

深入整治“内卷式”竞争 汽车产业实现价值跃迁

中国工业报记者 马艳

2026年全国两会期间,政府工作报告中对汽车行业的表述迎来重要调整——“内卷式”竞争从“综合整治”升格为“深入整治”,反垄断、反不正当竞争、产能调控、价格执法、质量监管多管齐下,一场告别无序厮杀、回归产业本质的变革进入深水区。

深陷“增产不增利”困局

“以价换量”的策略,虽短期拉动了销量增长,却也透支了品牌价值,大幅压缩了单车利润空间。与此同时,供应链端的价格波动也进一步加剧了车企的压力。

中国汽车工业协会发布数据显示,2025年我国汽车产销量均突破3400万辆,再创历史新高,产业发展韧性持续增强。其中,新能源汽车表现尤为亮眼,产销量均超1600万辆,国内新车销量占比突破50%,标志着我国汽车产业电动化转型迈入新阶段,为全球汽车产业绿色发展注入强劲动力。

然而,规模扩张的背后,行业发展的隐忧日益凸显:汽车行业利润率水平持续下滑,“增产不增收”的矛盾愈发突出。中国汽车流通协会乘联分会数据显示,2025年我国汽车行业利润率仅为4.1%,远低于2020年的6.2%,创下2015年以来的历史新低。其中,2025年12月单月的行业利润率仅为1.8%,达到单月历史最低值,行业盈利能力面临严峻考验。

“车卖得越多,钱却越赚越少”正在成为车市的一个“魔咒”。究其原因

无序竞争引发系统性“亚健康”

中国汽车流通协会的调查显示,2025年国内近半数经销商全年任务完成率在90%及以上,仅15.3%能够超额完成。客户流量减少、市场观望情绪升温导致需求收缩,新车销售利润持续收窄,叠加部分厂家年底冲量的任务压力,加剧经销商出现库存积压、资金紧张的问题。

无序价格战引发的“内卷式”竞争,使得汽车行业付出沉重代价,这种影响已渗透至产业链各个环节,引发系统性“亚健康”。
中国汽车流通协会、董事长安铁成表示,“内卷”导致汽车企业过度关注短期利益,忽视长期创新和研发投入。同时由于产品同质化现象日益严重,可能导致汽车产业陷入低水平重复降价困境,盈利能力大幅减弱且难以突破现有技术或市场瓶颈,不利于全球化竞争力的培育形成。

经销商也是无序价格战的“受害者”。中国汽车流通协会的调查显示,2025年国内近半数经销商全年任务完成率在90%及以上,仅15.3%能够超额完成。客户流量减少、市场观望情绪升温导致需求收缩,新车销售利润持续收窄,叠加部分厂家年底冲量的任务压力,加剧经销商出现库存积压、资金紧张的问题。

中国汽车流通协会产业协调工作发展委员会副秘书长樊宇告诉中国工业报记者,2026年经销商仍将面临较大压力。从需求层面来看,消费紧缩和政策切换冲击,叠加价格竞争对利润持续侵蚀,经营陷入新车毛利

倒挂、库存高企与资金压力恶性循环,厂家高压销量目标进一步加剧负担。另一方面,由于新能源汽车竞争加剧,传统燃油车市场萎缩,经销商将面临较大竞争压力和不确定性。

“内卷”的压力还沿着产业链向上传导,波及了上游零部件企业。全国人大代表、骆驼股份董事长刘长来注意到,汽车行业过度“内卷”,导致整车企业将价格战的压力向上游零部件企业转移,付款周期拉长,零部件企业应收账款普遍承压,利润水平下降。

全国人大代表、天能控股集团董事长张天任也表示,目前,中国电池行业“内卷式”竞争严重,有些企业通过垄断上下游资源,形成产业链垄断优势,在项目投标中甚至报出低于成本的价格,不仅挤压了其他企业的生存空间,更扰乱了行业发展的正常秩序,陷入“低价倾销—利润下滑—质量缩水”的恶性循环。为降低成本,有的企业甚至在电池生产中削减安全配置,虚报参数,或者偷工减料使用劣质电芯等,给电池应用带来重大安全隐患。

这种“以价换量”的策略,虽短期拉动了销量增长,却也透支了品牌价值,大幅压缩了单车利润空间。中国汽车流通协会乘联分会秘书长崔东树表示,“过度竞争导致终端价格弹性被无限放大,企业难以维持合理的利润空间。”

与此同时,供应链端的价格波动进一步加剧了车企的压力。“在企业单位成本增长的同时,碳酸锂价格翻倍、大宗商品价格高位运行,以及中下游行业原料成本压力持续加大、产业链单车毛利走低等原因,使行业利润进一步出现下行。”崔东树说道。

全国人大代表、上汽大众汽车有限公司人事与组织执行副总经理刘懿艳提出具体建议:针对价格战,开展成本调查与价格监测,建立基于真实成本的价格保障机制,对低于成本价或恶性竞争的行为予以严厉打击;针对虚假宣传,及时公布误导宣传、营

销互黑、技术注水等典型负面案例,并采取相应的处罚措施。
针对质量缩水和安全风险,健全相关标准法规,加大生产一致性监督检查力度,对于质量问题突出的企业,依法依规处理。通过这些方式让竞争回归理性与价值,为自主车企、合资车企、造车新势力等各类主体营造公平竞争、健康有序的发展环境。
全国人大代表、中国长安汽车党委书记、董事长朱华荣则建议,以数智化转型与平台化协作为抓手,通过技术升级实现降本增效;加速制造端

“反内卷”成为共识 政策组合拳持续发力

越来越多的车企转变发展思路,主动放弃价格战,转向价值竞争。“不简单地打价格战。”吉利控股集团董事长李书福表示,应该在保持成本优势、价格优势的前提下,打好品质战、服务战、品牌战和道德战。

面对行业“内卷”的严峻形势,2025年以来,“反内卷”逐步从行业呼声转变为实际行动,形成了“自上而下达成共识、自下而上主动践行”的良好态势,为2026年的深入整治奠定了坚实基础。

在监管层面,政策组合拳精准发力,为行业划定合规边界。2025年5月31日,中国汽车工业协会发布的《关于维护公平竞争秩序 促进行业健康发展的倡议》提出,无序“价格战”等“内卷式”竞争是行业效益下滑的

回归理性与价值 推动产业迈向高质量发展

2026年,中国汽车行业正经历一场深刻的自我革新。这场转型,不是抑制竞争,而是规范无序竞争;不是否定规模,而是追求高质量发展。告别盲目价格竞争,回归产业本质,是中国汽车行业实现可持续发展的必由之路。

2026年,随着“深入整治‘内卷式’竞争”的持续推进,中国汽车行业正加速开启转型之路,从“规模大国”向“质量强国”跨越成为行业发展的重要目标,一场深刻的自我革新正在全面展开。

全国人大代表、上汽大众汽车有限公司人事与组织执行副总经理刘懿艳提出具体建议:针对价格战,开展成本调查与价格监测,建立基于真实成本的价格保障机制,对低于成本价或恶性竞争的行为予以严厉打击;针对虚假宣传,及时公布误导宣传、营

销互黑、技术注水等典型负面案例,并采取相应的处罚措施。
针对质量缩水和安全风险,健全相关标准法规,加大生产一致性监督检查力度,对于质量问题突出的企业,依法依规处理。通过这些方式让竞争回归理性与价值,为自主车企、合资车企、造车新势力等各类主体营造公平竞争、健康有序的发展环境。

全国人大代表、中国长安汽车党委书记、董事长朱华荣则建议,以数智化转型与平台化协作为抓手,通过技术升级实现降本增效;加速制造端

重。当企业无法拿出具有显著实际优势的技术时,价格就成了最直接的竞争武器。一个企业发起降价,其他企业被迫跟随——这是典型的“囚徒困境”:每个企业从自身利益出发做出的理性选择,最终导致全行业的利润失血。

市场层面,新能源汽车渗透率突破50%后,市场从增量转为存量,新能源车与燃油车短兵相接。而部分自媒体为博流量推波助澜,滋生营销乱象,一度出现“劣币驱逐良币”的苗头。当信息不对称被放大,消费者的决策更多被短期营销话术左右,真正沉下心来做技术积累的企业反而吃亏。

欧阳明高提出的治理方向,同样指向这三个层面,而今年两会上多位汽车行业代表委员的建议,正沿着这条线展开。
政府端需要从“招商员”转向“监管员”。全国人大代表、上汽大众汽车有限公司人事与组织副总经理刘懿艳建议,建立基于真实成本的价格保障机制,对低于成本价的恶性竞争行为予以严厉打击,同时及时公布误导宣传、营销互黑等典型负面案例。这呼应了欧阳明高“强化召回监管”“建立官方信息公开平台”的思路——

“建立官方信息公开平台”的思路——

当政府不再只盯着招商引资规模,而是转向衡量产业质量,市场的游戏规则才能回归正轨。
产业端技术创新是走出同质化的唯一出路。欧阳明高判断,2026年将开启新一轮创新引领周期,“创新主导市场,跟随模式失灵”。全国人大代表、奇瑞控股集团董事长尹同跃对此深有感触,他强调核心技术买不来、换不来,企业必须心无旁骛投入底层技术研发,以从0到1的原创技术为核心。当企业开始比拼原创技术、供应链协同和制造底蕴,“内卷”才可能转化为“竞合”。

全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福则提出,汽车业要走内涵式发展道路,打技术战、品质战、服务战、品牌战,还有企业的道德战。这与欧阳明高“龙头企业带头构建健康供应链关系”的建议一脉相承。当行业龙头不再被动跟随降价,而是用技术厚度定义产品价值,整个行业的竞争水位才会被抬高。

市场端需要重建信息对称。刘懿艳的建议同样指向这一点——公布负面案例、让竞争回归理性。当消费者能够通过权威平台获取真实、可比的产品信息,营销话术的泡沫就会被戳破,市场竞争才能真正回归产品本身。

值得注意的是,欧阳明高在剖析“内卷”时,特意提到了两种企业:一种是跟随复制、被迫卷入“价格战”的,另一种是凭借技术积累和供应链协同,能够保持利润和研发投入的。

比亚迪的刀片电池、宁德时代的麒麟电池,都是长期积累的结果。欧阳明高提到,磷酸铁锂电池重回主流,靠的不是政策强制,而是技术突破带来的成本和安全优势。当比亚迪能够将磷酸铁锂做到500公里续航、支持快充,它就拥有了定价权,而不是被动跟随降价。

这或许是走出“囚徒困境”的真正钥匙:当产品拥有不可替代的技术优势,企业便不再需要陷入无休止的价格比拼。
2026年,新能源汽车渗透率已经站在50%的关口,产业正在从规模扩张转向质量竞争。那些仍在靠低价维持份额的企业,生存空间将持续收窄;而能够将技术厚度转化为产品溢价的企业,正在定义新一轮竞争的规则。

“内卷”的本质,是所有人挤在同一条赛道上。但赛道本身,是可以换的。

中工车评

祁晓玲

2026年全国两会刚落幕,“内卷式”竞争再次成为汽车界代表委员绕不开的话题。但与去年更多停留在现象描述不同,今年,关于“为什么卷”和“如何破局”的讨论,开始指向更深层的结构性矛盾。

近日的2026年度车百会研究院专家媒体交流会上,全国政协常委、中国科学院院士欧阳明高对内卷问题的剖析,提供了一个清晰的诊断框架。他认为,当前的汽车行业竞争困局,并非简单的价格战,而是政府、产业、市场三重因素交织下的“囚徒困境”。

政府层面的“招商内耗”是诱因之一。新能源汽车作为战略性新兴产业,成为各地招商引资的“香饽饽”。税收减免、土地优惠、财政补贴相互竞争,客观上催生了产能的盲目扩张。而这种投资冲动,往往缺乏市场化的退出机制,当产能过剩时,落后产能出于多重原因很难出清。

产业层面则进入了“技术平台期”。欧阳明高认为,插电混动结构趋同,磷酸铁锂电池安全技术门槛“适中”且相对好做,产品同质化严

汽车“内卷”何解?

当政府不再只盯着招商引资规模,而是转向衡量产业质量,市场的游戏规则才能回归正轨。

产业端技术创新是走出同质化的唯一出路。欧阳明高判断,2026年将开启新一轮创新引领周期,“创新主导市场,跟随模式失灵”。全国人大代表、奇瑞控股集团董事长尹同跃对此深有感触,他强调核心技术买不来、换不来,企业必须心无旁骛投入底层技术研发,以从0到1的原创技术为核心。当企业开始比拼原创技术、供应链协同和制造底蕴,“内卷”才可能转化为“竞合”。

全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福则提出,汽车业要走内涵式发展道路,打技术战、品质战、服务战、品牌战,还有企业的道德战。这与欧阳明高“龙头企业带头构建健康供应链关系”的建议一脉相承。当行业龙头不再被动跟随降价,而是用技术厚度定义产品价值,整个行业的竞争水位才会被抬高。

市场端需要重建信息对称。刘懿艳的建议同样指向这一点——公布负面案例、让竞争回归理性。当消费者能够通过权威平台获取真实、可比的产品信息,营销话术的泡沫就会被戳破,市场竞争才能真正回归产品本身。

值得注意的是,欧阳明高在剖析“内卷”时,特意提到了两种企业:一种是跟随复制、被迫卷入“价格战”的,另一种是凭借技术积累和供应链协同,能够保持利润和研发投入的。

比亚迪的刀片电池、宁德时代的麒麟电池,都是长期积累的结果。欧阳明高提到,磷酸铁锂电池重回主流,靠的不是政策强制,而是技术突破带来的成本和安全优势。当比亚迪能够将磷酸铁锂做到500公里续航、支持快充,它就拥有了定价权,而不是被动跟随降价。

这或许是走出“囚徒困境”的真正钥匙:当产品拥有不可替代的技术优势,企业便不再需要陷入无休止的价格比拼。
2026年,新能源汽车渗透率已经站在50%的关口,产业正在从规模扩张转向质量竞争。那些仍在靠低价维持份额的企业,生存空间将持续收窄;而能够将技术厚度转化为产品溢价的企业,正在定义新一轮竞争的规则。

“内卷”的本质,是所有人挤在同一条赛道上。但赛道本身,是可以换的。

企业风采

自主品牌“三剑客”高品质出行服务彰显“中国制造”担当

3月4日至5日,备受瞩目的2026年全国两会在北京人民大会堂开幕。作为“十五五”规划的开局之年,这场春天的盛会不仅擘画了中国式现代化的壮丽蓝图,也成为中国高端制造的一次集中检阅。

在交通保障这一关键环节,宇通客车、安凯客车、金龙客车三家自主品牌企业再次以主力身份登场。它们以领先的市场占比、零故障的运行表现以及覆盖全场景的高端产品,在代表驻地 and 长安街沿线共同为盛会提供高品质出行保障,生动诠释了“中国智造”的专业品质与服务担当。

安凯客车二十余载使命必达 精工品质护航盛会

作为连续二十余载肩负两会交通使命的坚实力量,安凯客车今年再度担纲服务重任。此次投入服务的高端旗舰客车A12与国事经典车型N70Q,以精工品质与智慧科技全程助力两会出行。

安凯客车之所以能够屡次承担这一光荣使命,底气正源于数十年来在重大国事活动中的卓越表现。从党的十九大、九三阅兵的庄严护航,到G20峰会、北京奥运会的全球瞩目,再到杭州亚运、博鳌论坛的铿锵前行,安凯客车一次次以“零失误”的实战淬炼,积淀下深厚的国事保障经验。本次服务的两款主力车型,更曾在纪念抗战胜利80周

年大会等重大场合大放异彩。

其中,安凯A12作为面向全球的旗舰公路客车,集成了专利全承载车身结构与前碰撞缓冲系统,大气沉稳、性能卓越。N70Q则作为可商可旅的高端商务座驾,内饰豪华,动力澎湃,其搭载的带除湿功能空调系统,可通过智能湿度监测和控温补偿技术,将车内湿度控制在体感最佳范围,于细节处展现“中国制造”的人文关怀。

在服务保障方面,安凯客车提前一个月便进入“两会时间”,锚定“信息准确,反应敏捷,处理有效,客户满意”十六字方针,将保障工作划分为准备、检测、会议保障三大阶段,步步为营。团队协同核心供应商组建联合保障体系,精准核查备品备件,并制定专属《车型检查项目表》,将查验标准精确至每一颗螺丝、每一段线路。根据代表驻地分布,安凯执行“一组对一驻地”的专属责任制,实现从“被动响应”到“主动备战”的根本转变。

安凯国内营销公司副总经理兼售后服务部部长张金武表示,安凯将保障任务分为三阶段稳步实施,应急服务小组全天候待命,确保万无一失。

宇通客车占比超五成 T7与天域S12构建高端矩阵

作为连续22年服务全国两会的“常



安凯客车以精工品质与科技全程助力两会出行。(企业供图)

驻伙伴”,宇通客车今年投入159辆保障用车,以53%的占比稳居行业首位,再度成为盛会交通保障的核心力量。

其中,84辆宇通T7高端商务客车担纲主力。这款打破合资品牌垄断的自主车型已连续11年护航两会。历经十余年迭代,T7形成汽油、柴油、纯电动全动力链布局,依托40%高强度车身与NVH静音技术,成为代表、委员高端出行的品质之选。

在服务保障层面,宇通组建30余

人专属团队,构建“驻点保障+巡回支援”网络,实现3分钟快速响应,并对T7车型执行30个大项、100个小项的高标准检测。

2025年上市的高端旗舰天域S12虽未直接上会,但其与T7组成的“双高端旗舰”战略已浮出水面。天域S12主体结构寿命达20年/200万公里,配备18.4平方米全景视窗与森林级空气系统,代表宇通对未来移动空间的探索,也为“十五五”产业升级奠定基础。

金龙客车连续26年护航 龙威至臻版彰显可靠品质

作为最早服务全国两会的自主品牌客车企业,金龙客车今年迎来护航两会的第26个年头。26载恪守不渝,“国有盛事,必有金龙”从期盼淬炼成信赖。

今年担纲核心通勤保障的是金龙龙威至臻版高端客车。该车荣获C-SCAP“中国超五星级安全客车”认证,搭载ABS、

变发展思路,主动放弃价格战,转向价值竞争。“不简单地打价格战。”全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福表示,应该在保持成本优势、价格优势的前提下,打好品质战、服务战、品牌战和道德战。

奇瑞控股集团董事长尹同跃更是直言,“内卷式”竞争违背企业家精神,中国企业要坚守行业底线,杜绝损人不利己的恶性竞争行为,自觉维护行业良性发展生态。

2026年,中国汽车行业正经历一场深刻的自我革新。这场转型,不是抑制竞争,而是规范无序竞争;不是否定规模,而是追求高质量发展。告别盲目价格竞争,回归产业本质,是中国汽车行业实现可持续发展的必由之路。随着政策的持续推进、企业的主动转型、产业链的协同发力,中国汽车行业必将逐步摆脱“内卷”困境,形成公平有序、创新驱动、品质优先的发展生态。

2026年,中国汽车行业正经历一场深刻的自我革新。这场转型,不是抑制竞争,而是规范无序竞争;不是否定规模,而是追求高质量发展。告别盲目价格竞争,回归产业本质,是中国汽车行业实现可持续发展的必由之路。随着政策的持续推进、企业的主动转型、产业链的协同发力,中国汽车行业必将逐步摆脱“内卷”困境,形成公平有序、创新驱动、品质优先的发展生态。

2026年,随着“深入整治‘内卷式’竞争”的持续推进,中国汽车行业正加速开启转型之路,从“规模大国”向“质量强国”跨越成为行业发展的重要目标,一场深刻的自我革新正在全面展开。

全国人大代表、上汽大众汽车有限公司人事与组织执行副总经理刘懿艳提出具体建议:针对价格战,开展成本调查与价格监测,建立基于真实成本的价格保障机制,对低于成本价或恶性竞争的行为予以严厉打击;针对虚假宣传,及时公布误导宣传、营

销互黑、技术注水等典型负面案例,并采取相应的处罚措施。
针对质量缩水和安全风险,健全相关标准法规,加大生产一致性监督检查力度,对于质量问题突出的企业,依法依规处理。通过这些方式让竞争回归理性与价值,为自主车企、合资车企、造车新势力等各类主体营造公平竞争、健康有序的发展环境。

全国人大代表、中国长安汽车党委书记、董事长朱华荣则建议,以数智化转型与平台化协作为抓手,通过技术升级实现降本增效;加速制造端

重。当企业无法拿出具有显著实际优势的技术时,价格就成了最直接的竞争武器。一个企业发起降价,其他企业被迫跟随——这是典型的“囚徒困境”:每个企业从自身利益出发做出的理性选择,最终导致全行业的利润失血。

市场层面,新能源汽车渗透率突破50%后,市场从增量转为存量,新能源车与燃油车短兵相接。而部分自媒体为博流量推波助澜,滋生营销乱象,一度出现“劣币驱逐良币”的苗头。当信息不对称被放大,消费者的决策更多被短期营销话术左右,真正沉下心来做技术积累的企业反而吃亏。

欧阳明高提出的治理方向,同样指向这三个层面,而今年两会上多位汽车行业代表委员的建议,正沿着这条线展开。
政府端需要从“招商员”转向“监管员”。全国人大代表、上汽大众汽车有限公司人事与组织副总经理刘懿艳建议,建立基于真实成本的价格保障机制,对低于成本价的恶性竞争行为予以严厉打击,同时及时公布误导宣传、营销互黑等典型负面案例。这呼应了欧阳明高“强化召回监管”“建立官方信息公开平台”的思路——

“建立官方信息公开平台”的思路——

当政府不再只盯着招商引资规模,而是转向衡量产业质量,市场的游戏规则才能回归正轨。

产业端技术创新是走出同质化的唯一出路。欧阳明高判断,2026年将开启新一轮创新引领周期,“创新主导市场,跟随模式失灵”。全国人大代表、奇瑞控股集团董事长尹同跃对此深有感触,他强调核心技术买不来、换不来,企业必须心无旁骛投入底层技术研发,以从0到1的原创技术为核心。当企业开始比拼原创技术、供应链协同和制造底蕴,“内卷”才可能转化为“竞合”。

全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福则提出,汽车业要走内涵式发展道路,打技术战、品质战、服务战、品牌战,还有企业的道德战。这与欧阳明高“龙头企业带头构建健康供应链关系”的建议一脉相承。当行业龙头不再被动跟随降价,而是用技术厚度定义产品价值,整个行业的竞争水位才会被抬高。

市场端需要重建信息对称。刘懿艳的建议同样指向这一点——公布负面案例、让竞争回归理性。当消费者能够通过权威平台获取真实、可比的产品信息,营销话术的泡沫就会被戳破,市场竞争才能真正回归产品本身。

值得注意的是,欧阳明高在剖析“内卷”时,特意提到了两种企业:一种是跟随复制、被迫卷入“价格战”的,另一种是凭借技术积累和供应链协同,能够保持利润和研发投入的。