

2018年，国内车市结束了连续28年的高速增长，首次出现年销量下滑。行业普遍认为，这是国内汽车行业进入存量时代的开始。同一时期，“内卷”逐渐成为流行网络词。存量时代的国内车市，用价格竞争直观呈现了什么叫“内卷”。

2023年1月，特斯拉中国宣布旗下车型Model 3和Model Y降价2万到4.8万元，打响了价格战的第一枪，也引发连锁反应。以此为起点，中国汽车市场开启了一场空前惨烈的价格战。此后不到90天，价格战从新能源汽车市场蔓延至燃油车市场。2023年结束的时候，一款车折价三分之一已经不能算作新闻。

今年开始，经历过此前几轮价格战的人也开始感慨价格战的烈度之高。年初，比亚迪两款插电混车型荣耀版以7.98万元开局，许多厂家被迫跟进，价格战火烧得更为猛烈，甚至出现一天内9个品牌宣布让利的“奇观”。据乘联会秘书长崔东树统计，1至3月，有67款车型降价，超过去年全年降价车型的60%。

7月5日，一汽丰田在其官方微信公众号上发文称，“今年1—6月，车市最具影响力、持续时间最长、波及范围最广的一个关键词，依然是价格战”。面对降价幅度，入行30多年的崔东树称，“在历史来看，这也是惊人水平”。

从市场情况来看，比亚迪密集降价的作用立竿见影，通过投放秦PLUS DM-i、驱逐舰05、海豚等多款售价在10万元左右的“荣耀版”车型，并打出“电比油低”的口号，将其新能源市场份额从1—2月的不

足31%提高到3—4月的36%以上。轩逸、朗逸、速腾、帕萨特等合资品牌主销燃油车型都受到了巨大冲击，上汽大众、一汽大众、广汽本田、广汽丰田等合资厂商的多款主销车型不得不在去年基础上进一步降价。

5月28日，比亚迪在西安发布了搭载第五代DM技术的两款新车——秦L DM-i、海豹06 DM-i，满油满电综合续航达2100公里，起售价为9.98万元，继续对10万元级燃油车市场造成冲击。

而新势力车企相互之间也杀得不可开交。比如小鹏、腾势、问界、智己等，今年上半年都给出了不同程度的价格折扣。其中，小鹏G6降价2万元，起售价为17.99万元；新款腾势N7的起售价比老款车型直降6.2万元，为23.98万元；新款问界M5智驾版车型的起售价较老款下调3万元，至24.98万元；智己LS6在今年5月新车上市的“权益价”压低至19.99万元，激进程度超出市场预期。

被国产新能源厂商作为“靶子”的豪华车品牌，在接连不断的产品和价格冲击之下，为了保持市场份额，也不断加大折扣力度。上半年，

相较于指导价，奔驰A级、宝马X1等豪华品牌20万元价位车型的折扣率已经高于35%，宝马3系、奥迪A4L、奔驰C级等主流中型轿车的折扣率也超过25%。

今年以来汽车价格战愈演愈烈，主要是由于新能源汽车市场的迅速增长、产能过剩、消费者需求变化、竞争格局变化以及政策影响等多种因素共同作用的结果，进而引发价格战以争夺市场份额。但从深层次看，今年车市价格战的根本原因是新技术取代旧技术，在对燃油车的替代过程中，新老厂商替代竞争激烈，预计这一过程会持续几年，直到新的市场格局形成。

中国科学院院士、中国电动汽车百人会副理事长欧阳明高在今年3月表示，中国汽车进入了新能源汽车革命与汽车产业深度转型的阵痛期，表现之一便是整车价格竞争。崔东树也认为，从燃油驱动向电动化驱动的大变局中，价格战是核心体现。

## 恶性竞争不可持续

从销量来看，今年上半年，中

右图：上汽名爵SUV进军中东市场多年，该品牌源自欧洲，在当地知晓度颇高。如今，上汽新能源车也寄望海外市场。

