

何小鹏称10年后中国汽车有5强

来源：廖雅君 发布时间：2025-11-12 07:55:02

何小鹏一句“10年后中国汽车只剩5强和其他”，点出了行业残酷的生存现状。

“10年后中国汽车品牌是5强和Others。”小鹏汽车董事长何小鹏在凤凰网财经《封面》栏目再提这一判断，他希望未来剩的五家是“兄弟公司”，同时强调“竞争应是有序的”。

这不是他第一次预测市场剩五家左右车企，而此次发言正赶上行业淘汰赛加速。

何小鹏的“五强论”并非孤例。华为余承东也预测，未来中国汽车市场主要玩家可能少于5家；比亚迪2022年股东大会上，王传福也指出行业已进淘汰赛。



大佬共识背后是行业现实：据盖世汽车 CEO 周晓莺分析，中国汽车产业利润率从 2020 年的 6.2% 跌至 2025 年一季度的 3.9%，低于工业平均水平，超百家车企陷入 “增量不增利”。



行业竞争已从单一产品 / 技术比拼，转向全价值链的效率与韧性竞争，靠爆款或子品牌单打独斗的时代已落幕。



以“蔚小理”为代表的旧格局已被打破。今年 10 月销量中，零跑以 70289 辆稳居榜首，鸿蒙智行超 6 万辆紧随其后，小鹏、小米连续两月站稳 4 万辆，蔚来首进“四万辆俱乐部”。

而曾是新势力领头羊的理想汽车，同比下滑 38.2%，成头部唯一“双降”品牌，还将全年销量目标从 70 万辆下调至 64 万辆。

第二梯队正高速增长：极狐汽车 10 月交付 23387 辆，同比飙升 110%，核心推手是 9 月上市的极狐 T1——6.28 万~8.78 万元定价 + 越级配置，打开了入门级纯电市场。

激烈竞争下，车企各有生存策略：零跑靠“技术普惠”控成本，如零跑 B10 激光雷达智驾版价格下探至 12 万元级；小鹏自研图灵芯片并于 6 月量产，向核心技术掌控迈进；蔚来靠子品牌乐道拓市，10 月乐道交付超 1.7 万辆，几乎与主品牌平分秋色；东风奕派精准卡位多市场，整合研发、营销与生态，构建全价值链协同能力，这种体系化能力成行业新分水岭。

国内竞争加剧，出海成必然选择。中国汽车成品出口连续三年全球第一，2024 年出口量达 641 万辆，但出海需因地制宜：欧美设高门槛要求本地化生产，东南亚、南美等新兴市场成扩张重点。

周晓莺指出，中国汽车产业正从成品出口，转向 CKD、SKD 及完全本地化生产，这对生态链协同要求更高。

今年 5 月，何小鹏在访谈中批评科技行业：“一些企业只会跟风，用三倍工资挖人”，他认为这虽能少走弯路，却让社会不愿创新。

这番话引发热议后，小鹏公关负责人澄清，何小鹏指的是中小型科技公司，而非汽车行业，“放眼汽车行业，哪有三倍工资挖人的机会”。

其实何小鹏去年就说过，会投 35 亿元研发“以智驾为核心的 AI 技术”，计划招 4000 人，还请求其他车企少挖小鹏的人。

十年后市场是否只剩五强，仍需时间验证，但行业淘汰赛已加速：曾经上百家新势力只剩 4 家，“国产五虎”变“四大天王”——比亚迪、吉利、奇瑞、长安销量均破 200 万辆。

新能源竞争下半场，单点优势愈发短暂，真正的长期竞争力，源于以用户为中心、基于精准市场洞察的全价值链深度协同能力。

如今行业利润率跌破工业平均水平，超百家车企陷“增量不增利”困境；汽车行业竞争也从单一产品较量，升级为技术自研、供应链管控、成本优化与全球化布局的综合比拼。

