万辆,同比下滑14.2%,新势力阵营中多数品牌销量环比明显下滑,2万辆成为头部阵营的新分水岭。

当市场还在纠结于淡季的低迷,3月的销量数据却上演了一场“逆袭”,成为一季度车市的关键转折点。4月1日率先发布销量数据的14家主流车企环比悉数增长,9家新势力车企月销量突破2万辆,较2月的4家实现翻倍增长,零跑、蔚来、小鹏等品牌环比增幅超70%,让车市迎来了久违的暖意。零跑以50029辆的交付量登顶新势力,重返5万+销量阵营;蔚来3月交付35486辆,同比激增136%,一季度累计交付83465辆,超财报指引上限;理想41053辆的月交付量,让其一季度累计交付达95142辆,走出了产能瓶颈的阴霾。

传统车企的表现同样亮眼,奇瑞3月销量240678辆,一季度累计60.2万辆,单月出口近15万辆创中国汽车销量新纪录;吉利一季度销量709358辆创同期新高,3月新能源销量占比达55%,海外出口同比大涨120%。即便比亚迪3月销量同比下滑20%,但30.02万辆的月销量仍稳坐销冠,近12万辆的出口量同比增长65%,成为对冲内需的重要支撑。寒暖交织的一季度,最终以“前低后高”的走势,印证了车市的韧性,也让触底修复成为行业共识。

结构突围 三大赛道撑起增长脊梁

一季度的车市,没有出现普涨的狂欢,却在结构性的机会中走出了差异化增长的曲线。当10万元以下低端新能源市场受政策退坡影响增速放缓,15万—30万元主流消费市场、高端智能电动市场、海外出口市场,成为撑起行业增长的三大脊梁,勾勒出中国车市从规模扩张到价值创造的转型轨迹。

主流消费市场的普惠化智驾,成为激活需求的核心引擎。零跑A10的上市,让10万元级车型首次搭载“车位到车位”高阶辅助驾驶,上市即实现大定订单过万,周末进店量与试驾量创历史新高,印证了“智驾普惠”的市场潜力。理想i6在3月交付超2.4万辆,稳居20万—30万元纯电SUV销量前列,凭借的正



是对家庭用户需求的精准把握。政策红利向15万—20万元价位倾斜,叠加车企的技术下沉,让这一市场成为供需两端的交汇点,成为一季度车市复苏的中坚力量。

高端市场的产品内卷,转向技术与体验的价值竞争。极氪9X连续四个月蝉联50万元级大型SUV销量第一,每卖出10辆50万元以上车型就有3辆是极氪9X,凭借的是旗舰级的产品力与品牌溢价;蔚来全新ES8历时180余天完成8万辆累计交付,连续三个月居于大型SUV销量前列,为其多品牌战略筑牢了高端基本盘。大六座SUV赛道依旧火热,极氪、蔚来、理想等玩家的同台竞技,让高端市场的竞争从配置堆砌转向感知、思考、行动的全维度体验升级,成为车企技术实力的试金石。

海外出口的高歌猛进,成为对冲内需的定海神针。一季度,奇瑞单月出口近15万辆,吉利海外累计销量20.3万辆,同比大涨126%,比亚迪出口接近12万辆,同比增长65%,中国汽车出口继续保持高速增长。更重要的是,出口已从单纯的“贸易出海”转向“本土化生产+

品牌运营”的深度出海,吉利星愿在印尼国产化率达46.5%,极氪在德国完成首批用户交付,比亚迪在乌兹别克斯坦市场份额接近20%,中国汽车正以产品力与供应链优势,在全球市场赢得真正的品牌认可。

韧性内核 车企的生存法则与能力重构

一季度的车市考验,不仅是销量的比拼,更是车企体系能力的深度博弈。那些在淡季中站稳脚跟、在复苏中率先突围的企业,都在完成一场能力重构,而产品节奏、体系韧性、技术自研,成为穿越周期的核心生存法则。

产品节奏决定企业的下限。2月新势力的分化,本质是产品迭代节奏的差异:极氪凭借9X、7X的稳定表现,成为实现环比正增长的新势力,而部分品牌因产品切换期的断档,陷入销量下滑的困境。3月的复苏,同样是新品攻势的成果:零跑A10、岚图泰山Ultra、小鹏新款X9等车型的密集上市,成为拉动销量

的直接动力。在存量竞争的市场中,能否保持新品的持续输出,能否精准把握消费需求的变化,成为车企能否站稳脚跟的关键。

体系韧性构筑企业的抗风险能力。吉利的多品牌协同,让极氪、领克、吉利银河各有分工,在新能源与燃油车市场双线发力,一季度新能源销量达36.9万辆,同比增长9%;蔚来的全体系布局,让其在主品牌稳健增长的同时,乐道、萤火虫品牌环比增幅超130%,逐步释放多品牌战略的潜力。背靠集团的体系支持,车企在供应链管理、渠道布局、技术研发上的优势被无限放大,而那些缺乏体系支撑的中小车企,正在行业洗牌中逐渐掉队。

技术自研成为企业的核心壁垒。零跑的“全域自研”,让其实现了智驾技术的普惠化,全新世界模型辅助驾驶系统不吃高算力即可实现世界模型能力;理想自研的马赫100芯片、全栈控底盘,让全新L9具备了感知、思考和行动的全维度能力;吉利携手英伟达打造的超级Eva+G-ASD 4.0,实现了智能座舱与智驾的舱驾融合。在智能化的下半场,自主研发的技术实力,成为车企差异化竞争的核心,也成为品牌溢价的重要来源。

全年展望 先抑后扬,价值创造成主旋律

站在一季度收官的节点回望,去年年底市场对2026年车市的悲观预判,正被触底修复的现实逐步修正。结合券商研报与行业数据,2026年的车市将呈现“先抑后扬、总量平稳、结构高增”的走势,而出口全球化、智能化进阶、产品高端化,将成为全年的三大主线。

二季度将成为车市复苏的关键窗口期。4月北京车展的到来,将迎来大批新车的密集上市,蔚来ES9、零跑D19、极氪8X等重磅车型的亮相,将进一步激活市场需求;各地以旧换新补贴细则的落地,将持续释放消费潜力,叠加车企的购车优惠活动,内需市场将逐步回归正常节奏。

结合全年来看,出口将继续成为第一增长极,有机构预计2026年中国汽车出口将达686万—787万辆,新能源占比超50%,海外市场的单车利润是国内的2—3倍,将成为主流车企盈利的重要支撑。智能化将成为车企竞争的核心战场,智能化的普及速度将进一步加快,2026年是高速NOA标配化的决胜之年,智驾芯片、激光雷达的渗透率持续提升,成为拉动消费的核心卖点。L4级自动驾驶的商业化落地,将重新定义车企的竞争力。行业洗牌将进一步加速,市场人士预测,5—8家尾部车企将退出市场,头部车企的集中度将持续提升,CR10有望从78%升至82%。

从规模扩张到价值创造,从价格内卷到技术突围,从国内竞争到全球布局,2026年的中国车市,正在经历一场深刻的转型。一季度的触底修复,不仅是销量的回暖,更是行业回归理性的开始。那些能够把握结构性机会、构筑技术壁垒、布局全球市场的企业,也将在这场转型中,从制造大国迈向创造强国,在全球市场中赢得更主动的地位。

寒尽春生,前路可期。2026年的车市,没有躺赢的机会,却有突围的希望,而价值创造,将成为贯穿全年的主旋律。