

特斯拉月销量中国68万辆vs印度40辆！马斯克看傻了

来源：王彦帆 发布时间：2025-11-13 22:50:49

2025年10月特斯拉销量出炉，在中国爆卖6.8万辆；印度市场销售40辆（不带万），较9月份60辆销量大幅缩水30%以上。

特斯拉

同一车企，命运何殊？

特斯拉在印度市场销量远低于中国，其背后接近两倍的巨大价差是核心原因之一。以Model Y为例：



Model Y在印度的起售价为598.9万卢比（约合49.9万元人民币），长续航后轮驱动版售价为678.9万卢比（约合56.6万元人民币）。

2025款特斯拉Model Y最新官方指导价为后轮驱动版26.35万元和长续航全轮驱动版30.35万元。



在印度的特斯拉门店

印度的高售价并非特斯拉“割韭菜”，而是新兴市场必须支付的“入场税”。印度对完全进口的电动汽车征收的综合税率超过70%，这直接构成了价差的主体部分。

国市场的价格优势，本质上是由上海超级工厂及其背后的中国供应链所奠定的。上海工厂生产的Model Y本地化率已达95%，这意味着绝大多数零部件都在中国本土采购，供应链成熟且运输成本极低。上海工厂年产能高达120万辆，巨大的生产规模有效摊薄了每辆车的研发和生产成本，使中国成为全球新能源汽车的“价格洼地”



特斯拉上海超级工厂

除了价格，特斯拉在印度还面临多重考验。

印度充电网络严重不足，电动汽车的普及极度依赖便捷的充电设施。中国已建成世界上数量最多、覆盖最广的充电网络，消除了用户的“里程焦虑”。印度的充电基础设施建设仍

处于非常初期的阶段，主要集中在大城市的核心区域。对于车主来说，无法方便地充电是除车价外最大的顾虑。印度部分地区的电网不稳定，频繁的停电和电压波动会影响电动汽车的充电体验，甚至对电池健康构成潜在风险。这进一步削弱了消费者的购买意愿。

特斯拉超充

印度汽车市场80%的销量集中在约合人民币20万元以下的区间。目前近50万的Model Y只能瞄准极少数高端消费者，受众面非常窄。印度本土的塔塔汽车（Tata Motors）和马恒达（Mahindra）等公司，已经在经济型电动车市场占据了先发优势，它们的产品价格更低，更贴合本地需求。特斯拉在正面竞争前，需先解决自身的高价位问题。

印度本土品牌

政策支持力度相对较弱，中国为新能源汽车提供了包括购置补贴、免税、不限行不限购等在内的强力政策组合拳，为特斯拉的爆发创造了绝佳环境。印度政府虽然也有推动电动汽车的意向，但其政策力度、稳定性和执行效果远不及中国。消费者感受到的推动力自然不足。

HTML版本： [特斯拉月销量中国68万辆vs印度40辆！马斯克看傻了](#)