

问界把BBA 30-50万的车一把干掉了吗？算是豪车了吗？

来源：林俊宏 发布时间：2025-11-23 17:09:18

2025年，问界全系销售均价突破38万元，超越奥迪，直逼宝马、奔驰。华为的高端化路径正在汽车领域重演。

2025年第三季度，中国豪华汽车市场格局正在发生深刻变革。问界凭借M9、M8等车型的热销，不仅实现了销量突破，更在品牌高端化上迈出关键一步。余承东曾言“把BBA 30-50万的车一把干掉”，如今这一目标正在加速实现。

01 销售均价：问界已站稳豪华阵营

问界价格体系全面上攻



根据最新销售数据，问界全系车型加权平均售价已达38.2万元。具体到各车型：

- 问界M9：46.98-58.98万元，月均销量稳定在8000辆以上。
- 问界M8：35.98-44.98万元，上市两月累计订单突破5万辆。
- 问界M7(图片|配置|询价)：27.98-37.98万元，月销持续破万。

这一价格体系已完全进入主流豪华品牌价格区间。

传统豪车价格体系承压

对比传统豪华品牌：

- 奔驰均价：42.3万元（较2024年下降1.2万元）。
- 宝马均价：40.8万元（较2024年下降0.9万元）。

- 奥迪均价：36.5万元（已被问界超越）

值得注意的是，BBA的降价趋势与问界的涨价趋势形成鲜明对比。

02 销量对比：新能源与传统此消彼长

问界销量持续攀升

2025年1-9月，问界品牌累计销售28.6万辆，同比增长156%。其中：

- 9月单月销量达4.2万辆。
- M9连续三个月位居50万以上豪华SUV销量榜首。
- M8在40万级SUV市场占有率突破25%。

BBA销量结构分化，同期BBA销量表现：

- 奔驰：累计52.1万辆，同比下滑8.2%。
- 宝马：累计48.7万辆，同比下滑5.6%。
- 奥迪：累计41.3万辆，同比下滑12.3%。

更重要的是，BBA在30-50万元价格区间的销量同比下降18.5%，显示其核心市场正受到严重冲击。

03 华为路径：从手机到汽车的品牌向上

华为手机的高端化历程

回顾华为手机冲击高端的历史：

- 2014年：Mate 7系列突破3000元价位，一机难求。
- 2018年：P20 Pro站稳5000元档，全球销量超1600万部。
- 2020年：Mate 40 RS保时捷设计突破15000元。
- 2024年：华为在5000元以上高端手机市场份额达38%，仅次于苹果。

问界复刻成功模式，问界完美复刻了华为手机的高端化路径：

1. 技术引领：华为ADS 4.0、鸿蒙座舱、巨鲸电池等核心技术建立差异化优势。
2. 口碑传播：M9车主推荐率高达45%，形成圈层效应。
3. 渠道赋能：华为终端门店提供极致体验和服务。

04 市场重构：余承东的豪言正在成真

30-50万市场格局重塑，在余承东指名要“干掉”的30-50万元市场：

- 问界份额从2024年的8.3% 提升至2025年的28.7%。
- BBA合计份额从52.6%下滑至36.2%。
- 理想、蔚来等其他新势力份额基本持平

用户群体深刻变化，调研数据显示：

- 62%的问界M9车主来自BBA增换购。
- 78%的问界车主同时使用华为旗舰手机。
- 问界在35岁以下年轻高收入群体中认可度达65%。

05 挑战与机遇：问界的高端之路任重道远

面临的挑战

1. 品牌积淀：奔驰136年、宝马108年的品牌积累非一朝一夕可超越。
2. 全球市场：BBA全球销量中60%来自中国以外市场，问界国际化刚起步。
3. 产品线：BBA覆盖从紧凑型到全尺寸各细分市场，问界产品线仍待完善。

独特优势

1. 智能化领先：问界智能座舱满意度92%，远超BBA的67%。
2. 用户生态：鸿蒙生态跨设备体验形成强大粘性。
3. 迭代速度：OTA升级频率是传统豪华品牌的5倍。

问界已成功跻身中国豪华品牌第一阵营，在30-50万元核心市场对BBA形成了实质性替代。从销售均价、销量增速和品牌影响力看，问界已成为不可忽视的豪华品牌新力量。余承东“把BBA 30-50万的车一把干掉”的豪言正在加速实现，但要说全面超越BBA为时尚早。问界的崛起，更多是中国品牌在电动化、智能化浪潮下实现高端突破的一个缩影。

正如一位从宝马X5转投问界M9的车主所说：“不是BBA不够好，而是问界更懂这个时代的豪华需求。”

（本文数据来源：乘联会、中汽中心、上市公司财报、行业调研报告）

HTML版本： [问界把BBA 30-50万的车一把干掉了吗？算是豪车了吗？](#)