

保时捷利润崩了，中国用户跑了，德国车厂慌了

来源：刘建来 发布时间：2025-11-11 09:04:13

保时捷今年赚的钱明显变少，前三个季度利润只有4000万欧元，而去年同期是几十亿欧元的规模，单车毛利率降到13.2%，以前每卖一辆车都能带来更高收益，总收入也下降6%，剩下268亿欧元，这跟过去那个靠卖车就能轻松赚钱的保时捷不太一样了。

中国市场的变化确实关键，特斯拉在2021年还能卖出9万多辆车，到去年却跌到5万出头，今年前三个季度只有3万2千辆，比去年还少四分之一，以前中国是特斯拉最大的利润来源，现在反而拖累整体业绩，特斯拉的CEO也承认中国的需求结构变了，电动车的推出速度太慢，而美国市场虽然卖得不错，但关税高导致成本上升，利润被挤压，只能通过涨价来应对。



这家公司想要转型，结果却越弄越乱，他们在2022年说2030年要有八成电动车，现在又改了说法，不再自己做电池，纯电车也推迟上市，混动车继续卖，这一番折腾花了很多钱，光前三个季度就用了27亿欧元，全年估计超过31亿，车机系统不好用，智能功能跟不上新势力，燃油车太久没更新，老客户也不愿意再买。

公司内部也在进行人员调整，CEO提前离职，接替者原本负责Macan(图片|配置|询价)和Cayenne项目，大家期待这位经验丰富的高管能够再次打造出热门车型，与此同时，公司启动了裁员计划，去年已裁减2000名临时员工，接下来还将削减1900个正式岗位，总计涉及近4000人，第二轮裁员预计在今年年底公布，核心技术人员一旦流失，可能导致研发工作衔接不畅，品牌整体士气也将受到冲击。

过去保时捷也经历过危机，九十年代差点破产，靠着推出便宜的Boxster跑车才挺过来，现在保时捷决定停产Boxster和Cayman，把资源都转向电动车业务，中国市场上保时捷说要调整策略，计划在2026年前把经销商缩减到一百多家，主要集中在一线城市，推进数字化服务体验，但本地化研发和服务提升不是一两年就能完成的事，时间确实有点紧。

不只是保时捷面临困境，整个德国豪华汽车行业都在经历艰难时期，兰博基尼将电动车计划推迟到2029年，宾利更是直接延后至2035年，奔驰裁减了4000个岗位，奥迪上半年利润下滑45%，大众也计划在2030年前在德国削减35000名员工，这些企业共同面对着传统燃油车盈利困难、智能汽车竞争不过新兴品牌、年轻消费者对豪华车兴趣减弱以及政策成本持续上升的挑战。

根本原因在于保时捷的品牌溢价消失了，过去人们买保时捷看重的是那个标志和身份象征，现在消费者更关注实际体验，比如智能驾驶好不好用、售后服务快不快、价格合不合理，保时捷的问题不是动作慢，而是方向错了，旧的方法已经不管用，新的认知还没建立起来，保时捷还在用老一套应对新变化，结果两边都不讨好。

我很好奇保时捷能否复制Boxster的成功，再造一个爆款来改变现状，但现在的市场环境比九十年代复杂太多，消费者喜好变化太快，只靠品牌情怀和过去的光环已经不够了，保时捷必须拿出真正有竞争力的新产品，否则它“最赚钱豪车”的地位恐怕很难保持下去。

HTML版本： [保时捷利润崩了，中国用户跑了，德国车厂慌了](#)