

4月国内车市销量 138.4 万辆 新能源渗透率再度冲高至 60.6%

闻言培

告别一季度开门红的冲量节奏，2026年4月国内车市进入平稳休整、结构优化的新阶段。根据乘联会最新零售数据，4月国内狭义乘用车零售销量138.4万辆，同比下滑21.5%，环比下滑16.0%；1-4月累计零售560.4万辆，同比下跌18.5%。整体销量虽有阶段性回落，但行业核心增长逻辑持续向好，电动化、智能化、全球化三大升级趋势愈发清晰，优质品牌的竞争优势正在持续放大，行业正从规模高速增长，转向高质量、结构化的稳健发展。值得关注的是，即便大盘节奏放缓，新能源渗透势头丝毫未减，4月渗透率再度冲高至60.6%，创下历年同期新高。

如今的自主头部阵营，早已不是“一家独大”，而是上汽、比亚迪、奇瑞、吉利组成的“四强争霸”格局。四家车企战略路线各不相同，差异化布局覆盖家用、高端、越野、出海、商用等全细分市场，稳稳拿捏国内车市半壁江山，在行业结构性调整期走出了完全不一样的成长走势，共同撑起中国自主品牌向上突围的核心底气。

如果用一词语形容4月的上汽，那就是稳健。在整个车市节奏放缓、多数品牌销量波动的环境里，上汽堪称“行业定海神针”。4月整车销量32.88万辆，连续四个月拿下国内车企销冠；1-4月累计销量130.2万辆，同比仅微降1.5%，抗风险能力、体系稳定度直接拉满。不同于其他品牌依赖单一赛道单点突破的打法，上汽是典型的“全域全能型选手”，自主崛起、合资转型、新能源提速、海外爆发四条赛道同步发力，几乎没有市场短板，也是目前国内唯一实现全品类、全价格带、全球化均衡布局的汽车集团。

自主板块今年彻底迎来“爆发期”，增速领跑整个主流自主阵营，彻底改写了上汽过往“合资见长”的固有印象，自主力量正式成为集团核心增长主力。高端品牌智己彻底撕掉“小众高端”标签，品牌影响力全面破圈，4月销量首次破万，达到10016辆，同比暴涨201.14%。刚上市的智己LS8更是自带爆款体质，凭全新线控四轮转向、高阶全场景智驾、全景AI座舱的硬核实力，上市1小时大定突破8000台，硬生生在被外资垄断多年的30万级高端SUV市场，撕开一道国产突破口，证明中国品牌完全具备对标国际豪华品牌的产品实力。

主流家用阵营同样火力全开，持续夯实大众市场基本盘。荣威瞄准当下最火的AI智能赛道，全新“家越”系列正式亮相，深度融合智能大模型，把被动用车变成主动服务，让车子真正变得“懂场景、懂用户、懂生活”，精准契合当下消费者对智能出行的全新需求。2026款MG4完成重磅迭代，搭载上汽自研SolidCore半固态电池，安全性、续航能力双重升级，凭借亲民定价和极致产品力，既是国内家用纯电刚需神器，也是横扫欧洲、东南亚市场的全球化爆款。上汽大通则牢牢站稳高端新能源商用车赛道，聚焦轻客、定制MPV、户外专用车型，细分优势极其稳固，4月销量2.39万辆，同比增长



34.79%，稳稳守住细分龙头地位。

合资与出海业务，则为上汽筑牢了稳稳的基本盘，实现新旧动能平稳切换。上汽大众、上汽通用正在加速完成新能源迭代，告别传统燃油依赖，在北京车展一口气甩出多款纯电旗舰新车，补齐新能源产品短板，完善纯电产品矩阵，为下半年市场蓄力反弹。上汽通用五菱坚持“国内提质、海外掘金”双线战略，家用车型持续迭代优化，贴合国民出行需求，海外市场持续深耕，单月销量首破3万，累计海外销量突破150万，在东南亚、南美市场越扎越深，成为国民车企出海的中坚力量。

最亮眼的还要数海外市场，成为上汽最确定的增量曲线。4月上汽海外销量13.43万辆，同比暴涨54.96%。靠着本土化建厂、本土化供应链布局、本土化运营的“搬链出海”成熟模式，上汽在全球一百多个国家站稳脚跟，真正实现了“国内稳底盘、海外赚增量”的双循环格局，全球化体系实力遥遥领先国内同行。

作为行业老大哥，比亚迪4月依旧保持超高质量，以32.11万辆的成绩稳居行业第二。如今的比亚迪，早已不只是“国内卖得好”，而是真正完成全球化落地，成为中国新能源的世界级名片。国内市场价格战白热化，比亚迪难免受到内卷影响，销量小幅波动，但王朝、海洋两大主力矩阵依旧稳坐家用新能源主流盘，用户口碑和市场保有量持续领跑行业。品牌梯队也越来越完善，腾势主攻中高端家用、方程豹深耕新能源越野、仰望卡位顶级豪华，5万-200万全价格带无死角覆盖，无论是代步家用、家庭通勤、高端商务还是硬核越野，用户想要的车型，比亚迪基本都能给到。

真正撑起比亚迪增长的，是持续火爆的出海业务。4月比亚迪出口13.45万辆，同比大涨70.9%，东南亚、南美、欧洲市场遍地开花，海外建厂节奏持续加快，品牌国际认可度稳步提升。在国内市场竞争日趋激烈的当下，海外增量成为比亚迪最稳的“第二条增长曲线”，也让品牌摆脱单一国内市场依赖。

要说2026年长势最猛的自主品牌，奇瑞绝对榜上有名。4月整体销量25.14万辆，稳居

行业第三，增长势头肉眼可见，是自主车企中成长性最强的品牌之一。

奇瑞的打法非常清晰：燃油主攻海外，新能源主攻国内，内外分工明确、双向发力。4月单月出口高达17.76万辆，同比暴涨102.4%，超六成销量来自海外，堪称中国车企的“出海排头兵”，在俄罗斯、中东、南美、东南亚市场拥有极高的市场占有率和品牌认可度。同时新能源板块同步起飞，风云、星途系列持续放量，产品覆盖家用混动、纯电高端市场，补齐多年新能源短板，4月新能源销量突破10万辆，同比增长63.8%，内外双轮驱动，让奇瑞在行业结构性调整期依旧保持高速奔跑。

吉利是自主头部里最“稳”的选手之一，4月销量15.3万辆，同比仅下滑6.7%，远优于行业大盘。没有激进暴涨，也没有大幅跳水，常年保持稳中有进的节奏，抗市场波动能力极强。

靠着多品牌精细化布局，吉利精准拿捏每一个细分市场：吉利主品牌亲民走量、几何守住入门纯电、极氪站稳30万高端纯电、领克主打年轻性能潮流市场。各品牌互不内耗、精准卡位，形成完整产品梯队。尤其是极氪，持续热销稳稳撑起品牌高端化门面，彻底打破吉利“只做平价车”的固有认知；吉利星愿更是稳居入门纯电轿车热门榜单，凭借高性价比、低能耗、好开好用俘获大量家用用户，整体新能源渗透率持续走高，品牌转型质量越来越高。

除了自主头部四强，新势力赛道的分化趋势在4月彻底明朗，彻底上演“冰火两重天”，早已没有早年全员躺赢的盛况，真正进入“强者恒强、弱者出局”的专业淘汰赛，行业从野蛮生长迈入高质量竞争阶段。

今年四月的最大惊喜，来自零跑汽车。单月销量7.14万辆，同比暴涨73.9%，直接登顶新势力销冠。不玩高端噱头、不做天价营销，零跑靠着“高配低价、全面智能、诚意满满”的务实打法，精准拿下下沉家用市场，在行业价格内卷中逆势突围，成为今年新势力最大黑马，也印证了平民智能电车巨大的市场潜力。

中高端赛道则依旧是熟面孔的天下，头部格局高度稳固。小米SU7单月交付超2.6万辆，凭极致颜值、扎实底盘调校、完整智能生态实力，持续圈粉年轻用户，上市之后持续稳量，站稳中高端纯电新锐席位；理想死守家庭增程赛道，精准定位大空间、舒适家用，稳住高端基本盘，用户群体极其固定；蔚来靠成熟换电体系、极致服务和高端用户粘性站稳脚跟，深耕纯电高端细分；鸿蒙智行凭借顶尖智能生态优势，持续收割高端智能用户，主打“人车家全场景”体验，差异化优势明显。

与此同时，一众中小新势力日子越发难熬。产品更新迭代缓慢、智能技术跟不上主流、资金承压、售后体系缺失，多重问题叠加，让不少小众品牌销量持续低迷，正在慢慢退出大众视野，

新势力赛道正式进入头部集中、优胜劣汰的成熟阶段。

曾经躺着赚钱的传统豪华品牌，4月整体节奏放缓，燃油基本盘持续萎缩，电动化转型节奏偏慢，昔日耀眼的品牌光环正在慢慢褪色，市场话语权逐步被国产高端新能源稀释。

一线豪华双巨头承压：宝马4月销量3.4万台，同比下滑24.4%；奔驰4月销量3.2万台，同比下滑33.3%。两大品牌依旧高度依赖燃油车走量，新能源车迭代慢、智能化体验薄弱、性价比偏低，完全跟不上国产电车快速迭代的节奏，越来越多年轻消费群体，开始跳出传统BBA选择，转向配置更高、智能更强、体验更好的国产高端新能源车型。

特斯拉同样不复当年强势，4月国内销量2.6万台，同比下滑10.8%。Model Y虽然依旧能打、保有量极高，但常年改款节奏慢、配置优势逐步被抹平，面对智己、极氪、蔚来等国产高端电车的轮番冲击，曾经的市场独霸地位早已松动，竞争压力持续加大。

二线豪华品牌更是集体陷入转型迷茫，沃尔沃、捷豹、路虎等品牌，新能源产品布局零散、车型矩阵不完善、智能化短板明显，传统燃油车销量逐年缩水，全新新能源产品又暂时撑不起市场增量，整体卡在转型阵痛期，进退两难，市场份额持续被挤压。

合资阵营4月整体处于新旧交替的调整期，曾经稳坐家用市场半壁江山的日系、德系，如今也不得不面对市场迭代的现实，彻底告别“靠品牌溢价即可躺赢”的时代。

上汽大众、上汽通用作为合资阵营的中坚力量，虽然短期销量承压，但转型态度最为积极、动作最果断。依托上汽体系强大的技术赋能与供应链优势，两大合资品牌加速电动化、智能化转型，在北京车展一口气放出多款纯电旗舰新车，补齐新能源产品短板，完善纯电产品矩阵。凭借数十年积累的扎实造车工艺、优秀底盘调校功底和成熟品控体系，蓄力下半年市场翻盘复苏，合资新能源的竞争力正在逐步回归。

反观丰田、本田等日系品牌，转型节奏明显偏慢。燃油车持续掉量、混动车型增量有限，智能座舱与辅助驾驶体验跟不上国产电车主流水平，曾经家喻户晓的家用神车光环逐渐褪去，多年积累的家用车市场份额，正在一步步被自主新能源品牌蚕食。对于所有合资品牌而言，依赖情怀和标的时代彻底结束，唯有紧跟电动化、智能化趋势，持续本土化创新，才能持续立足市场。

晨车评：现在的车市竞争，早已不是简单的“谁便宜谁卖得好”，而是技术、产品、战略、全球化的综合比拼。上汽靠着全域均衡的体系实力稳坐龙头，比亚迪、奇瑞、吉利各凭技术与渠道优势抢占增量，头部新势力靠智能化、差异化体验站稳脚跟；而转型滞后、打法单一、创新不足的品牌，正在慢慢被市场淘汰。

