

保时捷利润快没了，中国用户不买账，它开始低头改系统

来源：李美治 发布时间：2025-11-24 08:28:23

保时捷今年前三个季度的利润基本掉光了，差不多跌了九成九，这不是因为车子卖不出去，而是他们家的电动车还没开始挣钱，老款的燃油车呢，买的人也不像以前那么抢手了，特别是在中国这边，现在大家更爱买智能车，但保时捷的电动车比如Taycan(图片|配置|询价)，价格定得高，功能却没跟上趟，让用户觉得不太划算，网上有人传它要退出中国市场，其实根本没这回事，就是销量走得慢了点，那个品牌的光环也跟着淡下去了。

为了解决紧急需求，保时捷在上海嘉定建了一个新的研发中心，这是它在德国以外的第一个独立研发基地，主要做中国本地化的车载系统，不是造整车，而是调整操作界面、改进语音助手、升级导航功能、优化应用软件，以前这些改动需要德国总部批准，现在研发中心自己就能决定，可以直接接入微信、高德地图、支付宝，还能与小鹏汽车和华为的车机系统打通，整体效率提高很多，再也不用等半年以上时间。



保时捷911最低售价：146.80万起图片参数配置询底价懂车分4.29懂车实测空间·性能等车友圈12万车友热议二手车19.30万起 | 608辆

以后在中国销售的保时捷汽车，底盘和电池还是会用全球统一的那套东西，但车里的屏幕、语音控制、地图导航和娱乐系统，就全部交给上海的团队来做，这不是因为要妥协，而是大家已经看清楚了实际情况，现在的中国买家更看重车子好不好用，而不是只在意它是不是保时捷这个牌子，他们想要的是打开车门就能连上微信，导航自动选择最方便的路线，语音系统能听懂各地方言，这些事情德国的工程师确实做不了。



不止保时捷这么做，丰田、大众和日产也在做同样的事，过去是把德国系统翻译成中文，现在是中国工程师从头开始设计整个软件，响应速度从一年半缩短到半年之内，因为中国这边的软件生态变化太快，比如微信功能一周能变三次，德国总部那边根本跟不上这种节奏，这不是谁赢谁输的问题，而是市场推动的变化。

过去豪华车靠发动机的轰鸣和真皮座椅来说话，现在年轻人更看重它能不能一键叫来代驾、自动订杯咖啡，或者识别你的心情来推荐音乐，保时捷终于承认，在中国市场，“豪华”这个词得重新解释，老客户或许还在意品牌，可新买家里有七成以上的人首先考虑的是智能体验，车标反而排到后面去了，这情况很实际，不是谁想改就能改，是市场在推着大家往前走。



HTML版本: [保时捷利润快没了，中国用户不买账，它开始低头改系统](#)