何小鹏称10年后中国汽车是5强品牌和其它

来源：詹萱贵 发布时间：2025-11-11 16:56:18

行，那咱们就来聊聊何小鹏最近那个挺火的判断——他说十年后，中国汽车市场可能就是“5强+Others”的格局了。

这话其实挺有意思的。我作为一个去年刚换了小鹏G9的车主，对这话感触还挺深的。当时选车，从特斯拉Model Y看到理想L7，再看到蔚来ES6，最后为啥定了G9？说白了，就是觉得小鹏在“智能”这根弦上，弹得最对我的路子。何小鹏敢这么预测，底气恐怕也在这——未来能活下来并且活好的，一定是在核心技术上“拿捏得死死的”那几家。

（一）格局预判：为何是“5强”与“Others”？

何小鹏这个“5强和Others”的说法，听起来有点残酷，但细想很现实。咱们回头看十年前的家电市场、手机市场，是不是也经历过这么一个从“百花齐放”到“几枝独秀”的过程？

汽车行业，尤其是电动车，现在正处在烧钱最狠、技术迭代最快的“战国时代”。最后能留在牌桌上的，光有情怀不行，光会营销也不行。得有几样真本事：

核心技术得硬：比如智能驾驶、三电系统、整车架构。像我买的这台G9，它的XNGP智能辅助驾驶，在城区复杂路况下的表现，确实比我之前试过的其他车要“更像老司机”。这种体验上的代差，一旦形成，就很难被追上。成本控制得住：规模上不来，成本就下不去。价格下不去，在这么卷的市场里就很难有竞争力。这也是为什么现在大家都要拼命冲销量。品牌立得住：品牌不仅仅是知名度，更是一种信任感。用户相信你能长期存在，能持续提供服务，才敢买你的车。

所以，未来的“5强”，大概率是在技术、规模、品牌这三个维度上都做到顶尖的品牌。至于“Others”，未必都会消失，但可能会被挤压到一些非常细分的市场，或者成为大厂的代工厂，生存状态会完全不同。

（二）关于“兄弟的公司”与有序竞争

何小鹏说希望剩下的五是“兄弟的公司”，这话听着有点理想主义，但也反映了一种期待。现在的竞争太同质化了，很多时候是“内卷”而不是“创新”。

如果头部几家能形成一种“有序竞争”，在标准、基建上合作，在产品、体验上竞争，那对整个行业和消费者都是好事。就像手机圈，安卓阵营有共同的联盟，但各家手机又各有特色。我理解何小鹏希望的，可能就是这种状态。毕竟把市场蛋糕做大，比在存量市场里你死我活要强得多。

（三）他看好小米的逻辑

他提到自己2017年就认为小米适合造车，这点我特别能理解。小米最强的不是它的手机，而是它那一套生态链打法、它的用户运营能力和它的品牌势能。

造智能汽车，越来越像造一个“四个轮子的智能终端”。小米庞大的生态产品用户，都是它汽车的潜在客户。这种生态协同的威力，一旦发挥出来，会非常可怕。我身边就有不少“米粉”在等着小米的车，这种用户粘性，是很多新势力不具备的先天优势。

结语：

作为一个亲身体验了当下智能电动车的车主，我对何小鹏的判断是认同的。十年后，我们回顾今天，可能会发现他说的“5强”格局早已显现雏形。

这场淘汰赛会很残酷，但最终胜出的，一定是那些真正掌握核心技术、理解用户需求、并且有足够韧性的企业。对于我们消费者来说，这无疑是好事——更极致的产品、更贴心的服务、更合理的价格，都会在这场“良币驱逐劣币”的进程中到来。

至于哪五家能最终胜出？现在下结论还为时过早。但可以确定的是，那个靠PPT和概念就能融到资的时代，已经一去不复返了。真正的硬仗，现在才刚刚开始。

HTML版本： 何小鹏称10年后中国汽车是5强品牌和其它