

5月国内车市销量151万辆 新能源渗透率达62.9%，再创历史新高

闻言培

根据乘联会数据,2026年5月国内乘用车批发约223.2万辆,同比小幅回落4%,环比回升6%;国内零售151万辆,同比下滑22.1%,但环比增长9.2%,终端情绪略有回暖。新能源渗透率再创新高,零售端渗透率达62.9%,批发端也突破60%,意味着每卖出10台车,就有6台以上是新能源,油电迭代彻底进入快车道。与此同时,出口成为绝对亮点,5月汽车出口93万辆,同比暴增68.7%,其中新能源出口占比超五成,海外市场强势对冲了国内下滑的压力。燃油车则持续收缩,份额仅剩三成出头,同比近乎“腰斩”,市场两极分化愈发鲜明。

作为当前国内汽车行业的龙头企业,比亚迪在2026年5月延续了行业绝对领跑的发展态势,当月整体批发销量38.35万辆,市场占有率稳居行业高位,体系化竞争优势进一步拉大与同行差距。依托王朝、海洋两大主力系列稳定输出33.02万辆,品牌牢牢占据主流家用乘用车市场,覆盖紧凑型轿车、主流SUV等核心走量赛道,持续以油电同价策略挤压传统燃油车生存空间。在中高端市场,腾势品牌当月交付1.63万辆,持续深耕商务家用细分领域,产品口碑和市场保有量稳步提升;方程豹当月销量3.02万辆,持续深耕个性化新能源性能赛道,精准覆盖年轻消费群体差异化需求;仰望品牌单月交付286台,持续站稳国产豪华汽车技术高地,填补中国品牌超高端市场空白。在稳固国内市场的同时,比亚迪全球化战略持续落地,5月海外出口量达16.06万辆,同比大涨80%,海外市场渗透率持续提升,成为品牌全新增长曲线,技术输出、产品出海、本土化布局同步推进,全方位巩固自身全球新能源车企龙头地位。

奇瑞汽车在2026年5月延续了近年来的高速增长势头,全集团批发销量24.78万辆,同比增幅达20.5%,整体市场韧性持续释放,走出了一条“国内稳底盘、海外冲增量”的差异化发展路径。不同于多数车企深耕国内市场的发展模式,奇瑞长期布局全球市场,海外渠道体系、本土化生产、用户口碑已形成规模化优势,五月海外出口18.19万辆,同比暴涨80.5%,再度实现大幅增长,持续领跑国内车企出口榜单,海外市场已经成为支撑品牌销量增长的核心基本盘。在国内市场层面,奇瑞当月新能源销量突破10.03万辆,全面提速新能源转型节奏,依托主品牌、捷途、iCAR、星途多品牌协同布局,覆盖平民代步、家用混动、高端智能电动等多个细分赛道,产品矩阵持续完善,依靠高性价比、高实用性的产品特质,稳步提升国内市场占有率,在激烈的行业内卷中实现了稳健增长。

吉利控股在5月的市场表现延续了一贯的稳健风格,全集团批发销量23.76万辆,同比微降1.0%,整体发展均衡,抗风险能力突



出,依托多品牌、全价位、全品类的体系化布局,持续稳居国内车企第一梯队。吉利银河系列新能源产品当月销量8.17万辆,持续放量,成为品牌电动化转型的核心增长动力,主流家用新能源市场份额稳步提升;领克品牌当月销量2.07万辆,持续深耕年轻运动细分市场,圈层用户粘性稳固,品牌差异化优势明显;极氪品牌当月交付3.44万辆,持续深耕高端纯电市场,产品力、智能化体验、市场认可度持续提升,稳居高端新势力第一梯队。在夯实国内市场的基础上,吉利持续加码海外市场布局,5月汽车出口8.53万辆,出口增速持续领跑行业,全球化版图持续扩张,燃油与新能源并行、国内与海外协同的发展格局愈发成熟,成为行业内转型节奏最稳、综合实力最均衡的车企之一。

在国内汽车工业体系中,上汽集团作为国内体量最大、产业链最完善、合资布局最深厚的车企集团,2026年5月整体批发销量34.9万辆,集中体现了传统大型车企在新旧动能转换周期中的转型阵痛与突围韧性。历经数十年发展,上汽依托深厚的产业积淀、完善的供应链体系和成熟的渠道网络,长期稳居行业头部,而在新能源全面替代燃油车的行业大趋势下,集团正经历全方位的结构调整,合资板块收缩、自主板块崛起、出口业务爆发,成为五月最鲜明的特征。

长期以来,上汽大众、上汽通用两大合资板块,是上汽集团的现金“奶牛”,也是国内合资燃油车市场的标杆代表。但在电动化、智能化浪潮的冲击下,传统合资燃油产品竞争力持续弱化,上汽大众5月销量4.87万辆,上汽通用销量3.66万辆,两大合资企业在2026年5月依旧处于深度调整周期。

面对合资板块持续承压的现状,上汽集团主动加速结构性变革,全面发力自主板块,依靠自主品牌的强势增长,对冲传统业务的下滑压力,转型成效在五月持续显现。上汽乘用车荣威与MG品牌合计销量突破10万辆,荣威品牌持续深耕国民家用市场,燃油与新能源产品协同发力,稳住国内基本盘;MG名爵品牌持续深耕全球化赛道,凭借年轻化设计、成熟的三电技术和高性价比优势,在欧洲、东南亚、澳洲等海外市场持续热销,海外销量占比持续走高,成为中国汽车品牌出海的核心名片,大幅提振上汽全球市场份额。上汽通用五菱5月销量12.61万辆,持续扎根下沉代步市场,微型新能源车市场统治力稳固,凭借亲民的价格、稳定的产品品质和极低的用车成本,持续覆盖三四线市场。在高端化布局上,上汽集团持续补齐高端新能源短板,智己汽车在2026年5月销量近8000台,市场表现稳步提升,销量同比大幅增长,依托高阶智能驾驶、豪华座舱配置、极致底盘质感,成功站稳30万-50万高端纯电细分市场,打破了外界对上汽缺乏高端新能源标签的固有认知。

新能源与全球化,已经成为上汽集团破局转型的两大核心支柱。2026年5月,上汽整体新能源销量18.25万辆,保持高速增长,集团新能源渗透率成功突破半数,完成了从燃油主导到新能源主导的结构性跨越。同时,集团海外出口销量12.95万辆,同比保持大幅增长,海外本土化工厂、销售网络、售后体系持续完善,海外市场占总销量比重持续提升,彻底摆脱了对国内单一市场和合资燃油业务的依赖,正式迈入全球化、新能源化的全新发展阶段。整体来看,当下的上汽集团正处于转型最艰难、但蜕变最彻底的关键期,告别传统红利、深耕自主创新、发力全球市场,老牌车企的改革韧性与发展潜力持续释放。

长安汽车在2026年5月迎来了阶段性的强势回暖,全集团销量20.91万辆,同比大涨29.1%,增速领跑国内头部车企,行业向上态势十分明确。经过前期的产品梳理、品牌调整和技术积淀,长安彻底完成了新能源体系的搭建,当月新能源整体销量8.83万辆,启源、深蓝、阿维塔三大新能源品牌分层布局,分别覆盖主流家用、中高端纯电、顶级智能电动赛道,产品定位清晰、受众圈层明确。其中启源系列整体交付3.45万辆,深蓝汽车销量3.32万辆,阿维塔销量7336台,主流家用车型持续走量,稳住品牌基本盘;中高端新能源

车型持续收获市场口碑;高端智能电动产品依托头部科技企业赋能,智能驾驶、智能座舱优势突出,品牌溢价能力持续提升。同时,经典燃油车型持续兜底,海外出口业务稳步增长,多重利好叠加之下,长安汽车彻底走出调整周期,进入高速增长的全新阶段。

长城汽车在本轮行业变革中始终保持稳健审慎的发展节奏,2026年5月销量10.03万辆,同比增长12.7%,坚持差异化、专业化的发展路线,避开行业无差别内卷,深耕自身优势细分赛道。品牌始终聚焦SUV、硬派越野、皮卡三大核心优势领域,哈弗稳家用SUV基本盘,坦克持续垄断国内硬派越野细分市场,皮卡业务常年领跑全国、远销海外,海外销量占比接近五成,成为品牌稳定的利润来源。新能源转型循序渐进,稳扎稳打,欧拉深耕女性代步纯电市场,混动技术逐步下放主流车型,不盲目扩张、不跟风内卷,依靠专业化、差异化的产品布局,在激烈的市场竞争中保持稳定的市场份额,发展风格稳健且具备极强的细分壁垒。

新能源汽车方面,特斯拉中国5月市场表现保持稳定,批发销量8.6万辆,依旧是国内外新能源品牌的核心标杆,但市场竞争压力持续加剧。依托成熟的整车制造体系和规模化成本优势,品牌主力车型依旧保持稳定交付量,出口占比达到四成,但随着国内自主品牌新能源产品全面升级、性价比持续提升、智能化体验持续优化,特斯拉的技术优势、配置优势逐步被抹平,品牌溢价空间持续收缩。面对国内车企的全方位竞争,品牌只能通过价格调整、年度改款维持市场热度,市场守擂压力持续加大,外资新能源一家独大的市场格局彻底终结。

零跑汽车表现亮眼,在2026年5月实现了跨越式增长,零售销量8.2万辆,增速位居新势力品牌前列,成为国内新能源家用市场的核心黑马。品牌坚持大众化、高性价比的产品路线,聚焦10万-20万主流家用赛道,摒弃噱头式配置和高溢价,以实用化、智能化、高性价比为核心卖点,多车型矩阵全面覆盖轿车、SUV细分市场,精准匹配普通家庭用户购车需求。凭借稳定的产品迭代和下沉渠道布局,零跑持续实现销量突破,改写了新势力品牌的市场格局,证明了大众化家用新能源市场的巨大潜力。

纵观整个五月车市,行业竞争逻辑已彻底改写,新能源智能化、全球化布局、体系化产品能力,已经成为车企站稳市场的核心要素。

