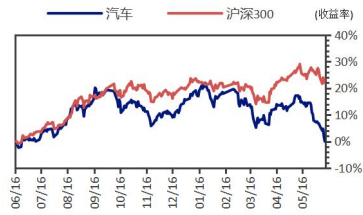


行业及产业
汽车

周专题：爆款延续 + 新品接力或支撑小米 55 万辆交付目标兑现
——汽车行业周报（2026/06/08-2026/06/14）

强于大市

一年内行业指数与沪深 300 指数对比走势：



资料来源：聚源数据，爱建证券研究所

相关研究
《周专题：特斯拉 FSD 入华驱动高阶智驾加速——汽车行业周报（20260525-20260531）》2026-06-02
《特斯拉 FSD 入华驱动智驾产业提速——汽车行业周报（20260518-20260524）》2026-05-26
《小米 OneVL 模型开源，智驾技术加速融合——汽车行业周报（20260511-20260517）》2026-05-18
《出口景气延续，检测或有增量——汽车行业周报（20260504-20260510）》2026-05-11
《4 月乘用车需求偏弱，厂商控产保价——汽车行业周报（20260427-20260503）》2026-05-06

证券分析师

吴迪
S0820525010001
021-32229888-25523
wudi@ajzq.com

联系人

徐姝婧
S0820124090004
021-32229888-25517
xushujing@ajzq.com

投资要点：

- 本周汽车板块下跌 4.62%。本周申万汽车板块报收 6,983.1 点，下跌 4.62%，板块排名 28/31，同期沪深 300 指数报收 4,777.3 点，下跌 0.82%。子板块方面，摩托车及其他/汽车服务/乘用车/商用车/汽车零部件板块，分别-1.31%/-1.91%/-2.94%/-3.03%/-5.56%。
- 专题：小米汽车 55 万辆目标依然有望达成，拆解至车型层面，对应需要 YU7 稳态月销 2.5 万辆、SU7 2 万辆、昆仑 N3 1.4 万辆。截至 5 月，公司累计交付约 15 万辆，年度目标完成率 27%，后续月均交付需 5.7 万辆。YU7 前期订单已基本消化，5 月补齐标准版，完善入门走量产品线。增程市场仍有缺口，六座 SUV 格局未定，公司规划 26H2 切入增程 SUV 赛道，覆盖家庭用户、加速渗透下沉市场并铺垫海外布局，昆仑 N3 年销量或达 7 万辆。为实现目标，YU7 系列稳态月销需达 2.3-2.8 万辆，SU7 系列需 1.8-2.2 万辆，增程车需 1.0-1.5 万辆。公司产能并非瓶颈，但供应链及产线切换或存约束；渠道持续扩容，2026 年目标门店 500 家。综合来看，乐观情景下，YU7 稳态月销 2.8 万辆、SU7 月销 2.2 万辆、昆仑 N3 月销 1.5 万辆，年度销量可达 55-58 万辆。
- 数据：5 月新势力销量同比高增。比亚迪 383,453 辆，同/环比+0.26%/+19.41%；吉利集团（含领克/极氪）237,637 辆，同/环比+1.03%/+1.05%；极氪 34,377 辆，同/环比+81.80%/+8.15%；奇瑞汽车 231,944 辆，同/环比+20.74%/-1.90%；长安汽车 206,800 辆，同/环比-7.81%/+15.33%；零跑汽车 81,569 辆，同/环比+81.00%/+14.26%；蔚来 37,705 辆，同/环比+62.30%/+28.44%；理想汽车 33,350 辆，同/环比-18.37%/-2.16%；小鹏汽车 32,158 辆，同/环比-4.08%/+3.70%；小米汽车超 3 万辆。
- 公告：1) 理想汽车回购 263.77 万股，回购价 54.2-57.85 港元，总金额约 1.5 亿港元，股份将作为库存股；2) 赛力斯通过集中竞价回购 88.52 万股（约 0.05%），金额 6000 万元。近两月内第 5 次回购，累计回购超 355 万股、金额超 2.8 亿元；3) 千里科技子公司拟以 2590.80 万元收购融感科技 100%股权。
- 要闻：1) 赛力斯：旗下问界单车成本涨 1.5-2 万，存储芯片每单位涨 5 倍、碳酸锂涨至 18 万/吨。我们认为，上游成本冲击导致整车涨价，问界毛利率或收窄 4-7pct，考虑到品牌议价能力较强，销量负反馈有限；2) 何小鹏直管机器人业务，对标 G3 发布前夕，最后 200 天冲刺机器人量产。我们认为，小鹏机器人后续进展验证应关注供应链清单披露情况、良率爬坡、渠道门店数，公司估值体系有望重塑为汽车+AI 双轮驱动。
- 投资建议：1) 整车：FSD 入华加速高阶智驾迈向规模化商用，高阶智驾能力亦可向具身智能延伸，全栈自研头部车企将率先落地并拉开差距，最直接受益于智能化溢价与估值提升。建议关注：小鹏集团(9868.HK)、小米集团(1810.HK)、理想汽车-W(2015.HK)、比亚迪(002594.SZ)；2) 汽车服务类：L2 智驾强制性国标的落地预期有望驱动测试需求增长，建议关注中国汽研(601965.SH)。
- 风险提示：新品爬坡与盈利不及预期；产能与供应链波动；技术迭代滞后。

目录

1. 专题：小米 55 万辆年度交付目标能否达成？	4
1.1 进度：当前目标销量完成率仅 27%	4
1.2 目标拆解：YU7 月销需达 2.5 万辆，SU7 2 万辆，增程车 1.4 万辆	5
1.3 供给：产能并非瓶颈，核心零部件供应或存约束	8
1.4 结论：乐观情景下，全年交付约 55-58 万辆	9
2. 市场回顾	10
2.1 行情：汽车板块跑输沪深 300 指数	10
2.2 个股：低空经济催化板块联动	11
2.3 数据：5 月新势力销量同比高增	11
3. 行业跟踪	13
3.1 公告：股份回购及收购事项	13
3.2 要闻：小鹏集团 200 天冲刺机器人量产	13
4. 投资建议	14
5. 风险提示	14

图表目录

图表 1 : 2026 年 1-5 月交付进度	4
图表 2 : 小米汽车月度交付情况 (辆)	4
图表 3 : 小米 YU7 与特斯拉 Model Y 月度销量对比 (首交付月起 10 个月)	5
图表 4 : 小米 YU7 及同类车型参数对比	5
图表 5 : 小米集团 2026 年新车情况	5
图表 6 : 2020 年-2026 年 4 月按车型结构中国销量占比	6
图表 7 : 2025 年-2026 年 4 月头部车企增程车月度销量	6
图表 8 : 2026 年 1-4 月中国按燃料结构车型销量 (万辆)	7
图表 9 : 公司下半年交付节奏要求	7
图表 10 : 公司全年销量贡献拆分要求	7
图表 11 : 2024-2025 年分价格带销量占比	8
图表 12 : 昆仑 N3 月销量敏感性分析表 (万辆, %)	8
图表 13 : 2026 年公司产能规划	8
图表 14 : 小米汽车购车权益	9
图表 15 : 小米汽车金融优惠	9
图表 16 : 公司交付情况三情景假设	9
图表 17 : 公司交付情况概率判断	10
图表 18 : 本周汽车板块-4.62%, 板块排名 28/31	10
图表 19 : 本周摩托车及其他板块-1.31%	10
图表 20 : A 股汽车本周涨跌幅前 15 个股 (%)	11
图表 21 : 港股汽车本周涨跌幅前 10 个股 (%)	11
图表 22 : 2026 年 5 月汽车销量情况	12
图表 23 : 新能源汽车相关原材料涨跌幅	12

1. 专题：小米 55 万辆年度交付目标能否达成？

1.1 进度：当前目标销量完成率仅 27%

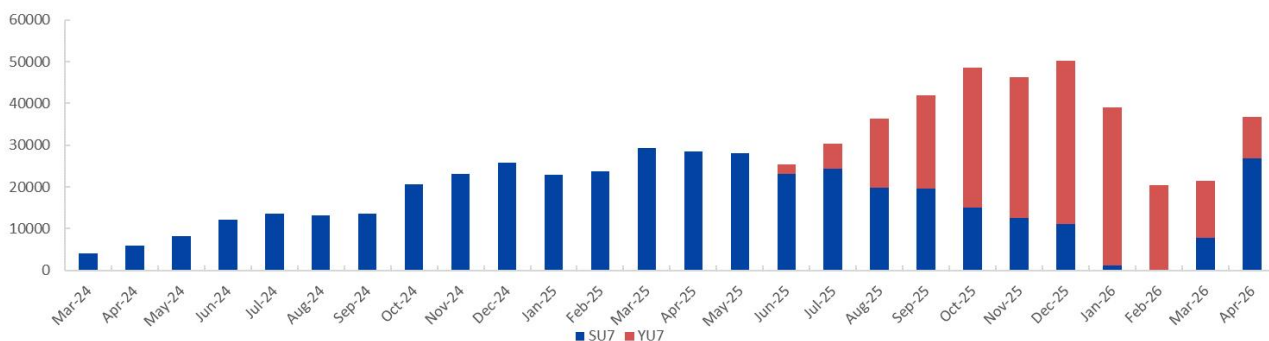
当前目标完成率仅 27%，交付进度滞后 8 万辆。2025 年公司实际交付 41.1 万辆，超额完成 35 万辆销量目标。2026 年 1 月，雷军提出全年交付 55 万辆目标，26Q1 财报电话会表示目标不变。1-5 月公司已累计交付约 15 万辆，受 SU7 换代产线切换拖累，完成率仅 27%，压力仍存。

图表 1：2026 年 1-5 月交付进度

时段	交付量（辆）	备注
26Q1	80,856	同比+6.6%，环比-44.3%（SU7 换代停产，仅 YU7 在售）
4 月	36702	新款 SU7 交付爬坡，环比大幅回升
5 月	>30000	5 月 21 日，YU7 标准版（23.35 万）/GT（38.99 万）启动交付
1-5 月累计	约 150000	完成率约 27%，交付进度滞后 8 万辆

资料来源：公司公告，Marklines，爱建证券研究所

图表 2：小米汽车月度交付情况（辆）



资料来源：Marklines，爱建证券研究所

YU7 首批订单红利基本释放，增长动能将转向新客转化能力。2025 年 6 月，YU7 开售 18 小时锁单超 24 万台，截至 2026 年 4 月，YU7 累计上险约 23.2 万辆。首批订单为粉丝需求、品牌热度的集中释放，已基本消化。**核心挑战：**1) 25-30 万元新能源 SUV 市场竞争成熟，竞品包括 Model Y、理想 L6、问界 M7 等。参考 Model Y 标准版长期贡献约 80%销量，月度销量多次超越 YU7，YU7 此前缺乏入门走量版，进入稳态期后，YU7 需依赖新增获客维持销量；2) 新增用户对价格、空间、补能便利性 & 保值率等因素更为敏感。YU7 十个月折扣率接近 0%，Model Y 同期折扣率升至 6.9%，成交价差由原计划 3 万元缩小至 0.6 万—1.6 万元。

图表 3：小米 YU7 与特斯拉 Model Y 月度销量对比（首交付月起 10 个月）

时间	YU7 销量	Model Y 销量	YU7 均价(万元)	Model Y 均价(万元)	胜负
2025-07	5,853	31,422	29.83	28.68	X
2025-08	16,315	39,152	29.29	28.56	X
2025-09	22,239	50,773	28.7	29.47	X
2025-10	33,348	20,282	28.43	29.91	✓
2025-11	33,567	46,780	28.51	29.21	X
2025-12	38,793	65,446	28.56	28.38	X
2026-01	37,857	17,983	28.99	27.39	✓
2026-02	20,126	25,179	28.53	28.44	X
2026-03	13,768	39,033	28.7	28.38	X
2026-04	9,828	23,174	28.51	27.9	X
10 个月累计	231,694	359,224	-	-	差值:127,530 辆

资料来源：上险数据，桑之末公众号，爱建证券研究所（注：2025-06 发布当月仅 2,235 辆上险，不计入 10 个月统计）

1.2 目标拆解：YU7 月销需达 2.5 万辆，SU7 2 万辆，增程车 1.4 万辆

YU7 补足标准版，增程 SUV 贡献增量。新 SU7 上市 35 天交付 2.6 万辆，首销期锁单超 8 万单；5 月 21 日，YU7 标准版（23.35 万）与 GT（38.99 万）上市，进一步完善价格带覆盖，承担走量任务。昆仑 N3 定位大型增程 SUV，代号 MX11，归属寻天/SkyNomad 子品牌，瞄准 SUV 最大品类+增程缺口的交叉点入局。

图表 4：小米 YU7 及同类车型参数对比

参数	小米 YU7 标准版	特斯拉 Model Y 后轮驱动版	理想 i6 后驱 Pro 版
售价	23.35 万元	26.35 万元	24.98 万元
定位	中大型纯电 SUV	中型纯电 SUV	中大型纯电 SUV
动力形式	纯电（后驱）	纯电（后驱）	纯电（后驱）
续航	643km	593km	720km（CLTC 工况）
零百加速	5.9s	5.9s	6.5s
电池	73kWh LFP	约 60kWh LFP	87.3kWh 5C 磷酸铁锂
智驾硬件	激光雷达+11 摄像头+4D 毫米波	纯视觉方案无激光雷达	激光雷达+11 摄像头
智驾芯片	英伟达 Thor	自研 HW4.0	英伟达 Thor（或双 Orin-X）

资料来源：公司官网，爱建证券研究所

图表 5：小米集团 2026 年新车情况

车型	预计上市	定位	动力	战略意义
新一代 SU7	已上市（3 月）	20-30 万纯电轿车	纯电	核心走量
YU7 GT	已上市（5 月）	高性能纯电 SUV	纯电	纽北圈速破纪录，品牌溢价
昆仑 N3	26Q3（约 7 月）	家用增程六/七座	增程	首款增程，开辟家庭用户
昆仑 N1	约 9 月	中大型五座增程 SUV	增程	走量增程，下探价格带
SU7L（行政版）	约 10 月	30 万+纯电行政轿车	纯电	向上突破，ASP 拉升
昆仑 N2	约 10 月	中型增程六座 SUV	增程	对标理想 L8/问界 M8

资料来源：公司官网，SMM 锂电，CNMO 科技，爱建证券研究所

1) 车型维度：SUV 品类占比持续走高。2026 年 1-4 月，新能源 SUV 销量占比达 56.0%，自 2020 年以来份额持续攀升，空间与通过性优势契合家庭用车需求。六座 SUV 细分市场格局未定型，2021 年规模约 20 万辆，2025 年已增至 108 万辆，25H2 以来超 20 款车型上市，除理想 L9、问界 M9 月销居前外，其余近 20 款月销低于 300 辆，产品力驱动的后发入局窗口仍然存在。

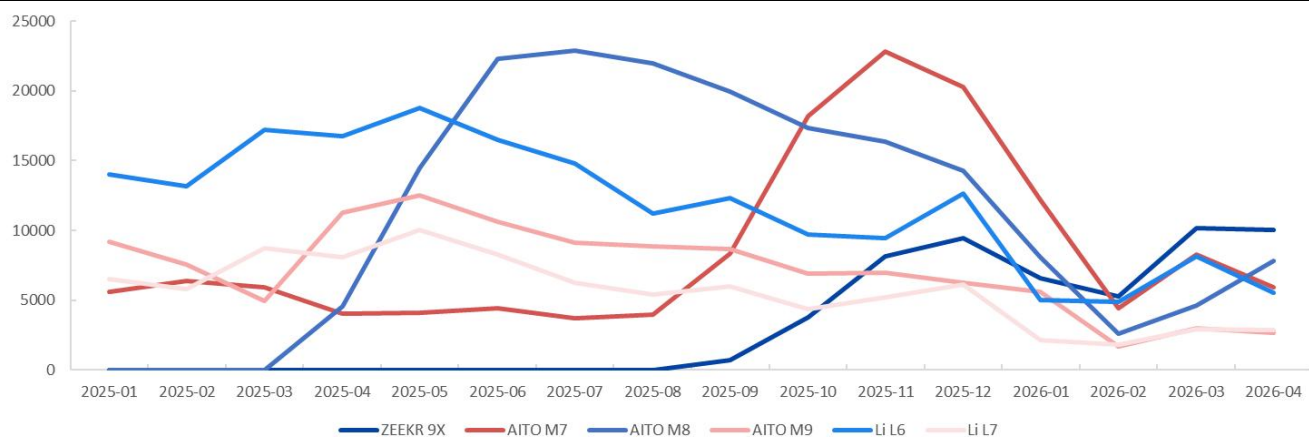
图表 6：2020 年-2026 年 4 月按车型结构中国销量占比



资料来源：NEASHOW，爱建证券研究所

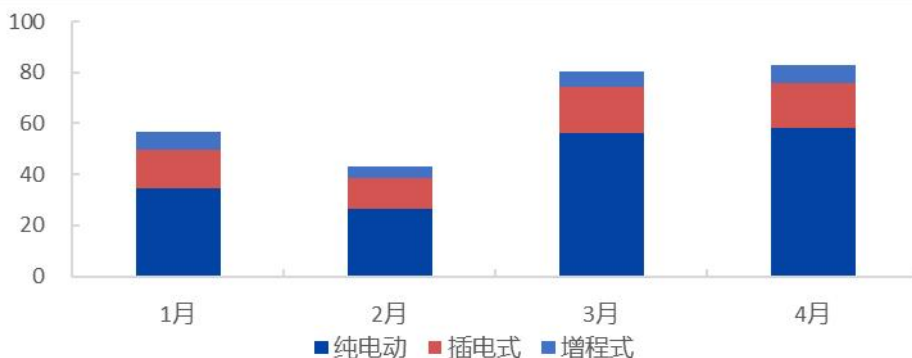
2) 动力维度：增程市场仍有缺口。增程车销量自 2020 年的 3 万辆增长至 2025 年 123 万辆。2025 年受高基数影响，同比增速降至 6%，同年问界+理想合计占近 60%份额。2026 年换代期内，极氪 9X 销量攀升。2026 年 1-4 月增程占比稳定在 8%-12%。远期来看，赛力斯预测 2030 年增程市场有望突破 300 万辆。

图表 7：2025 年-2026 年 4 月头部车企增程车月度销量



资料来源：NEASHOW，爱建证券研究所

图表 8：2026 年 1-4 月中国按燃料结构车型销量（万辆）



资料来源：NEASHOW，爱建证券研究所

增程补线实现品类扩维、客群扩容、出海铺垫。1) **品类扩维**：纯电+增程、轿车+SUV 全覆盖，公司切入家庭大空间+长途出行增程赛道。首辆增程车昆仑 N3 或搭载超 70 度电池、纯电续航 400-500 公里，若定价 25-35 万，将切入市场最热价格带；2) **客群扩容**：SU7/YU7 用户以年轻科技群体为主，增程 SUV 将需求延伸至家庭增换购人群，其决策优先级为空间>补能>智能化>性能；3) **周期平滑**：当前销量高度依赖 SU7/YU7，昆仑 N3 于 26Q4 稳定交付后，将显著平滑月销波动；4) **出海铺垫**：中东、东南亚、拉美等市场充电设施薄弱，增程车型具备天然竞争力。

为满足全年目标，26H2 月均销量需达 5.7 万辆。为满足全年 55 万辆目标，公司下半年需完成交付 40 万辆，7 个月平均月交付约 5.7 万辆。节奏上看，6-7 月为新车爬坡期，月均交付要求约 4.5 万辆，合计 9 万辆；8 月进入满产阶段，月均交付需达 6.2 万辆，5 个月合计贡献 31 万辆。8-12 月交付压力显著高于前期。

图表 9：公司下半年交付节奏要求

阶段	月份	月均需交付 (万辆)	合计交付 (万辆)
新车爬坡期	6-7 月	4.5	9
满产期	8-12 月	6.2	31
合计	7 个月	5.7	40

资料来源：爱建证券研究所

YU7 系列需承担 49%-53%，SU7 系列需承担 33%-38%。YU7 系列全年预估需贡献 25-29 万辆，占比约 49%-53%；SU7 系列全年预估需贡献 18-21 万辆，占比 33%-38%；增程车补充增量，全年预估需贡献 5-7.5 万辆，占比约 9%-14%。

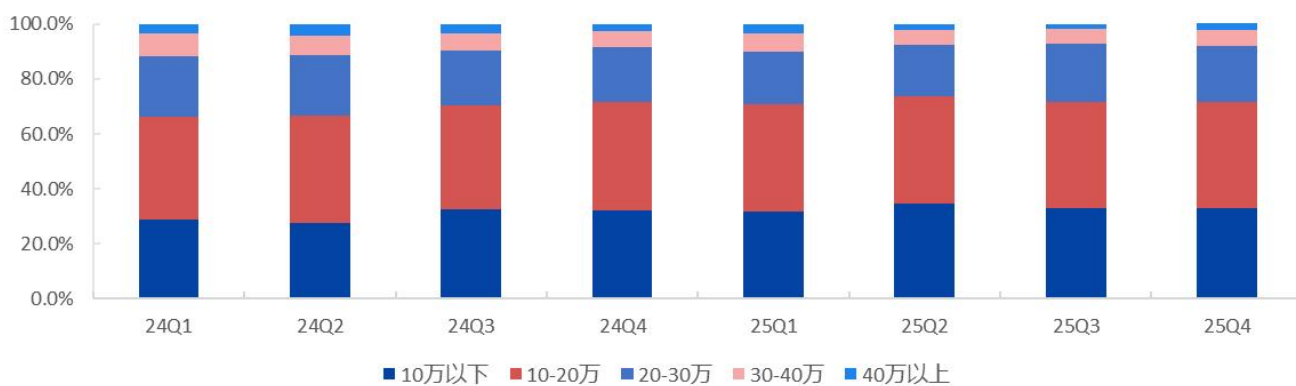
图表 10：公司全年销量贡献拆分要求

车型	1-4 月销量 (万辆)	下半年月均目标 (万辆)	全年预估贡献 (万辆)	占比
SU7 系列	3.6	1.8-2.2	18-21	33%-38%
YU7 系列	8.2	2.3-2.8	25-29	49%-53%
增程车	-	1.0-1.5	5-7.5	9%-14%
其他/出口	0.01	-	0.1	0.1%
合计	-	5.0-6.5	55	~100%

资料来源：爱建证券研究所

2026 年昆仑 N3 稳态月销有望达 1.4 万辆，对应年销量 7 万辆。核心假设：1) 参考 YU7 于 2025 年 6 月发布，25H2 在新能源 20-40 万价格带市占率约 17%，假设昆仑 N3 市占率类似；2) 2025 年增程销量约 123 万辆，其中 SUV 占比约 85%-90%。假设 2026 年增程车维持 120 万辆销量，SUV 占比 85%，则年销量约 102 万辆，月销量约 8.5 万辆。3) 假设昆仑 N3 于 7 月发布开启交付，7-8 月爬坡销量合计约 1 万辆，9-12 月按市占率 17% 计算，则月销量约 1.4 万辆，年销量约 7 万辆。

图表 11：2024-2025 年分价格带销量占比



资料来源：乘联分会，爱建证券研究所

我们对昆仑 N3 稳态月销进行敏感性测算，核心假设为：增程 SUV 市场月均销量（纵轴）×市占率（横轴）= 昆仑 N3 月销量。昆仑 N3 月销区间落在 0.9-2.5 万辆，中枢约 1.4-1.8 万辆。核心变量在于市占率能否对标 YU7，以及增程 SUV 整体销量走势。若双重利好叠加，存在上修空间。

图表 12：昆仑 N3 月销量敏感性分析表（万辆，%）

增程 SUV 月销量/市占率	15%	17%	20%	23%	25%
6	0.9	1.0	1.2	1.4	1.5
7	1.1	1.2	1.4	1.6	1.8
8	1.2	1.4	1.6	1.8	2.0
9	1.4	1.5	1.8	2.1	2.3
10	1.5	1.7	2.0	2.3	2.5

资料来源：爱建证券研究所

1.3 供给：产能并非瓶颈，核心零部件供应或存约束

供给端：产能并非瓶颈，北京+武汉双基地具备交付能力。北京亦庄工厂一、二期目前已满负荷运转，月产能稳定达到 4-4.5 万辆区间，可满足当前 SU7 及 YU7 系列的规模化交付需求。北京三期于 2026 年开始投产并逐步释放产能，武汉一期 15 万辆设计产能启动建设及爬坡。小米汽车从首款车型上市到月交付突破 3 万辆仅用约一年时间，产能爬坡速度明显优于新势力车企同期表现。

图表 13：2026 年公司产能规划

工厂	状态	设计年产能	关键节点
北京一期	满产运行	15 万辆	双班满负荷
北京二期	满产运行	15 万辆	2025 年 8 月投产，已完成爬坡

北京三期	爬坡中	15 万辆	2026 年春节后投产，爬坡中
武汉一期	爬坡启动	15 万辆	2026 年 5 月投产，10 月目标月产 3.5 万

资料来源：公司公告，爱建证券研究所

电池供给+供应链节拍+稳定良率决定有效产出。1) 电池与核心零部件：仍依赖宁德时代等外部供应，高峰期存在排产优先级竞争；2) 产线爬坡：新车型导入会占用产线切换成本，SU7 需要保持高节拍稳定生产；3) 良率问题：新工厂通常前 6-12 个月约 70-85%良率，稳态达到 90%以上。

渠道端向三、四线城市渗透，营销无明显降价。小米汽车采用直营+城市展厅+商超店模式。渠道销售依赖流量及体验店密度提升，试驾转化率提高。截至 26Q1 末，小米汽车已在 143 个城市开设 490 家门店，并在 160 个城市布设 274 家服务网点。2026 年全年门店目标为 500 家，重点方向是三、四线城市下沉渗透，降低售后瓶颈。营销采取赠送智驾 OTA、延保服务等隐性让利替代直接降价，金融优惠限时 5 年低息。

图表 14：小米汽车购车权益



资料来源：小米汽车，爱建证券研究所

图表 15：小米汽车金融优惠



资料来源：小米汽车，爱建证券研究所

出海尚处早期，27H2 启动海外业务。公司已确定欧洲为首站。研发中心落地德国慕尼黑，定位为高性能与豪华车研发及产品定义中心。管理层表示，海外业务预计于 27H2 正式启动，当前仍处于法规认证、本地化适配、销售服务网络建设及渠道布局阶段，2026 年出海销量贡献有限。

1.4 结论：乐观情景下，全年交付约 55-58 万辆

存量承压、增量可期，全年达成仍具挑战。乐观情景，假设 SU7 稳态月销 2.2 万辆、YU7 月销 2.8 万辆、新车月销 1.5 万辆且产能爬坡顺利，全年交付约 55-58 万辆，目标达成。中性情景，全年交付约 47-50 万辆。悲观情景，全年交付约 38-43 万辆。

图表 16：公司交付情况三情景假设

情景	SU7 月销 (万辆)	YU7 月销 (万辆)	新车月销 (万辆)	产能爬坡	全年交付 (万辆)
乐观	2.2	2.8	1.5	顺利	55-58
中性	1.8	2.3	0.8	略慢	47-50
悲观	1.5	1.5	不及预期	受阻	38-43

资料来源：爱建证券研究所

图表 17：公司交付情况概率判断

情景	全年交付（万辆）	达成 55 万概率	判断
乐观	55-58	60-70%	管理层目标达成
中性	47-50	40-50%	约 85-90%完成率，基本合格
悲观	38-43	<20%	约 69-78%完成率，显著低于预期

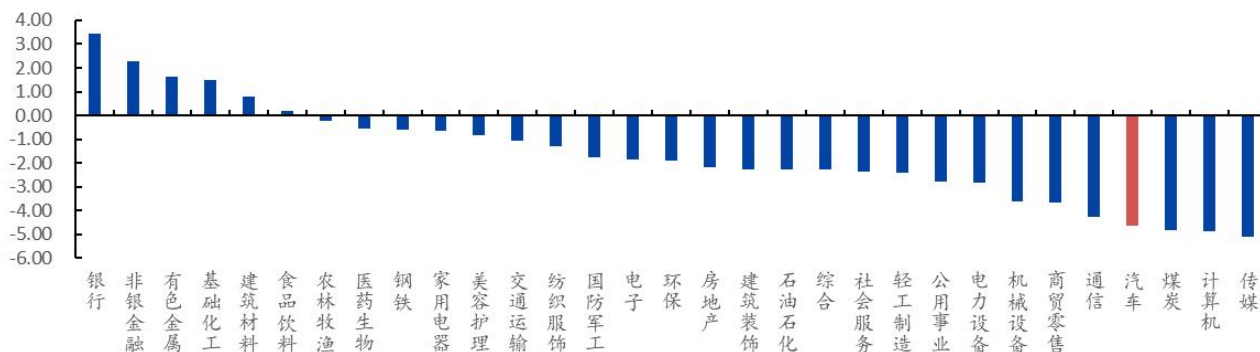
资料来源：爱建证券研究所

2. 市场回顾

2.1 行情：汽车板块跑输沪深 300 指数

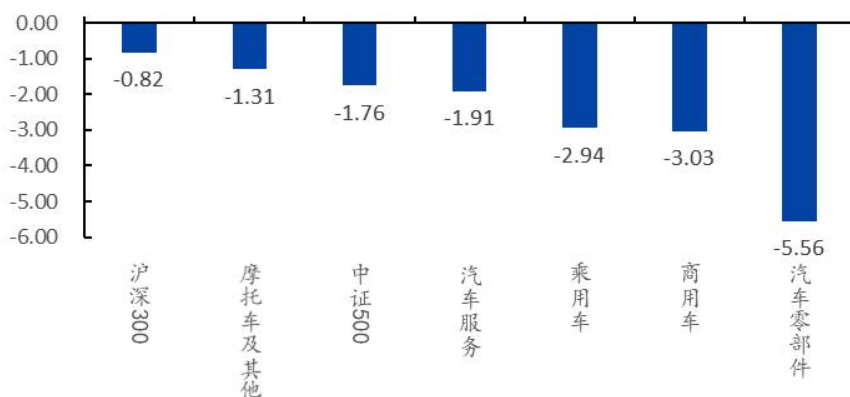
本周汽车板块跑输沪深 300 指数 3.80 个 pct。本周汽车板块报收 6,983.1 点，下跌 4.62%，板块排名 28/31，同期沪深 300 指数报收 4,777.3 点，下跌 0.82%。子板块方面，摩托车及其他板块-1.31%；汽车服务板块-1.91%；乘用车板块-2.94%；商用车板块-3.03%；汽车零部件板块-5.56%。

图表 18：本周汽车板块-4.62%，板块排名 28/31



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 19：本周摩托车及其他板块-1.31%



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

2.2 个股：低空经济催化板块联动

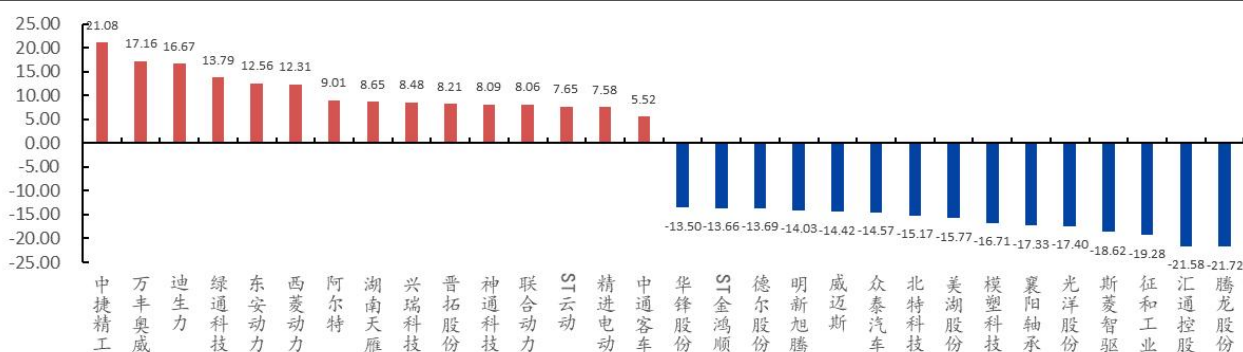
本周 A 股申万汽车板块：

1) 涨幅前 5 个股：中捷精工 (+21.08%)、万丰奥威 (+17.16%)、迪生力 (+16.67%)、绿通科技 (+13.79%)、东安动力 (+12.56%)；

2) 跌幅前 5 个股：腾龙股份 (-21.72%)、汇通控股 (-21.58%)、征和工业 (-19.28%)、斯菱智驱 (-18.62%)、光洋股份 (-17.40%)。

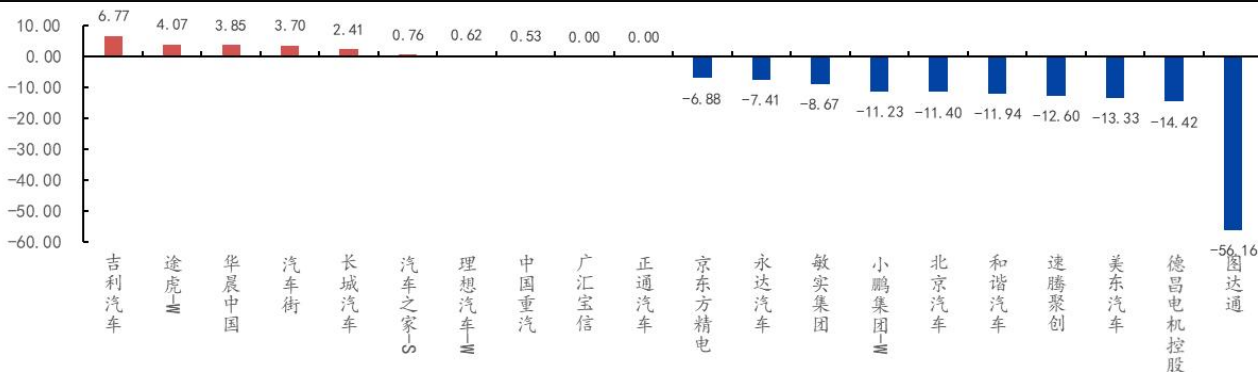
本周低空经济赛道迎利好。6 月 12 日，峰飞航空科技 V2000CG 无人驾驶货运 eVTOL 获印尼民航局型号认证，系全球首张 eVTOL 境外适航证，低空经济概念板块走强。万丰奥威前期已完成 Volocopter 核心资产收购，构建“固定翼+eVTOL+无人机”全场景矩阵，板块联动效应显著。

图表 20：A 股汽车本周涨跌幅前 15 个股 (%)



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

图表 21：港股汽车本周涨跌幅前 10 个股 (%)



资料来源：iFinD，爱建证券研究所

2.3 数据：5 月新势力销量同比高增

5 月新势力销量同比高增。比亚迪 383,453 辆，同/环比+0.26%/+19.41%；吉利集团（含领克/极氪）237,637 辆，同/环比+1.03%/+1.05%；极氪 34,377 辆，同/环比+81.80%/+8.15%；奇瑞汽车 231,944 辆，同/环比+20.74%/-1.90%；长安汽车 206,800 辆，同/环比-7.81%/+15.33%；零跑汽车 81,569 辆，同/环比+81.00%/+14.26%；蔚来 37,705 辆，同/环比+62.30%/+28.44%；理想汽车 33,350 辆，同/环比-18.37%/-2.16%；小鹏汽车 32,158 辆，同/环比-4.08%/+3.70%；小米汽车超 3 万辆。

图表 22：2026 年 5 月汽车销量情况

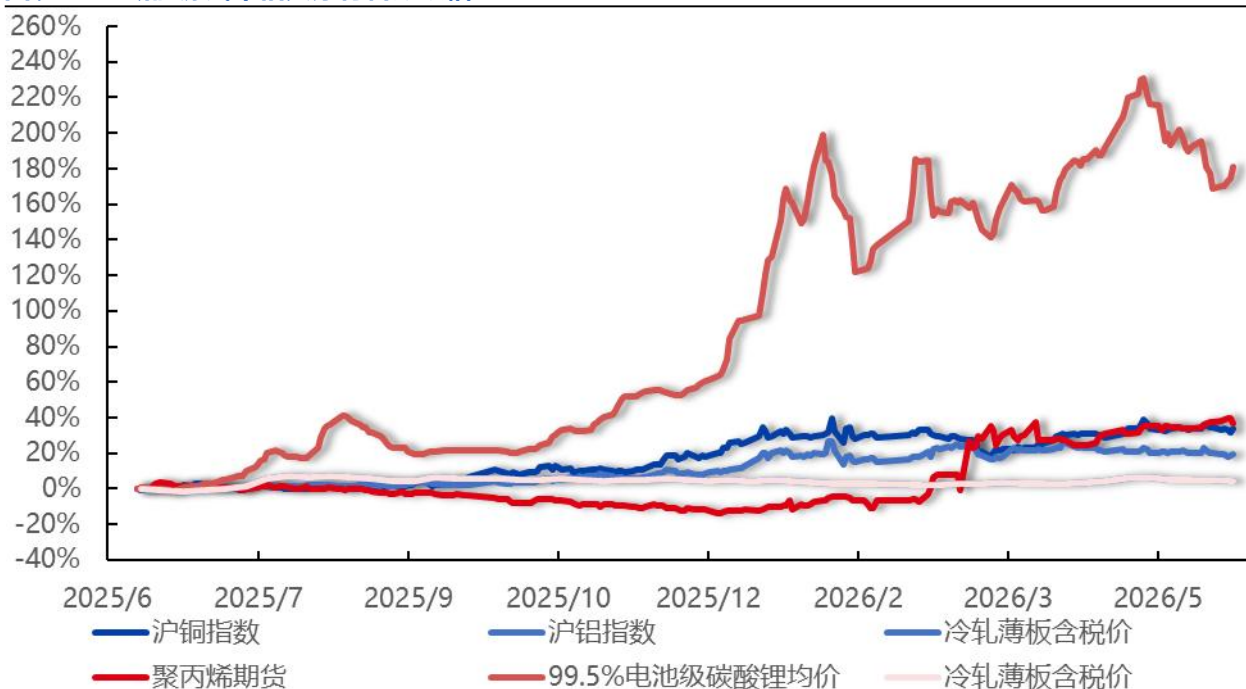
品牌	5 月	同比	环比
比亚迪	383,453	0.26%	19.41%
吉利集团（含领克/极氪）	237,637	1.03%	1.05%
极氪	34,377	81.80%	8.15%
奇瑞汽车	231,944	20.74%	-1.90%
长安汽车	206,800	-7.81%	15.33%
零跑汽车	81,569	81.00%	14.26%
蔚来	37,705	62.30%	28.44%
理想汽车	33,350	-18.37%	-2.16%
小鹏集团	32,158	-4.08%	3.70%
小米汽车	>3 万	-	-

资料来源：iFinD，公司公告，智慧汽车供应链，爱建证券研究所

本周碳酸锂价格环比上涨，铜、铝、冷轧薄板、天然橡胶、聚丙烯价格环比下跌：

- 1) 铜：沪铜指数报收 104,614.0 点，环比-0.6%；
- 2) 铝：沪铝指数报收 24,220.0 点，环比-0.5%；
- 3) 冷轧薄板（1mm）：含税价为 3,928.0 元/吨，环比-0.5%；
- 4) 天然橡胶：天然橡胶（RU）期货结算价报收 17,500.0 元/吨，环比-1.2%；
- 5) 聚丙烯：聚丙烯期货结算价报收 9,623.0 元/吨，环比-0.6%；
- 6) 电池级碳酸锂：99.5%电池级碳酸锂均价为 170,500.0 元/吨，环比+4.6%。

图表 23：新能源汽车相关原材料涨跌幅



资料来源：iFinD，爱建证券研究所（计算方式：归一化，相较一年前原材料涨跌幅）

3. 行业跟踪

3.1 公告：股份回购及收购事项

理想汽车：回购股份情况

6 月 12 日，理想汽车进行了股份回购，购回股份总数为 2,637,700 股，每股购回价介于 HKD 54.2 至 HKD 57.85 之间，购回总金额为 HKD 149,976,456.76。购回的股份将被持作库存股份，而非立即注销。截至购回日，购回股份占购回授权通过当日已发行股份（不包括库存股份）的 0.8005%。

赛力斯：回购股份情况

6 月 12 日，赛力斯于 6 月 11 日通过集中竞价交易方式回购 88.52 万股 A 股股份，约占公司总股本的 0.05%，回购金额 6000 万元。这是赛力斯近两月内第 5 次实施回购，截至目前已累计回购超 355 万股，累计金额超 2.8 亿元。

千里科技：子公司拟收购融感科技 100%股权

6 月 11 日，千里科技控股子公司千里智驾拟收购融感科技 100%股权，交易价格为 2590.80 万元。

3.2 要闻：小鹏集团 200 天冲刺机器人量产

赛力斯：旗下问界平均一辆车面临 1.5 万-2 万元的成本涨幅。6 月 12 日，赛力斯集团董事长张兴海在 2026 中国汽车重庆论坛上表示，目前整车企业面临挑战，最大的挑战是存储芯片出现 5 倍涨价，从 20 块钱一个单位涨到接近 100 块钱一个单位；二是碳酸锂价格从去年同期的 8 万涨到今天的 18 万/吨。张兴海表示对问界来讲，平均一辆车面临 15000-20000 块钱的成本涨幅。（来源：财联社|原文：<https://www.cls.cn/detail/2398954>）

爱建观点：上游成本冲击导致整车涨价，问界毛利率或收窄 4-7pct。存储芯片作为智能座舱与智驾域控的核心物料，5 倍涨幅推升 BOM 成本。问界单车成本上涨 1.5-2 万元，相较于当前 30-35 万元均价区间的 5%-6%，若以约 22%-24%的毛利率水平测算，毛利率或收窄 4-7pct。考虑到问界品牌仍处于高成长期、终端议价能力相对强势，我们认为成本冲击对销量的负反馈有限，但盈利端修复节奏可能低于市场预期。

何小鹏：最后 200 天冲刺机器人量产。6 月 10 日，何小鹏发出内部信，宣告将亲自下场直管机器人业务。小鹏人形机器人现在所处的阶段尤为关键，相当于 8 年前小鹏汽车即将完成第一款车 G3 发布的阶段，正站在量产交付的门槛上。按照何小鹏的规划：2026 年第四季度，小鹏将实现人形机器人量产；2027 年一季度，小鹏将人形机器人带入线下门店进行导购工作；2027 年二季度，人形机器人将被推向海外市场；2028 年，机器人将开始走向更多的家庭。（来源：财联社|原文：<https://www.cls.cn/detail/2396687>）

爱建观点：小鹏机器人后续聚焦供应链清单披露、良率表现、门店数的验证情况，公司估值体系有望重塑。公司将机器人业务当前阶段对标 2018 年 G3 发布

前夕，即 G3 设计确定、供应链锁定、产线已跑通，则 26Q4 机器人量产具备工程基础。中长期维度，若门店导购场景验证成功，小鹏将被市场定位为“AI+具身智能”公司。后续或可跟踪 26Q3 硬件方案量产定型公告及供应链清单披露情况、首条产线产能爬坡数据及良率表现、门店导购场景的试点合作方及部署数量。

4. 投资建议

投资建议：1) 整车：FSD 入华加速高阶智驾迈向规模化商用，高阶智驾能力亦可向具身智能延伸，全栈自研头部车企将率先落地并拉开差距，最直接受益于智能化溢价与估值提升。建议关注：**小鹏集团(9868.HK)、小米集团(1810.HK)、理想汽车-W(2015.HK)、比亚迪 (002594.SZ)**；**2) 汽车服务类：**L2 智驾强制性国标的落地预期有望驱动测试需求增长，建议关注**中国汽研 (601965.SH)**。

5. 风险提示

- 1) 新品爬坡与盈利不及预期：**全新增程车型存在产线切换、产能爬坡、市场认可度验证周期，订单释放、交付效率及终端定价均可能不及预期。
- 2) 产能与供应链波动：**产能利用率波动、零部件供给不稳定、新老车型产线切换调整等问题，可能制约实际有效产能释放，拖累新车交付节奏，影响整体销量兑现。
- 3) 技术迭代滞后：**智驾技术、车型迭代速度较快，高算力芯片、感知硬件等核心技术持续更新。若技术迭代、生态落地速度滞后行业，市场份额或被分流。

爱建证券有限责任公司

上海市浦东新区前滩大道 199 弄 5 号

电话: 021-32229888

传真: 021-68728700

服务热线: 956021

邮政编码: 200124

邮箱: ajzq@ajzq.com

网址: <http://www.ajzq.com>

评级说明

投资建议的评级标准

报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后 6 个月内的相对市场表现，也即以报告发布日后的 6 个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A 股市场：沪深 300 指数（000300.SH）；新三板市场：三板成指（899001.CSI）（针对协议转让标的）或三板做市指数（899002.CSI）（针对做市转让标的）；北交所市场：北证 50 指数（899050.BJ）；香港市场：恒生指数（HIS.HI）；美国市场：标普 500 指数（SPX.GI）或纳斯达克指数（IXIC.GI）。

股票评级

买入	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 15%
增持	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5% ~ 15%之间
持有	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 -5% ~ 5%之间
卖出	相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于 -5%

行业评级

强于大市	相对表现优于同期相关证券市场代表性指数
中性	相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平
弱于大市	相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告采用信息和数据来自公开、合规渠道，所表述的观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的独立看法。研究报告对所涉及的证券或发行人的评价是分析师本人通过财务分析预测、数量化方法、或行业比较分析所得出的结论，但使用以上信息和分析方法可能存在局限性，请谨慎参考。

法律主体声明

本报告由爱建证券有限责任公司（以下统称为“爱建证券”）证券研究所制作，爱建证券具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，接受中国证监会监管。

本报告是机密的，仅供我们的签约客户使用，爱建证券不因收件人收到本报告而视其为爱建证券的签约客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但爱建证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供签约客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，爱建证券及其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测后续可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，爱建证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

版权声明

本报告版权归爱建证券所有，未经爱建证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。版权所有，违者必究。