栏目名称：时政好文分享

汽车行业新一轮价格战要防止“内卷式”竞争

原创 夏金彪 中国经济时报

近两年，汽车行业“内卷式”竞争激烈。去年底的中央经济工作会议明确提出综合整治“内卷式”竞争，对汽车行业来说，面对新一轮价格战，如何防止“内卷式”竞争，成为政府、行业协会、企业等各方共同解决的课题。

随着春节假期的结束，汽车行业新一轮价格战全面打响。特斯拉、蔚来、小鹏、智己、广汽丰田等多家车企密集推出购车优惠政策，从保险补贴、零息贷款到一口价直降。据不完全统计，目前，超过30个品牌已经推出了各种形式的降价或促销政策。

自2023年特斯拉开启降价以来，许多新能源车企纷纷跟进，传统燃油车企为了保住市场份额也被迫应战。目前，我国汽车市场逐渐从增量市场转变为存量市场，消费者需求趋于饱和，市场竞争愈加激烈。尤其是新能源汽车的快速普及，使得传统燃油车企面临巨大压力。为了在激烈的市场中站稳脚跟，车企纷纷选择通过降价来吸引消费者，抢占市场份额。

不可否认，价格竞争有利于消费者，可以加速汽车普及，刺激市场需求。根据中国汽车工业协会发布的最新数据，2024年我国新能源汽车产销突破1000万辆，新能源汽车占比超过四成。此外，自主品牌占据汽车市场的主导地位，在新能源汽车细分市场上突破了60%的份额。比亚迪、吉利等国内车企凭借其创新的产品和高效的供应链引领市场。目前，我国汽车市场自主品牌崛起、新能源汽车渗透率不断提高、智能网联化技术加速应用，使得市场格局发生了深刻变化。

当前，汽车行业“内卷式”竞争激烈。据统计，2024年降价车型数量达到227款，远超2023年的148款和2022年的95款。虽然2024年汽车行业收入106470亿元，同比增长4%；但是利润只有4623亿元，同比下降8%，汽车行业的利润率仅为4.3%，已经连续三年低于整体工业利润率水平。此外，上游供应商因为车企付款周期延长而面临现金流压力，下游经销商则因为销量下滑和利润压缩而苦不堪言。据中国汽车流通协会统计，2024年上半年，中国半数以上的汽车经销商处于亏损状态，亏损面较2023年扩大了7.8%。

2024年12月，中央经济工作会议提出，综合整治“内卷式”竞争，规范地方政府和企业行为。

目前，我国汽车企业多、品牌多，正处于新能源汽车快速渗透和市场整合的关键期，价格战在今后的一段时间在所难免，亟待防范汽车行业的“内卷式”竞争。对此，首先，应强化行业监管，规范市场秩序。政府管理部门应加强对汽车市场的监管力度，严厉打击不正当竞争行为，如虚假宣传、价格欺诈、恶意降价等。建立完善的价格监测体系，及时发现和制止不合理的降价行为。同时，要加强对汽车产品的质量监管，确保消费者购买到安全可靠的产品。对于违反法律法规的企业，要依法依规进行处罚，维护公平公正的市场竞争环境。

其次，发挥行业协会作用，促进行业自律。行业协会在规范市场行为、引导行业发展方面具有重要作用。行业协会应加强行业自律，制定行业行为规范，引导企业诚信经营，维护行业声誉。同时，行业协会可以组织企业进行技术交流、市场调研，促进企业之间的合作与交流，共同推动行业健康发展。

此外，应引导企业差异化竞争，鼓励技术创新。企业应该认识到，单纯的价格战无法形成长期竞争优势，企业必须注重产品和技术的差异化，加强技术创新和品牌建设，通过提升产品附加值和品牌影响力来赢得市场认可，而不是单纯依赖降价。特别是在新能源汽车领域，技术的快速迭代为企业提供了广阔的发展空间。通过核心技术的突破和差异化产品的推出，企业才可以在竞争中占据更有利的位置。