

林肯汽车：美式豪华在华的“突围困境”

来源：谢佩佩 发布时间：2025-11-24 00:43:25

曾以“总统座驾”光环和加长礼宾车形象深入人心的林肯汽车，如今正深陷中国市场的尴尬漩涡。从2021年9.16万辆的销量峰值，到2024年滑落至5.67万辆，2025年更被预测跌破5万辆，这条持续下行的销量曲线，不仅折射出品牌影响力的稀释，更暴露了其在市场变革中的适配短板。

林肯的困境，始于产品竞争力与消费需求的错位。长期以来，品牌坚守“大沙发+V6声浪+实木饰板”的传统美式豪华标签，却忽视了中国消费者已被“手机思维”重塑的决策逻辑——年轻人试车先看车机流畅度、智驾更新频率，而林肯车机反应卡顿、地图难用、对安卓设备不友好的问题，成为高频槽点。与此同时，在新能源浪潮下，林肯的电动化转型步履迟缓，仅发布概念车却未明确交付时间，反观新势力已迭代至第三代平台，差距逐渐拉大。即便在燃油车领域，其纯油版车型12-13L的城市油耗、高速噪音控制不佳等问题，也与豪华定位相悖。

价格体系混乱与保值率低迷，进一步加剧了品牌的信任危机。为争夺市场，林肯多款車型大幅降价，航海家优惠超10万后23.99万起售，林肯Z(图片|配置|询价)实际成交价低至16.68万元，虽短期刺激销量，却消解了豪华品牌的溢价能力，陷入“降价换量却越卖越亏”的恶性循环。更致命的是保值率问题，林肯飞行家开两年贬值一半、四年近乎亏完，二手车商甚至直接标注“不收”，老车主的残值焦虑严重影响品牌口碑。

渠道崩塌与服务脱节，成为压垮市场信心的最后一根稻草。去年林肯授权网点缩减至百家出头，成都、武汉等地出现经销商跑路现象，部分车主需跨城保养，售后体验大打折扣。而在产品配置上，林肯也陷入“性价比陷阱”：纯油版低配缺失L2级智驾与真皮座椅，中配仍遗漏多项安全舒适配置，高配又性价比不足；混动版高配仅更换座椅面料就加价5000元，被消费者吐槽“噱头大于实用”。



面对困局，林肯并非毫无转机。福特总部已承诺2025年前为其推出多款纯电车型，并考虑中国本土化生产。若能借此机会补齐软件生态、优化价格体系、重建售后网络，同时精准洞察中国消费者对“智能豪华”的需求，或许能重获市场认可。否则，当新势力下一代纯电旗舰陆续登场，这位“美国豪门”可能真要将“总统座驾”的辉煌故事，彻底尘封进博物馆。

HTML版本： [林肯汽车：美式豪华在华的“突围困境”](#)