

# 从“信仰”到“性价比” 传统豪华车跌落神坛的自我救赎

马年开春,车市震荡如期而至,尤其是德系豪华三强宝马、奔驰、奥迪集中启动史上罕见大幅降价,从官方直降终端钜惠,一场由BBA主导的豪华车价格战全面打响。这既是车企冲刺一季度销量的应急之举,更印证电动化转型深化、自主品牌高端化崛起下,传统豪华品牌陷入销量连跌、品牌溢价缩水、转型迫在眉睫的生存困境,行业格局进入重塑白热化阶段。

■新快报记者 刘佳淇

## 应对市场挤压 BBA集体“放价”

可以说,2026年车市第一波价格冲击,正是由德系豪华品牌率先掀起。元旦刚过,宝马旗下多款主力车型的终端优惠,直接创下近年新高。宝马7系最高优惠达到27万元,入门款735Li终端成交价已降至62.3万元;宝马530Li尊享型直降16万元,降幅超过30%,终端售价仅35.7万元。据不完全统计,宝马旗下有24款车型降幅超过10%,5款车型降幅超过20%,优惠力度之大,让市场直呼意外。

随后,奔驰迅速跟进,于2月初对4款主销车型进行官方调价:C级最高降幅3.85万元,调整后30.46万元起售;GLC最高降幅6.25万元,起售价降至35.18万元,用更务实的价格争夺主流市场。

奥迪同样动作不断。1月15日上市的全新Q5L,起售价直接定在30.98万元,相比2025款车型降幅达4万元;A6L部分车型优惠超过15.1万元,售价跌破28万元;A3在部分门店甚至报出9.9万元的“地板价”,直接下探到普通家用区间。

此外,上汽奥迪成为春节后首个推出限时重磅优惠的豪华品牌,即日起至3月31日,奥迪E5 Sportback综合优惠最高达3万元,权益后起售价低至20.59万元,使得这款搭载quattro四驱的豪华轿跑不仅刷新了20万级市场的价值标杆,更在与特斯拉Model 3、小米SU7等热门车型的对比中展现出极强的性价比。

有分析认为,此轮降价并非短期促

销,而是BBA应对市场挤压的被动防御。高端新能源车型持续抢占30万元以上市场,用户偏好从机械豪华转向智能电动体验,传统豪华品牌依赖品牌溢价的定价体系彻底松动,降价成为稳住份额、缓解渠道压力的唯一选择。

## 核心管理层换血 BBA启动在华战略重构

1月以来,BBA先后官宣在华核心岗位人事调整,多位新帅已确定履新时间,将分阶段就位,全面主导各自所在品牌的在华电动化转型与市场突围。

1月30日,宝马宣布柯睿辰(Christian Ach)4月1日出任大中华区总裁兼CEO,其深耕欧洲及北欧市场,主导过电动车区域推广与渠道优化工作。

2月14日,奔驰官宣李德思(Daniel Lescow)3月1日接任北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官,其深度参与smart电动化转型与全球销售体系搭建,擅长新能源运营与渠道建设,同步优化高管团队强化电动化协同。

2月26日,奥迪连发两项任命:Daniel Weissland 4月1日接任一汽奥迪销售有限责任公司总经理,Matthias Schepers 6月1日出任奥迪中国销售及市场营销副总裁,两人都具备豪华品牌全球市场运营经验,前者主导过奥迪美国史上最大规模产品布局。

三大品牌的换帅动作被视为因销量承压、电动化滞后、渠道压力高企,迫使BBA不得不通过换帅重启在华战略。



■制图:廖木兴

数据显示,2023年BBA三大豪华品牌在华销量均超70万辆;然而,2024-2025年连续两年下跌,2025年悉数跌跌70万辆关口:宝马62.55万辆(同比-12.5%)、奔驰57.5万辆(同比-19%)、奥迪61.75万辆(同比-5%),合计销量较2024年减少26万辆,重回七八年前水平。

## 高端格局彻底重构 BBA真正危机不是降价

市场数据,已经清晰勾勒出这一轮降价背后的行业变局。定价70.8万-101.8万元、对标奔驰S级、宝马7系、奥迪A8的国产高端车型,在无大幅优惠情况下,2026年1月单月销量接近3000辆,超过三大传统旗舰销量之和。

如同价位出现电动化、智能化更强的对手,传统豪华的品牌壁垒正在快速失效。乘联会秘书长崔东树在2025年底就曾预测,2026年新能源汽车渗透率将突破60%,新能源主导市场的时代已

然来临。同时,渠道端的压力不容忽视。中国汽车流通协会数据显示,2026年1月汽车经销商库存预警指数高达59.4%,仍位于50%的警戒线之上。高库存、高资金压力,进一步倒逼豪华品牌加大让利。

汽车行业分析师周跃认为,以前豪华车降价,大家会说是入手时机,现在降价,消费者已经觉得理所当然。这种认知的变化,比降价本身更值得警惕。对BBA来说,真正的挑战不是降多少价,而是如何证明自己依然值那个价。

2026年,正是宝马新世代、奔驰MB.EA、奥迪PPE等全新纯电平台集中落地的关键一年。价格战抢当下,电动化赌未来。站在2026年开春节点看中国车市,很多人都会问:市场究竟是看涨还是看跌?但现实是,无论大盘整体走势如何,身处其中的每一家车企,都要面对分毫不让的激烈竞争。

## 比亚迪再夺2月新能源销冠

行业分化趋势延续

新快报讯 记者陈璇报道 2026年开局,中国新能源汽车市场竞争格局进一步明朗。根据车企及上市公司对外披露的数据,比亚迪集团2月新能源汽车销量达190190辆,再度位居行业首位,在主流车企中持续保持明显领先优势,以稳定而强劲的表现巩固头部地位。

自2021年6月以来,比亚迪月度新能源销量始终领跑市场,已连续57个月稳居中国新能源汽车销量榜首。2025年12月,比亚迪成为全球首家实现第1500万辆新能源汽车下线的车企。截至目前,新能源汽车累计销量已突破1550万辆,规模优势持续扩大,行业领先基础更加稳固。

2月国内市场叠加春节因素,消费节奏阶段性放缓,但比亚迪整体表现依旧稳健,尤其海外板块延续高增长态势。当月乘用车及皮卡海外销量达100151辆,同比增长41.4%;2026年1-2月累计海外销售200160辆,同比增幅达42.3%。随着欧

洲、拉美、亚太等核心市场销量快速提升,海外占比稳步抬升,全球布局加速兑现,海外市场正成为稳定增长的重要支撑。

高端品牌矩阵持续向上突破。2月,方程豹、腾势、仰望三大高端品牌合计销量达2.3万辆,同比实现明显增长。高端产品占比提升,不仅推动产品结构持续优化,也为企业盈利能力提供更坚实的支撑,品牌价值与市场影响力同步增强,品牌影响力持续向好。

技术层面的布局同样释放积极信号。3月2日,比亚迪在互动平台宣布将于3月5日举行颠覆性技术发布会,相关消息发布后市场反应迅速,公司A股当日上涨8.36%。资本市场的反馈,显示出投资者对企业硬核技术实力的高度认可与信心。

回望2025年,比亚迪以460万辆的年销量确立了全球乃至中国新能源汽车市场的标杆地位。迈入2026年,当规模效应、技术积淀与全球化布局已成为其坚实

2026年2月 中国汽车市场  
车企/集团新能源汽车销量排名 TOP10

序号	企业/集团	新能源汽车销量(辆)
1	比亚迪	190190
2	吉利	117488
3	上汽	71340
4	长安	42195
5	奇瑞	35739
6	零跑	28067
7	理想	26421
8	蔚来	20797
9	小米	20000+
10	小鹏	15256

数据来源:部分车企及上市公司对外数据 截至时间:3月2日

的底座,行业对比亚迪的期待已超越了单纯的“销量领跑”,那么,其将如何利用三重优势,在智能电动化的深水区中探索出新的技术范式,并将中国新能源的产业链优势转化为全球通用的绿色出行解决方案,无疑备受关注。



更多优质汽车资讯  
请关注新快报汽车视频号及新快网汽车频道