

价格战边际效应持续退去,增量扩张红利逐步见顶

透视中国汽车产业“下半场”生存法则

价格战边际效应持续退去,增量扩张红利逐步见顶,高速奔跑十余年的中国汽车产业,下一步该往何处去?

或许,可以从刚刚落幕的2026中国汽车重庆论坛上找到一些答案。作为年中观察产业走向的核心风向标,来自行业协会、整车企业、科技供应链领域的与会者围绕价值竞争、全球化布局、AI技术变革、供应链安全等核心议题展开了深度研讨。与往年高歌猛进的扩张基调形成鲜明反差的是,众人不约而同地将目光从“规模增速”转向“价值质量”,一场全行业的发展逻辑切换正在悄然发生。

■新快报记者 刘佳淇

王侠(中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长) 竞争正从“比谁降得多”转向“比谁活得久”



数据显示,2026年前5个月全国乘用车零售710万辆,同比下滑近两成;一季度汽车行业利润率仅3.2%,创下历史新低,显著低于全国规上工业企业4.9%的平均水平,销量、营收、利润三重回落叠加,在行业史上极为罕见。

中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长王侠在论坛致辞时提到,连续多年的价格战边际效应正加速衰减,既让企业“内伤严重”,也令消费者“审美疲劳”,没有利润支撑的销量只是空洞的数字游戏。但行业已出现转向信号:消费者对单纯降价接受度下降,近20个品牌上调售价或收窄优惠,部分新势力实现连续盈利,竞争正从“比谁降得多”转向“比谁活得久”。王侠强调,智能电动汽车已进入快速收敛阶段,极具挑战的调整周期至少持续五年,他说:“这并非危言耸听,而是有市场数据支撑的产业现实。”

李斌(蔚来创始人、董事长兼CEO) 中国汽车产业已正式进入决赛圈最残酷的阶段



乘联会数据显示,今年1—5月国内乘用车零售同比下滑19.5%,市场此前期待的二季度回暖并未兑现。蔚来创始人、董事长兼CEO李斌指出,销量持续下滑的根源并非短期政策扰动,而是市场底层逻辑已彻底改变:当前全国乘用车保有量达3.7亿辆,行业彻底告别高速增量时代,全面转入存量替换竞争阶段,多数车企

仍沿用增量期的经营思路,是行业普遍承压的核心原因。

李斌认为,行业竞争逻辑已从单点优势比拼转向全链条体系能力较量,产品定义、核心技术、供应链管控、成本控制、服务网络、品牌运营等维度缺一不可,单纯堆砌参数配置已无法构建长期壁垒。同时纯电替代趋势不可逆,5月纯电车型市场渗透率达42.2%,正式超越燃油车。李斌同时作出核心研判:2026年国内汽车零售全年大概率同比下滑15%—20%,中国汽车产业已正式进入决赛圈最残酷的阶段,企业需做好长期应对下行周期的准备。并呼吁行业打破技术壁垒,在芯片、电芯标准化及补能基建等领域协同合作,抱团穿越产业阵痛期。

徐军(零跑汽车高级副总裁兼首席运营官) 汽车行业步入微利常态,打法转向“精、灵”



零跑汽车高级副总裁兼首席运营官徐军在论坛发言中指出,中国汽车产业已正式告别过去的红利时代,步入常态化微利时代,行业底层逻辑正发生根本性重构。他强调,红利时代和微利时代的打法不一样。红利时代的打法可以用两个字概括:一个是“敢”,一个是“快”。而微利时代的打法也是两个字:一个是“精”,一个

是“灵”。

面对微利时代的挑战,徐军认为企业需构建三大核心能力。一是产品定义从参数堆砌转向场景驱动,立足用户真实痛点配置资源,杜绝无效内卷与资源错配;二是产品战略从依赖单一爆款,转向打造体系化的持续爆款输出能力,以标准化流程对冲市场波动风险;三是坚持长期主义,深耕技术积累与品牌信任,靠时间复利构筑长期竞争壁垒。

徐军也在会上回应了对中国新能源汽车品牌出海的想法,他明确表示反对“内卷外卷化”。他指出,今天中国新能源品牌出海,每个企业脑门上顶着的都是“中国新能源”五个字,如果海外市场重演内卷,损害的将是整个中国品牌的声誉。

王辉(阿维塔科技董事长) 卷价格是一条死路



论坛上,阿维塔科技董事长王辉结合当前行业竞争态势,围绕智能驾驶安全与产业发展两大方向提出思考。针对当下市场价格内卷的现状,他直言“卷价格是一条死路”,频繁降价只会加剧用户“背刺感”、透支品牌信任,消费者真正在意的从来不是更低的价格,而是产品能创造的真实价值。王辉引用咨询公

司最新报告数据表示,在购车决策各维度中,价格的净影响程度仅为3%,而技术的影响高达20.7%,二者相差近6倍,品牌价值日益凸显。

他同时观察到一个值得警惕的现象:随着智能化技术快速落地,部分车主的安全意识反而持续弱化。有用户表示,过去驾驶燃油车时极少分心看手机,但使用辅助驾驶后,不仅在功能启用时频繁查看手机,久而久之,即便不开启辅助驾驶,也会养成分心操作的习惯,安全风险显著提升。对此,王辉倡议,全行业必须守住安全优先级,宁可牺牲部分便利性,也要筑牢用户安全防护屏障;同时车企应协同建立完善的用户培训机制,引导用户养成规范的智能驾驶使用习惯,强化安全驾驶意识。

赵长江(智界汽车执行董事及执行副总裁) 未来十年将诞生少数全赛道巨头企业



“中国汽车过去是大而不强,今天是大到强的攀登路上。”智界汽车执行董事及执行副总裁赵长江在论坛上阐述了其对中国汽车如何穿越当前周期、实现高质量发展的深层思考。赵长江认为,智能化与跨界融合将成为

决定行业走向的核心变量。伴随行业深度调整,品牌分化将持续加剧,未来十年将诞生少数全赛道巨头企业,同时涌现一批垂直细分领域的头部品牌,形成“大而强”与“细而精”并存的市场格局。

赵长江同时指出,行业盈利模式已发生根本变化,过去靠“认知差”获利的时代彻底终结,仅从价格竞争转向价值竞争仍不足以支撑长期发展。车企必须构建以用户为中心的体系化混合盈利模式,将单一的整车销售能力升级为全体系服务能力,把短期用户价值沉淀为长期品牌价值,才能在存量竞争中筑牢可持续发展的核心竞争力。

余凯(地平线创始人兼CEO) 主机厂自研芯片与供应链企业打的是同一场仗



地平线创始人兼CEO余凯在论坛发言中表示,“穿越周期”成为行业热词,恰恰印证产业已步入逆周期调整阶段。他指出,产业发展分为两大阶段:一是“造梦期”,行业靠成长预期获得高估值,容错空间充足;二是“交卷期”,市场不再追捧概念,转而聚焦收入、毛利、市场竞争力等硬指标。当前汽车产业已彻底告别造梦阶段,进入交卷期,拒绝价格内卷、回

归价值创造,已成为全行业共识。

余凯介绍,地平线以“农村包围城市”的路线逐步突围,如今凭借征程6P大算力芯片与HSD城区智驾方案切入高阶智驾赛道,自主搭建国产芯片生态,并推出了“星空”舱驾一体芯片。余凯认为,主机厂自研芯片与供应链企业打的是同一场仗,核心目标都是推动国产芯片占据市场主流。他表示:“我们推出舱驾一体芯片星空,不是出于竞争,是出于我们对未来的思考;另一方面也要去帮助企业不断降本,现在车企毛利率就百分之三点几,太辛苦了。”



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