

车市驶入“存量博弈”深水区 车企加速抢滩纯电蓝海市场

中经记者 方超 石英婧 上海报道

受多重因素影响，中国车市已迈入存量博弈“深水区”。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)数据显示，6月份，全国乘用车市场零售160.2万台，同比下

增程遇冷 纯电高歌猛进

在新能源渗透维持高位的背后，纯电、插混及增程的市场份额也出现显著变化。

在上半年乘用车国内销量下滑的情形下，车市结构分化趋势也愈发受到外界关注。

“6月常规燃油车份额37.2%，同比减量占乘用车总减量的78%，其中普通混合动力车型零售下降7%，纯燃油车下降42%，燃油车结构进一步分化。”乘联分会同时认为，高油价、消费转型等因素加速“油电替代”过程，6月新能源零售渗透率保持在62.8%的历史高位。

而在新能源渗透维持高位的背后，纯电、插混及增程的市场份额也出现显著变化。

以今年6月为例，乘联分会数据显示，在该月的新能源批发销量结构中，纯电动占比66.2%，同比上涨4.0%，环比上涨0.7%；狭义插混占比27.4%，同比下滑0.2%，环比下滑0.1%，而增程式则占比6.4%，同比下滑3.8%，环比下滑0.6%。

进一步研究可发现，在6月份，纯电动成为唯一正增长动力形式，而曾经颇为火热的增程式车型，当下却在市场“遇冷”。

对此，章弘向记者分析，增程遇冷与该赛道同质化产品增多、纯电与增程车型价差缩小、消费者纯电续航焦虑降低等多重因素密不可分，如在市场颇为关注的续航焦虑方面，章弘认为，当下超快充普及、充电网络日趋完善，“纯电的里程焦虑大幅降低，削弱了增程‘可油可电’的补能优势”。

“从用户的视角来看，他们

降23.2%，环比增长6.1%；今年以来累计零售870.1万台，同比下降20.2%。

《中国经营报》记者注意到，在竞争加剧的大背景下，市场结构也在持续“洗牌”，“油冷电热”趋势明显。相关数据显示，今年二季度，纯电渗透率持续突破



乐道汽车作为蔚来为高品质家庭打造的品牌，实现了新能源市场难得的“量价齐升”。

本报资料室/图

其实是容易做出选择的，不像前几年那么纠结。前几年因为基础设施还不发达，充电换电条件还没那么好，那个时候选增程、选插混都是合理的。”日前，蔚来创始人、董事长、CEO李斌向包括《中国经营报》在内的媒体表示，“我认为现在用户开始选纯电、选智能电动汽车，是水到渠成的事情。”

除此之外，用户“油转电”的趋势也受到外界关注。乐道汽车总裁沈斐此前也向记者表示：“从用户角度来说这笔账很好算，他从油车转过来，原来二手车置换还能值一些钱，我们的空间包括

40%，反超燃油，成市场主流动力形式。

在此情形下，车企销量表现也在持续分化。公开信息显示，今年上半年，蔚来、零跑等车企销量稳步提升，以前者为例，其上半年销量同比增长67.4%，而零跑汽车在6月份全球交付量突破9万

台大关。

“随着快充技术普及以及纯电平台成本进一步下探，纯电车型在性价比和体验上形成了绝对的‘降维打击’。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者表示，“市场心智已全面向纯电倾斜。”

除了纯电车型销量快速增长，零跑汽车在6月份全球交付量突破9万台大关。在上半年，蔚来、零跑等车企销量稳步提升，以前者为例，其上半年销量同比增长67.4%，而零跑汽车在6月份全球交付量突破9万

其实是容易做出选择的，不像前几年那么纠结。前几年因为基础设施还不发达，充电换电条件还没那么好，那个时候选增程、选插混都是合理的。”日前，蔚来创始人、董事长、CEO李斌向包括《中国经营报》在内的媒体表示，“我认为现在用户开始选纯电、选智能电动汽车，是水到渠成的事情。”

除此之外，用户“油转电”的趋势也受到外界关注。乐道汽车总裁沈斐此前也向记者表示：“从用户角度来说这笔账很好算，他从油车转过来，原来二手车置换还能值一些钱，我们的空间包括

其实是容易做出选择的，不像前几年那么纠结。前几年因为基础设施还不发达，充电换电条件还没那么好，那个时候选增程、选插混都是合理的。”日前，蔚来创始人、董事长、CEO李斌向包括《中国经营报》在内的媒体表示，“我认为现在用户开始选纯电、选智能电动汽车，是水到渠成的事情。”

“特别是5月份，燃油车销量

降了40%，但纯电还是增长的，深刻反映了车市已经进入了存量的时代，增购、复购、换购变成一个主流。”李斌此前向记者表示，“在这种情况下智能电动汽车纯电的技术路线，我相信一定会得到更多用户的选择。”

“部分‘过渡性’路线车企(增程/插混为主)受到冲击”，章弘同时还认为，除了部分依赖增程、插混路线且未形成纯电绝对优势的车企，市场份额可能会受到影响外，一些在核心技术、规模效应等层面缺乏优势的车企，“在价格战和消费升级的双重挤压下，面临被加速淘汰的风险。”

自主车企重塑高端市场格局

自主品牌在高端市场的亮眼表现，也备受市场关注。

车市结构分化的另一边，包括新势力在内的不少自主品牌，正在加速崛起。

“从月度新能源车国内零售份额看，6月自主品牌新能源车零售份额63.2%，同比下降7.7个百分点。”乘联分会数据显示，“新势力份额26.0%，零跑汽车、蔚来汽车等品牌拉动新势力份额同比增长6.5个百分点。”

以新势力黑马零跑汽车为例，根据其此前发布的数据，今年6月份，零跑全球交付达93376台，同比增长95%，再次刷新品牌单月销量历史纪录，持续领跑新势力。乘联分会数据显示，在今年上半年狭义乘用车厂商零售销量排行榜中，零跑汽车进入前十。

除此之外，自主品牌在高端市场的亮眼表现，也备受市场关注。

“2026年上半年，国内乘用车市场呈现结构性分化特征，各价位段车型走势差异显著。”盖斯特汽车战略咨询数据显示，“40万元以上高端车型市场成为唯一实现同比正增长的细分赛道。”

而在40万元以上这个诸多车企竞争的重要赛道中，包括蔚来在内的诸多自主品牌，正展现出愈来愈强的竞争力。

“40万元以上市场，每卖出3台车就有1台是蔚来。”蔚来方面提供给记者的信息显示，5月份，蔚来旗下ES8、ES9及ET9在40万元以上高端市场中占比30.2%。而作为传统豪华车市场风向标的BBA(宝马、奔驰、奥迪)，当下正面临来自自主品牌的竞争压力。蔚来方面就表示，5月份在中国市场，公司销量首次超过BBA。

而乐道汽车作为蔚来为高品质家庭打造的品牌，实现了新能源市场难得的“量价齐升”。沈斐此前向记者表示，从乐道整个品牌

品牌用户群体是来自相对高端的品牌，“BBA和传统豪华品牌这一批大概占了35%，还有合资品牌车主也占到30%”。

相关数据显示，今年6月份，乐道汽车交付11743台，同比大增83.5%，二季度销量环比涨幅118.3%，上半年乐道累计交付42463台，同比增长33.3%。而在成交均价方面，上半年，乐道汽车成交均价突破24万元。

“两年积累近16万的用户基数，不仅形成了一个覆盖20万—30万元区间完整的产品线，更拥有了一批非常忠实、热爱的核心用户群体。只要方向对了，怎么走都是上坡路。”据悉，蔚来联合创始人、总裁秦力洪如此表示。

无独有偶，零跑汽车近年来也推出D系列产品，零跑汽车高级副总裁曹力此前向包括本报在内的媒体表示，希望外界“可以看到零跑不光是可以造每个月卖几万台的主流车，也可以造真正的和百万级的豪华车拼的顶配的豪华车，我也希望我们的豪华车一个月可以卖几万台。”

“D平台的差异，我觉得D平台是我们零跑十年以来的技术的沉淀，但是我们的技术后面的王牌不仅仅是这些，还有更劲爆的，只是说目前它可以把行业里各项顶尖的这些技术都集成在这一台车子上。”曹力表示。

对于自主品牌在高端赛道的持续突围，章弘向记者分析，这与自主品牌持续创新投入自研、精准的差异化产品定位等因素息息相关，其同时认为，自主品牌通过将高端技术下放到主流市场，“形成技术壁垒，实现‘技术平权’”，获得消费者认可。不过章弘也提醒，高端突围需要长期主义的支撑，车企需要多措并举，从而“实现高质量、可持续的规模增长”。

海外“老头乐”市场存隐忧 涛涛车业二度递表港交所

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道	云走出的电动低速车龙头企业身上。	超过1393.3950万股境外上市普通股并在香港联交所上市的事项予以备案。	H”双资本平台并行发展的新阶段。	定性。	强、销售渠道积极拓展、品牌影响力不断提升”。
7月14日晚间，浙江涛涛车业股份有限公司(301345.SZ，以下简称“涛涛车业”)对外发布的一纸公告，让市场目光再次聚焦到这家从浙江缙	公告显示，涛涛车业于近日收到中国证监会出具的《关于浙江涛涛车业股份有限公司境外发行上市备案通知书》(国合函[2026]1667号)。根据备案通知书，中国证监会对公司拟发行不	此番备案落地，标志着二度冲刺港交所的涛涛车业，拿下境内监管核心审批文件。这家登陆A股创业板三年多的低速电动车龙头，即将驶入“A+	不过，涛涛车业也在公告中提醒道，公司本次发行上市尚需取得香港证券及期货事务监察委员会和香港联交所等相关监管机构、证券交易所的批准或核准，该事项仍存在不确	往年推不到两周，涛涛车业刚刚交出半年度成绩单。2026年1至6月，涛涛车业预计净利润达5.2亿至5.6亿元，较上年同期的3.42亿元增长52%至64%。公司业绩预告将增长归结为“海外产能建设持续加	对于港股上市进程及经营相关事宜，《中国经营报》记者致电、致函涛涛车业证券部进行采访。公司相关工作人员表示，当前港股上市工作正有序推进，现阶段不便进一步置评。

美国市场依赖症与关税重压

招股书显示，涛涛车业是一家致力于提供户外休闲及电动出行解决方案的全球性企业，在核心赛道电动低速车领域实力突出。根据弗若斯特沙利文的统计，按2025年收入计算，涛涛车业在全球电动低速车行业中排名第一，市场份额约为10.9%，该公司业务划分为两大板块：一是电动出行产品，包含社区通勤电动低速车、电动自行车、滑板车、平衡车；二是动力运动户外特种车，覆盖全地形车、越野摩托车，产品适配短途代步、户外越野、园区作业等多元场景，完整的产品矩阵持续支撑营收走高，也是上半年业绩预增超五成的核心根基。

招股书显示，2023年至2025年，涛涛车业营收从21.44亿元增长到39.41亿元，归母净利润从2.8亿元升至8.16亿元。

梳理涛涛车业的营收来源，美国市场举足轻重。相关数据显示，2025年涛涛车业超过97%的营业收入均来自海外市场，外销属性十分突出，美国为涛涛车业的最大出口目的地。

高度倚重北美市场的经营特征直观体现在企业战略布局上，涛

涛车业方面也在招股书中提到：“自成立以来，我们一直围绕美国构建全球运营网络，业务覆盖若干特定海外市场。”

记者了解到，涛涛车业自成立之初便推进国际化布局，将全球视野融入企业发展。在此基础上，涛涛车业正构建以区域化生产及本土化供应为特征的多区域制造体系，其在北美、东南亚及中国的三大核心生产基地定位不同，功能互补，使其能够把握不同市场的增长机遇。

涛涛车业在美国的工厂便是企业海外战略的一大缩影。在招股书中，涛涛车业方面表示：“得克萨斯州工厂，是我们践行美国本土化生产的重要体现，反映了我们成为美国境内生产商的战略目标，实现关键零部件的本土化供应，并加强了我们在北美市场的品牌形象。”

记者注意到，涛涛车业之所以持续深耕美国市场并且落地本土工厂，看好的是当地广阔的发展前景。涛涛车业方面称：“以美国为代表的电动低速车市场展现强劲且多元的增长潜力。市场需求由两大核心因素驱动：政策支持；利好监管环境为电动低速车普及奠

定制度基础，允许其在高尔夫球场、封闭社区及特定公共道路合法使用。消费趋势转变：面对传统汽车高昂的购置与使用成本，叠加短途出行需求增长，经济型替代交通工具市场持续扩容。”

广阔的市场空间吸引涛涛车业加码布局，但机遇背后暗藏隐患，业务高度集中于美国市场，令其直面贸易政策带来的不确定性。涛涛车业方面在招股书中称：“我们的电动出行产品目前正受美国反倾销及反补贴税调查。于2025年9月8日，我们向美国国际贸易法院就该等调查的‘关键情况’的裁定提出上诉。该案件时间尚未建立，其结果仍具有不确定性。”

记者注意到，除了可能遭遇双反调查带来的额外征税风险外，美国长期推行的关税体系同样扰动其海外产能布局，涛涛车业方面在招股书中提到：“现行美国关税制度(包括对中国进口产品的高关税)或会影响用于投资美国等地区生产中心的计划。若关税进一步上调或扩大至这些设施所用的更多部件或设备，我们实现预期成本及交付效益的能力或将受损。”

多重挑战之下港股募资谋破局

根据弗若斯特沙利文数据，全球低速电动车市场规模自2023年约11亿美元增长至2025年约25亿美元，预计2030年将达到67亿美元，广阔的市场空间或将持续吸引存量厂商与新晋参与者入局。

对此，涛涛车业在招股书中提到：“在低速电动车市场中，竞争集中于北美、欧盟、日本及韩国等关键区域市场，各区域均有超过50家竞争对手。2025年，尽管我们按收入计位居全球低速电动车市场首位，我们的市场份额为10.9%，而第二至第五名的参与者按收入计分别占全球低速电动车市场的9.6%、6.6%、4.3%及1.9%。我们的未来竞争对手或享有凭借更广泛产品组合进行销售投入及营销开支的更大规模效应及与更多供应商、合约制造商及渠道伙伴建立更稳固关系的竞争优势。全球电动出行市场呈现出一种竞争格局，其中头部参与者凭借合规能力及供应链优势相对集中，而我们属于第一梯队市场参与者，该梯队包括年收入超过300百万美元的电动出行制造商。尽管我们专注于电动出行产品及动力

运动并采取自主生产模式以巩固竞争地位，但日益激烈的竞争或会引致销量下降、库存增加及价格受压。”

同业角逐带来的风险不容小觑，涛涛车业还表示：“我们能否在行业中成功竞争，将直接影响我们在现有及新市场的未来发展及市场份额。倘竞争对手推出品质、价格或性能优于或相当于我们产品的新产品或服务，我们无法以可产生可观投资回报的价格及水准满足现有客户或吸引新客户，从而或会对我们的业务、经营业绩及财务业绩产生重大不利影响。”

为巩固竞争壁垒，涛涛车业计划将部分港股募资用于丰富及拓展公司的产品及服务组合，并将产品相关的智能技术应用到产品上。此外，涛涛车业也在努力构建企业的第二增长曲线。

机器人业务成为涛涛车业布局的重点方向。比如在2025年7月，涛涛车业与宇树科技签署战略合作协议，双方深度协同核心资源，融合公司的全渠道销售优势与宇树科技的先进机器人技术，在机器人北美等海外市场开

拓、C端场景探索与产品二次开发销售、商业化落地等领域开展深度合作。此外，涛涛车业还与上海开普勒机器人有限公司达成战略合作。

对于切入机器人赛道的背后考量，涛涛车业证券部相关负责人曾告诉记者，公司切入机器人领域是在现有主业持续增长的前提下，旨在推动全产品线的智能化升级。涛涛车业与开普勒、宇树科技战略合作主要通过股权投资、海外市场销售开拓、应用场景联合开发等方面展开，实现资源共享、技术互补、市场共拓，共同构建人形机器人全球化的协同发展生态。

机器人同样纳入募资使用计划，涛涛车业方面称，部分募资将用于探索新兴技术，专注于机器人的二次开发及技术适配。“在维持核心业务增长的同时，我们亦于新兴领域进行战略布局，以促进机器人融入我们的户外休闲及电动出行生态系统。这使得该等新领域的研发进展及应用层面的创新能够提升我们的核心产品，并推动我们整个产品组合的智能化升级。”