

保时捷利润暴跌，国产却又有几家“上岸”，汽车行业新拐点来了？

来源：陈幼颖 发布时间：2025-11-12 05:01:55

如果把中国汽车产业的逆袭分为两步走的话，现在回顾第一阶段，可谓是成绩斐然，但同时也乱象丛生。光看销量，市占率，认可度，中国品牌相比海外的确拿到了空前的成绩，而且还把国产取代海外品牌变成了一种不可逆的势头；但极度内卷、抢时间/缩短研发周期留下的品质问题、“重理轻文”+短研发周期叠加后皮尺部重新登上历史舞台……急功近利也留下了太多问题。但这还只是产业层面，对于最广大的基层从业人员来讲，中资企业卷死卷活，不如外企几年高薪水一朝翻身，很多人从当时的期待满满，变成了开始拒绝各种宏大叙事。

然而，现在有很多迹象表明，中国汽车产业的逆袭，似乎已经熬到了第二阶段。都不用太专业、太内部人士才能看到的新闻，你把近期保时捷利润暴跌99%、奔驰再度大裁员/导航等功能要求付费才能使用的情况再次上热搜，跟25年零跑、小鹏、蔚来这些新势力接连迎来盈利的曙光放在一起看。这些已经被证明是真想造车，而不是骗个补贴、投一把机就跑的企业真就是熬过来了。

2025年10月，新势力车企销量表现强劲，零跑汽车以70,289台的交付量首次突破7万辆大关，连续8个月位居新势力销量榜首；小鹏、蔚来、小米均首次突破4万台，理想汽车交付31,767台同比下滑。

头部品牌销量表现

- 零跑汽车：交付70,289台，同比增长超84%，环比增长5.45%，1-10月累计超46万辆。
- 小鹏汽车：交付42,013台，同比增长76%，连续两个月超4万台，1-10月累计35.5万台。
- 蔚来公司：交付40,397台，同比增长92.6%，首次破4万；其中蔚来品牌17,143台、乐道品牌17,342台、萤火虫品牌5,912台。
- 小米汽车：交付超4万台，连续两个月稳定，全渠道交付量超20万台。
- 理想汽车：交付31,767台，同比下滑38%，新车型i6交付超1万台。



且如果用历史的眼光来看待，前面十年的煎熬和内卷，真就是必然的，躲不过去的。就像在上世纪，一开始的局面也是欧系、美系，德国大众美国的通用福特这些垄断着汽车行业的高利润；而那个时候刚刚起步的日系品牌，也经历了漫长的低利润，甚至淘汰赛时期。而后续的结果大伙都看到了，在豪华、高端车这个领域，日系包括韩系可能至今都只占小头，但中端和入门领域，经济耐用的日系诞生了丰田这样的全球千万级车企，利润也丝毫不输给

那些手上动不动就握着数十个豪华品牌的欧美汽车集团。就像以2024年为例，大众的净利润是1029亿人民币，丰田却达到了2470亿人民币，近乎是2.5倍的差距。

百度Ai+ 总结全网37篇结果

听

保时捷2025年前三季度营业利润同比暴跌99%至4000万欧元，核心原因包括电动化战略重组支出27亿欧元、中国销量下滑26%及美国关税冲击。 1 2

保时捷利润暴跌核心数据

- 财务数据：2025前三季度营业利润仅4000万欧元，较去年同期的40.35亿欧元下跌99%；第三季度单季亏损9.66亿欧元。 1 3
- 市场表现：
 - 中国区销量同比下滑26%至3.2万辆，全球最大单一市场销量被比亚迪超越 4 5
 - 全球交付量下降6%至21.25万辆，欧洲市场同步下滑 6



在这个时候，如果你了解各家不同的风格和策略，可能就已经琢磨出门道出来了。那就是从汽车的百年趋势来看，汽车变的更加亲民，让大多数人都买得起，是一个长期不变的主题。在这个主题下，保时捷利润暴跌、奔驰裁员那就是必然的，因为超高利润、超高溢价的车它就是不符合汽车普及这个长期主题，卡宴、玛莎拉蒂的这种思路，只适合经济周期中极端的强盛时期，一旦连富人都考虑省钱了，它们利润高的优势就会马上变成短板。

而丰田之所以在电动化时代依然能保持优势，从大方面来讲主要就两个原因。首先是，相比国产，可能也会有很多人都觉得丰田这种同样属于高溢价，但相比保时捷、奔驰那种模式，它本质还是更偏向于薄利多销的类型，只是没有到国产这种常年亏损都咬牙坚持的地步。

第二个就是新能源与燃油之争，落到具体的产品线上，豪华、高端车确实会大受影响，以前的加速、操控、大空间、后排冰箱彩电这些，新能源分分钟可以打破你的护城河；但放在平价、代步车领域，区别就小得多了，无非就是油耗和几样常规配置，光看数据很难有明显哪个比哪个更好的区别，你国产混动能做到4个油，用经济耐用这个思路造了几十年车的丰田也同样可以做到。而且提到耐用这个问题，谁的信用值更高相信不用我多说。



这也是为什么，在BBA、保时捷销量大跌之后，卡罗拉、凯美瑞，包括朗逸轩逸这样的车型依然能够热销；同时也解释了，这么多中国品牌，为啥都齐刷刷的都盯着高端市场，宁愿在2、30万区间推行薄利多销，也不去全力进攻真正可以薄利多销的平价市场。因为对手，生态不一样，成功的可能性也不一样。

这个时候，再回过头来聊那个拐点的问题，新能源时代的十年鏖战，把高科技普及这条路绝对是选对了，如今越来越多的新势力品牌实现盈利，也证明了还在坚守汽车行业的人没有赌错。但接下来的精细化作战，又是一场比抢夺海外品牌市场份额更艰巨的挑战，真正在根子上解决国产新能源质量问题频出、设计千篇一律不好看，从业人员赶了工期就赶不了质量，长期内卷化作战必然会失去创新力等等一系列问题，中国品牌或许才能像当初的日系那样，既拿下更多的市场份额，也能以相对合理的溢价和利润笑傲全球。

HTML版本：[保时捷利润暴跌，国产却又有几家“上岸”，汽车行业新拐点来了？](#)