

1月批售32.7万辆位居国内行业第一，同比大涨超两成

上汽集团新年开门红

近日，上汽集团发布2026年首月销量数据，1月实现整车批售32.7万辆，同比大涨23.9%，终端零售36.3万辆，是国内唯一一家1月实现月销破三十万辆的车企，经营质量持续向好。分板块来看，上汽自主品牌销售21.4万辆，同比增长39.6%；新能源车销售8.5万辆，同比增长39.7%；海外市场销售10.5万辆，同比增长51.7%。

亮眼销量数据是上汽集团全面深化改革初见成效的市场表征。上汽集团在体制机制、技术研发、产品布局等多维度开启转型升级，重点聚焦自主品牌建设和智能技术突破，不断加快创新转型步伐。2025年上汽集团全年销售整车450.7万辆，同比增长12.3%，终端零售销量达到467万辆，位列国内第一，改革攻坚取得阶段性成效。

上汽集团表示，2026年是上汽全面深化改革的攻坚之年，公司将继续秉持“懂车更懂你”的用户理念，通过AI赋能，创新引领智能驾驶、智能座舱、智能底盘和固态电池等行业前沿技术的上车应用，致力推动技术向新、产品向上、经营向好，全力进取国内国际两个市场，不断巩固经营回升势头，实现“十五五”良好开局。

多线并进创佳绩
全品类发力引变革

上汽集团在乘用车与商用车领域同步发力，凭借技术突破、模式创新与生态协同，实现全链条高质量发展。在电动化与智能化领域累计投入超1500亿元，手握近26000项有效专利的坚实基础，旗下各品牌多点开花，持续领跑市场。

智己品牌作为高端突破的核心力量，2025年销量达8.1万辆，12月实现全成本口径盈利。LS6与LS9双车站稳20万元、30万元级核心赛道，连续四月销量破万辆，其中LS6累计销量超10万辆。LS6搭载上汽自研恒星超级增程系统，纯电续航超450km，综合续航1500km，配合800V架构与AI Agent智能助手，兼顾续航与智能体验；旗舰车型LS9则以灵犀数字底盘3.0、英伟达



Orin-X芯片加持的高阶智驾系统，跻身大型增程SUV榜单前三，超越理想L9等竞品，彰显技术硬实力。主流市场方面，MG4与尚界H5践行“技术普惠”与“跨界共创”理念。MG4全球首发批量装车半固态电池，搭配CTB电池车身一体化结构，将高端技术下放至十万元级市场，上市40分钟订单破万辆，四个月后月交付量稳定超万辆。尚界H5作为上汽与华为智选合作标杆，全系标配华为乾崮ADS 4.0智驾系统与鸿蒙座舱，经历超10万项品质测试，一小时大定破万、累计交付超3万辆，在15万—20万元区间形成智能越级优势。商用车板块也协同发力，上汽大通新能源销量与海外出口分别同比增长52%和12%，海外出口量达9205辆。

从乘用车高端突破、主流普惠到商用车乘势而上，上汽集团以技术赋能产品，以生态凝聚合力，构建起覆盖全场景、全品类的发展格局，持续引领汽车产业转型升级。

体系支撑技术落地
全球市场验证产品逻辑

密集的爆款产品涌现背后，是上汽自2024年以来推进的全面深化改革在提供体系支撑，而这场“静水深流”式改

革的核心逻辑是打通产品定义、研发、生产、营销全链路，让组织更敏捷地响应用户与市场。

研发与产品定义层面，“懂车更懂你”从理念转化为具体流程。一个典型案例是技术标签的显性化。上汽将过去十年的技术积累系统梳理为“智慧脑、健壮身、强劲心”三大标签。“智慧脑”对应以端到端大模型为代表的智能驾驶与座舱；“健壮身”对应以数字底盘、一体化压铸车身和魔方电池零自燃纪录为代表的技术与安全；“强劲心”则对应DMH超级混动、恒星超级增程和固态电池等动力解决方案。这种标签化打法降低了用户对复杂技术的认知成本，让技术实力成为可传播、可比较的数字化品牌资产。在产业生态构建上，上汽通过战略直投进行前瞻布局。自2021年以来，其累计战略投资超180亿元，2025年新增投资中近七成集中于AI、人形机器人、高端制造等“新质生产力”领域。

进军全球化市场是对上汽产品与技术逻辑的终极压力测试。2025年，上汽海外销量达107.1万辆，2026年1月份销售10.5万辆，同比增长51.7%，在行业中名列前茅。在欧洲这一成熟且竞争残酷的市场，2025年MG品牌欧英销量突破30万辆，同比增长29%，连续十一年荣获中国品牌销量冠军。今年上汽

MG再接再厉，1月在欧洲交付近2.6万辆，同比增长约15%。尤为值得关注的是结构性变化：MG Hybrid+混动家族销售13.7万辆，同比大涨300%。这表明，上汽的出海已进入提供覆盖燃油、混动、纯电的全能源解决方案阶段，能更灵活地应对不同市场的政策和需求偏好。

上汽集团的Glocal战略3.0也进入深度运营阶段。MG品牌在欧洲不同国家实行差异化产品投放。在道路狭窄的意大利，MG主打紧凑型车型；在西班牙，MG HS PHEV车型长期占据最受欢迎插电混动榜单。同时，智己品牌也已启动出海，进入泰国、英国、澳大利亚、挪威等16国市场，开始将中国高端新能源品牌推向全球。

此外，体系变革也从产品端延伸至全周期服务场景。2026年春节前夕，上汽集团联动旗下十余个整车品牌、全国超5000家服务网点，发起“懂车更懂你 马上送温暖——2026年上汽春节暖心关怀活动”，围绕“节前检测、假期全时守护、节后焕新养护”提供一站式保障。此举不仅彰显用户关怀，更是上汽集团通过贯穿“购车—用车—养护”全周期的服务触点将“懂车更懂你”理念在销售后市场系统性落地的切实践。 (丁延吉)

2026发力新能源
上汽大众7款新车密集投放稳增长

2025年，国内新能源汽车渗透率突破50%，合资品牌普遍面临转型压力。在此背景下，上汽大众全年终端销量达106万辆，守住百万规模阵营。数据显示，去年12月单月终端销量9.6万辆，环比增长10.9%，在年末车市整体偏冷的态势下呈现强劲复苏势头。值得关注的是，在行业普遍收缩燃油车投入的情况下，上汽大众燃油车市占率逆势攀升至8.7%，表现亮眼。

上汽大众党委书记、总经理陶海龙表示：“上汽大众始终聚焦‘价值竞争’，2025年的各项战略与策略均围绕这一核心推进。对我们而言，2025年是战略转型的关键一年，公司正处于从战略部署向落地执行的关键过渡阶段。”

日前，上汽大众正式发布2026年度战略，以“油电同进、油电同智”为核心方向，推进产品、技术、渠道、服务全维度升级，计划年内投放7款全新新能源车型，持续强化体系能力，加速品牌向新能源领域转型。

2025蓄力转型
油电并行筑牢市场根基

陶海龙将2025年定义为上汽大众的“蓄力之年”，这一年公司正式从转型期步入“战略交付2.0”阶段。面对新能源汽车发展大势，上汽大众未采取“放弃燃油车、全面转向新能源”的极端策略，而是选择“油电同进、油电同智”的均衡路径。

燃油车领域，上汽大众以“大厂品质、机械素质、智能表现”构成的“黄金价值三角”持续迭代产品，稳固核心畅销车型的细分市场地位。新能源领域，全面布局纯电、混动、增程三大技术路线，其中上汽奥迪E5 Sportback成功切入豪华电动市场，全新ID. ERA序列则聚焦全场景出行需求，进一步完善产品矩阵。

销量数据印证了转型成效：2025年上汽大众全年终端交付106万辆，蝉联合资单一品牌销量冠军；燃油车市占率攀升至近8.7%，位居单一品牌燃油车市场首位。具体来看，帕萨特家族、朗逸家族、途观家族全年销量分别达23.4万辆、超27万辆、超20.3万辆，持续

领跑各自细分市场。上汽奥迪同样表现强劲，2025年销量超4.7万辆，同比增长23%，连续三年创下销量新高。其全新AUDI品牌首款战略车型奥迪E5 Sportback，于1月8日荣膺“2026中国年度车”大奖，成为该品牌首款车型发布首年即获此殊荣的车型，市场认可度显著。

体系能力建设成为上汽大众的核心竞争力。2025年，公司通过IPD系统重构产品开发流程，打通IPMS市场洞察与GTM终端执行链路，决策效率大幅提升；渠道管理方面，摒弃库存绑架模式，重点推进经销商能力建设；服务端践行“用户中心主义”，以整车终身质保、“一客一群”数字服务等举措构建用户信任，推动汽车消费向长期价值转型。

2026产品大年
7款新能源车型密集投放

2026年成为上汽大众的“产品大年”，公司将集中发力新能源市场，推出7款全新新能源车型，覆盖纯电、插混、增程三大技术路线，全面满足不同用户群体的出行需求。

其中，定位“德系满级旗舰SUV”的ID. ERA 9X已完成工信部申报。陶海龙介绍，该车作为大众品牌全新ID. ERA序列的首发车型，同时也是大众集团全球首款9系旗舰SUV。“从二季度开始，新车发布将进入快车道，基本保持每月一款全新车型登场的频率。”他透露，通过这一系列新车投放，大众品牌将进一步重塑市场认知。

上汽奥迪方面，AUDI品牌第二款车型奥迪E7X将于北京车展正式亮相，与已上市的奥迪E5 Sportback形成高低互补，进一步完善豪华新能源产品矩阵。此外，上汽大众今年还将推出3款插混车型，持续丰富新能源产品选择。

陶海龙此前在内部沟通中明确，此次产品密集调整是对市场挑战的正面回应。未来，公司将集中资源聚焦高销量、高盈利潜力项目，通过平台化整合、供应链优化等方式严控成本，全面提升产品市场竞争力。 (丁楠 阙静雅)

长周期金融工具撬动消费需求，车市竞争再添新维度

七年低息贷成车企促销“新战场”

新年伊始，国内汽车消费市场掀起一场围绕“七年低息分期”展开的金融促销热潮。这场热潮由特斯拉率先引爆，该企业于1月6日正式宣布，当月下单购车用户可申请最长7年期限的购车金融方案，年费率低至0.5%，折合年化利率仅0.98%。以10万元贷款额度为例，用户每年需支付的利息仅500元，购车资金门槛大幅降低。

据了解，在此之前，国内市场主流车贷产品的年化利率普遍维持在5%以上，且还款周期多集中在3至5年，长达7年的低息车贷方案极为罕见。特斯拉这一突破性举措一经发布，迅速引发市场高度关注。随后数周内，小米、理想、小鹏、吉利等多家主流车企纷纷跟进，陆续推出类似的长周期低息金融方案，各家年化利率分布在0.98%至4.69%之

间，“低月供”“低首付”成为共同的核心宣传卖点，行业促销竞争焦点正式转向长周期低息贷领域。

业内分析认为，七年低息分期方案的集中兴起，背后有着明确的政策与市场双重驱动逻辑。政策层面，2025年3月，国家金融监督管理总局发布《关于发展消费金融助力提振消费的通知》，将个人消费贷款期限上限阶段性延长至7年，为长周期车贷产品的推出提供了坚实的制度依据；同年8月，财政部等多部门联合印发《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》，明确对单笔5万元及以上的家用汽车贷款给予贴息支持，进一步降低了车企与消费者的资金成本，为低息车贷方案的落地创造了有利条件。

从市场层面来看，行业下行带来

的销售压力是推动这一促销模式普及的更深层次原因。随着新能源汽车购置税减免政策逐步退坡，消费者购车成本有所上升，购车意愿出现一定程度减弱。乘联分会发布的数据显示，2026年1月国内狭义乘用车零售销量约为180万辆，环比2025年12月大幅下滑20.4%。在行业增长动能转换、库存压力持续加大的背景下，通过拉长贷款周期降低月供门槛、刺激终端消费需求，成为车企“以时间换销量”的现实选择。

当前国内汽车行业整体平均利润率已降至4%左右的历史低位，“七年低息贷”这类促销手段将进一步考验企业的盈利韧性。对利润空间相对充裕的头部车企而言，此举或可作为抢占市场份额的竞争策略；但对本就利

润微薄的中小车企来说，盲目跟风推出低息方案，可能会加剧自身现金流压力，甚至陷入“饮鸩止渴”的经营困境。

对消费者而言，超长周期低息分期确实有效缓解了购车即时资金负担，让更多预算有限的群体得以提前实现购车需求。但业内人士提醒，金融便利背后潜藏着一定风险：低月供往往对应更长的还款周期，整体总利息支出可能更高；部分看似优惠的方案，还可能通过隐性提高车价、捆绑销售保险或服务、收取额外服务费等方式转移成本。在此背景下，消费者面对各类低息贷款宣传时，需保持理性审视态度，仔细核算综合购车成本，并结合自身长期收入稳定性审慎做出决策。 (徐崇闻)

上汽大通1月销量18603辆
轻客、轻卡、皮卡全线增长

2026年1月，上汽大通（以下简称“大通”）实现销售18603辆，同比增长24%，在市场整体承压的背景下表现稳健。大通在新能源与海外出口方面也同步发力，海外市场销售9205辆，同比增长12%，显示出在绿色转型与全球化布局上的持续进展。

产品结构方面，各车型线均实现正向增长：轻客销售7010辆，同比增长19%；皮卡销售5924辆，同比增长26%；跃进轻卡销售3512辆，同比增长77%，其中新能源车型销量增长达161%。值得注意的是，“大拿”系列车型销量同比增长90%，显示出在特定细分市场的产品号召力。

在新能源领域，大通已形成覆盖多车系、多技术路线的产品矩阵，1月新能源车型销量中，国内占比超过35%。上汽大通跃进品牌新能源车型销售1895辆，同比增长161%。旗下

超越H500大牛G车型荣获“2026年度值得用户信赖城配运输双燃料轻卡”大奖。红岩聚焦重卡新能源化，近日与新疆准东经济技术开发区和友道智途达成三方合作，携手打造年产能1000台的新能源无人矿卡一体化项目。

全球化方面，大通在挪威、新加坡等市场的新能源商用车细分领域位居销量前列，并在中国香港的电动VAN车及MPV市场保持占有率领先。此外，今年初大通在意大利启动“Glocal”战略，未来几年计划向意大利市场投放8款全新或改款车型，其海外拓展从产品出口逐渐转向本地化运营。

当前，商用车行业正同时面临新能源转型与市场国际化的多重挑战。上汽大通在1月所呈现的销量结构，一定程度上反映出中国商用车企业在产品多元化、能源转型与出海模式上的积极探索。 (丁楠)

从“以价换量”到“以价求生”

供应链成本大涨 车企再陷价格困境

微薄的利润空间。瑞银投资银行发布的研报数据显示，受2026年初政策刺激措施退坡、新能源汽车购置税恢复征收及大宗商品价格上涨三重挑战叠加影响，预计一辆普通中型智能化电动汽车的成本涨幅将达4000至7000元。

除传统供应链原材料成本攀升外，人工智能产业爆发引发的算力与数据中心需求外溢，成为车企新增成本压力源。富国银行在其研究报告中指出，全球数据中心及人工智能应用需求激增，直接推高了存储芯片的供需缺口，汽车制造商不仅面临新的成本上涨压力，还存在潜在的供应中断风险。

随着汽车智能化水平不断提升，车辆对存储容量和传输带宽的需求持续攀升，存储芯片涨价对车企的影响尤为

显著。蔚来汽车CEO李斌此前在接受采访时直言：“2026年企业面临的成本压力确实较大，最大的压力并非传统原材料，而是内存。公司旗下‘神玃’芯片、英伟达芯片及座舱芯片均需大量内存，近期内内存价格大幅上涨已成为行业共性难题。”

瑞银报告数据进一步印证了这一现状：汽车应用领域的DRAM（动态随机存取存储器）价格在三个月内暴涨180%。另有行业机构统计显示，目前DDR5现货价格较2024年平均水平高出8倍以上，DDR4价格涨幅更甚，较2024年均值高出16倍以上。经测算，一辆具备中等智能化水平的电动汽车，其DRAM成本已从涨价前的约700元攀升至2000元，仅此一项单车成本就增加1300元。 (丁楠)



2026年初，国内汽车行业供应链价格波动加剧，车企再度陷入价格调控的两难困境。数据显示，核心原材料价格大幅上升：碳酸锂价格从2025年初的7.5万元/吨暴涨至2026年1月的17.4万元/吨，涨幅超130%；同期铝价突破2.5万元/吨，铜价站上10万元/吨关口，多重原材料涨价进一步挤压了车企本就