

## 车圈怪象

## 内卷

近日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布的《关于维护公平竞争秩序，促进行业健康发展的倡议》指出，以无序“价格战”为主要表现形式的“内卷式”竞争，是行业效益下降的重要因素。产品售后服务保障、企业创新发展需要持续加大投入，而“价格战”严重影响企业正常经营，冲击产业链供应链安全，把产业发展带入恶性循环。

之所以发布倡议起因是某头部车企于5月23日宣布旗下22款车型开启限时降价，最高优惠幅度达到5.3万元。这一举动如同推倒第一块多米诺骨牌，多家车企迅速跟进，一场席卷行业的“价格战”恐慌随之蔓延。然而，硝烟未散，行业内外已响起一片反对声浪——无序“价格战”没有赢家，更没有未来。

工信部表示，赞同并支持中汽协提出的倡议。将加大汽车行业内卷式竞争整治力度，推动产业结构优化调整，加强产品一致性抽查，配合相关部门开展反不正当竞争执法，采取必要的监管措施，坚决维护公平有序市场环境，切实保障消费者根本利益，推动汽车产业高质量发展。

国家发改委、市场监管总局等部门近期也就整治内卷式竞争作出部署。发改委表示，针对内卷式竞争问题症结，因业施策、对症下药、标本兼治，化解重点产业结构性矛盾。重拳整治劣质、低价的市场乱象。依法查处不正当竞争行为，坚决打击侵权假冒行为，加大质量监督和检查力度，共同维护公平竞争、优胜劣汰的市场秩序。



## 整治“内卷式”竞争 车企对价格战说“不”

### “价格战”没有赢家

工业和信息化部有关负责人随即公开表示，赞同并支持中汽协提出的倡议，将加大汽车行业“内卷式”竞争整治力度，推动产业结构优化调整，加强产品一致性抽查，配合相关部门开展反不正当竞争执法，采取必要监管措施，坚决维护公平有序市场环境。

“企业之间无序‘价格战’，是‘内卷式’竞争的典型表现，不仅影响产品质量和服务水平，而且损害消费者权益，危及行业健康、可持续发展。”上述负责人明确表示。

数据显示，2024年汽车制造业利润率仅为4.3%，同比下滑8%，显著低于整体工业企业5.4%的平均水平。进入2025年，这一境况并未改善，2025年前4个月，汽车行业利润率仅4.1%，仍低于下游工业企业5.6%的平均水平。

中国贸促会汽车行业分会会长王侠表示，近两年来，国内市场以“价格战”为主要表现形式的内卷愈演愈烈，甚至有点偏离理性竞争的轨道。适度有序的竞争本是市场经济的正常表现，但销量持续增长、利润持续下滑甚至出现大面积亏损有悖于市场经济规律。

“价格战”的压力传导至产业链的每一个环节，上游零部件供应商首当其冲，在整车企业“内卷式”竞争造成的采购价连年按10%至15%比例持续下降的重压下，经营恶化难以避免。

经销商作为直面消费者的终端，处境同样艰难。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，“价格战”导致“经销商面临‘越卖钱越少’窘境”，厂家补贴可能不到位，极易引发经销商资金链断裂。近日多家经销商发布的财报显示，除个别企业外，其余均有不同程度亏损。与此同时，经销商资金链断裂将直接影响消费者的维修保养等一系列售后服务。

更深远的危机则在于对行业根基的侵蚀。中国汽车工程学会理事长张进华强调，要“以产品质量筑牢企业生存发展的关键基石”。然而，当利润空间被无底线压缩，企业如何保障持续研发投入。

### 多部门联合发力整治

去年年底召开的中央经济工作会议把综合整治内卷式竞争、规范地方政府和企业行为作为今年的重点工作之一。今年政府工作报告再次强调，破除地方保护和市场分

割，打通市场准入退出、要素配置等方面制约经济循环的卡点堵点，综合整治“内卷式”竞争。

近段时间，多部门正在密集部署，下大力气综合整治“内卷式”竞争，加快形成有效竞争、科技创新、产业升级、市场扩容的多赢发展格局。

5月21日，国务院反垄断反不正当竞争委员会专家咨询组召开2025年全体会议。会议强调，紧扣加快构建全国统一大市场、综合整治内卷式竞争、加强竞争监管执法等重点任务，为提升公平竞争治理能力、维护公平竞争市场秩序贡献智慧力量。

市场监管总局会同中央网信办、人力资源和社会保障部、商务部等，针对当前外卖行业竞争中存在的突出问题，约谈部分平台企业。国家市场监督管理总局主要负责人也刊文指出，内卷式恶性竞争破坏市场公平竞争秩序，已成为企业创新发展、向价值链中高端攀升的阻碍，要坚决遏制不正之风，净化市场竞争生态，自觉抵制低价倾销、互黑互踩等乱象。

国家发改委新闻发言人李超5月20日在例行发布会上表示，当前，中国经济正处在新旧动能转换期，新产业新业态新模式竞相涌现，传统产业加快转型升级。在这个过程中，确实有一些行业出现结构性问题，有的盲目跟风投资，有的跟不上技术更新迭代节奏。

“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。”李超说。

### 价值竞争才有未来

面对行业困境，主流车企纷纷发声，反对“价格战”，呼吁回归价值竞争。

在日前举行的2025粤港澳大湾区车展上，多家车企负责人纷纷发声响应中汽协提出的倡议。

在谈及“价格战”时，奇瑞汽车股份有限公司董事长尹同跃无奈地表示：“‘价格战’是我最不喜欢的一个词。我们的销售人员说某某某商已经打‘价格战’了，发出了价格调整。我觉得这不是一个方向，这是我做出的最痛苦的决定，也是非常违背内心的一件事情。”

不少车企负责人重申坚决反对“价格战”。例如，上汽大众汽车有限公司销售与市场执行副总经理傅强表示，上汽大众不会做牺牲利益降价的事情，而是坚持提升产品质量和安全。上汽奥迪营销事业总经理施鹏泽表示，目前这种“内卷”状态长期对品牌不利。岚图汽车科技有限公司CEO卢放表示，坚决反对“价格战”，也不会参与“价格战”。车企应通过技术创新带动研发、生产、管理效率的提升和改善，降低成本，而非通过偷工减料或非技术进步来降价。

更有车企负责人发出呼吁，希望汽车市场回归正确轨道。广州汽车集团股份有限公司副总经理阎先庆表示，汽车行业不要卷价格，要卷价值，广汽坚持“价值战”，给用户超越价格的价值。重庆长安汽车股份有限公司副总裁、深蓝汽车首席执行官邓承浩呼

车展现场推出了不少购车优惠政策 新华社发

吁，希望能与同仁们一起开启中国新能源汽车高质量发展新篇章，卷技术、卷体验。

此外，上海蔚来汽车有限公司创始人、董事长兼CEO李斌表示，希望卷技术、卷服务，不卷价格。小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏则表示，期待与中国车企一起卷服务、卷科技、卷质量，携手走向全球。

中国汽车工业咨询委员会主任安庆衡建议，相关部门应出手制定管理政策，借鉴对欧盟“价格承诺”模式，联合企业制定价格管理政策；同时应限制整车企业运用金融工具长期拖欠零部件供应商货款，削弱其降价空间，改善供应链财务状况。此外，应加强质量监督，对因降价影响产品质量的行为坚决打击，对恶意降价、低于成本价销售和以次充好等行为坚决制止甚至处罚。

当新能源汽车新车销售占比已突破40%，中国汽车产业站在由大到强的关键节点。崔东树表示：“车企应通过更好的产品、更强的产品魅力促使消费者乐于换购，从而拉动消费需求增长，而非简单降价。”

在全球化布局深化的今天，中国汽车更需在国际上树立品质优秀、价格稳定的良好形象。告别饮鸩止渴的“价格战”，转向以技术创新、产品品质、用户体验为核心的价值竞争，中国汽车产业方能真正挣脱“内卷”泥潭，赢得可持续的未来。中国汽车动力电池产业创新联盟理事长董扬表示，新能源汽车产业的管理，已不能只追求发展速度，必须兼顾秩序稳定、长远发展及全球协调。

汽车行业“价格战”硝烟散去，而构建良性生态的战役才刚刚开始。

本报综合第一财经、证券时报等

### 纵深

## 汽车“价格战”该“刹车”了

车的价格“打下来”是不是好事？

中国汽车工业协会原常务副会长兼秘书长董扬认为，汽车是一个高价值的耐用消费品，从来都不是价格越低越好。首先，汽车要使用很多年，它对于产品的质量是有要求的。

第二，车要用十年，厂家对于车的保养、维护、维修零部件也要维持这么长时间，如果企业竞争太激烈导致有些企业倒闭，会造成后期无人维修的问题。总的来讲，汽车是一个高价值长时间使用的耐用消费品，应该是保质保量，从来都不是越便宜越好。

“价格战”打到最后，会有什么样的危害？

董扬表示，打“价格战”，企业卖得远远低于成本或者是赔钱卖，它必然得有出处。第一，造车时相关材料以次充好；第二，把开发的费用先不投入；第三，现在降价还有一个因素，是整车厂在占用供应商和销售商的钱。

想要实现良性竞争，应该聚焦哪些方面？

董扬表示，汽车产业140多年历史，未来的路更长。电动化只是其中一部分，下面还有智能化、网联化、自动驾驶，还有怎么用互联网的手段，为用户做比原来非互联网时代更好的服务。服务以后是主题，他认为企业应该从高质量发展的角度，把心思放在开发上和怎么给用户更高质量的服务上，还有就是新技术的发展。 据央视新闻



消费者在车展上了解优惠促销车型