

10月份汽车市场延续强劲增长态势

■本报记者 刘 钊

10月份,中国汽车市场延续强劲增长态势,截至目前,已有多家主流车企交出亮眼销量答卷。其中,上汽集团以45.40万辆的单月销量成绩领跑行业,比亚迪、奇瑞集团、吉利汽车等车企销量均突破28万辆。

从整体数据来看,10月份中国车企不仅在销量规模上实现新突破,更在新能源渗透率、高端市场布局及全球化拓展等维度展现出强劲竞争力,为中国汽车产业高质量发展注入新动能。

中国汽车流通协会相关负责人向《证券日报》记者表示,10月份汽车市场延续旺季态势。地方补贴政策、国庆车展及经销商年末促销共同发力,叠加国家第四批以旧换新补贴落地与多款新车密集上市,推动10月份上半月订单量同比大幅攀升。国庆假期后,市场需求呈现周期性回调,新增订单环比9月份下半月温和回落,但受益于新能源汽车购置税免征政策进入倒计时,政策切换窗口促使车企密集推出优惠活动,叠加10月初秋季车展订单加速转化交付,市场韧性凸显。

头部集团全面领跑 新能源是增长极

在自主品牌阵营中,上汽集团10月份销量再次斩获第一。该公司10月份销售整车45.40万辆,同比增长12.96%。

排名第二的比亚迪10月份销售新车44.17万辆。值得关注的是,今年前10个月,该公司累计销量达370.19万辆,已接近其2024年全年销量。

吉利汽车与奇瑞集团则在多品牌运营与新能源转型中实现突破。其中,吉利汽车10月份乘用车销量达30.71万辆,同比增长35%,环比增长12%,连续8个月保持同



10月份中国车企不仅在销量规模上实现新突破,更在新能源渗透率、高端市场布局及全球化拓展等维度展现出强劲竞争力

王琳/制图

比、环比双提升;奇瑞集团10月份销售汽车28.12万辆,同比增长3.3%,其中新能源汽车销售11.03万辆,同比激增54.7%,首次实现单月新能源销量突破11万辆。

此外,10月份,中国一汽销售新车30.5万辆,同比增长8.1%;长安汽车销售新车27.8万辆,同比增长11%;北汽集团销售新车16.01万辆,同比增长11%;长城汽车销售新车14.30万辆,同比增长22.50%。

新势力破局 加速高端化与智能化

新势力品牌销量在10月份延续高增长态势,不仅持续刷新纪录,更在高端市场与技术创新领

域实现新突破。

零跑汽车10月份全系销量7.03万辆,再次刷新造车新势力月销纪录。技术层面,该公司近期发布了全域自研旗舰D平台。

鸿蒙智行与小鹏汽车则在高端市场与全球化布局中表现突出。鸿蒙智行10月份销售新车6.82万辆,创单月销量历史新高,全系累计销售突破100万辆,刷新新势力品牌最快达成百万销量纪录,当月成交均价达39万元,推动中国汽车在高端市场的话语权提升。

小鹏汽车10月份销售新车达42.01万辆,同比增长76%,连续2个月销售超4万台。全球化方面,该公司10月份接连进入立陶宛、柬埔寨、摩洛哥等七国市场,从“快速

布局”转向“扎实运营”。

蔚来汽车与理想汽车则在多品牌运营与用户服务体系建设中稳步推进。其中,蔚来汽车10月份月销近4.04万辆,同比增长92.6%,旗下蔚来、乐道、firefly萤火虫三大品牌协同发力,全新ES8创造40万元以上纯电车型销量破万最快纪录,乐道L90上市三个月销售3.33万辆,连续3个月位居纯电大型SUV销量第一,firefly萤火虫在高端精品小车市场保持领先;理想汽车10月份销量3.18万辆,历史累计销量突破146万辆,新品理想i6订单超7万台。

黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示,从10月份整体汽车销量表现来看,中国车企已形成“头部集团

稳增长、新势力快突破”的发展格局,新能源与全球化成为两大核心增长引擎。随着技术创新持续深化、产品矩阵不断完善,中国汽车产业正加速从“规模扩张”向“质量提升”转型,在全球汽车市场的竞争力将进一步增强。

对于11月份市场行情,上述中国汽车流通协会负责人进一步表示,进入11月份,车企及经销商进入全年目标冲刺阶段,“双11”购车季、广州车展新车上市潮及“两新”补贴延续等利好不断,终端需求释放动能持续增强,预计销量环比10月份持平或微增。叠加新能源购置税免征倒计时触发的限时优惠加码,将促使许多计划明年购车的消费者提前购车,从而拉动第四季度销量的增长。

A股轮胎板块第三季度业绩有所改善

■本报记者 刘 钊

Wind 资讯数据显示,截至目前,A股市场轮胎板块11家上市企业已悉数披露了2025年第三季度报告。今年前三季度,轮胎行业整体呈现“营收增长、利润分化”的发展态势。而第三季度多家企业出现业绩回暖信号,为行业后续发展注入信心。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪向《证券日报》记者表示,今年以来,国内轮胎行业在复杂的市场环境下展现出较强的营收韧性,多数企业实现营收增长。同时,利润分化格局明显,原材料价格波动、国际贸易问题、汇率变动等成为影响企业盈利能力的主要因素。其中,第三季度,随着部分企业

产品结构优化、海外基地达产及原材料价格下降,多家企业单季业绩改善。

前三季度业绩分化

从前三季度整体表现来看,轮胎行业内部业绩分化显著。其中,今年5月份上市的行业龙头中策橡胶前三季度表现稳健,实现营业收入336.83亿元,同比增长14.98%,实现归母净利润35.13亿元,同比增长9.30%;于10月28日成功在北交所上市的泰凯英,前三季度实现营业收入19.39亿元,同比增长14.39%,实现归母净利润1.30亿元,同比增长10.13%。

与此同时,多数轮胎上市企业前三季度净利润同比下滑。例如,赛轮轮胎营收增长势头强劲,

前三季度实现营业收入275.87亿元,同比增长16.76%,但归母净利润28.72亿元,同比下降11.47%。

玲珑轮胎前三季度实现营业收入181.61亿元,同比增长13.87%,实现归母净利润11.67亿元,同比下降31.81%。公司表示,业绩变动主要原因系原材料价格上涨导致成本增加,毛利额同比减少。

此外,三角轮胎、森麒麟、风神股份、S佳通、贵州轮胎等公司前三季度净利润也均同比下滑。

行业呈现回暖趋势

值得关注的是,受第三季度行业回暖趋势带动,多数轮胎上市企业前三季度的业绩相较半年度业绩有较大幅度改善。

例如,风神股份第三季度实

现业绩爆发式增长,实现营业收入20.25亿元,同比增长17%,归母净利润1.21亿元,同比大幅增长167.67%,扣非归母净利润1.06亿元,同比增长186.40%。该公司相关负责人表示,这主要得益于公司持续推进产品结构升级和市场结构优化,高毛利产品销售占比提高,叠加原材料价格同比下降,带动盈利能力提升。

贵州轮胎第三季度实现营收27.63亿元,同比增长3.54%;实现归母净利润2.01亿元,同比大幅增长50.55%,业绩回暖迹象明显。

青岛双星第三季度显著减亏,这得益于公司持续推进产品结构调整,稀土金、全防爆、EV轮胎等产品销量持续增长。同时,该公司在柬埔寨的工厂已逐

步达产,带动公司整体收入和单价提升。

此外,因营业收入增长、毛利率提高、汇率变动导致汇兑损失减少,中策橡胶第三季度实现利润总额同比增长68.48%。

黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示,未来,轮胎企业需持续聚焦技术创新,推进产品结构升级,提升高毛利产品占比;加强成本控制,灵活应对原材料价格波动;加快全球化布局,拓展海外市场,缓解国际贸易壁垒影响;深化内部管管理,降本增效,提升整体盈利能力。

“在行业分化加剧的背景下,具备技术优势、规模优势及全球化布局的企业有望进一步抢占市场份额,引领行业高质量发展。”张翔说。

三季度报显示白酒行业仍整体承压

■本报记者 梁傲男

A股市场白酒板块上市公司2025年三季报披露工作已经落下帷幕。整体来看,前三季度,20家A股白酒上市公司营收合计为3177.79亿元,同比下降5.90%;实现归属于上市公司股东的净利润合计为1225.71亿元,同比下降6.93%;经营活动产生的现金流量净额合计为877.06亿元,同比下降20.85%。

其中,第三季度,行业整体营收为779.76亿元,同比下降18.47%;净利润为280.11亿元,同比下降22.22%。

国金证券发布研报称,白酒板块三季报收官,虽市场已有预期行业会加速出清,但仍不乏有酒企出清幅度超出市场预期,行业已处于明确“去库存”阶段。在此背景下,市场对行业能否出清以及出清节奏的忧虑有所降低。

中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞向《证券日报》记者表示,在政策调整、消费分化与存量竞争并存的背景下,白酒作为典型的周期性行业,其发展始终伴随产能扩张与消费热度的循环波动。只有具备扎实品牌底蕴、产品实力与可持续成长能力的企业,才能在这一轮深度调整中穿越周期,稳步前行。

“马太效应”加剧

白酒行业竞争格局日益清晰,头部企业强者恒强,而中小酒企则普遍面临增长压力。

从营收情况来看,贵州茅台前三季度实现营收1284.54亿元,位居第一。五粮液、山西汾酒、泸州老窖分别实现营收609.45亿元、329.24亿元、231.27亿元。此外,洋河股份与古井贡酒也站稳百亿元阵营,营收分别为180.90亿元和164.25亿元。相比之下,天佐德酒、酒鬼酒、金种子酒等企业营收尚不足10亿元,行业分化较为明显。

在盈利方面,前三季度共有4家酒企净利润突破百亿元,另有4家净利润介于15亿元至40亿元之间,部分企业仍面临业绩下滑的挑战。

口子窖表示,业绩下滑主要系前三季度白酒市场消费疲软,高档产品销售收入减少,同时平均销售单价略有下滑导致毛利率降低,叠加管理费用和销售费用下降幅度小于营业收入降幅,致使该公司利润总额下降幅度较大。

与此同时,行业库存压力持续攀升。数据显示,20家白酒上市公司前三季度存货总额达1706.86亿元,同比增长11.32%。其中,贵州茅台、洋河股份、五粮液、泸州老窖和山西汾酒的存货规模均超过百亿元,分别为558.59亿元、191.34亿元、175.41亿元、137.47亿元和130.04亿元,存货水平较去年同期普遍上升。

从单季度表现来看,第三季度行业整体增长进一步放缓。在20家白酒上市公司中,仅有贵州茅台实现营收与净利润的同比微增。第三季度,贵州茅台营业收入为390.64亿元,同比增长0.56%;净利润为192.24亿元,同比增长0.48%。

此外,第三季度,山西汾酒、金种子酒和酒鬼酒的营收同比也实现小幅增长,增幅分别为4.05%、3.73%和0.78%;盈利方面,包括皇台酒业、伊力特等在内的8家酒企出现亏损,亏损幅度在0.01亿元至3.80亿元之间,另有4家企业净利润不足1亿元。

综合来看,2025年三季报凸显出白酒行业“马太效应”持续加剧。仅贵州茅台一家企业的前三季度营收就占到20家A股白酒上市公司总收入的40.42%,净利润占比更高达52.73%,显示出头部企业在行业调整期更强的抗风险能力与品牌溢价能力。

一位白酒行业分析师向《证券日报》记者表示,在消费需求转变与渠道结构加速调整的背景下,具备强大品牌力和全国化布局的头部酒企,更能通过产品结构优化与市场份额扩张来抵御周期波动。而依赖区域市场、产品结构单一的中小酒企将面临更大冲击,亟须通过商业模式创新与差异化竞争寻求突破。

注重“品牌价值”

白酒行业整体承压,上游产量收缩与中端动销放缓,共同影响着酒企业绩表现。

国家统计局发布的数据显示,今年9月份,白酒(折65度,商品量,下同)产量30.6万万千升,同比下降15.0%;1月份至9月份,白酒产量累计265.5万万千升,同比下降9.9%。在此背景下,多家酒企在前三季度出现近十年来首次营收与净利润“双降”,行业步入深度调整阶段。

从市场表现看,三季度白酒市场的全价格带产品均面临不同程度的挑战。高端酒批价持续回落,中低端酒为清理库存陷入价格战,多品牌出现价格“倒挂”。

以飞天茅台为例,“今日酒价”提供的数据显示,11月2日,2025年飞天茅台原箱较前一日下跌15元,报1660元/瓶;2024年飞天茅台原箱较前一日下跌10元,报1740元/瓶;2024年飞天茅台散瓶较前一日下跌25元,报1685元/瓶。

申万宏源发布研报称,结合白酒渠道反馈,2025中秋节和国庆节假期期间,白酒行业整体需求同比下降20%至30%,库存增加10%至20%。批价全面下行。展望明年春节,一方面,当前渠道库存仍然较高,需要时间消化;另一方面,消费场景仍然在恢复过程中,需求仍然较弱,且2025年春节消费基数较高,预计2026年春节动销仍有较大压力。

在蔡学飞看来,头部酒企正通过优化渠道库存、加强价格管控,并积极推出低度新品以顺应年轻化趋势,拓展悦己型消费,拓宽新场景,同时加快国际化步伐。这一系列举措,实质上正在推动白酒行业从过去以“规模扩张”为主导的发展模式,逐步转向注重“品牌价值”阶段。

白酒行业专家、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青在接受《证券日报》记者采访时表示,白酒上市公司面临的短期业绩压力,是行业共同面临的调整与挑战。这背后,除了消费者购买意愿的因素外,外部环境变化导致高端白酒消费场景收缩,是所有白酒企业业绩承压的另一关键原因。

展望后市,国金证券分析师在研报中表示,预计白酒行业景气度最为承压的时期已经过去,外部因素对消费场景的约束将持续趋缓。同时,预计价格盘将逐步企稳,头部名酒单品批价再下行空间有限。产业库存周期的扰动致使短期报表出清幅度高于动销下滑幅度。可从中长期视角来看待酒企估值及上行空间,对于有明确品牌、组织、渠道等禀赋的酒企,相信在行业重回上行周期时,其能够进一步突破规模桎梏。

中信证券发布研报称,白酒行业当前正处于过去三十年以来第三轮大周期的筑底阶段。本轮行业基本面有望出现在2025年第三季度,今年下半年是白酒上市公司报表业绩压力最大的阶段,预计最早2026年一季度有望看到动销拐点。

磷酸铁锂电池头部企业产能利用率普遍维持高位

■本报记者 何文英

“现在加钱也排不到货,第四季度产能早就被订满了。”一句来自某储能系统集成商负责人的介绍,成为当前储能电池材料市场的真实写照。

近期,记者在储能行业调研时获悉,2024年以来,国内储能需求呈爆发式增长,叠加海外市场加速拓展,磷酸铁锂正极、储能电芯等核心材料环节供需缺口持续扩大,头部企业订单饱和,产能利用率始终维持在满产状态。

中南大学冶金与环境学院教授张佳峰在接受《证券日报》记者采访时表示,上述现象主要由两方面原因造成。一方面,下游储能需求从去年开始放量,行业景气度快速传导至整个产业链;另一方面,高压磷酸铁锂电池已成为电化储能的主流路线。国际市场方面,海外大型储能电站、工

材料。

国内外装机同比激增

近年来,储能需求迎来政策、市场、企业三方面共同发力格局。政策端持续加码,为行业发展提供坚实业绩保障。据了解,截至目前,全国已累计发布2470余项储能相关政策。其中,2024年共发布770项,环比大幅提高。

市场端的结构性增长更为亮眼。国家能源局公布的数据显示,2025年上半年,全国新型储能装机规模达到9491万千瓦/2.22亿千瓦时,较2024年底增长约29%。

同时,受益于储能产业的快速发展,储能电池出货量实现强劲增长。根据高工机器人产业研究所(GGIH)数据,2025年上半年我国储能电池出货量265GWh,同比增长128%,磷酸铁锂储能电池已成为电化储能的主流路线。国际市场方面,海外大型储能电站、工

商业储能等应用领域的需求攀升,也有力驱动了磷酸铁锂储能电池海外需求的持续增长。

张佳峰表示,近年来,海内外新型储能装机规模呈现爆发式增长,我国新型储能技术路线已涵盖全球工程应用的主要技术路线,在下游需求爆发时,产业链头部企业将率先获得市场青睐。

技术创新与扩产并举

企业端的技术创新也为磷酸铁锂材料的市场突破打下坚实基础。例如,湖南裕能新能源电池材料股份有限公司(以下简称“湖南裕能”)作为磷酸铁锂行业龙头,持续推动产品的差异化、高端化迭代。2025年上半年,该公司的CN—5系列、YN—9系列等新产品销量占总销量的比重约40%;江西升华新材料有限公司是国内磷酸铁锂材料草酸亚铁技术路线的开创者,现有高压实密度磷酸铁锂产

能30万吨;深圳市德方纳米科技股份有限公司成功开发出第五代高性能磷酸铁锂材料,目前已进入中试量产阶段。

在张佳峰看来,高压实磷酸铁锂技术的突破,为化学储能应用场景打开了广阔的市场空间。在市场需求与技术突破的共振下,磷酸铁锂企业订单量与产能利用率同步飙升。其中,湖南裕能第三季度产品销量再创新高,公司董秘汪咏梅向《证券日报》记者表示,受益于下游储能市场需求旺盛,公司产品供不应求,产能利用率一直保持高位运行。

五矿新材料(湖南)股份有限公司董秘曾科在接受《证券日报》记者采访时表示,近期头部企业订单持续增加,下游市场需求增长比较明显,特别是储能市场增长较快。本公司三元锂的总体产能利用率已经达到80%以上,磷酸铁锂的产能利用率也达到了70%以上。

另据湖南科力远新能源股份有限公司董秘张飞介绍,该公司今年要出货4GWh的储能集成柜,应用于独立储能电站领域,目前正处于满负荷生产状态。

产能紧平衡下,企业纷纷加速扩产布局。例如,欣旺达电子股份有限公司2025年上半年共出货储能电池8.91GWh,同比增长133.25%,同时,该公司海外生产基地建设工作正在持续推进;江苏龙蟠科技集团股份有限公司拟定增资募不超过20亿元,用于山东菏泽和湖北襄阳共计19.5万吨高性能磷酸盐型正极材料项目;湖南裕能在西班牙的年产5万吨锂电池正极材料项目正在办理环评审批手续,该公司在马来西亚的年产9万吨锂电池正极材料项目也正在前期筹备中。

张佳峰表示,当前储能市场供需紧张的本质是结构性错配,预计储能电芯紧缺格局将延续至2026年下半年。