

[以下原文源於 REUTERS 報導](#)

免責聲明：以下轉載文章，所發內容不代表本平台立場。

2023 年 2 月 13 日

# 分析：在中國，特斯拉可能會 贏得電動汽車價格戰——但會 輸掉這場戰爭

[路透社](#)



**[1/5]** 2023 年 2 月 4 日，參觀者在中國北京的美國電動汽車 (EV) 製造商陳列室的 Model Y 旁邊查看一輛特斯拉 Model 3 汽車。路透社/Florence Lo

- 概括

---

- 公司
- 特斯拉降價推動了世界排名第一的銷量。1 電動汽車市場
- 特斯拉在新車型、技術升級、豪華內飾方面落後
- 特斯拉考慮中國營銷轉移，研究同行——消息來源

上海，2 月 13 日（路透社）- 大幅降價使特斯拉(TSLA.O)在中國的銷量大增，但分析師甚至粉絲警告稱，這家美國汽車製造商需要加強其長期競爭，以免因快速增長而窒息- 在全球最大的電動汽車市場上打動競爭對手。

最直接的是，特斯拉 1 月份的降價使其中國製造的汽車交付量較 12 月份增長了 18%。分析師表示，特斯拉豐厚的利潤率使其有能力與中國及其他地區的競爭對手展開價格戰。

但他們表示，特斯拉在推出新車型、改進導航系統以及增加豪華內飾或白手套客戶服務以滿足不斷發展的電動汽車消費者偏好方面落後於中國競爭對手。

“特斯拉麵臨著產品組合非常有限的嚴重問題，”中國乘聯會秘書長崔東樹說。“它對中國消費者偏好的反應遲緩，導致特斯拉處於非常被動的定位，只能依靠降價等少數手段來保持競爭力。”

就連特斯拉首席執行官埃隆馬斯克本人也承認，中國是他的公司可能面臨最激烈競爭的地方。

特斯拉沒有回應路透社就其中國業務置評的請求。特斯拉負責中國對外溝通的副總裁陶海燕此前表示，中國的降價反映了工程創新，並響應了北京鼓勵經濟發展和消費的號召。

中國汽車工業協會預計，到 2023 年，電動汽車和插電式混合動力汽車的銷量將激增 35%，達到 900 萬輛，佔中國新車總銷量的近三分之一。

儘管特斯拉在其第二大市場中國的銷量有所增加，但它的市場份額也有所下降。根據 CPCA 的數據，其在中國電動汽車市場的份額從 2020 年的 15% 下降了三分之一，到 2022 年僅為 10%。

特斯拉在中國提供兩種車型，Model 3 轎車和 Model Y 跨界車。這種保持簡單的方法推動了規模並降低了成本。

在最近一次降價之後，Model 3 的起價約為 34,000 美元，Model Y 的起價為 38,000 美元。但是，在中國嚴厲的 COVID-19 限制措施結束後，今年中國汽車購物者退出了展廳，他們受到提供廣泛替代品的競爭對手的追捧。

比亞迪 (002594.SZ) 去年全球銷量超過特斯拉，市值遠超 1000 億美元，提供 60 多種不同版本的電動汽車和插電式混合動力汽車。規模小得多但雄心勃勃的同行蔚來汽車 (9866.HK) 同期從兩款車型增加到六款，併計劃今年再推出五款。

“老化的產品線對特斯拉來說是一個真正的問題，”上海諮詢公司 **Automotive Foresight** 的董事總經理 **Yale Zhang** 說。“一旦比亞迪和其他電動汽車初創企業跟進降價，特斯拉降價的影響可能會在眨眼間消失。”

## 天安門禁止掉頭

特斯拉的自動駕駛軟件和導航系統被首席執行官馬斯克吹捧為競爭優勢，但也因在中國道路上更新緩慢和錯誤而受到客戶的批評。僱用司機的豪華電動汽車買家不太願意為軟件支付更多費用。

34 歲的中國汽車博主常彥曾是 2018 年中國的 **Model 3** 買家之一，他說他的車仍然要求他在天安門廣場附近戒備森嚴的長安街掉頭，這樣的舉動是禁止。

“這與 Nio、（EV 品牌）Xpeng 和 Li Auto 形成鮮明對比，它們的導航輔助設備幾乎完美運行，”同樣駕駛 Nio 轎車的張說。

一位知情人士表示，特斯拉一直在考慮轉變其在中國的營銷方式，更多地關注能源效率、實用功能，而不是尖端功能。

這位不願透露姓名的人士表示，該公司還一直在研究以比亞迪為首的中國競爭對手如何在展廳贏得客戶，尤其是在小城市。

要點一：比亞迪確保向展廳參觀者提供的瓶裝飲用水在冬天是溫暖的，以響應當地人的喜好。

知情人士說，特斯拉今年早些時候提拔其中國區首席執行官 Tom Zhu 負責全球銷售和生產，還為其中國銷售團隊提供了一條更直接的產品開發工程師線路，以提供本地反饋。

## 少即是多？

可以肯定的是，特斯拉的設計美學，包括稀疏的內飾和合成皮革，仍然吸引著許多人。

崔陽是一名 31 歲的醫生，他在最近的降價後在北京購買了一輛特斯拉，他說他被“極簡主義的內飾風格和科技感”所吸引。

另一方面，Nio 和 Zeekr 等中國品牌吹捧其光滑的納帕皮革和傳統的豪華功能，如帶按摩功能的座椅，旨在為乘客和駕駛員提供同樣的體驗。

一些電動汽車製造商認為，高端市場在未來幾年將快速增長。

理想汽車 ([2015.HK](#)) 的目標客戶是尋找可以運送家庭的汽車的電動汽車買家，他們希望支付高於特斯拉當前定價的價格，起價約為 44,000 美元，預計到 2025 年該銷售類別將代表 1000 萬輛汽車的市場銷量。

然後是特斯拉面臨的“本地購買”挑戰。

像 50 歲的林文偉這樣的中國消費者想要支持一個中國品牌——儘管特斯拉生產在中國銷售的電動汽車。

“我一直更傾向於為民族工業購買國產電動汽車品牌，”林在上海郊區的一家比亞迪經銷店為兒子試用海豹轎車時說，他自己買了一輛比亞迪海豚掀背車。

(\$1 = 6.7973 人民幣)

張燕和 Brenda Goh 的報導；肯尼斯麥克斯韋編輯