

10月份汽车产销量创同期新高 单月新能源汽车销量首次超总销量的50%

■本报记者 刘 钊

11月11日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)召开月度信息发布会。会上发布的数据显示,10月份汽车产销创同期新高,新能源汽车销量首次达到总销量的51.6%。这表明中国汽车产业正加速向高质量发展转型,新能源汽车已成为驱动行业增长的核心动力。

中汽协副秘书长陈士华在接受《证券日报》记者采访时表示,10月份,车企紧紧抓住年底政策切换的窗口期,生产供应保持较快节奏。企业新车型持续密集上市,行业综合治理工作稳步推进,汽车市场延续良好发展态势,月度产销创同期新高。其中,乘用车市场稳健增长,商用车市场持续向好,新能源汽车快速增长。

产销两旺态势延续

10月份,汽车产销分别完成335.9万辆和332.2万辆,环比分别增长2.5%和3%,同比分别增长12.1%和8.8%。这一成绩不仅创下同期历史新高,更彰显了中国汽车市场的强劲韧性和发展潜力。

从累计数据来看,今年前10个月,汽车产销分别完成2769.2万辆和2768.7万辆,同比分别增长13.2%和12.4%。整体仍保持两位数增长,为全年目标的实现奠定了坚实基础。

乘用车作为汽车市场的主力军,10月份表现尤为亮眼。当月乘用车产销分别完成299.5万辆和296.1万辆,环比分别增长3.3%和3.6%,同比分别增长

10.7%和17.5%。

值得关注的是,中国品牌乘用车市场份额进一步提升。10月份中国品牌乘用车共销售214.8万辆,环比增长7%,同比增长11.2%,占乘用车销售总量的72.5%,销量占有率较去年同期提升2.4个百分点。今年前10个月,中国品牌乘用车新车销量达1679.9万辆,同比增长21.3%,占乘用车销售总量的69.4%,销量占有率比去年同期提升4.8个百分点。

商用车市场在10月份也呈现出持续向好的发展态势。当月商用车产销分别完成36.4万辆和36.1万辆,环比分别下降3.3%和1.9%,但同比分别增长25.4%和21%,增速显著高于行业平均水平。其中,货车表现尤为突出,10月份销售31.1万辆,同比增长22.1%,重型货车销量10.6万辆,同比增长60%。

新能源汽车引领变革

10月份,新能源汽车产销分别完成177.2万辆和171.5万辆,同比分别增长21.1%和20%,新能源汽车销量达到汽车新车总销量的51.6%,具有重大的里程碑意义。

这一突破不仅标志着新能源汽车已成为市场主流选择,更意味着我国汽车产业结构调整取得重大进展,绿色低碳发展战略成效显著。

从产品结构来看,新能源汽车的快速发展呈现出多元化特征。在新能源汽车主要品类中,纯电动汽车和插电式混合动力汽车产销均保持较快增长。10月份纯电动汽车销售110.9万辆,同比

10月份,汽车产销分别完成335.9万辆和332.2万辆,同比分别增长12.1%和8.8%,月度产销创同期新高

10月份,新能源汽车销量首次超总销量的50%,达到51.6%



增长30.7%;插电式混合动力汽车销售60.5万辆,同比增长69.8%,插电车型增速明显高于纯电动车型,显示出消费者对新能源汽车的接受度不断提高。

黄河科技学院客座教授张翔表示,新能源汽车市场渗透率的快速提升,得益于技术进步带来的产品竞争力增强和成本降低。近年来,我国新能源汽车在电池技术、电机电控、智能驾驶等核心技术领域取得重大突破,产品续航里程不断增加,充电时间大幅缩短,智能化水平显著提高,有效消除了消费者的后顾之忧。

新能源汽车出口也成为拉动行业增长的重要力量。10月份新能

源汽车出口25.6万辆,环比增长15.4%,同比增长99.9%。其中,新能源乘用车出口25万辆,同比增长1倍;新能源商用车出口0.6万辆,同比增长26.7%。今年前10个月,新能源汽车出口201.4万辆,同比增长90.4%,首次突破200万辆大关,充分展现了中国新能源汽车的全球竞争力。

新能源汽车市场的快速发展离不开政策支持 and 市场需求的双重驱动。各地政府出台的新能源汽车购置补贴、免征购置税、不限行等政策措施,有效激发了市场需求。

从市场需求来看,消费者对新能源汽车的认可度持续提升。

10月份,新能源汽车国内销量145.9万辆,环比增长5.6%,同比增长12.1%。新能源汽车在各个细分市场的渗透速度正在加快。

日前发布的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出“大力提振消费”,为汽车产业未来发展创造了良好的政策环境。“展望未来,中国汽车产业发展前景十分广阔,促消费仍将是下一步的重点工作之一。鉴于明年新能源汽车购置税政策将作出调整,为减少市场波动,建议持续优化相关政策,并尽早发布实施细则,稳定市场预期,助力行业平稳运行。”陈士华表示。

新能源车购置税调整落地在即 “免税末班车”或引销售热

■本报记者 侯捷宁
见习记者 何成浩

“金九银十”购车季过后,新能源汽车市场热度不减,反而因一项进入倒计时的政策再掀热潮。近日,工业和信息化部发布2025年第33号公告,其附件《减免车辆购置税的新能源汽车车型目录(第二十三批)》正式发布。面对明年起新能源汽车购置税优惠调整——符合条件的新能源车购置税减免减半,一场消费者与时间赛跑,车企全力促销的“免税末班车”行情或将上演。

中央财经大学副教授刘春生在接受《证券日报》记者采访时表示,这一调整清晰体现了产业政策从“普惠培育”向“精准引导”的转变:初期全额免税是为了迅速壮大产业规模,如今与技术标准挂钩的减半征收,更注重“扶优汰劣”,促使落后产能退出,引导行业聚焦高质量发展。

全国工商联汽车商会常务会长、全联汽配展组委会主任应慧鹏认为,我国新能源汽车产业成熟度显著提升,已从培育期进入规模化发展阶段。此时进行购置税政策调整,顺应了产业发展

规律,规范了产业竞争秩序。

销售端冲刺 “免税末班车”

在销售端,政策信号的放大效应十分显著。

记者线下走访北京市朝阳区某商场的新能源车区域时发现,多家车店都将宣传明年即将调整购置税的相关广告放置在店门外醒目位置。“如果消费者不知道即将调整购置税的消息,我们也会主动告知。”其中一家店的销售人员对记者说。

记者粗略估算,若在2025年12月31日前购买一辆标价26万元左右的相关新能源车辆,可免征车辆购置税;但若在2026年1月1日后购买,则需支付1.1万元左右的车辆购置税。

奇瑞宁波途瑞体验中心负责人金伟晓对《证券日报》记者详细表述了日常销售情况:首先,销售人员会主动告知消费者相关政策调整的情况,并明确表明政策调整的截止日期;其次,将税收优惠具体化为“省1万多”等直观数字;最后,将“政策红利”与“门店限时优惠”相结合,强调“现在买比明年买划算得多”。

刘春生认为,对大宗消费市场而言,短期内,购置税优惠调整会提高15万元至30万元价格区间的购车热度,该区间消费者对价格相对敏感,高端车型则面临税负与竞争的双重压力;长期来看,将加速市场洗牌,促使车企提升产品性价比,进而优化整体消费结构。

金伟晓表示,政策调整前,短期内会刺激客户在今年年底集中购车,购置税征收政策切换前会形成“末班车效应”,各家4S店内会出现集中开票的情况,尤其是符合旧政策标准的车型会加速清库。政策调整后,受影响最大的应该是腰部以下车企,会加速被淘汰,头部品牌会凭借技术优势稳定市场份额,受影响相对较小。

车企和经销商积极应对

面对购置税调整可能带来的价格波动和销售影响,车企和经销商已经在行动。

日前,多家车企推出了“购置税兜底”政策以吸引消费者。如阿维塔,其旗下部分车型若在2025年12月31日前(含)完成锁单,若因阿维塔原因需在2026年交付,

用户可享受跨年购置税兜底政策。长安汽车也有相关举措:所有符合相关条件的产品,如在2025年11月30日24点前完成锁单后,因非用户原因导致该车辆在2026年开票交付,将对较2025年多出的差额部分进行现金补贴。

“多家车企都有相关的兜底政策,感觉挺好的。作为一个近期有车辆购买需求的消费者,因购置税调整在即,不得不提前下单。时间虽然有点紧张,但我很喜欢类似的兜底政策。”一位刚从某车店咨询完相关信息的顾客向记者透露。

某新能源汽车官网显示,其相关车型的预计交付周期已从今年9月的2周至4周变为现在的4周至6周。这在一定程度上反映出因购置税调整临近,消费者增多导致交付周期延长。多名新能源车店面的销售人员都向记者透露,近期前来咨询相关信息且有消费意向的消费者明显增多。

金伟晓也告诉记者,以其所在的4S店为例,为抵消购置税增加给客户带来的成本上升,会推出新的优惠政策,维持产品性价比。同时强化服务体验,通过提升售前服务、优化售后保障,增强顾客购车意愿,减少车辆降价

幅度。

应慧鹏表示,部分车企借助政策调整窗口期和消费者心理,刻意放大消费者的紧迫感,营造出“免税末班车”的氛围来开展促销活动,以清理旧库存,这在一定程度上刺激了车主提前消费。提前释放未来需求,可能会透支2026年年初的部分销量,导致2026年初市场出现短暂降温。不过,随着新能源汽车市场保有量的提升,会对汽车零部件、汽车用品、售后维修人员等产生一系列新的需求,尤其是动力电池检测、评估与专修将成为极具潜力的新兴市场。

对于新能源汽车行业发展以及面临的核心挑战,应慧鹏表示,未来新能源汽车市场的竞争,将不再是简单的销量比拼。而是会升维为一场以技术为根基、安全为保障、品牌为旗帜、用户体验为核心的全球化综合竞赛。

刘春生表示,从政策驱动转向市场驱动后,新能源汽车行业应以此为契机,在技术方面加大电池、高压平台等核心领域的研发力度;在绿色发展方面完善电池回收与低碳生产体系;在国际竞争中强化品牌建设与海外布局,巩固全球领先地位。

银行整合旗下信用卡、直销银行App 折射数字化转型新趋势

■本报记者 彭 妍

近期,银行App“瘦身”趋势日益显著,信用卡类独立App与直销银行App成为关停整合的核心品类。截至目前,已有数十家银行陆续推进旗下相关App的停运工作,均将原有功能统一整合至主手机银行平台,实现服务集中化。

在信用卡App领域,中国银行近日通过信用卡官方公众号发布公告,宣布逐步关停独立信用卡App“缤纷生活”,其全部功能将迁移至“中国银行”App。

中小银行的信用卡App整合步伐更快,关停与功能迁移动作密集落地。据《证券日报》记者不完

全统计,2025年前10个月,包括江西银行、上海农商银行、四川农信联合社等在内的至少6家机构跟进整合,均将信用卡功能统一纳入主手机银行平台。

直销银行App关停方面,10月10日,北京银行发布公告称,因直销银行业务调整,北京银行直销银行App、直销银行网站将于2025年11月12日起停止服务,原直销银行相关业务功能已迁移至北京银行“京彩生活”手机银行App。

“信用卡类与直销银行类App成为关停调整主要对象,缘于其业务特性与市场环境的双重变化。”苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者表示,信用卡业务在

银行信贷结构中占比有所下降,且信用卡类App功能相对单一,与主App功能高度重叠,独立存在价值减弱;直销银行作为早期互联网金融产物,因用户活跃度低、产品同质化严重,其纯线上模式逐渐被主App覆盖,整合后既可保留核心服务又避免资源浪费,反映了业务聚焦与效率提升的行业动向。

薛洪言表示,多App运营模式导致技术维护和人力投入成本高昂,而用户对“一站式服务”的需求日益强烈,分散入口易造成操作繁琐;同时,监管层对金融客户端备案的规范也推动银行精简冗余应用,通过整合资源提升主平台使用频次与数据安全水平,这种“减量提质”

成为优化资源配置的共同选择。

薛洪言认为,早年银行密集推出独立App是互联网流量红利期“跑马圈地”策略的体现,试图通过多入口覆盖不同客群与场景,而如今行业逻辑已转向“存量竞争下的精细化运营”。这一转变折射出银行业数字化转型的三大新趋势:从“多而全”到“精而专”,通过主App整合实现用户体系互通与权益共享;从“产品导向”到“用户导向”,依托数据分析提供个性化服务;从“线上孤岛”到“生态融合”,强化“金融+生活”场景嵌入,逐步向综合服务平台演进。

银行App整合过程中也面临多重挑战,包括技术架构兼容性、用户

习惯迁移及数据安全保障等。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,银行需充分考量这些问题,针对不同客户群体采取差异化策略。

“首先,银行要优化移动生态,集中资源升级主App,整合信用卡功能实现一站式服务,强化客户分层与个性化服务,提升用户活跃度;其次,要强化数字能力,推进IT架构分布式转型,引入AI、大数据,实现智能服务与自动化风控;再次,要探索多元服务,主App可拓展财富管理等服务,结合‘金融+生活’场景增强客户黏性;最后,要筑牢合规安全防线,保障数据迁移的安全性与合规性。”娄飞鹏建议。



巴菲特不留任 价值投资理念“不卸任”

■ 向炎涛

最近,美国著名投资人沃伦·巴菲特计划在年底卸任伯克希尔·哈撒韦公司首席执行官一职的消息引起广泛关注,有人感叹一个投资时代即将落幕。但笔者认为,巴菲特的职务可以卸任,他毕生秉持的价值投资理念不会“卸任”,将继续引领A股及全球市场投资者。

事实上,长期投资、价值投资、理性投资一直是监管层长期所倡导,这一监管思路对市场稳定发展至关重要。在此背景下,近年来,A股市场中越来越多的个人投资者和机构开始把眼光放得更长远,不再局限于短期行情波动,而是更加关注企业的基本面和成长空间,这种理念转变正是价值投资生根发芽的体现。

但不可否认的是,短期交易、追逐热点的现象仍未完全消散,部分资金的快进快出不仅加剧了市场波动,也让一些投资者错过了伴随优质企业成长的长期收益。而巴菲特的成功事实恰恰表明:价值投资理念的核心生命力,在于其跨越市场周期、穿越行业更迭的普适性。如果投资者过度沉迷短期投机,不仅容易错失伴随优质企业成长的机遇,也会导致市场资金脱离价值主线,削弱长期资本形成的基础,不利于市场生态的健康发展。

延续长期投资、价值投资、理性投资这一监管思路,今年1月份,中央金融办、中国证监会等六部门联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》提出,“重点引导商业保险资金、全国社会保障基金、基本养老保险基金、企(职)业年金基金、公募基金等中长期资金进一步加大入市力度”。可以想见,随着这些中长期资金逐步入市,资本市场的配置稳定性和有效性将进一步增强,为优质企业提供持续的资本支持,也为价值投资理念的实践创造更好的市场环境。

另外,巴菲特之所以能成为价值投资的标杆,还在于他的坚定坚守,精准选择那些有成长潜质的公司,并陪伴企业成长。这些企业用技术突破、产品创新和产业拓展,持续验证着自身的长期价值,也让价值投资理念有了坚实的支撑。

对于A股上市公司来说,巴菲特的计划卸任某种意义上无异于又一次有力的提示:企业的真正价值,从来不是短期业绩的“昙花一现”,也不是概念炒作的“空中楼阁”,而是源于发展质量的持续提升、可持续的利润增长与透明规范的公司治理。如果企业只关注短期股价表现,陷入“追热点”“炒概念”的误区,最终只会消耗投资者的信任;唯有在研发投入、公司治理、长期战略上持续投入,才能成为资本市场的“长期赢家”。

A股市场正迎来投资理念与市场生态日益成熟的新阶段,巴菲特计划卸任,恰恰让我们更清晰地看到价值投资理念的永恒价值。对个人投资者而言,不必为传奇的落幕而感慨,而应接过价值投资的“接力棒”——放慢节奏、提升研究能力、学会耐心等待,在企业的长期成长中实现财富增值;对企业而言,更应敬畏市场、坚守初心,用可持续的业绩和透明的治理,赢得资本的长期信任。

多家上市公司年底集中出售资产 “瘦身+增效”并行

■本报记者 陈 潜

临近年末,上市公司在盘活存量资产方面动作频繁。《证券日报》记者不完全统计发现,近期近20家A股上市公司集中发布了资产出售、股权转让或房产处置公告,交易金额从数百万元到数亿元不等。

从公告内容看,不少公司通过出售闲置或非核心资产获取阶段性收益,为企业“增厚利润”提供支持。

例如,11月11日,珠海中富实业股份有限公司(以下简称“珠海中富”)发布公告,为进一步优化资产结构,保持固定资产的合理配置,其全资子公司拟向新疆盛林智慧智能制造有限公司出售名下不动产,交易转让总价为5000万元(含税)。珠海中富表示,经初步测算,本次交易完成后,预计将增加当年度企业所得税前利润约2605万元,对公司相关报告期利润产生积极影响。

陕西黑猫焦化股份有限公司(简称“陕西黑猫”)则因战略聚焦需求进行股权出售。公司将所持有的张掖市宏能煤业有限公司100%股权、张掖市宏能昌盛能源有限责任公司100%股权及公司对宏能煤业的债权转让给安徽恒源煤电股份有限公司。陕西黑猫表示,此次出售股权是公司主动调整投资方向,符合公司长期发展战略。标的资产是公司于2021年11月以4586.01万元收购而来,当前市场环境为资产处置提供了良好窗口。近期煤炭行业资源整合加速,部分优质资产估值提升,公司计划以4.39亿元(暂定)出售,可实现资产增值,最大化股东回报。

除了增厚利润,从近期披露的信息来看,也有不少企业侧重在年底“瘦身减负”,剥离亏损业务,聚焦主业发展。例如,10月31日,烟台亚通精工机械股份有限公司(以下简称“亚通精工”)公告称,公司将以3668万元价格向烟台崇则装备制造有限公司出售旗下烟台鲁新汽车零部件有限公司100%股权。该公司长期处于亏损状态,剥离后不再纳入合并报表范围。亚通精工方面表示,此次交易有助于优化产业布局,盘活资产,提升整体竞争力。

深圳市杰恩创意设计股份有限公司(以下简称“杰恩设计”)同样聚焦亏损业务的剥离。杰恩设计在公告中表示,公司室内设计业务板块盈利能力出现持续恶化,自2024年以来处于亏损状态。公司拟将全资子公司深圳杰恩建筑设计有限公司100%股权出售给持股5%以上的股东姜峰先生。

对此,南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示:“出售亏损子公司或股权投资等资产,凸显了企业战略聚焦的趋势。在当前经济转型期,上市公司正加速剥离非核心、低效资产以回归主业。这也是主动优化资源配置,向高质量发展迈进的积极信号。”

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹表示:“年底集中处置资产,既是企业优化财务结构、提振业绩的现实举措,也是一种战略性调整。对部分盈利承压的企业而言,此举有助于止损增效、改善经营质量;从长远来看,轻装上阵不仅能释放资金活力,也为来年的业务布局 and 战略转型预留更大空间。”