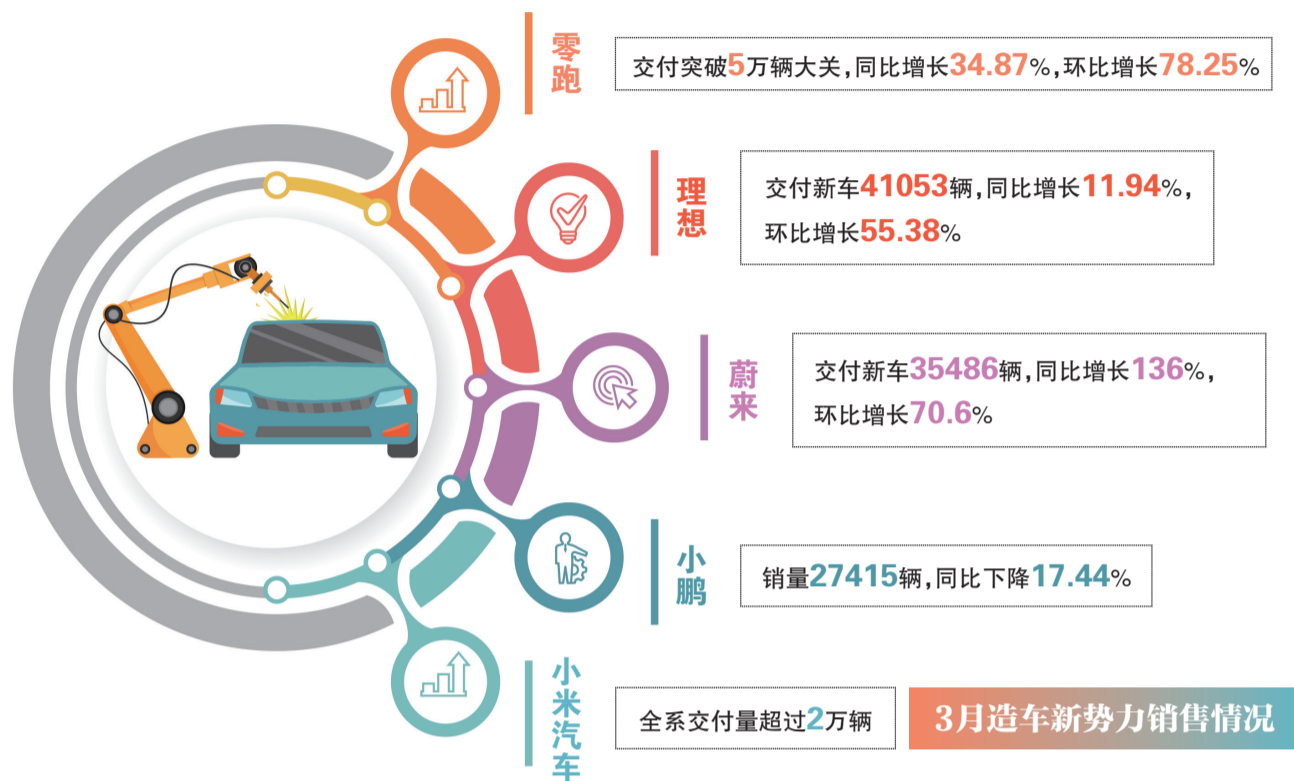


# 造车新势力头部阵营“分水岭”重回3万辆

4月1日起,造车新势力陆续发布3月交付数据,头部车企重回3万辆月销大关,在传统淡季后行业整体实现销量回暖。其中,零跑继续领跑,交付量破5万辆,理想、蔚来月销量分别突破4万辆和3万辆,小鹏和小米则位居2万辆的销量区间,行业呈现分化态势。

业内人士指出,今年2月被抑制的购车需求在3月集中释放,尤其是在新能源汽车成为市场主流选择的当下,消费者的换购、增购需求并未消失,只是因客观因素推迟了决策。未来行业发展将呈现出头部集中化、技术融合化、场景多元化的趋势,企业之间的竞争焦点也将从单纯的销量竞争转向技术、品牌、生态的全方位竞争。



## 零跑、理想、蔚来位列月销前三

在经历了2月“史上最长假期”带来的短暂销量下滑后,3月新能源车市场迎来强势反弹。4月1日,多家新能源车企交出的成绩单显示,头部阵营的分水岭重新回到“3万辆”大关。

率先披露数据的零跑汽车3月交付突破5万辆大关,同

比增长34.87%,环比增长78.25%,延续了其在新势力中的领跑态势。同日,零跑汽车发布公告称,零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明及股东傅利泉于近期再次增持公司股份,均价约45.1港元,本次增持金额约2.3亿港元,以彰显对企业发展的信心。

紧随其后的理想汽车3月交付新车41053辆,同、环比分别增长11.94%和55.38%,产能瓶颈已显著缓解。“随着产能瓶颈在春节后彻底解决,理想i6的交付量持续攀升,3

月超过2.4万辆,理想i8订单量实现稳步增长,3月环比提升超过100%。”理想汽车董事长李想表示。

蔚来汽车也站上了3万辆大关。3月,蔚来公司交付新车35486辆,同比增长136%,环比增长70.6%。其中,蔚来品牌交付新车22490辆,同比增长120.1%,环比增长48.4%;乐道品牌交付新车6877辆,同比增长42.7%,环比增长130.7%;firefly萤火虫品牌交付新车6119辆,环比增长130.3%。

小鹏集团和小米汽车3月销量则处于2万辆区间。小鹏集团3月销量27415辆,同比下降17.44%,成为唯一一家负增长的造车新势力车企。不过,小鹏汽车2026款MONA M03于4月2日上市,该车型曾在2025年为整个集团贡献了超40%的份额,新款上市后或将带动小鹏的整体表现。

小米汽车3月全系交付量超过2万辆,相比于去年巅峰时期的5万辆有明显下滑。不过,小米第一代SU7于今年2月停产,新一代SU7自3月23日开启交付起,累计交付已超7000辆。

## 一季度表现超预期

受漫长的春节以及市场淡季等因素影响,市场对今年一季度普遍预期不高。不过,受到3月销量的带动,头部阵营中的多家车企表现依旧可圈可点。

零跑一季度交付了110155辆车,同比增长25.8%;理想汽车一季度交付95142辆,同比微增2.5%,相较于此前给出的一季度交付指引8.5万—9万辆,超出预期上限;蔚来一季度交付83465辆,超出交付指引的8万—8.3万辆,季度同比增幅98.3%,几乎翻倍。

不过,小鹏一季度交付62682辆,在一季度交付指引预期的6.1万—6.6万辆内,但这一数据同比下滑33.3%,也是头部造车新势力中唯一出现同比下滑的车企。1—2月,小鹏集团交付量曾出现明显下滑,1月交付20011辆,环比下降46.6%,同比下降34.1%;2月销量更是下滑至15256辆。但其3月销量环比大幅增长了80%,显示其新品交付节奏正在加速。

值得注意的是,今年一季度,各大车企的海外放量,一定程度上也对冲了国内淡季的影响。3月19日,零跑汽车缅甸SKD工厂全球战略车型B10正式下线,并于次日开启

首批车主交付。渠道方面,零跑汽车欧洲创新中心于3月在慕尼黑正式开业,这也是零跑首个海外创新中心。

3月25日,小鹏宣布正式进入墨西哥市场,并在墨西哥发布全球车型小鹏G6、小鹏G9;当地时间3月26日,蔚来公司在哥斯达黎加的首家门店开业,目前,哥斯达黎加用户可体验并选购蔚来公司旗下三品牌多款车型,包括蔚来ET5 Touring、蔚来EL6、蔚来EL8、乐道L60,以及firefly萤火虫。

## 从销量竞争转向全方位竞争

今年3月新能源汽车市场销量的回暖实则受到多重因素影响。中国汽车流通协会此前预计,3月车市终端客流及销量有望环比回升。主要原因包括节后人员返城带动消费回归常态,叠加多地春季车展启动,新车密集上市及地方“两新”补贴申领流程明晰,促进购车需求释放。

春节假期带来的消费递延效应,是3月新能源车市场销量反弹的核心驱动力之一。中国城市发展研究院投资部副主任袁帅表示,2月被抑制的购车需求在3月集中释放,尤其是在新能源车成为市场主流选择的当下,消费者的换购、增购需求并未消失,只是因客观因素推迟了决策。

袁帅进一步指出,当前新势力车企的销量格局呈现出明显的分层特征。未来,新势力车企的发展将呈现出头部集中化、技术融合化、场景多元化的趋势,企业之间的竞争焦点也将从单纯的销量竞争转向技术、品牌、生态的全方位竞争。

苏商银行特约研究员武泽伟则认为,当前,新势力车企头部集中度进一步提升,产品矩阵完善、渠道布局广泛、技术迭代迅速的企业在销量竞争中占据主动,而缺乏规模效应或产品迭代滞后的品牌将面临掉队压力。未来新势力车企的发展将进入“淘汰赛”阶段,竞争焦点从销量规模转向盈利质量与可持续性。“同时,随着行业洗牌加速,资金储备充足、品牌认知度高、供应链韧性强的企业更有可能穿越周期。”

中国汽车流通协会最新数据显示,继3月市场回升后,4月汽车市场将延续回暖态势,预计销量较3月有小幅提升。北京国际车展以及车企新品上市将带动汽车市场关注度提升。

北京商报记者 雷雨霞



春暖楼市

# 摇号买房再现 北京3月入市新盘网签集体飘红

开盘热销、案场人气高涨、置业顾问同步对接多组客户……刚刚过去的3月,北京新房市场迎来2026年以来最为显著的回暖。据北京商报记者统计,3月北京共有4个新项目集中入市,嘉棠璟樾、中海玖树满和等项目均采用近年来较为少见的线下摇号选房方式开盘。其中,嘉棠璟樾开盘当日销售额达30亿元,去化率达六成;中海玖树满和开盘当日销售近400套房源,去化率超八成。业内人士认为,政策利好与优质项目入市共同推动市场回暖,二季度市场有望延续复苏,但结构性分化格局仍将持续。

## 新盘重启线下摇号开盘

“开一个盘,火一个盘”,这是2026年3月北京新房市场的真实写照。据了解,3月北京新房市场先后有4个项目集中开盘,开盘节奏有序推进:3月22日,嘉棠璟樾项目率先启动开盘;3月25日,中海玖树满和紧随其后入市;3月29日,国贤府PARK与未来城·星寰时代两大项目同日开盘,形成集中推盘热潮。

北京商报记者了解到,与以往多数开发商采用的线上选房、顺开自然开盘等模式不同,本次开盘的嘉棠璟樾、中海玖树满和及国贤府PARK三大项目,均采用线下摇号选房的方式举行开盘仪式,成为本次北京新房市场回暖的显著特征。

“选择线下摇号选房模式,核心是基于前期充足的排卡、认筹客户基础。”嘉棠璟樾项目营销总监邓辉表示,该项目开盘前累计排卡量超700组,缴纳10万元认筹金的意向客户达400余户,坚实的蓄客基础,为线下摇号开盘提供了有力支撑。

同样采用线下摇号开盘的中海玖树满和项目,该项目负责人表示,官方定调“着力稳定房地产市场”的政策基调,政策红利持续释放推动购房者置业信心稳步回升,3月北京新房市场加速回暖,迎来“小阳春”行情。数据显示,该项目案场到访人数累计达9600组,市场热度持续攀升。

案场到访量的大幅增长,直接带动认筹排卡客户数量提升。中海玖树满和项目负责人补充道,开盘前该项目诚意登记认筹客户达750组,为保障选房环节的透明度与公平性,项目方特意采用现场摇号机制,以随机抽取的方式确定最终选房顺序,切实维护购房者权益。

邓辉进一步强调,当前房地产市场处于深度调整期,多数项目为控制成本、简化流程,已逐步放弃线下选房模

式,而嘉棠璟樾选择重启线下摇号选房,初衷便是通过这种公开、透明的方式,向客户与市场传递行业发展信心,助力市场预期稳步修复。

不难看出,充足的客户基础是项目选择线下摇号开盘的核心前提。北京商报记者了解到,国贤府PARK项目的湖岛生活体验馆及样板间于3月14日正式开放,截至3月29日开盘,15天内累计到访客户超5000组,旺盛的市场关注度成为该项目采用线下摇号开盘的坚实基础,也印证了北京新房市场改善型需求的集中释放。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,3月北京新房项目集中线下摇号开盘,彰显新房市场信心回暖。政策层面,全国两会明确“稳楼市”导向,确立“控增量、去库存、优供给”路径,带动购房者入市意愿增强。市场层面,嘉棠璟樾等项目到访与排卡热度高涨,为线下摇号奠定蓄客基础。该模式重启传递出产品稀缺性与价值确定性信号,有助于稳定预期,也示范了“以需定供”的良性开发模式,为行业提供可参照路径。

## 多盘首开去化超五成

“从家中前往项目途中一路畅通,未曾出现拥堵情况,没想到在地下停车场却遭遇了20分钟的拥堵,电梯更是排队等了4趟才顺利抵达活动现场。”参与嘉棠璟樾项目线下摇号选房的准业主耿然,向其置业顾问安然吐槽道。据耿然介绍,从广安门驱车前往位于丽泽商务区的选房活动现场,行程仅耗时17分钟,地下车库拥堵20分钟与沿途的顺畅形成了鲜明对比。

尽管已提前做好现场人流量较大的心理准备,但经历了地下车库的拥堵后,耿然进入选房会场时,仍被现场的火爆景象所震撼。在嘉棠璟樾选房活动正式开始前30分钟,会场内已座无虚席,可供站立区域也所剩无几。据耿

然目测,线下选房现场配备了至少300个座椅,到场人数则超过700人。

耿然告诉北京商报记者,早在今年1月嘉棠璟樾案场开放初期,她便作为首批访客完成了登记。由于当时无需缴纳任何费用,耿然签订了来访客户意向登记表,并参与了项目推出的“日进斗金”优惠累积计划,提前锁定了购房优惠资格。

作为项目的早期意向客户,耿然坦言,最初到访时仅持观望态度,参与登记、锁定优惠的初衷只是“先占住优惠名额”,并未明确购房意向。

据耿然回忆,首次到访时,嘉棠璟樾案场人气尚可,但未达到火爆程度;仅时隔一个月,她再次前往售楼处咨询时,最初接待她的安然已需同时对接5组客户,案场到访热度的提升可见一斑。耿然表示,案场日益高涨的人气,加之“日进斗金”优惠带来的实际利好,最终促使她下定决心完成置业。

邓辉表示,该项目全盘共规划440套房源,开盘当日通过线下摇号选房的方式,成功签约266套,开盘去化率达60%,签约总额达30亿元,实现了开盘即热销的良好成绩。

除嘉棠璟樾外,同样采取现场摇号选房模式的中海玖树满和项目,开盘当日也迎来热销。该项目负责人介绍,3月25日开盘当天,现场到场人数约1350人,项目推出的474套房源当场销售390套,去化率高达82.28%,房源均价约为5.15万元/平方米,市场认可度颇高。

此外,位于昌平区的中建国贤府PARK和未来城·星寰时代两个项目,开盘即实现超55%去化。其中,中建国贤府PARK开盘当日销售467套房源,去化率达56.13%;未来城·星寰时代首开即认购389套,去化率超过60%。

## 改善型需求已成市场主导

在新开盘项目持续热销的带动下,北京各开发商纷纷发布在售项目热卖海报,进一步释放市场积极信号,推动交易热情回升,为北京新房市场回暖再添动力。

北京商报记者梳理发现,3月北京多个重点项目成交表现亮眼:中海寰宇未来、未来之境两个项目合计销售房源58套,成交金额约3.79亿元;招商蛇口朝棠揽阅项目单月销售135套,仅3月31日当日成交额便达1.2亿元;臻溪项目同期热销37套;保利发展北京区域3月任务完成率达154%,业绩

完成率达111%……头部企业表现突出,成为市场回暖的重要支撑。

中指研究院企业研究总监刘水表示,从区域分布来看,3月北京开盘的4个新房项目中,2个位于昌平区,1个位于通州区,这些项目均以刚需、刚改类产品为主力,精准契合市场主流需求,凭借高性价比成功撬动交易市场。

根据中指研究院数据,2026年一季度,北京商品住宅(不含保障房)高面积产品成交套数占比为7.7%,同比上升2.3个百分点,其中200—300平方米产品成交占比提升较大;中高面积段产品成交套数占比为69.8%,同比下滑2.3个百分点;中低面积段产品成交套数占比为22.5%,与去年同期基本持平。

中指研究院北京企业分析师赵战胜表示,从成交结构细分来看,90—120平方米、120—160平方米户型已成为北京商品住宅成交主力,套数占比分别为36.6%与26.5%,两大面积段合计占比达63.1%。随着新房市场供应结构持续向改善型产品倾斜,叠加高品质住宅产品力不断提升,改善型购房需求逐步释放,推动新房成交面积段整体上移,大户型产品成交占比相应提高。

在新开盘项目与在售项目的共振发力下,春节假期后,随着积压需求的释放,叠加优质项目入市等影响,北京新房市场成交出现边际改善,3月成交量明显回升。

赵战胜分析指出,从周度数据来看,春节假期后,新房市场快速修复,成交规模连续五周环比增长,3月第四周(3月23日—29日)新建商品住宅成交13.62万平方米,刷新2026年以来单周新高,小阳春行情显现。

合硕机构首席分析师郭毅表示,3月完成网签的房源,认购行为多发生在2月及此前。受今年春节时间较晚影响,当前市场热度较高的项目中,仅中海玖树满和等少数项目认购网签效率较快,其余项目网签集中在4月完成。

北京商报记者注意到,4月1日,北京新建商品住宅单日网签量达2375套。对比2025年同期数据,单日成交量已占到2025年4月全网签总量的69.53%。

刘水表示,今年一季度,核心城市楼市呈现点状修复态势,北京作为核心城市率先实现市场回暖。展望二季度,在“好房子”项目入市及传统旺季叠加带动下,核心城市新房及二手房成交量有望得到支撑,但整体市场仍处于筑底期,分化态势预计将延续。

北京商报记者 李晗