

2026上半年车市成绩出炉 上汽拿下半程第一，出口迎百万时代

7月上旬,中汽协、乘联会同步发布2026年上半年汽车销量数据:1-6月国内乘用车零售870.1万辆,同比下滑20.2%;上半年整车出口高达509.6万辆,同比暴涨65.3%,6月单月出口103.7万辆,首次突破100万辆大关;新能源乘用车半年零售459.4万辆,新能源渗透率稳定在55.4%,6月单月渗透率进一步冲高至67.2%,每卖出三台新车,超两台为新能源车型。

在行业洗牌加速、马太效应凸显的大环境下,各大车企半年成绩单冷暖分明。上汽集团凭借204.54万辆累计销量登顶行业榜首,成为2026上半年唯一销量突破200万大关的车企,也是国内首个累计产销突破一亿台的汽车集团。6月单月销售39.48万辆,同比增长8.1%,是头部集团中少数实现月度正向增长的车企,在大盘同比大跌20%的环境下,这份稳定增长的成绩单,充分印证上汽七十余年造车积淀带来的超强抗周期能力。不同于其他车企单一依靠新能源或者单一国内市场拉动增长,上汽构建起自主板块、合资电动化、新能源矩阵、全球化出海四大板块协同发力的完整增长体系,四大业务线同步贡献增量,不存在明显短板,也是行业内均衡发展的标杆车企。

自主板块如今已经成为上汽集团绝对销量基本盘,上半年上汽自主品牌累计销量146.9万辆,同比增长12.6%,自主销量占集团总销量比重攀升至71.8%,彻底扭转过去数十年“合资托底、自主弱势”的旧格局,完成历史性转型。自主板块内部形成双核心驱动架构,上汽通用五菱持续深耕5-10万城市代步赛道,全新缤果Pro凭借复古主义外观、细腻内饰、超大车内空间,持续抢占女性代步、新婚家庭第一台车市场,稳定贡献月度数万台基础销量;上汽乘用车持续向上突破,荣威品牌深耕家用插混赛道,多款长续航插混车型覆盖10-20万主流家用区间;高端纯电品牌智己实现跨越式增长,上半年累计交付40087台,同比增幅超107%,LS6、L7两款车型站稳30万级高端纯电赛道,补齐上汽高端智能化产品版图,打破外资品牌长期垄断高端市场的局面。

合资板块电动化转型成效显著,有效对冲传统燃油车型下滑压力。上汽大众作为集团合资核心板块,全面落地ID系列纯电产品矩阵,ID.9X中大型纯电六座SUV上市后交付持续爬坡,6月终端交付量再度破万,成为20-30万合资纯电市场为数不多走量车型,大众ID家族上半年新能源销量同比增长45%,为合资板块提供稳定增量。上汽通用别克、雪佛兰同步加速新能源产品投放,奥特能平台车型持续上新,依托成熟底盘技术与完善线下渠道,稳住合资燃油用户置换需求。在绝大多数合资车企电动化转型迟缓、新品迭代滞后的当下,上汽旗下合资品牌完成电动化快速落地,实现燃油、新能源双线并行,大幅降低市场下行带来的经营风险。

新能源业务是上汽上半年增长核心亮点,集团上半年智电产品累计售出79.6万辆,同比上涨23.1%,产品覆盖微型代步、家用主流、中大型SUV、高端豪华全价位区间,三电、智驾、座舱全部实现自研自产。依托上汽自研800V高压平台、全栈高阶智能驾驶系统,旗下新能源车型兼顾长续航、快充、平顺驾乘三大核心优势,无论是城市短途通勤,还是跨省长途自驾,都能满足用户多元出行需求,新能源渗透率持续稳步提升,彻底摆脱传统车企转型慢、技术依赖外资的通病。

海外市场则是上汽穿越国内价格战、打开增量天花板的第二增长曲线,上半年上汽



海外累计销量73.5万辆,同比激增48.7%,稳居国内车企出海第二梯队,旗下MG品牌连续十一年蝉联中国品牌欧洲销量冠军,产品覆盖欧洲、澳洲、中东、东南亚、拉美全球数十个国家和地区。海外市场新能源车型占比持续走高,A0级纯电小车、中型家用SUV成为海外走量主力,海外市场单车利润显著高于国内内卷市场,源源不断的海外营收反哺国内三电、智能驾驶研发投入,形成“国内稳固市场份额、海外创造利润、技术反哺全产品线”的良性商业闭环。

对比其他车企单一赛道、单一市场的发展模式,上汽依靠完整整车产业链、全覆盖产品矩阵、均衡的内外市场布局、成熟的自主合资双体系,在2026上半年车市深度洗牌阶段走出独立行情。当不少车企陷入“燃油车大幅下滑、新能源增量不足、海外布局空白”的三重困境时,上汽凭借体系综合实力稳住大盘,拿下半程销量冠军,也为全年冲击行业榜首筑牢根基,同时印证综合型汽车集团穿越行业周期的长期价值。

紧随上汽集团的比亚迪,上半年累计销量180.85万辆,稳居行业第二,依旧是全球新能源汽车龙头企业,6月单月销量40.35万辆,成为当月唯一突破40万台的车企。比亚迪增长逻辑聚焦新能源单一赛道深耕与全球化高速扩张,国内市场中王朝、海洋系列持续走量,腾势、方程豹高端品牌稳步放量,腾势Z9GT连续三个月领跑豪华GT市场,腾势N8L闪存版凭借9分钟快充技术抢占30万级家用SUV市场;海外市场成为比亚迪核心增量引擎,上半年海外销量78.9万辆,同比暴涨95%,海外销量占总销量比重突破四成,东南亚、欧洲、拉美同步建厂布局,依托垂直整合全产业链优势,海外市场价格竞争力突出。不过比亚迪业务结构相对单一,燃油业务基本清零,国内市场存量竞争加剧后,只能依靠海外市场对冲内需下滑,抗周期稳定性略逊于上汽多元集团。

行业第三、第四梯队由吉利、奇瑞两大自主老牌车企组成,上半年累计销量分别为142.30万辆、135.75万辆,二者差距持续缩小,形成自主三强紧咬格局。吉利上半年销量同比微增1%,品牌矩阵分层清晰,吉利主品牌家用插混、燃油车型稳定输出,领克深耕20万级高端燃油细分市场,极氪品牌成为增长黑马,上半年累计交付超35万台,同比增幅接近100%;吉利银河TT完成全球首秀后订单持续走高,覆盖10-30万主流新能源市

场,上半年海外出口47.4万辆,全球化布局稳步推进。奇瑞上半年销量135.75万辆,同比增长7.7%,是头部自主集团中增速最高的车企,出海业务是核心驱动力,上半年出口94.4万辆,占总销量近七成,创下中国车企半年度出口历史新高,风云A9、风云T系列插混车型稳住国内家用市场,海外依靠高性价比小型纯电车型抢占全球刚需市场,海内外双向互补对冲国内消费疲软。

长安、广汽、长城位列第二梯队尾部,整体呈现增量不足、燃油拖累的分化态势。长安汽车上半年销量111.9万辆,同比下滑17.4%,深蓝、启源新能源系列提供增量,但燃油SUV销量大幅萎缩,新能源增量无法弥补燃油流失;广汽集团上半年销量77.3万辆,小幅增长2.4%,广汽丰田铂智7纯电车型小幅回血,但日系合资燃油车型销量持续腰斩,电动化转型进度偏慢;长城汽车上半年销量58.4万辆,微增2.5%,哈弗燃油SUV持续走低,欧拉、坦克新能源车型增长有限,新品迭代节奏滞后,制约整体规模提升。

传统合资品牌则整体陷入全面衰退,上半年主流合资品牌整体零售同比下滑34%,燃油合资车型跌幅接近40%,新能源渗透率仅14.1%,与自主品牌80%以上的新能源渗透率形成巨大鸿沟。日系品牌下滑幅度最为惨烈,丰田上半年在华累计销量69.47万辆,同比下滑17.1%;本田上半年销量近乎腰斩,连续29个月同比下滑;日产、马自达市场份额持续收缩,依靠燃油车建立的省油、耐用护城河,在自主品牌长续航、高智能、低用车成本的新能源产品面前彻底失效,新品投放节奏缓慢、智能化配置落后,年轻消费群体持续流失。曾经占据国内半壁江山的合资阵营,如今市场份额不足三成,行业话语权持续衰减,电动化转型滞后成为难以逆转的核心短板。

新势力阵营呈现极致两极分化,头部品牌高速增长,二线品牌增长停滞甚至下滑。零跑汽车上半年累计交付35.7万辆,同比暴涨92%,登顶新势力销量榜首,欧洲市场订单持续爆发,全球化布局初见成效;蔚来上半年交付19.1万辆,同比增长67%,第二代换电站全国持续落地,高端纯电轿车、SUV稳住高端细分市场;极氪依托吉利体系加持,完成率超过50%,是行业少数达成半年目标的品牌;鸿蒙智行上半年累计交付24万辆,尊界S800典藏大观、V800百万级旗舰补齐高端矩阵,高端市场溢价能力突出。反观小鹏、理想增速明显收敛,理想受国内增程赛道降温

影响增长放缓,小鹏国内市场价格战拖累盈利,小米汽车稳步爬坡,上半年总销量突破18万台,SU7、YU7双车型稳定站稳30万级纯电轿车赛道。

上半年行业最大亮点,莫过于汽车出口爆发式增长,成为对冲国内内需下滑的核心支柱,也彻底改写中国汽车产业发展逻辑。中汽协数据显示,上半年整车出口509.6万辆,同比增长65.3%,6月单月出口103.7万辆,首次突破百万台门槛;其中新能源汽车出口235.5万辆,同比增长1.2倍,6月新能源出口量首次超越燃油车,实现历史性跨越。乘联会细分数据显示,上半年新能源乘用车出口223.1万辆,同比激增124.3%,新能源占整车出口比例57%,连续四个月突破50%。海外市场需求结构与国内市场存在明显差异,海外消费者更偏好纯电与短续航插混车型,增程车型接受度极低,A00、A0级小型代步新能源车型占据海外新能源销量54%,比亚迪、奇瑞、上汽、吉利稳居出口四强,自主品牌整车出口占比高达87%,中国制造新能源汽车凭借三电技术、智能化配置、高性价比席卷东南亚、欧洲、中东、拉美全球市场。海外市场不仅消化国内过剩产能,同时拥有更高单车毛利,有效缓解国内价格战带来的盈利压力,持续反哺整车研发,形成“国内练兵、海外盈利”的良性循环,具备完善全球化布局的车企,已经拿到穿越行业周期的核心通行证。

细分车型赛道的变化,直观反映市场消费逻辑的彻底迭代。上半年乘用车零售榜单前十车型中,仅朗逸、凯美瑞两款燃油车型入围,其余全部为纯电、插混新能源车型,燃油车彻底失去主流消费市场地位。A00、A0级小型纯电代步赛道持续走量,五菱缤果Pro、比亚迪海鸥、零跑T03俘获年轻女性、新婚刚需用户,低购车成本、极低日常用车成本成为核心吸引力;20-30万中型、中大型纯电轿车成为增长主力,小米SU7、比亚迪海豹08、吉利银河系列持续抢占家用置换市场;新能源SUV赛道全面百花齐放,腾势N8L、智己LS6、广汽丰田铂智7覆盖15万至50万全价位区间;高端MPV赛道完成国产替代,腾势D9、极氪008彻底取代丰田埃尔法等传统合资燃油MPV,国产高端新能源MPV成为商务、大家庭出行首选。

站在上半年收官节点来看,国内销量阶段性下滑无需过度悲观。市场总量收缩本质是行业优胜劣汰的正常出清过程,结构性升级才是贯穿全年的核心主线。