

1月份销售 32.7 万辆,同比大涨 23.9%

## 上汽集团迎来开门红

闻言培

2026年伊始,中国汽车行业迎来首份重量级销量成绩单——上汽集团正式发布2026年1月整车销售数据:单月整车批售销量达到32.7万辆,同比大幅增长23.9%,终端零售销量更是突破36万辆大关,以远超行业平均水平的增速,强势实现新年“开门红”。

作为中国汽车行业的龙头企业,上汽集团此次开年销量的强势反弹,不仅是企业自身综合竞争力的集中体现,更是中国汽车产业在电动化、智能化、全球化深度转型背景下,持续向上、稳步领跑的真实缩影。

## 自主品牌成绝对主力

在上汽集团32.7万辆的总销量中,自主品牌销量达到21.4万辆,同比暴涨39.6%,在集团总销量中占比高达65.3%,同比提升7.3个百分点,成为拉动集团销量增长的第一引擎。自主品牌销量占比连续多月保持在六成以上,标志着上汽集团已经从“合资驱动”全面转向“自主引领”。

上汽乘用车1月销量7.7万辆,同比激增53.8%,成为集团增速最快的板块之一。荣威品牌聚焦家用智能电动市场,凭借多款高性价比混动、纯电车型,牢牢占据国内主流家用市场;MG品牌作为全球化标杆,国内国外双线飘红,在运动型轿车、SUV、新能源车领域持续圈粉年轻消费者,品牌年轻化、国际化标签深入人心。从城市通勤到长途出行,从燃油车到新能源车,上汽乘用车以完整的产品矩阵,满足不同用户的出行需求,市场份额稳步提升。

上汽通用五菱1月销量10.5万辆,同比增长37%,继续发挥“国民车品牌”优势。宏光MINIEV家族持续领跑小型新能源市场,五菱星辰、五菱星光等车型凭借亲民价格、可靠品质、实用空间,成为下沉市场与家庭用户的首选。同时,五菱品牌不断推进产品升级,在新能源、智能化领域持续发力,从“人民需要什么,五菱就造什么”到“人民向往什么,五菱就创新什么”,持续贴近用户、服务用户,保持旺盛的市场生命力。

上汽大通1月销量1.8万辆,同比增长18.2%,实现商乘并举、稳健增长。在轻客、MPV、SUV、房车等细分市场,上汽大通持续保持领先地位,高端定制化车型、新能源商用车广受行业与个人用户青睐。在城市物流、商务接待、家庭出行等场景,上汽大通以多元化产品满足专业化需求,成为商用车市场转型升级的标杆企业。

自主品牌的强势崛起,是上汽集团坚持自主研发、技术创新、品牌向上的必然结果。从核心三电技术、智能驾驶系统,到整车设计、制造工艺,上汽自主品牌已经实现从“跟随”到“并跑”再到部分领域“领跑”的跨越,产品力、品牌力、溢价能力同步提升,彻底改变了消费者对自主品牌的传统认知。

## 新能源加速突围

电动化、智能化是汽车行业不可逆的发



展趋势,也是上汽集团转型的核心方向。2026年1月,上汽集团新能源汽车销量再创新高,单月销售8.5万辆,同比大幅增长39.7%,增速远超集团整体销量增速,成为拉动增长的核心动力之一。

在新能源赛道,上汽集团已经形成“全覆盖、多层次、高性能”的产品矩阵。从售价几万元的国民代步车,到几十万元的高端智能电动车;从轿车、SUV到MPV、商用车;从纯电动、插电混动到氢燃料电池汽车,上汽新能源实现细分市场无死角覆盖,满足不同消费群体的需求。

五菱宏光MINIEV稳居小型新能源销量榜首;MG旗下电动车型在国内与海外同步热销;荣威混动车型以“可油可电、无续航焦虑”成为家庭用户首选;上汽大通新能源轻客、物流车成为城市绿色配送主力。同时,上汽智己、飞凡两大高端智能电动品牌,持续冲击中高端市场,以极致设计、领先科技、豪华体验,塑造中国高端电动车新形象。

上汽集团更是持续加大研发投入,在电池、电驱、电控“三电”核心技术,以及智能座舱、智能驾驶、车联网等智能化领域,掌握自主知识产权。新一代电池系统实现更高续航、更快充电、更高安全;全新电驱系统提升效率、降低能耗、增强动力;智能驾驶系统实现从辅助驾驶到高阶智驾的逐步落地,让新能源汽车更安全、更便捷、更智能。

## 全球化再提速

在国内市场稳步增长的同时,上汽集团海外市场延续“领跑者”姿态,1月海外市场销量再创新高,达到10.5万辆,同比大幅增长51.7%,连续多年保持中国车企海外销量第一,成为“中国汽车走向全球”的标杆企

业。

目前,上汽集团已经构建起集研发、营销、物流、零部件、制造、金融、二手车于一体的完整汽车产业链全球化体系,产品远销全球100余个国家和地区,在欧洲、澳新、中东、美洲、东盟等重点市场,建立起稳定的销售网络与品牌口碑。

欧洲市场成为上汽海外增长的核心引擎。1月,MG品牌在欧洲市场交付近2.6万辆,同比增长15%,继续稳居中国品牌欧洲销量榜首,在英国、法国、德国、西班牙、意大利等主流汽车市场,跻身当地品牌销量前列。在欧洲严苛的法规、高标准的消费需求下,上汽新能源车凭借优秀的产品力、可靠的品质、完善的服务,获得欧洲消费者广泛认可,彻底打破“中国汽车低端化”的刻板印象。

在澳新、中东、墨西哥、智利等右舵与新兴市场,上汽集团同样保持高速增长。MG、上汽大通等品牌,凭借SUV、皮卡、商用车等优势车型,快速占领市场份额,成为当地增长最快的汽车品牌之一。同时,上汽集团在海外布局KD工厂、组装基地,实现本土化生产,降低成本、提升效率,更好地服务当地市场。

从产品出口到品牌出海,从贸易输出到产业链输出,上汽集团已经实现从“中国车企”向“全球车企”的转变。2026年开年海外销量同比增长超五成,意味着上汽全球化战略进入收获期,海外市场已经成为集团销量增长的“第二曲线”,为中国汽车品牌全球化提供了可复制、可推广的“上汽方案”。

## 合资品牌稳健复苏

在自主品牌与新能源、海外市场高速增长的同时,上汽集团旗下合资品牌也实现企稳回升。上汽大众、上汽通用依托品牌积淀、



产品升级与新能源转型,1月销量保持稳定增长。

上汽大众1月终端销售8.96万辆,大众品牌迎来累计销量2600万辆里程碑,朗逸家族、帕萨特家族、途观家族三大主力月销均突破2万辆,家用轿车与SUV市场根基稳固;上汽奥迪终端销售3800辆,同比大涨35.7%,豪华品牌势能持续释放。ID.纯电家族稳步上量,智能座舱与驾驶辅助系统持续迭代,合资新能源竞争力稳步提升。

上汽通用1月终端交付5.1万辆,同比增长8.2%,在行业承压背景下实现逆势增长。旗下别克GL8销售10036辆,同比增长13.4%,稳居40万级豪华MPV冠军;昂科威家族热销17373辆,同比大涨43.9%;君威、君越双君车型同比增长37.6%,中高端轿车市场表现强劲。新能源板块爆发式增长,终端交付量同比飙升89.7%;海外出口同比劲增115.1%。依托通用汽车全球技术与上汽本土化优势,上汽通用不断贴近市场与用户的需求,实现品牌焕新与销量的同步回升。

2026年1月销量“开门红”,并非偶然,而是上汽集团长期坚持创新驱动、技术深化、用户至上的必然结果。

在技术创新层面,上汽集团持续加大研发投入,聚焦新能源、智能化、数字化、轻量化等核心领域,打造自主可控的产业链供应链。在氢燃料电池、800V高压平台、高阶智能驾驶、车云一体化等前沿技术领域,持续突破并快速落地,保持技术领先性。

在品牌升级层面,上汽集团推动旗下品牌差异化定位、高质量发展。自主品牌坚持向上突破,高端品牌聚焦技术与体验,合资品牌加快电动化转型,海外品牌强化全球化形象,形成层次清晰、竞争力强的品牌矩阵。

在今年春节期间,上汽集团更是启动“懂车更懂你 马上送温暖——2026年上汽春节暖心关怀活动”,旗下荣威、MG名爵、智己、尚界、大通、大众、奥迪、别克、凯迪拉克、五菱、宝骏等十余个整车品牌,以及分布于全国各地的5000多家服务网点正温暖以待,为主车主奉上用车服务保障,全程“守护团圆路”。

从自主品牌强势领跑,到新能源加速突围;从海外市场高歌猛进,到合资品牌稳健复苏。上汽集团正以坚定的步伐,从“中国汽车龙头”向“全球汽车领军企业”稳步迈进。

