人民智行

多家车企完成年度销售目标三到四成 下半年向海外市场要销量

证券时报记者 王小伟

7月1日,多家车企陆续披露6月销售数据,今年上半年的交付量与销售目标完成率也正式浮出水面。

整体来看,多车企月度环比销量增长趋势明显;从全年销量目标对比来看,多维持在30%—40%区间。业内认为,在中国车市步入存量竞争的背景下,不少车企下半年销量压力较大。

车企销量分化明显

车企之间分化明显,理想汽车成6月交付量唯一环比下滑新势力品牌;零跑汽车交付量则一路领跑,大有冲刺月度10万台整数大关之势。蔚来和小鹏集团交付量均超4万台;极氪、昊铂、埃安、深蓝汽车和小米汽车交付量均超3万台;顺利完成港股上市的岚图汽车交付量超1万台。

拆解来看,零跑6月全球交付突破9万台大关,上半年累计全球交付近36万台。公司凭借C系列增程+纯电组合在15万—20万元主力市场实现穿透式渗透,已获得成效。

零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明分享了更多消息,他表示,"上个月公司产品矩阵全面发力。零跑D99——D平台第二款旗舰,也是首款MPV车型,已于6月25日正式提档上市;零跑C系列全面焕新升级,6月全球销量突破3万台;零跑D19累计交付近2万台;零跑A10 6月再次实现月交付超2万台;零跑B系列将在7月全面焕新上市"。同时,他透露,基于全域自研带来的技术突破,下半年将发布一系列让大家眼前一亮的创新技术。

新势力中,蔚来排名第二,以40597台月度成绩实现同比大增62.9%,并刷新月度交付纪录;小鹏则交出40126台的成绩单,同比增长15.9%。其中,蔚来的增长得益于蔚来、乐道、萤火虫三品牌分层收割策略——三大品牌分别同比增长50.1%、83.5%和76.7%,覆盖面更广;而小鹏则更多依赖GX、X9等单品深度突破。

整体年度目标完成率不高

虽然不少车企月度销量表现不错,但整体年度目标完成率普遍在30%—40%区间。

以小米汽车为例,公司6月交付量超3万台,连续3个月稳定突破3万台关口。年初,小米曾制定55万台年销量目标,而目前的达成率约32%。零跑虽然月度销量不断攀升,但今年设立了100万台的销量目标,上半年的完成率为35.65%。

小鹏集团6月共交付新车40126台,同比增长15.9%,第二季度累计交付103295台,上半年累计交付165977台。小鹏集团今年的销量目标是55万至60万台,上半年完成了27.7%—30.2%。

小鹏集团董事长何小鹏在其朋友圈表示,小鹏将进入"连续的月度Turbo(涡轮)模式",并预告7月2日MONA系列首款SUV——MONA L03将迎来中国首秀并开启预售。6月,小鹏GX共交付6739台,并于7月1日正式迎来第1万台整车下线。随着核心零部件产线增加,GX产能将持续提升,交付节奏将逐步加快。

2026年的销量目标完成率方面,极氪已完成近60%,是唯一一家上半年进度过半的新势力车企。品牌6月交付新车35169台,同比增长111%,连续5个月实现同环比双增长;今年上半年共交付178370台,同比增长97%。

理想汽车6月交付新车30895台,同比下滑14.8%,环比下滑7.36%,是唯一出现环比下滑的新势力品牌。理想汽车董事长兼CEO李想在2025年全年财报电话会上提到,今年的销量目标是实现20%以上的同比增长。业内普遍认为,下半年理想汽车销量压力很大。

多种方式寻求增量

存量竞争背景下,多车企也在通过多种方式寻求增量。以岚图为例,6月交付14223台,同比增长41%;上半年累计交付76264台,同比增长36%。

岚图正加速推进全球化战略,全面落实"深耕欧洲、布局中东、进军右舵市场"三大行动。今年6月,Stellantis集团执行副总裁、中国及亚太区负责人奥立维一行到访岚图,双方合作进入实质性阶段。

此前,东风汽车携手Stellantis集团拟在欧洲成立合资企业负责岚图汽车在欧洲约定市场的销售和分销业务,并推进岚图汽车在法国雷恩工厂进行本地化生产。

6月17日,岚图品牌在沙特上市,不仅是在中东市场的进一步深化,也成为岚图全球化战略的重要里程碑。同时,岚图梦想家右舵版将于年内上市,计划拓展至英国、澳大利亚等国家,全面攻坚右舵市场。

消费者陷入"提车即过时"迭代焦虑 车企亟待从新品流量博弈转向长期价值竞争

证券时报记者 梅双

上个月刚入手的新能源新车,短短一个月便可能渐渐"不香了",当下的购车群体普遍陷入"提车即过时"的迭代焦虑。燃油车时代,一款主力车型可稳定热销数年才完成一次换代。如今,这一市场格局正在被打破,新能源汽车的新品红利周期被大幅压缩。

据记者观察,新车依靠上市营销造势、首发专属权益短期冲量,交付曲线迅速冲高。可随着同价位竞品密集上新、同质化车型扎堆入场,叠加消费者观望情绪升温,销量随即快速回落。一轮轮冲高、回落循环往复,形成典型的脉冲式销量走势。

受访业内专家指出,新能源车销量脉冲式波动,表象是月度交付起伏剧烈、爆款生命周期急剧缩短,内核则是技术迭代超速、行业同质化内卷加剧、消费心态回归理性三重矛盾交织叠加的结果。

时报财经图库/供图

新车红利窗口期大幅压缩

"新车卖得好,发布会不可少",当下新能源车新品上市,一场声势浩大的发布会是标配。

"发布会一般会请CEO站台讲技术,晒晒配置、官宣权益,再配合铺天盖地的传播造势,新车首月销量往往能冲出一个漂亮的峰值。"一家新势力品牌负责人对证券时报记者表示,新能源车企往往把新品发布会当成"锁单"的起点。企业管理层通常在发布会释放首发权益、限时订金政策等,集中唤醒前期观望的意向客群。发布会后,短时间涌入大批量订单,车企根据预订数据排产,直接造成上市初期交付冲高。

不过,发布会的热度来得快,去得也快。新品流量高峰一过,竞品紧跟着也来一场发布会,可能配置更高、价格更低,上一款车的热度迅速被覆盖,销量随之滑落。"发布会越来越卷,爆款周期越来越短",这是不少新能源车行业从业者的感受。

有机构发布的数据显示,中国新兴车企将新车型从概念验证到量产周期压缩至约24个月。部分新势力品牌仅需18个月即可完成立项到量产。据不完全统计,2025年共有超过230款新车(含全新、改款及换代车型)密集上市。进入2026年后,这一节奏仍在加快。有车企创始人直言,发布会越开越多,但每一场的信息密度越来越低,一款车从预热、亮相、预售、上市到改款能开好几场发布会,而用户的耐心是有限的。

汽车行业分析师吴坤对记者表示,传统燃油车换代周期普遍在5—7年,中期仅小幅改款微调配置,主力车型可以依靠稳定月销维持数年生命周期。而当前新能源赛道迭代节奏大幅提速,全新车型、年度改款、配置版本迭代周期压缩至12个至24个月,部分车企半年一次改款、季度小幅升级硬件配置成为常规操作,新车热度的生命周期被压缩至半年以内。行业普遍出现"首发冲高、中期回落、末期滞销"的波动规律。

此外,传统燃油车依赖经销商网络,库存压力较为分散,销售节奏相对平稳。而一部分新能源车企采用直营模式,价格相对透明,库存集中,为了冲刺销量,季度末或不定期会有限时促销活动。这些针对热门车型的短时促销,也直接刺激了需求的集中释放,同时也加剧了销量的波动。

供需两端矛盾

放眼主流车企交付榜单,无论头部自主品牌、造车新势力还是合资新能源品牌,月度交付普遍呈现起伏震荡走势,较少出现持续稳定增长曲线。

头部车企依靠多产品线轮番上新,用不同新车的销量脉冲相互对冲,维持整体大盘相对平稳;二线及尾部品牌产品线单薄,单次新品爆发过后便陷入销量下滑,业绩波动被持续放大。

在新品迭代持续提速的环境下,新能源车市场常青车型并不算多。多款上市初期被寄予厚望的车型,先后经历热度回落、销量走弱。其中不少首发月销破万的明星车型,在竞品密集上新、改款车型轮番投放后,短短数月销量大幅滑坡,部分车型近乎腰斩,高开低走成为普遍现象。

"行业形成一种畸形循环,车企必须维持高频上新节奏,依靠一波又一波新品脉冲维持基本盘。"有车企人士向记者表示,一旦放慢迭代速度,现有车型热度衰退,销量立刻承压。新品不再是增量补充,而是存量竞争下维持份额的刚需,脉冲式销量随之固化为市场常态。

上述人士认为,新能源车脉冲式销量并非单一营销问题,而是供给端超速迭代内卷与需求端消费逻辑转变双向作用的结果。技术迭代提速带来产品更新周期缩短,供给端车型泛滥加剧分流;消费者从尝鲜转向理性观望,首发红利边际递减,共同催生"冲高回落"的销量规律。

在汽车行业分析师吴坤看来,从供给端来看,10万至30万元的主流价格带车型扎堆,底盘架构、电驱系统、续航参数、座舱功能高度趋同,差异化或仅体现在外观、座椅、车载娱乐等表层配置,同质化内卷严重。每一款新车上市,都会从同价位存量车型中分割客流。随着供给持续扩容、细分赛道拥挤,决定爆款难以长期存续,销量天然具备脉冲属性。

从需求端来看,消费者普遍担忧"刚提车新款就上市、老款快速贬值",从而推迟购车计划。新品越密集,观望情绪越浓厚;只有新车首发节点才能打破观望、集中释放订单,其余时间市场趋于平淡,进一步固化脉冲式销量走势。

脉冲式增长困境亟待破局

高频迭代催生的脉冲式销量增长,看似维持了行业市场热度,实则掩盖了深层发展隐患。新能源汽车销量脉冲式增长的模式,不仅可能让车企陷入持续内卷、增收不增利的困境,也造成供应链节奏紊乱,消费者持续观望等系列问题。

有自主品牌华东地区经销商向记者表示,新车集中上市带来短期订单爆发,车企排产爬坡、渠道集中备货。热度衰退后终端库存积压,经销商被迫降价清库,渠道利润被持续侵蚀。另外,车企长期依赖新品流量冲销量,弱化长期品牌价值建设。消费者只记住车型首发热度,难以形成品牌忠诚度。整车新品轮番上新、排产起伏波动向上游传导,电池、芯片、零部件厂商或面临订单短期暴涨、随即回落的波动,产能规划、备货节奏被动调整,供应链成本也会承压。

面对脉冲式销量困局,有行业人士建议,车企应告别表层改款,构筑底层差异化,拉长车型生命周期。"当下,车企更应该区分架构迭代与表层改款,减少短期微调式上新,聚焦平台、电驱、智驾、电池底层技术升级。"吴坤建议,老款车型依靠在线升级持续迭代功能,弱化新款车型的颠覆式冲击,避免老款快速贬值,拉长主力车型生命周期,稳定销量基础。

还有行业人士建议,避免脉冲式粗放增长,核心是推动行业从新品流量博弈转向长期价值竞争。头部企业可聚焦前沿技术研发,构建技术壁垒;中端品牌可深耕细分市场与用户运营,沉淀私域流量;尾部则可将低效产能加速出清,降低整体供给冗余度。当市场告别内卷,新品不再以分流存量为目标,脉冲波动自然会收敛。

证券时报·人民智行研究院出品

人工智能改写增长逻辑 电子行业景气度长期向好

证券时报记者 严翠

2026年上半年,OpenClaw在全球范围内引发部署热潮,代理式人工智能(Agentic AI)时代全面到来,推动Token消耗量进一步快速增长,算力需求全面爆发,带动电子产业链迎来结构性变革,上游半导体、中游算力元器件至终端AI硬件全线扩容,产品价值量显著提升。需求红利快速传导至企业盈利端,多家上市公司披露上半年业绩预喜,行业长期向好。

电子企业纷纷预喜

上市公司作为行业"佼佼者",其业绩预告,具有风向标意义。

近期,上半年业绩预告披露拉开序幕,证券时报记者梳理发现,截至目前,已有立讯精密、富满微、长川科技、银禧科技、宁波华翔、三瑞智能等多家电子行业上市公司披露上半年业绩预告。

富满微主营模拟集成电路研发、设计、封装、测试及销售,主要产品LED屏控制与驱动芯片、功率器件及模组等广泛应用于消费电子、家用电器、通信设备等领域。近日,富满微公告,预计公司2026年上半年实现净利润9000万至1.1亿元,上年同期亏损3576.75万元,扭亏为盈。富满微表示,上半年公司紧扣市场需求持续技术迭代,持续优化产品结构,同步强化内部管理、完善市场推广体系,依托高品质芯片产品拉动营收与利润同步大幅增长。

长川科技主营半导体设备,公司预计2026年上半年净利润9亿至10亿元,同比增长110.76%—134.18%,主要得益于前期研发成果转化和AI等高端下游市场需求释放,特别是数字测试机等产品线销售大幅增长。

作为知名"果链"企业,立讯精密产品广泛应用于消费电子、汽车、通信等领域,该公司预计其2026年1—6月净利润为78.4亿至81.06亿元,同比增长18%至22%。立讯精密称,2026年上半年,公司持续发挥多元化业务布局、全球化产能配置和垂直一体化能力优势,持续深化与海内外核心客户的合作关系,稳步推进产品开发、客户导入和重点项目落地,与此同时,公司持续在客户需求快速响应、供应链改善、成本优化及全球化交付能力提升等方面,进一步增强经营韧性和抗风险能力,推动预告期内整体经营实现稳健增长。

电子业预喜阵容正持续扩大。高性能高分子新材料研发、生产和销售商银禧科技预计2026年上半年净利润为8700万—9300万元,同比增长82%—95%,因营业收入同比增长,销售毛利率提升,毛利额增加。另外,宁波华翔预计2026年上半年净利润6.1亿元至6.9亿元,去年同期亏损约3.74亿元。

行业利润大增

前述情况,仅为行业景气度向好之冰山一角。

国家统计局近日发布数据显示,1—5月份,全国规模以上工业企业实现利润总额31439.6亿元,同比增长18.8%。其中,电子行业利润增长103.9%,对全部规模以上工业企业利润增长的贡献率达43.1%,是规模以上工业企业利润较快增长的重要支撑。

国家统计局指出,半导体产业链全线向好,光电子器件制造、半导体分立器件制造行业利润分别增长53.8%、40.6%,电子专用材料制造、电子电路制造行业利润分别增长665.4%、19.7%。

"全球人工智能技术变革带来高端算力芯片和存储芯片需求爆发,推动电子行业利润高速增长。"国家统计局工业司首席统计师于卫宁在解读2026年1—5月工业企业利润数据时表示。

"这是全球人工智能技术变革在产业端的直接映射,高端算力与存储芯片的需求爆发,直接打通了电子产业链从上游设计到下游制造的利润传导链条,让电子行业成为拉动工业增长的第一引擎。"中国城市发展研究院投资部副主任袁帅对证券时报记者表示。

电子行业人士告诉记者,AI浪潮正重塑电子全产业链,每个环节均出现技术迭代、价值量翻倍、国产替代三重增量机会。

AI改写电子行业增长逻辑

深圳一私募人士告诉记者,AI浪潮彻底改写电子行业增长底层逻辑。AI浪潮到来前,电子行业增长高度依赖智能手机、PC等C端消费电子换机周期,景气度跟随终端出货量剧烈波动,产业链依靠出货规模增收,元器件同质化竞争激烈,企业盈利薄。人工智能时代到来后,增长引擎切换为算力基础设施刚性投资,大模型训练与推理需求带动AI服务器、HBM存储、高速光模块、先进封装等高附加值硬件量价齐升,需求由B端算力企业持续资本开支支撑,硬件迭代周期大幅缩短,行业走出传统消费电子周期桎梏,高端赛道企业盈利空间持续拓宽,也推动今年以来行业利润大增。

袁帅认为,人工智能相关产业链会持续成为增长的核心主线,算力芯片、存储芯片的需求不是短期风口,而是数字经济迭代过程中的长期刚需,电子行业的高景气度大概率会延续,并且会进一步向上下游延伸,带动上游半导体材料、下游智能终端整机制造等环节的利润修复,相关配套产业也会迎来持续的发展窗口,整个工业经济的增长韧性会得到进一步夯实。

近日,多家券商发文看好电子行业未来。东兴证券指出,2026年全球AI大模型与智能体应用爆发,直接拉动了上游算力硬件设施的需求与资本开支强度,相关环节业绩进入高增兑现期。未来,AI浪潮将推动电子行业进入新发展阶段。中原证券指出,智能体驱动AI变革加速推进,AI硬件产业链全面受益,半导体周期持续上行,产业链迎来发展新机遇。

中信证券预计,2026年电子行业整体业绩全面向好,其中,涨价方向的存储、CCL(覆铜板)受益涨价表现最佳,AI方向的存储、PCB(制造印制电路板)、电源相关公司业绩持续高景气,自主可控方向的Fab(把硅晶圆加工成集成电路芯片的工厂)、封测稼动率持续提升且涨价节奏明确,半导体设备、国产算力的放量预期与财报改善也正持续演绎。

财报前哨站