

从利润王到亏损边缘，保时捷做错了什么？

来源：丁容定 发布时间：2025-11-22 13:27:50

保时捷，这个曾经让无数车迷魂牵梦绕的豪华品牌，如今正经历一场前所未有的危机。2025年前三季度，其经营利润暴跌99%，从40亿欧元骤降至4000万欧元，堪称断崖式下滑。更令人震惊的是，为了挽救销量，保时捷在中国市场疯狂降价，部分车型甚至跌破35万元！这个曾经高高在上的豪车巨头，为何会跌落神坛？降价真的能换来市场的青睐吗？

保时捷的困境并非偶然，而是多重因素叠加的结果。首先，中国新能源车的崛起彻底打破了传统豪华品牌的溢价壁垒。理想、问界等国产品牌以更低的价格提供了更智能、更实用的体验，消费者不再单纯为车标买单。当30万的国产新能源车在智能座舱、自动驾驶上碾压百万级的保时捷时，市场的天平自然倾斜。

其次，保时捷自身的转型节奏严重滞后。其旗舰纯电车型Taycan销量暴跌50%，续航短、价格高、定位模糊的问题让它在新能源市场毫无竞争力。与此同时，燃油车阵营又因战略收缩逐渐萎缩，导致保时捷陷入“两头空”的尴尬境地。



Taycan最低售价：86.80万起最高降价：8.00万图片参数配置询底价懂车分4.34懂车实测空间·性能等车友圈7.9万车友热议二手车37.98万起 | 194辆

更致命的是，保时捷的品牌定位与市场需求严重错位。年轻消费者更看重科技感和性价比，而保时捷仍在强调传统驾驶体验，这种迟钝反应让它逐渐失去年轻群体的青睐。降价促销虽然短期拉动了销量，却进一步削弱了品牌溢价能力，陷入“降价-销量下滑-再降价”的

恶性循环。

保时捷的滑铁卢是传统豪华品牌转型阵痛的缩影。在电动化、智能化的浪潮下，没有任何品牌可以靠吃老本高枕无忧。降价或许能暂时缓解销量压力，但真正破局的关键在于精准把握市场需求，加速本土化创新。未来，汽车行业的竞争不再是品牌光环的较量，而是产品力和创新力的对决。保时捷能否重振雄风，取决于它是否敢于放下身段，拥抱变革。这场豪赌，输赢尚未可知，但市场的答案已经越来越清晰——不进则退，慢进也是退！



HTML版本： [从利润王到亏损边缘，保时捷做错了什么？](#)