新能源汽车渗透率上升 出口高增提振车市

中国汽车工业协会发布的数据显示，10月我国汽车产销分别完成306.3万辆和301.6万辆，环比分别增长2.5%和2.0%。放在“银十”的传统旺季里看，这个涨幅只能算温和，产销同比仍在承压。

10月产销的主要支撑，来自出口和新能源汽车。10月汽车出口106.6万辆，环比增长1.3%，同比增长60.2%，月度出口量连续5个月保持在100万辆以上。新能源汽车新车销量占比达到64.3%，中国品牌乘用车市场份额进一步提高。

● 殷浩楠 龚梦泽

汽车出口数据向好

数据显示，今年前10个月，我国汽车累计出口927.1万辆，同比增长65.1%。按10月出口量与汽车总销量计算，当月出口占比约为35.3%。

乘用车是汽车出口的主要来源，10月出口92.7万辆，环比增长0.9%，同比增长62.3%；前10个月累计出口809.4万辆，同比增长69.6%，占汽车出口总量的87.3%。出口走强的同时，乘用车产销也比9月有所修复，10月分别完成271.3万辆和266.2万辆，环比增长3.3%和2.9%，轿车和SUV的产销环比均小幅增长。

国内销量环比也在改善，10月汽车国内销量达195万辆，环比增长2.4%，其中乘用车国内销量达173.4万辆，环比增长3.9%；前10个月乘用车累计销量达2262.2万辆，其中国内销量达1452.8万辆。中汽协在月度综述中指出，国内汽车市场需求释放的持续性有待增强，消费者观望情绪仍在延续。前10个月出口月均超过90万辆，也在缓和国内需求承压对行业总量的影响。

10月新能源汽车销量占比达64.3%

新能源汽车10月产销分别完成201.7万辆和194万辆，环比增长11.2%和6.4%，同比增长13.8%和13.1%，增速快于汽车整体。前10个月，新能源汽车累计产销分别完成1450.9万辆和1441.1万辆，同比增长11.5%和11.3%，新能源新车销量占汽车新车总销量的54.8%。10月单月这一占比为64.3%，比累计水平高出近10个百分点，渗透率还在往上走。

从动力类型看，10月纯电动汽车产销仍保持两位数同比增速，插电式混合动力汽车同比承压。前10个月，纯电产销均实现10%以上的同比增速，插混产量微增、销量承压，增长动能明显弱于纯电。

中国品牌乘用车份额继续提高，10月销量达211.1万辆，环比增长5.8%，占乘用车销售总量的79.3%，较去年同期提高6.8个百分点；前10个月累计销量达1685.4万辆，同比增长0.3%，销量占比74.5%，较去年同期提高5.1个百分点。国内渗透率超过六成，靠内需拉动的空间在收窄，出口正在成为新能源汽车新的增长点。

在乘用车主要品种中，10月SUV产销同比小幅增长，中国品牌SUV销量占比达到82.2%，轿车和MPV分别为73.8%和73.5%。三类车型中，中国品牌占比环比、同比均提高，前10个月累计占比也高于去年同期。前10个月SUV销量排名前十位的生产企业合计销售948.6万辆，占SUV销售总量的68.3%。

从累计规模看，前10个月汽车产销分别完成2631.8万辆和2628.6万辆，汽车国内销量达1701.4万辆。总量在修复，车市的季节性也在变化。“金九银十”原本是燃油车时代留下的一套销售周期：厂家在9、10月集中向渠道铺货，经销商为完成全年任务压库促销，大型车展的效应以及国庆假期等因素又把客流吸引到店里，月度销量因此出现明显的季节性高点。

但这套节奏成立的前提，是国内零售占绝对主导。如今出口占到总销量的三成多，新能源汽车占到新车销量的六成多，两者的销售周期都不完全跟着国内旺季走：新能源汽车多为订单制销售，价格和交付周期都比过去要平滑；出口则按订单和船期排产。

原本集中在9、10月的购买被拉长到全年，“金九银十”的说法还在，但它描述的那套规律，对大盘的解释力已经大不如前。

商用车方面，前10个月产销分别完成362.9万辆和366.3万辆，同比增长5.0%和5.3%，客车和货车累计产销均实现小幅增长。前10个月，中型、轻型客车产销保持增长，货车主要品种中有三类车型产销均同比增长。10月，轻型客车产销同比、环比均保持两位数增长，客车产销同比保持两位数增长，轻型货车销量同比小幅增长。

从企业角度看，前10个月，汽车销量排名前十位的企业集团合计销售2226.1万辆，占汽车销售总量的84.7%。政策建议方面，中汽协在月度综述中提出，需要推动存量政策与增量政策协同发力，稳定市场预期，提振消费信心。



视觉中国图片

头部效应明显 动力电池企业业绩分化

● 本报记者 龚梦泽

A股及港股上市公司中，整车与动力电池板块三季报备受关注，业绩分化成为这两个板块企业的共性。比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车分列整车企业利润榜前三位，分别达到223.45亿元、139.63亿元和139.28亿元。动力电池板块中，宁德时代以645.3亿元的归母净利润居首位，亿纬锂能、中创新航归母净利润分别为52.40亿元、13.66亿元。

分化成关键词

营收体量稳居行业前列的比亚迪，盈利端仍承受行业价格竞争压力。比亚迪前三季度实现营业收入5663.04亿元，与上年基本持平；实现归母净利润223.45亿元，同比下降4.2%。第三季度归母净利润回升至100.20亿元，同比增长28.08%。销量端，海外销量达133.78万辆、同比增长91%，方程豹、腾势、仰望合计销售41万辆、同比增长75%。

同样倚重出口赛道，奇瑞汽车呈现增收不增利的特征。前三季度实现营业收入2412.34亿元，同比增长12.29%；实现归母净利润139.63亿元，同比下降2.8%。毛利率升至16.17%，较上年同期提高约2.5个百分点，出口占销量约七成，海外市场对毛利的支撑已经体现。

作为唯一实现营收与归母净利润双增长的公司，吉利汽车前三季度实现营业收入2725.64亿元，同比增长13.0%；实现归母净利润139.28亿元，同比增长6.7%。销量达223.55万辆，其中出口79.8万辆、同比增长169%。

合资板块利润贡献持续收缩，直接拖累上汽集团盈利表现。前三季度实现营业总收入4552.21亿元，同比下降2.9%；实现归母净利润56.38亿元，同比下降30.4%。公司披露，对联营合营企业投资收益由44.09亿元降至12.58亿元，公允价值变动收益转负；上汽大众、上汽通用销量分别下滑34.52%和10.44%。

长城汽车盈利压力主要来自国内市场基本盘。前三季度公司实现营业收入1598.69亿元，同比增长4.1%；实现归母净利润38.26亿元，同比下降55.7%。国内销量达44.43万辆、同比下降24.5%，出口47.6万辆、同比增长42.4%。

长安汽车利润下滑，源于主动去库存与汇兑因素叠加。财报显示，公司前三季度实现营业收入1018.84亿元，同比下降11.3%；实现归母净利润0.59亿元，同比下降98.1%。第三季度亏损7.58亿元，其中汇兑损失约5.6亿元。

广汽集团前三季度实现营业总收入751.56亿元，同比增长12.29%；归母净利润亏损69.87亿元，同比增亏62%，主要受合资品牌经营承压拖累。

北京汽车由盈转亏，前三季度营业收入849.57亿元，同比下降29.7%；归母净利润亏损30.90亿元，上年同期盈利0.51亿元，核心原因是北京奔驰量价同步走弱。

赛力斯前三季度营业收入855.73亿元，同比下降22.6%；归母净利润亏损2.97亿元，扣非净利润亏损37.44亿元，第三季度归母净利润环比扭亏，但扣非净利润仍未转正，芯片、锂价上行推高单车成本是主要约束因素。江淮汽车、北汽蓝谷亏损同步收窄，前者营收344.46亿元、同比增长11.4%，归母净利润亏损11.41亿元、同比减亏约20%，销量同比下滑9.4%；后者营收183.58亿元、同比增长19.3%，归母净利润亏损28.60亿元、同比减亏17%，销量同比增长46.5%，品牌交付带动收入提升。

头部企业优势显现

动力电池企业业绩也呈现分化格局。作为行业绝对龙头，宁德时代的利润增速慢于收入，前三季度实现营业收入4421.37亿元，同比增长56.19%；实现归母净利润645.3亿元，同比增长31.6%，盈利体量显著高于行业其他主体。第三季度归母净利润212.46亿元，同比增长14.54%，环比下降约5.8%。

储能业务成为亿纬锂能重要的增长曲线。其前三季度实现营业收入733.90亿元，同比增长63.08%；实现归母净利润52.40亿元，同比增长86.11%。储能电池出货67.52GWh，同比增长39.46%。

中创新航与鹏辉能源前三季度利润增幅跑赢收入增速。其中，中创新航实现营业收入459.49亿元，同比增长61.0%；实现归母净利润13.66亿元，同比增长约99.5%；鹏辉能源营业收入同比增长135.67%，实现归母净利润11.78亿元，同比增长928.81%。

欣旺达则呈现增收不增利格局。其前三季度实现营业收入634.62亿元，同比增长45.78%；实现归母净利润6.13亿元，同比下降56.37%。第三季度归母净利润1056.71万元，同比下降98.08%，公司归因于消费电子需求承压、物料成本上行及汇率与出口退税政策变化。

国轩高科关键财务指标背离。其前三季度实现营业收入454.37亿元，同比增长53.98%；实现归母净利润8.49亿元，同比下降66.48%；扣非净利润2.52亿元，同比增长195.54%。对此，公司表示归母净利润下滑主要受股票资产公允价值变动及汇率影响。

孚能科技营收下滑且亏损扩大。其前三季度实现营业收入58.31亿元，同比下降11.17%；实现归母净利润-5.98亿元，亏损同比扩大55.06%。对于业绩下滑的原因，公司称为客户结构调整等所致，新客户订单转化仍在推进。

丰田中国换帅 机器人业务站上独立赛道

● 殷浩楠 龚梦泽

日前，丰田汽车公布新一轮组织架构及人事调整方案，任命雷克萨斯销售推进部部长太田资大出任丰田中国本部长，上田达郎转任高级研究员，相关人事安排将于2027年1月1日正式生效。在本轮人事变动之外，丰田同时宣布设立集团直属的全新机器人业务部门。

本次人事调整，恰逢南北丰田推进业务协同的关键窗口期——广汽集团拟通过发行股份方式收购一汽股份所持有的一汽丰田50%股权，为两大合资主体开展业务统筹创造了基础条件。结合经营业绩来看，丰田在华零售规模出现下滑，合资企业投资收益大幅下降，南北丰田在产品布局、销售渠道及零部件采购等领域仍存在重复投入现象，企业经营重心正由规模扩张转向提升存量资源利用效率。

丰田中国人事变动受关注

资料显示，太田资大曾任一汽丰田汽车销售有限公司副总经理、董事，同时任职于丰田汽车（中国）投资有限公司，分管财务相关业务，具备合资企业经营管理、渠道运营及资金管理等实务经验。鉴于上述任职背景，业内普遍认为，其过往积累的复合从业经历，是推动本次人事任免的重要考量因素。

专家表示，南北丰田形成了差异化运营模式，双方分别导入车型、扩充产能、搭建销售渠道，基于同一平台开发的车型交由两家企业分别投放，以此实现市场覆盖面的快速扩张。这套模式在行业增量周期具备可行性，但步入存量竞争阶段后，双方同质化产品面向同一客群展开竞争，营销投入、终端价格让利持续加码，重复投入问题逐步体现在经营报表之中。

过往经验能否充分释放价值，最终仍取决于实际经营成效。企业需要将销量目标、单车收益水平、库存管控与投入回报纳入统一的经营考核体系，同时还要协调中方合作方与日本总部在产品规划、零部件采购环节存在的分歧。而就在这一关键节点，一汽丰田中方股东推进股权变更相关工作。

广汽拟成为共同中方股东

根据合作框架协议，广汽集团拟通过发行股份方式收购一汽股份所持有的一汽丰田50%股权，一汽股份将成为广汽集团重要战略股东。目前该交易尚处于推进阶段，协议明确一汽丰田将继续作为独立经营主体存续；在共同股东的架构下，广汽集团将参与推动南北丰田的业务协同工作。

值得一提的是，合资板块依旧能够创造利润贡献。即便自身经营承压，广汽集团2026年上半年仍获得广汽丰田派发的股利分红约22.98亿元，一汽丰田维持盈利状态。广汽集团正是在这一财务背景下，承接两家合资企业的中方股东角色。

与此同时，两家合资企业仍需为新能源产品迭代、本地化研发以及生产设备更新预留资金。在利润留存用于企业再投入与向股东实施分红之间，各方诉求存在差异，分红比例、转型再投入规模、业务整合成本均需要股东各方共同决策，直接影响企业向新能源转型的推进节奏。

股权交割完成后，广汽集团首要任务即推动企业经营改善。共同股东架构落地后，还需要统筹处置集团内部各类资源，新车型归属划分、研发项目牵头主体确定、零部件采购订单分配，均关系到现有业务团队与生产工厂的切身利益，上述事项的调整离不开丰田方面的参与。股权关系理顺仅是前提，后续产品规划、采购体系、产能布局、销售渠道的重构才是核心工作。

南北协同

南北丰田业务整合落地之后，产品端将迎来首轮变化。卡罗拉与雷凌、RAV4荣放与威兰达等同平台车型当前分属两家合资公司，各自承担相应销量指标；若实现统一规划，则有望压缩重复开发与营销推广的相关成本。除此之外，集中开展零部件采购、统筹调配产能、统一渠道管理，同样具备降本增效的空间。

渠道体系调整是整合过程中阻力最大的环节。南北丰田各自搭建经销商网络，存在独立建店、库存压货等经营行为，门店需要承担较高的建店与客户运营成本。一旦推进车型共享，调整经销商授权体系与返利规则，将直接改变经销商盈利预期。企业若希望降低营销费用，就必须同步做好终端库存管控、终端成交价格管理以及经销商收益保障，避免渠道端出现经营风险，该环节改革直接触动经销商利益，推进难度高于产品、采购、产能等其他模块。

产能调整则涉及综合成本权衡。将订单向高效率工厂倾斜，能够提升设备利用效率，但供应链配套、物流组织、人员安排均需要同步调整，会产生相应改造支出。降本收益与新增调整成本如何分摊，需要南北丰田形成可落地的实施方案。

生产体系层面另一项变量来自集团新设立的机器人部门。该部门不隶属于乘用车业务板块，直接向集团总部汇报，核心定位为提升制造环节生产效率。该项业务能否在业务整合周期发挥实际效用，还有待观察。丰田已经实现量产应用的零件抓取系统，属于固定工位自动化设备，在集团内部已有成熟落地案例；但ELEY双臂移动机器人仍处于研发阶段，距离大规模商业化应用尚有差距。从目前公开技术进展判断，该业务首先需要攻克设备可靠性与成本控制两大难题。参照丰田新能源汽车在国内市场的发展历程，该项业务短期内也难以对本土同业企业形成明显竞争压力。



视觉中国图片