



长安汽车数智工厂总装车间

销售人员(右一)向顾客介绍汽车

近段时间,某汽车集团与某汽车集团“合并重组”的消息不绝于耳,这被业内视为国内汽车产业以整合重组寻找新突破的重要信号。

2024年,国内汽车产销量双双突破3100万辆。成绩斐然的背后,隐忧也随之浮现。全行业利润率同比下滑8%,超200款车型卷入“价格战”,单车平均降价幅度达9.2%。同时,产品同质化、利润缩水,让行业深陷增量不增利的内卷漩涡。

2025年,在综合整治“内卷式”竞争的大背景下,汽车产业如何发展?答案或许在于“走出一条重构商业模式的新路”。

突围

智能化重构竞争逻辑

在清华大学教授、汽车产业与技术战略研究院院长赵福全看来,“内卷的本质是同质化,而差异化是产品的第一竞争力。”

对于这一商业逻辑,头部车企已有清醒认知。日前,记者在广汽埃安新能源汽车的数字化车间看到,偌大的生产车间只有少数几名操作人员在监控设备数据。数字孪生系统将冲压模具的3D模型导入云端,通过10万次/秒的力学仿真优化冲压参数,使汽车车身结构件良品率从92%提升至99.6%。在总装线上,工业大脑实时分析着2000多条传感器数据,当系统检测到某批次电池包尺寸偏差0.2毫米时,AI会在0.5秒内重新计算装配轨迹,从而避免生产线停滞。

不仅是数字化车间,综合来看,现今我国汽车行业已构建起智能化的生态网络,特别是整车生产端的智能化水平正逐步提高。同时,汽车产业正在智能驾驶、智能座舱与人机交互、智能网联车路云一体化及高算力芯片等关键技术领域发力。可以说,头部企业已率先走上以技术创新重构竞争格局的道路。

其中,智能驾驶技术的普惠化成为车企角逐的主战场。比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福表示:“2025年将成为全民智能驾驶的元年。”

此前,受成本、技术等方面制约,搭载高阶智能驾驶技术的整车售价主要集中在20万元以上。高昂的价格成为智能驾驶普及的最大阻碍。

这一局面有望被打破。“天神之眼”是由比亚迪全栈自研的高阶智能驾驶系统,采用比亚迪自主研发的智能驾驶芯片与算法架构,并整合了华为技术有限公司、北京地平线信息技术有限公司等头部企业的计算平台,实现软硬件深度融合。今年2月10日,比亚迪宣布其全系车型即将全面迈入高阶智能驾驶时代。

与此同时,重庆长安汽车股份有限公司也联合十余家头部车企和供应链企业共同宣布,将在智能驾驶层面开放合作。其中,长安汽车计划,“天枢智驾”将在2026年实现全场景L3级自动驾驶,2028年实现全场景L4级功能。头部车企在智能驾驶领域的一系列动作也凸显出差异化竞争已刻不容缓。

仅仅依靠智能驾驶系统实现突围,还不足以推动整个汽车产业链完成跨越式发展,加速补齐“车规级芯片依赖进口”短板也至关重要。

此外,在供应链方面,半固态电池、大容量增程式系统、氢燃料电池等技术的并行发展,不仅为市场提供了多元化选择,也分散了单一赛道过度竞争的风险。

洗牌

并购重组整合潮起

以智能化技术为底座,以运转顺畅的供应链体系为配套,中国汽车产业构建了完整的智能网联产业化体系,推动“中国制造”向“中国创造”的跃升。但从行业未来发展趋势来看,整合求变才能让汽车产业打破内卷僵局,迈上“大而强”的高质量发展之路。

其中,车企、品牌乃至产业链资源的整合,是实现突破的契机,也是汽车行业深度调整与转型升级的关键环节。

2月初,某汽车集团传出或将与某汽车集团合并重组的消息。在业内看来,这标志着汽车央企正从“规模竞赛”转向“效率优先”转变,为行业资源优化提供新范式。

不只国企层面已经展开行动,民营车企市场化并购重组也已经有了实质性进展。

2月14日,极氪科技集团宣告成立。新成立的极氪科技集团完成对领克汽车科技有限公司收购及注资事项,交易金额近百亿元,这也是2020年以来,全球最大的汽车主机厂合并。如果合并完成,世界第五大车企将就此诞生。

浙江吉利控股集团有限公司总裁、极氪科技集团CEO安聪慧表示:“战略合并后,公司的研发投入将显著降低,资金利用效率也将进一步提高。此外,战略合并还将在规模化的采购、制造、营销端中后台的共享、服务、物流等多个领域开始创造价值。”

从政策层面看,“合并重组”导向很明确。工信部曾多次明确,鼓励优质新能源汽车企业兼并重组,做大做强,推动提高产业集中度。

据中航证券统计,2024年以来发生的并购重组事件,主要集中在汽车、机械设备、基础化工领域。当前,汽车产业大扩张时代已经接近尾声,产业将进入整合时代。

“行业的深度洗牌正是车企自大而强的必经过程。然而想要打造出新的商业模式,实现全产业链的降本增效和深度协同,仍需在供应链端持续发力。”北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪表示,当前,芯片企业、软件开发商、能源服务商等跨领域参与者的网状协作模式正在形成。

在业内看来,这种合作不仅促进了零部件企业与整车企业之间的紧密衔接,更整合了芯片、软件、材料企业等资源,进一步推动了整个汽车产业的转型升级。通过整合上下游资源、建立紧密的合作关系,企业能够降低采购成本、提高生产效率、保障产品质量,从而增强供应链的稳定性。

3

破局

“走出去”打破内卷

“走出去”也是打破“内卷式”竞争格局的重要路径。

海关总署数据显示:2024年,中国汽车(包括底盘)出口量达640.7万辆,同比增长了22.8%;出口额达8346.5亿元,同比增长16.5%。

中国机电产品进出口商会汽车国际化专业委员会秘书长孙晓红认为,2024年中国汽车品牌以质促量、产品加速迭代,展现出了前所未有的差异化竞争优势。这种优势不仅为中国汽车在国际市场上赢得了更多认可和尊重,也为中国汽车产业的未来发展奠定了坚实基础。

1月10日,在2025布鲁塞尔车展上,广州小鹏汽车科技有限公司、浙江零跑科技股份有限公司等中国车企大放异彩,多款新车型和前沿技术成功吸引了众多欧洲消费者的目光。

奇瑞汽车同样走在“出海”前列。2024年,奇瑞汽车全年出口量达114.4万辆,同比增长21.4%,业务覆盖全球110多个国家和地区。

截至目前,奇瑞汽车、长城汽车、长安汽车、上汽集团等中国自主品牌通过自建或收购的方式已在海外市场实现多点开花,进行本土化运营。

在尹同跃看来,从汽车大国转变成汽车强国,不仅要追求销量、规模的全球第一,更要在技术创新能力、品质口碑等方面争取做到全球领先。这意味着,中国车企“出海”路径需要从规模扩张转向“价值输出”。

目前来看,头部车企已经走出了一条新路。例如,比亚迪e平台3.0架构授权日本丰田集团,重塑全球电动车技术标准;浙江吉利控股集团有限公司与法国雷诺携手扩大在零排放和低排放车辆开发和生产方面的战略合作;小鹏汽车与德国大众集团签订电子电气架构技术战略合作联合开发协议,全力投入CMP和MEB平台开发电子电气架构。技术的反向输出让车企实现了角色转变和实力跃升。

同时,中国车企也逐渐取得国际标准“话语权”。日前,由中国联合德国、日本、韩国、英国等国家共同研制的4项智能网联汽车国际标准提案,已在国际标准化组织成功立项。

中国汽车产业正以“反内卷”为支点,撬动一场涵盖技术创新、生态重构、制度变革的全面跃迁。这是一场从“规模扩张”向“价值创造”的转型,经历过此轮阵痛,中国汽车产业将构建一个更健康、更可持续、更具全球竞争力的产业新生态。

4

抉择

价格战还是价值战

从价格战到价值战,中国汽车产业正在经历一场深层次变革。

2023年第三季度,某新能源汽车品牌发布新款车型时,公司董事长在现场表示,“每卖一辆车亏损3.8万元。”

这一细节揭开了中国汽车行业内卷的残酷真相。一是价格战频发,这种行为不仅损害了车企自身的利益,也扰乱了市场秩序;二是产品同质化严重,这不仅降低了消费者的购车体验,也限制了车企的创新空间;三是创新能力不足。

内卷对汽车行业的影响是深远的,它不仅降低了行业的整体利润率,也削弱了企业的国际竞争力。更重要的是,它阻碍了行业的转型升级,让行业陷入到低水平的重复竞争状态。这场以价格换市场的消耗战中,真正受损的不仅仅是企业的财务报表。某头部车企研发负责人透露,原本规划5年完成的智能驾驶系统研发,现在要压缩到3年,但预算反而减少了20%。

对于汽车行业来说,反内卷、重构行业新生态势在必行。

近期,全球知名咨询公司麦肯锡重磅发布了关于2025年中国车市的展望报告。报告认为,目前这场淘汰赛即将进入读秒阶段:无法在一两年内推出合格智能电动汽车的车企,以及处于巨亏但仍无法向公众及投资者展示可信服的扭亏战略的车企,可能会在这场淘汰赛中“折戟”。

如今,中国汽车产业正处在年产销3100万辆的历史节点,面临“向上升维”的战略机遇。只有车企开始比拼创新实力而非降价幅度,行业竞争转向生态体系对抗时,中国汽车产业才能真正实现从大到强的质变。这场变革或许伴随阵痛,但却是通向汽车强国的必由之路。

据证券日报、中国经营网等



阿维塔12