破解内卷困局 汽车圈如何践行“长期主义”

中青报·中青网记者 王志远

从今年年初开始，家住天津的王存毅就频繁地前往各大汽车品牌的4S店看车试驾，但直到现在，他仍没有下定决心买车。

“几个月下来，我试驾过差不多有十几台新车了。”王存毅对记者说，“在看车过程中，我发现很多车企新车价格浮动很大。同一型号、同一配置的汽车，可能晚买几个月就能让我省下几千甚至几万元。”

事实上，近两年来汽车市场中出现了不少像王存毅这样“持币观望”的购车者。价格的频繁浮动、优惠活动的持续推出、新款车型的迅速亮相……以上情况让一些消费者担心一旦买车，就会发生“买完车没多久发现买贵了”“新车没开几天突然变旧款”的情况。

“如今汽车市场已进入‘短兵相接’的白热化阶段。降低利润、吸引消费者进而扩大市场占有率的‘价格战’，成为不少车企的‘常规手段’。”汽车产业评论员万青林对记者说。

中国汽车流通协会报告显示，2024年汽车行业利润率仅为4.3%，低于整个下游工业利润率及2023年同期水平。以“价格战”为代表的“内卷式”竞争，不仅会挤压企业利润空间，消磨消费者的购车热情，还破坏了产业链和市场环境的稳定。

车市“价格战”背后的企业焦虑

2024年7月，中共中央政治局会议提出“要强化行业自律，防止‘内卷式’恶性竞争”。随后的2025年《政府工作报告》则提出，要“综合整治‘内卷式’竞争”……在不到一年的时间里，有关防止、整治“内卷式”竞争的内容不止一次被提及。

“当前，一些企业陷入‘内卷式’竞争，有的以低价、超低价甚至以低于成本价格销售；有的制假售假、以次充好。这些都突破了市场竞争的边界和底线，扭曲了市场机制，扰乱了公平竞争秩序，必须加以整治。”在近日国家发展改革委召开的新闻发布会上，国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超这样说。

中国汽车流通协会报告显示，2024年汽车行业利润率仅为4.3%，低于整个下游工业利润率及2023年同期水平。以“价格战”为代表的“内卷式”竞争，不仅会挤压企业利润空间，消磨消费者的购车热情，还破坏了产业链和市场环境的稳定。 视觉中国供图

在万青林看来，上下游产业密集、集群化程度高、去库存压力大的汽车行业，正是“内卷”现象的高发和易发区。其中，“价格战”正是最明显，也是对车企和消费者影响最大的“内卷”缩影。

2023年年初，特斯拉宣布对国产Model 3与Model Y进行大幅降价。此次降价，特斯拉将压力传导给了几乎所有的新能源车企，由此拉开了汽车市场一轮又一轮降价的序幕。

战略管理咨询公司罗兰贝格发布的报告显示，2023年国内新能源汽车的成交均价较2022年相比下降了0.67万元，降幅达3.1%。“价格战”的规模随后在2024年进一步扩大，中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会统计，2024年全年国内市场中共有227款车型有过降价，新能源汽车的平均降价力度达1.8万元，同比降幅超9%。

“卷成本、卷技术、卷资金、卷用户、卷关系、卷舆论。”中国汽车动力电池产业创新联盟理事长董扬将汽车行业的内卷行为概括为“六卷”，“这不仅是低价销售的问题，而是一些企业为巩固市场优势，过度利用竞争机制，对整个行业造成了实质性伤害，长远来看，将严重削弱中国汽车产业的技术后劲。”

正如董扬所言，除了“价格战”外，在这场“内卷”困局中，汽车经销商的日子也不好过。统计数据显示，84.4%的经销商遭遇价格倒挂，其中60.4%的倒挂幅度超过15%。万青林指出，这种倒挂现象不仅直接压缩经销商利润空间，也加剧了企业流动资金紧张，显著增加了经营风险。

更重要的是，这种“内卷”之风还刮到了技术领域。近年来，智能辅助驾驶、固态电池、超级快充等概念频频出现在车企的发布会上，似乎成为汽车圈的“必选项”。

然而其中不少的企业缺乏长期战略布局和核心技术积累，一味盲目跟风和重复建设，最终造成资源浪费和产能过剩。这样的行为不仅会对自身发展造成伤害，还迟滞了中国汽车产业发展的进程。

“长期进行以‘降价’为代表的‘内卷式’竞争会导致行业总体利润大幅压缩，如果企业眼中只有‘生存’没有‘发展’，缺乏技术创新所必需的资金和动力，那么就只能尽量压缩成本、降低产品质量。这样的做法无论对企业、行业还是消费者而言都是不利的。”商务部国际贸易经济合作研究院副主任杜奇睿分析说。

杜奇睿指出，20世纪90年代，日本汽车业遭遇了企业产能过剩、国际形势变化和消费者购买力下降的三重打击，一度陷入“至暗时刻”。当时，丰田汽车探索“精益生产模式”来提升产品质量，本田汽车则研发出了VTEC发动机技术。在诸如此类的探索下，日本车企逐渐走出困境，并在后续的发展中保持了较强的汽车竞争力。

“在非洲草原上，若因狮子的追赶，羚羊们选择互相践踏，那么羚羊族群最终将走向灭亡。羚羊们只有在一次次的追赶中强健体魄，提升自身的奔跑速度，才能在残酷的环境中生存、壮大，汽车行业也是同样的道理。”万青林总结说。

打破困局考验车企掌门人毅力

尽管“内卷”行为有可能在短期内提升车企的销量，但这样的“短视行为”会影响行业的长期发展——不仅不会有效提升市场份额，反而吞噬利润、挤压创新空间，成为阻碍行业可持续发展的隐形杀手。更有一些企业为争抢流量红利，盲目以低质低价博眼球，导致市场秩序混乱、行业信心受损。

在近日的采访中，长城汽车董事长魏建军提到，有些车企在“价格战”的影响下，要求供应商低价供应零部件；有些车企频繁发布不能代表市场规律的销量周榜，致使企业互怼、水军互黑等事件频发……魏建军呼吁，各大车企和有关部门应该携手加强治理和自律，让整个产业得到健康发展。

对于如何减少“内卷式”竞争，杜奇睿认为需要多方的共同努力：“从政策层面看，政府有关部门应该加强逆周期调节，通过扩大内需、调节产能等方式，使汽车行业的供需趋于平衡；从企业层面看，则需要加快转型升级，采取差异化、品牌化的竞争策略，提升产品和服务质量，避开‘低质量、低成本、低价格、低利润’的泥潭。”

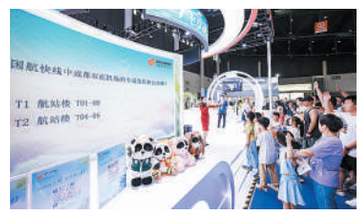
不少企业也在以实际行动破解当前的“内卷”困局。凭借刀片电池、易四方平台等自研技术矩阵，比亚迪2024年营业收入达7771亿元，同比增长29%；归母净利润402.5亿元，同比增长34%，盈利能力和经营效率都在稳步提升；作为行业内第一家“混动技术开源”的企业，奇瑞汽车构建起“开放开源-技术共研-人才共育”三位一体的全链条孵化体系，不仅推动了汽车混动技术的学术化研究，也为旗下混动产品的热销和进军海外市场奠定了基础。

此外，捷途汽车用“旅行+”的概念打造差异化产品，仅用65个月便收获百万用户；零跑汽车用核心零部件的全域自研来降低制造成本，成为造车新势力中的一匹“黑马”。这些车企的市场成绩表明，汽车产业“内卷”加剧的当下，考验恒心和毅力的“长期主义”正成为穿越周期迷雾的“指南针”。

“我认为‘长期主义’既是一种格局，也是一种视野，能够帮助车企在价值创造的过程中，找到擅长的方向和赛道，避免进入零和博弈的泥潭。”中国电动汽车百人会副秘书长师建华告诉记者，在“长期主义”的指引下，车企应该守住底线，不断提升创新能力。

师建华表示：“一方面，车企要加大技术创新的力度，坚持以质量为导向，在服务质量、品牌口碑、用户黏性等方面展开差异化竞争；另一方面则要避免跟风所谓的‘短期热门赛道’，根据自身情况和行业发展趋势，脚踏实地地进行可持续发展。”

“行业必须摒弃‘以价换量’的短期策略。”正如全国政协常委、经济委员会副主任，工业和信息化部原部长苗圩所言，“只有坚定向智能化与技术驱动型发展转型，才能稳步发展。车路云一体化、自动驾驶芯片、车载操作系统等关键技术将成为未来竞争焦点，谁能率先实现‘人无我有、人有我优’的技术突破，谁就将掌握下一阶段竞争的主导权。”



在西博会国航展台上，丰富的展示内容、飞行员科普讲座和精品餐食品鉴等活动，都吸引不少观众驻足参观互动。

持续探索西部市场 中国国航亮相西博会

本报讯（中青报·中青网记者**张真齐**）5月25日，第二十届中国西部国际博览会（以下简称“西博会”）在四川成都开幕。中国国际航空股份有限公司（以下简称“国航”）以“乘西部之风 赴世界之约”为主题参展，向外界展现作为载旗航空公司全力服务国家战略、赋能区域经济的最新实践成果。

国航宣传部负责人介绍，在本届西博会上，国航围绕全球航线网络拓展、“一带一路”航线开辟、成渝区域枢纽建设、高高原安全飞行，呈现“四重飞享”生动画面。

其中，“飞享全球”聚焦国航突出的全球航线网络实力，以462条航线为基础，借助星空联盟，国航旅客可畅达全球189个国家（地区）的1150个目的地；“飞享丝路”记录国航积极响应共建“一带一路”倡议，68条“空中丝路”航线既是奋力建设的证明，也是迈向更高目标的起点。

“飞享成渝”则展现国航以成都、重庆两地82个国内通航点、31个共飞通航点，以及25条国际航线聚力推动成渝地区双城经济圈建设落地航空领域；“飞享雪域”以60年一个甲子的轮回，同贺西藏自治区成立60周年和国航拉萨航线安全飞行60周年。

“国航秉承以‘永攀高峰、科学严谨、敢打能胜’为内涵的‘飞越天堑’高高原精神，用60年的坚守与探索，淬炼高高原飞行‘中国标准’，助力西藏航空网络建设和西藏高水平对外开放。”上述负责人补充说。

除此之外，在西博会国航展台上，丰富的展示内容、飞行员科普讲座和精品餐食品鉴等活动，都吸引不少观众驻足参观互动。接下来，国航将持续巩固全球航线网络优势，坚定推进“一带一路”航线建设，强化成渝区域枢纽功能，为西部发展注入新动能。

5月26日，别克昂科威家族第180万台整车在东岳工厂下线，君越车型第130万台整车在浦东金桥基地下线。

两款产品迎来里程碑 别克如何赢得消费者信赖

本报讯（中青报·中青网记者**张真齐**）5月26日，别克品牌迎来重要时刻，旗下SUV昂科威家族第180万台整车在东岳工厂下线，旗舰轿车君越车型第130万台整车在浦东金桥基地下线。

“作为别克品牌布局SUV及轿车市场的两大战略车型，昂科威家族和君越多年来携手共进，不断巩固别克在主流合资品牌中的领先优势，持续践行别克‘油电共进’的发展策略。”上汽通用别克品牌负责人对记者说。

自2006年第一代产品诞生至今，别克君越历经四代进化。从发动机可变缸技术、直喷技术到CDC连续可变主动式悬挂，从HUD平视显示到安吉星车载互联通讯平台，每一代君越都在细分市场树立起新标杆，为用户带来豪华出行新体验。

如今的别克君越，传承君越家族的发展理念。该车拥有5米的长车身，配备强劲的“双十佳”动力系统，不仅动力强劲油耗经济，更有扎实可靠的耐用性能。别克君越还搭载领先的智能座舱，配备先进可靠的L2级智能辅助驾驶功能，更拥有坚固的BFI一体化车身结构和五星级安全防护加持，以及上汽通用汽车金桥工厂领先智造体系的品质背书。

值得一提的是，2024年别克君越开启一口价模式，以“B级价格C级体验”的路线实现销量连续6个月两位数同比增长。2025年，别克君越率先启动车主共创改装附件计划，并相继推出“鸿运倍增”双色车衣、静逸电吸门、静悦悬停桌板及静享巨幕投影等热门改装附件，深受广大车主欢迎。

于2014年问世的昂科威家族，在11年时间里历经三代产品革新迭代。从去年第170万辆下线到如今迎来“第180万辆”里程碑，实现了“半年10万辆”的销售增速。

记者了解到，市场销量稳定增长的背后，是昂科威家族以“多10%”开发理念锻造产品的成果。昂科威Plus配备2.0T可变缸发动机、昂科威S采用1.5T“阿凡达”高功率发动机，双车均匹配9AT智能变速箱，兼顾强劲动力、平顺输出和节能省油。

底盘方面，别克不惜成本采用大尺寸全框式副车架设计，多处布置液压衬套，以更扎实的用料为用户带来舒适的驾控品质。值得一提的是，昂科威S白金版配备同级唯一的五连杆独立后悬架，带来更出色的操控体验。

“面对智能新能源浪潮，别克将通过智能化、网联化、高端化的产品升级，为燃油车带来‘油电同智’的体验。”上述负责人表示，未来，别克将继续聚焦消费者需求和市场趋势，不断以迭代升级的科技打造越级产品、越级体验，与时代进取者共进共赢。

“最强电混技术”傍身 奔腾悦意07能否当好攻擂者

中青报·中青网记者 王志远

在新能源汽车加快普及的过程中，插混紧凑型SUV扮演着极为重要的角色。它既凭借着高度实用性、性价比吸引了大量消费者，又因为比亚迪宋Pro DM-i、宋PLUS DM-i及吉利银河L7等明星车型的存在，面临着空前激烈的市场竞争。

对于正在为销量反弹而奋斗、并急于在新能源赛道建立“品牌护城河”的一汽奔腾来说，杀入插混紧凑型SUV市场，注定会是一场难度不小的“攻擂战”。

或许是出于这样的紧迫感，在5月26日举办的一汽奔腾悦意07上市发布会上，出现了让人出乎意料的一幕：为了验证“悦意07内饰采用零苯无异味灵芝皮材质，环保生物基，零苯无异味”的卖点，一位高管接过浸泡了该车座椅皮革的清水，在现场一饮而尽后表示：“口感不错，我干了。”

事实上，一汽奔腾上下对于网络流量的焦虑、对于卖好悦意07的渴望，并不止于像短视频平台主播一样“整活”。

作为搭载中国一汽“逐日动力BMP超级电混”的首款新车，奔腾悦意07为自己贴上了“超大续航、超大性能、超大可靠”的三大标签。新车提供150km和210km两种超级电混模式，共4款车型，上市指导价9.98万至12.99万元，比市面上大部分中型插混SUV价格更低。

“奔腾品牌是中国一汽自主事业的重要组成部分，是民族汽车产业发展壮大的重要力量。”中国第一汽车集团有限公司党委副书记、董事、总经理刘亦功在发布会上表示，中国一汽将继续坚定不移地支持奔腾、发展奔腾、壮大奔腾，助其推出更多新能源拳头产品，为广大用户带来更加悦享的体验和悦意的生活。

一汽奔腾董事长、党委书记刘忠忱介绍说，奔腾悦意07是继“7万元级纯电SUV”悦意03后，一汽奔腾悦意产品序列推出的又一款重磅力作，也是悦意P系列首款超级电混车型，定位“9万元级电混SUV”，在造型、续航、能耗、性能、安全、舒适、空间等全维度为中国家庭提供高品质出行体验。

正如他所言，作为中国一汽BMP超级电混首款量产车型，悦意07承袭了中国一汽一流的设计能力、一流的试验能力、一流的制造能力和一流的质量保证能力。

记者注意到，为了让奔腾悦意07在竞争白热化的细分市场当好“攻擂者”，中国一汽甚至为这款新车赋予了“集团最强电混技术”。

“逐日动力BMP超级电混的诞生，是中国一汽七十余载技术积淀的结晶。”一汽奔腾悦意BMP超级电混主理人刘国亮表示，从2001年首台混动样车问世，到BMP超级电混的破空而出，中国一汽坚持踩在技术的时代风口上。

在悦意07上市发布会现场，一汽奔腾董事长、党委书记刘忠忱（左4）与奔腾品牌代言人朱亚文（左5）共同为首批车主隆重交车。

据介绍，BMP超级电混不仅拥有45.21%量产巅峰热效率，同时具备168kW功率搭配0.3秒闪电模式切换。值得一提的是，不久前，中汽中心基于动力电池新国标，开展了一场电安全挑战。搭载装甲电池的悦意07面对全新的底部撞击测试、热扩散测试从容应对，成为行业首批完成超新国标高难度挑战的车型之一。

相关负责人表示，定位为“千家万户都买得起的高品质新能源汽车”的奔腾悦意，旨在为消费者打造亲和、松弛、时尚、活力的用车生活。据透露，包括悦意03、悦意07在内，奔腾悦意两年内将推出6款全新车型，构建3个产品矩阵，涵盖A0到B级，以及纯电、电混、增程等多种能源形式，全面满足用户多元化的购车需求。

统计数据显示，2024年一汽奔腾累计销量为150777辆，同比增长25%；其中新能源汽车销量为82872辆，同比增长214%，新能源渗透率达到55%。值得注意的是，去年5月上市的奔腾小马，全年累计销售57863辆，占一汽奔腾当年销量约38.4%。

有分析认为，考虑到奔腾小马是一款售价2.49万至5.39万元的A00级的纯电小车，如果一汽奔腾销量主要依靠这样一款单一车型支撑，势必影响奔腾品牌在新能源汽车赛道上的品牌形象和盈利能力。

公开数据显示，首款车型悦意03今年3月上市后，首月销量为459辆，4月销量小幅提升至749辆。对于正积极加快新能源转型布局的一汽奔腾来说，这样的成绩单显然还有较大的增长空间。奔腾悦意07能否当好“攻擂者”，将成为今年下半年观察中国一汽乃至整个新能源车市场的重要窗口。

赋予“方盒子”更多内核 捷途发掘越野文化新富矿

中青报·中青网记者 张真齐

当前，深度越野爱好者对专业越野车的需求持续走高，普通用户则倾向于既拥有越野能力，也能兼具城市驾驶舒适性的轻越野车。在这样的情况下，越野车市场成为各大车企“摩拳擦掌”比拼的重要舞台。

西部证券近期发布的一份报告指出，2024年，中国越野SUV市场的销量达到94万辆，同比暴增70%。其中新能源越野车型销量已达到38.8万辆，渗透率高达41%，显示出这一细分市场的巨大潜力。

5月26日，以“向往就前往”为主题的捷途方盒子大会在宁夏中卫开幕。在这场属于越野爱好者的聚会中，不仅有刺激紧张的试驾体验、欢乐趣味的沙漠互动，还有多彩绚烂的烟花表演和激情澎湃的千人合唱。不过最吸睛的还是现场各处可见的，有着“方盒子”造型的捷途汽车。

正如奇瑞汽车股份有限公司常务副总裁张国忠所言：“这场融合硬核产品、越野文化、用户生态的行业盛会，不仅是一场粉丝狂欢盛宴，也标志着方盒子越野进入全新时代。”

5月26日，捷途方盒子联盟正式成立，方盒子购车节同步开启，2025款捷途山海T1正式上市。

70多年前，越野车作为汽车市场中的“生力军”开始出现在人们的视野中。随后，路虎、Jeep等品牌将“方盒子”设计理念融入SUV车型之中，独有的硬派造型和强悍的越野能力，让“方盒子”成为全球汽车市场具有特色的品类之一。70多年后，中国汽车产业崛起和人们消费能力的提升，激发出了“方盒子”的全新魅力。

作为成立之初就将“旅行+”和“方盒子”融入发展战略的捷途汽车，在7年的发展历程中，捷途旅行者和自由者累计销量29.2万台，捷途山海T1和山海T2的插混组合累计销量7.8万台。而在国外市场，特别是在阿联酋、沙特、卡塔尔等国家和地区，捷途方盒子的销量也保持领先。

“很早之前捷途就明确了自身的发展路径和优势特点，其前瞻性的市场洞察力值得学习。‘旅行+’生态和服务持续连接用户生活的态度让人感动，这也是其能逆势上涨的最重要原因。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树分析说。

如今，随着国内越野人数的持续增加，“方盒子”已经不再是单一的设计概念和造型风格，而是被赋予了更多时代内核与意义。

“越野方盒子已完成从交通工具到旅行伙伴的角色转变，为年轻生活创造出更多美好时刻，代表着一种绝妙的工业设计理念，是兼顾实用和美学的‘旅行生活符号’。”奇瑞汽车股份有限公司副总裁、捷途品牌事业部总经理代立宏对记者说。

在代立宏看来，捷途汽车在“方盒子”领域的持续深耕源于初心——坚持“旅行+”品牌理念，它不止于车，更代表着一种向往自由的生活方式。在此基础上，捷途汽车围绕用户需求不断打破价值上限，并持续推动产品的升级进步。

统计数据显示，截至目前捷途汽车打造了首个官方改装品牌“捷途JMK”，为追求个性的年轻人提供集改车、玩车、社交、旅行于一体的一站式服务。同时，捷途汽车目前在全球建立了1255家捷途驿站，有超过332家权益合作伙伴，并在121个城市与176座露营地签订了合作协议，成为行业唯一拥有完善旅行生态的汽车品牌。

在本届大会上，捷途汽车继续为“旅行+”和“方盒子”加码：捷途方盒子联盟正式成立，方盒子购车节同步开启，2025款捷途山海T1正式上市。

记者了解到，2025款捷途山海T1是搭载宁德时代43.2kWh大电池的混动“方盒子”，在满油满电状态下，长续航版的捷途山海T1能提供1500公里的综合续航里程，馈电油耗低至每百公里5.89升。

新车的“三电机”四驱版车型采用“P1+P3+P4”的“三电机”结构，3个电机各司其职，P1负责发电，P3负责前驱，P4负责后驱。这样的布局使车辆即使在馈电工况下，仍可凭借1个发动机、两个驱动电机和1个发电电机的协同工作，保证强劲稳定的四驱动力输出，让消费者从容面对多种路况。

“安全是捷途造车永恒不变的话题与底线。”正如代立宏所言，捷途山海T1采用坚固的笼式车身结构，全车高强度钢占比超过80%，超高强度钢占比达到55%，可承受300公斤的车顶静态载荷，足以平替专业防滚架。在工艺上，一体式左右侧双门环设计，选用了潜艇级22MnB5超高强度钢，抗拉强度高达1500兆帕，进一步提升了车辆的纵向抗压能力和安全性。

上述报告指出，在新能源技术的推波助澜下，越野SUV市场即将迎来不同寻常的增长浪潮。无论是成熟企业还是新兴品牌，都在为这一蓝海市场的崛起做着积极的准备，预计未来给消费者带来更多符合多元化需求的产品选择。

面对这样的浪潮，捷途汽车已经做好了准备。“如今，‘中国式越野’正成为全球旅行者的共同语言。”代立宏表示，捷途汽车以方盒子作为拓展用户生活的载体，用技术实现人人可享的越野，用生态带给用户更美好的旅行体验，构建起中国汽车差异化发展的新路标。