

Bba的落幕？短暂的低谷？还是持续性的下坡？

来源：举报飘过 0砸 1顶 3 发布时间：2025-11-14 16:38:06

为了让你快速了解BBA近期的核心业绩，这里有一个关键数据表格：

品牌 2025上半年营收变化 2025上半年净利润变化 2025上半年在华销量变化 当前电动化策略调整

宝马 同比下降8% 同比下降29% 同比下降15.5% 持续推进电动化，新世代平台车型即将面世

奔驰 同比下降8.6% 同比下降55.8% 同比下降14.2% 暂缓全面电动化目标，转向燃油与电动双线发展



奥迪 同比增长5.3% 同比下降37.5% 同比下降10.3% 撤回停售燃油车计划，未设明确终止时间表

BBA销量下滑的主要原因

BBA当前的困境，是外部竞争冲击和内部转型阵痛共同作用的结果。



1. 中国市场遭遇强劲挑战

- 核心市场失守：中国作为BBA全球最大的单一市场，但今年上半年，宝马、奔驰和奥迪在华的交付量均出现超过10%的同比下滑。其中，宝马的走量车型X3/X4、i3/i4的交付量分别同比下滑了24.6%和70.8%。



- 竞争对手强势：在20万至40万元的价格区间，BBA的入门车型受到中国品牌挑战。在30万元以上市场，蔚来、理想和问界通过提供更优的空间、智能座舱和用户体验，直接争夺了BBA核心用户。

2. 价格体系承受巨大压力

- 为了保住市场份额，BBA被迫加入了激烈的“价格战”。例如，奔驰C级(图片|配置|询价)、宝马3系等车型出现了大幅优惠。

- 这种大幅降价虽然短期内可能刺激部分销量，但长远看会损害品牌溢价能力，并让早期原价购车的老车主感到失望。

奥迪RS 7最低售价：132.19万起最高降价：14.69万图片参数配置询底价懂车分4.29懂车实测空间·性能等车友圈12万车友热议二手车26.86万起 | 11辆

3. 电动化转型遭遇阵痛

- 在燃油车时代的发动机、底盘等技术壁垒，在电动车时代被“三电技术”和“智能化”所取代，而BBA在智能座舱、高阶辅助驾驶等方面的体验，一度落后于国内的头部新势力品牌。

- 尽管BBA都推出了纯电车型，但市场反应不一。例如，奔驰的纯电车型在上半年销量同比减少了14%。一些被消费者吐槽为“油改电”的过渡产品，市场接受度不高。

4. 外部环境的其他挑战

- 关税压力：高于预期的关税成本影响了利润。奥迪方面曾表示，美国关税已导致公司损失约6亿欧元。

- 内部调整：部分品牌，如奥迪，其重组费用持续吞噬利润；奔驰则在一些市场面临车型新旧交替带来的青黄不接。

宝马M4最低售价：75.29万起最高降价：14.10万图片参数配置询底价懂车分4.19懂车实测空间·性能等车友圈8.3万车友热议二手车20.68万起 | 141辆

BBA的现状与应对策略

面对挑战，BBA并没有坐以待毙，而是展开了一系列自救行动。

- 加速电动化产品布局：宝马基于全新“新世代”平台的首款量产SUV——iX3已在路上。奔驰也发起了“史上最大产品攻势”，其核心战略车型全新纯电GLC将瞄准中国豪华纯电SUV市场。奥迪则将其纯电未来押注在PPE平台上，首款国产车型Q6L e-tron已正式亮相。

奔驰C级AMG最低售价：46.52万起最高降价：15.00万图片参数配置询底价懂车分4.10懂车实测空间·性能等车友圈6.8万车友热议二手车9.68万起 | 166辆

- 积极补齐智能化短板：BBA纷纷选择与中国科技企业合作，以弥补在智能化领域的不足。例如，宝马和奔驰都与中国智能驾驶公司Momenta合作研发辅助驾驶技术；奥迪则与华为联合开发智能驾驶辅助系统。

AMG GT最低售价：80.50万起最高降价：25.00万图片参数配置询底价懂车分4.17懂车实测空间·性能等车友圈11万车友热议二手车34.80万起 | 192辆

- 采取更务实的经营策略：BBA在电动化战略上不再激进而变得更加灵活。奥迪和奔驰都调整了此前全面电动化的时间表。在财务压力下，它们也纷纷下调了年度利润预期，并采取采取措施控制成本。

综合来看

总的来说，BBA正经历从燃油车时代的领导者，向电动智能新时代追赶者的艰难转型。

- 宝马在BBA中电动化转型相对领先，其纯电车型的销量是奔驰和奥迪之和，但同样面临中国市场下滑和利润收窄的压力。

- 奔驰作为曾经的“利润之王”，目前面临的业绩压力最大，净利润出现大幅下滑，其电动化转型也略显滞后。

雅升V-Class最低售价：69.80万起 [图片](#) [参数配置](#) [询底价](#) [懂车分](#) [暂无懂车实测](#) [暂无车友圈](#) [480车友热议](#) [二手车35.90万起](#) | [3辆](#)

- 奥迪则在“增收不增利”的困境中摸索，试图通过更灵活的策略和加快新品投放来稳住阵脚。

一些个人感触

看着BBA如今的局面，确实令人感慨。那个需要加价提车的时代仿佛还在昨天，转眼间，市场已经换了天地。

这背后，其实是一场关于“豪华”定义的变革。过去，豪华可能意味着精湛的机械工艺、有分量的品牌logo和看不见的“底蕴”；而现在，越来越多的消费者开始用“智能”、“舒适”、“贴心”和“体验”来重新衡量一辆车的价值。当新势力们把彩电、冰箱、大沙发和好用的智能驾驶系统搬进车里时，它们实际上是在问：什么才是这个时代，最能提升你生活品质的豪华？

BBA所面临的，不仅仅是几个强劲的对手，更是一个时代浪潮的转向。它们的百年积淀无疑是宝贵的财富，但如何让这些财富不成为转型的包袱，而化为创新的动力，是它们必须解答的课题。这场大考，考验的不仅仅是技术，更是打破常规、重塑自我的勇气。

希望这些信息能帮助你更全面地理解BBA当前的处境。如果你对某个特定品牌或者具体车型的未来策略更感兴趣，我们可以再深入聊聊。

HTML版本： [Bba的落幕？短暂的低谷？还是持续性的下坡？](#)