

从自律自救到长效治理 车市“反内卷”升级

中经记者 陈燕南 北京报道

从行业自发呼吁“反内卷”破解恶性竞争困局，到政策层面出台“组合拳”实现全方位监管，中国车市正逐步摆脱“价格比拼”的低层次内耗，稳步迈向以技术创新、品质提升、服务优化为核心的价值深耕新阶段。随着一系列监管政策落地见效，车市竞争逻辑实现根本性转变，产业发展质效持续提升，为中国汽车产业高质量发展注入持久动能。

数据见证成效：国家统计局发布的数据显示，2025年1—12月汽车行业收入达111796亿元，同比增长7.1%；利润4610亿元，同比增长0.6%。更显著的变化在于竞争逻辑的重构——车企纷纷调整资源投入方向，从“盲目价格补贴”转向“深耕价值创造”，技术研发、产品品质、售后服务成为核心竞争点。

目前，车市“反内卷”治理仍在持续深化。2026年以来，中央层面持续发力综合整治“内卷式”竞争，与2025年相比，政策重心已从行业自律引导，逐步转向立规建制、强化长效监管，标志着中国车市“反内卷”进入全新发展阶段。

经济学家余丰慧在接受《中国经营报》记者采访时表示，2026年汽车“反内卷”与2025年的核心差异在于治理思路的升级，即由短期应急措施转向长期制度建设。2025年的重点在于遏制无序价格战和规范宣传，而2026年则强调常态化监管和长效机制的建立。这种转变体现了对市场规律的尊重以及对可持续发展的重视，旨在构建一个公平、透明的竞争环境。

中经传媒智库专家、新智派新质生产力会客厅联合创始人袁帅对记者表示，与此前行业自发呼吁“反内卷”相比，这两年的政策驱动型治理本质上是从企业层面的零散自救上升到国家层面的制度性规范，前者更多是企业利润承压下的被动诉求，缺乏统一约束性，而后者则通过明确的政策红线、全产业链覆盖的监管措施，将“反内卷”从企业的个体选择转化为必须遵守的行业规则，更注重从底层逻辑上重构竞争秩序，而非简单缓解短期矛盾。

政策“组合拳”精准发力

这一系列政策的密集出台，标志着汽车行业“反内卷”从行业自发呼吁上升为国家层面统筹推进，形成了“顶层设计+具体落实”的政策框架。

回望2025年，中国汽车市场经历了一场深刻的“转型阵痛”——前两年愈演愈烈的价格战一度让行业陷入“亏本冲量、恶性竞争”的怪圈，车企利润大幅缩水、上游供应商经营承压、下游经销商举步维艰，消费者看似享受低价红利，实则面临隐性减配、售后缩水等潜在风险。

此前，中国车市的“内卷”已呈现白热化态势。有关数据显示，2024年国内汽车市场均价较2022年下降12.3%，其中新能源汽车均价下降幅度达18.7%，部分车型为抢占市场份额，降价幅度甚至超过30%。

上游零部件企业的日子同样艰难，由于整车企业普遍延长付款周期，部分中小企业资金周转困难，研发投入被迫压缩，甚至出现停工停产现象。

与此同时，智能驾驶领域的虚假宣传乱象频发，部分车企将L2级辅助驾驶功能夸大宣传为“全自动驾驶”，导致消费者误判引发安全事故，行业信任度受到严重影响。

面对行业发展的突出困境，2025年年初，政策层面率先定调，为车市“反内卷”指明方向。2025年3月，《政府工作报告》明确提出“综合整治‘内卷式’竞

争”，首次从国家层面明确了汽车行业“反内卷”的政策导向，释放出“规范市场秩序、护航行业健康发展”的强烈信号。

有业内人士表示，政策的核心目标并非限制竞争，而是遏制“损人不利己”的无序竞争，引导行业回归理性发展轨道。

行业自律先行，监管迅速跟进，成为2025年车市“反内卷”的重要特征。5月31日，中国工业联合会牵头发布《关于维护公平竞争秩序，促进行业健康发展的倡议》，提出所有企业严格遵从公平竞争原则，依法依规开展经营活动；优势企业不为垄断市场，挤压其他主体生存空间，损害其他经营者合法权益；企业在依法降价处理商品以外，不以低于成本的价格倾销商品，不进行诱导消费者的虚假宣传，扰乱市场秩序，损害行业和消费者根本利益；所有企业应对照国家相关法律法规进行自查整改。众多国内主流车企纷纷响应，公开表态将严格落实。

2025年7—9月，车市“反内卷”工作进入多部委联合整治的关键阶段，政策落地节奏进一步加快，整治力度持续加大。

2025年7月18日，工业和信息化部、国家发展改革委、市场

监管总局联合召开新能源汽车行业座谈会，部署进一步规范新能源汽车产业竞争秩序工作。

其中提到要加强监督检查。深入推进产品价格监测、产品一致性监督检查、缩短供应商货款账期等工作，开展网络乱象专项整治、产品质量监督抽检和缺陷调查，确保产品安全、质量可靠。

2025年12月，车市“反内卷”政策进入细化与强化阶段，各项监管措施进一步落地落地，形成“全方位、多层次”的监管体系。12月12日，市场监管总局正式发布《汽车行业价格行为合规指南（征求意见稿）》（以下简称“《指南》”），对汽车行业价格行为作出全面规范，成为遏制价格“内卷”的“核心抓手”。

针对汽车销售企业，《指南》提出汽车销售企业应诚信经营，不得利用虚假或者引人误解的价格手段诱骗消费者，并提出汽车销售企业要确保“明码标价”。汽车销售企业除了依法降价处理积压商品外，不得以排挤竞争对手或者独占市场为目的实施不正当价格行为；不得变相降低价格，使实际销售价格低于进货成本。这将极大促进汽车产品“价格透明”，有效维护产业链安全稳定，维护消费者长远利益。



汽车“反内卷”治理正在由短期应急措施转向长期制度建设。

AI/图

“从监管到产业再到消费者，《指南》的出台具有多重正向效应。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树表示，通过遏制无序价格

战、规范产销协同与平台治理，推动竞争从“拼价格”转向“拼技术、拼服务、拼价值”，夯实高质量发展与“优质优价”的良性生态。

“反内卷”再度升级

经过近一年的“反内卷”努力，成效显著，包括市场价格秩序得到改善，低质低价竞争减少，品牌集中度有所提升。

2026年1月，车市“反内卷”监管再次升级，为全年行业发展定下“理性竞争、高质量发展”的基调。

2026年1月14日，工业和信息化部装备工业司、国家发展改革委产业司、市场监管总局价格监督检查和反不正当竞争局（以下统称“三部门”）联合召开新能源汽车行业企业座谈会，部署规范新能源汽车产业竞争秩序

相关工作，工业和信息化部装备工业发展中心、汽车工业协会、17家重点汽车企业等参加。

会议要求深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持创新驱动、质量第一，坚决抵制无序“价格战”，推动构建优质优价、公平竞争的市场秩序。三部门将进一步加强工作协同，加强成本调查和价格监测，加大监管和执法力度，强化产品生产一致性监督检查

查，对违规企业依法依规严肃处理，维护公平有序市场环境，促进汽车产业高质量发展。

2026年1月13日，节能与新能源汽车产业发展部际联席会议2026年度工作会议在京召开。会议强调，2026年是“十五五”规划开局之年，智能网联新能源汽车产业发展处于重要机遇期，要坚持问题导向、系统观念、底线思维，加大工作协同力度，进一步完善工作举

措，推动产业高质量发展。

其中规范产业竞争秩序成为了重要内容，加强成本调查和价格监测，强化产品生产一致性监督检查和质量检查，强化标准引领产业升级作用，引导行业自律。

“经过近一年的‘反内卷’努力，成效显著，包括市场价格秩序得到改善，低质低价竞争减少，品牌集中度有所提升，以及消费者满意度上升等。这些成果为汽车

产业的高质量发展奠定了坚实基础，也为后续深化‘反内卷’工作积累了宝贵经验。”余丰慧对记者表示，“对于行业协会而言，应加强行业自律，制定统一的质量和标准；车企需要强化内部管理，注重产品品质和技术研发；监管部门则持续优化政策措施，确保政策的有效落实。三方共同努力，才能有效推进汽车行业的价值竞争。”

理想汽车第二场豪赌：从造车到造“硅基家人”

中经记者 陈茂利 张硕 北京报道

近期，理想汽车（以下简称“理想”）传出新一轮的组织架构调整的消息，其自动驾驶研发体系被重新梳理为三大核心团队：基座模型团队、软件本体团队和硬件本体团队。

这一动作被市场广泛解读为其进军具身智能领域的实质性一步。事实上，理想的战略意图在近日的一场线上全员会议上也得到了最高层面的确认。理想CEO李想亲自阐述了AI技术，特别是具身智能的发展趋势，并明确公司将打造具身智能产品。

有分析人士指出，不只理想，特斯拉、小米、小鹏更早地切入具身智能赛道，这标志着汽车的竞争维度从“卖车”升维至“跑通AI+实体世界”，未来车企竞争关键在于争夺通用智能体的定义权与生态权，是一条必要但投入大、周期长的“窄路”。

汽车“新四化”、产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受《中国经营报》记者采访时表示：“李想在一次采访中谈到过，汽车将从工业时代的交通工具，进化为AI时代的空间机器人，基座模型是新的操作系统，未来的终极形态是‘硅基家人’。”杨继刚分析：“基于这些判断，我们也能看出李想对产业演进路径的清晰预期：整车竞争只是起点，真正决定企业上限的，是谁能率先完成AI与物理世界的深度融合。”

打造具身智能产品

理想正在谋划一场关乎企业未来十年的变革。在内部会上，李想宣布，理想品牌定位发生根本性变革——将进一步强化“具身智能”品牌定位，不再局限于“创造移动的家”，在该定位下，理想确认布局具身智能。

对于公司内部会，有理想员工反馈“听不懂”，认为公司应关注当下面临的竞争环境，对2025年反思和复盘，制定2026年的整体战略。但也有分析人士认为，这代表了理想对未来十年发展的战略判断，这一转型意味着理想与特斯拉及其他竞争对手在同一赛道竞技。

理想已经“下场”

“具身智能”战局已开，理想确定“下场”，并正以一系列组织与人才层面的实质动作将战略落地。记者关注到，理想近期已在公司官网和第三方招聘平台释放出多个人形机器人研发岗位。

另外，据多家媒体报道，理想将开启新一轮的组织架构调整，调整的重点是自动驾驶团队被拆分，研发体系将重组为三大团队：基座模

“很多人也会问我，我们内部分享那么前沿的东西，有的人听不懂怎么办？这可能没有办法，因为AI就是由少数听得懂的人来引导方向，来做判断，来做决策。”李想在谈及作为CEO在公司向AI转型时扮演怎样的角色时表示，他的重要角色之一是拉动员工对AI的认知，包含行业发展趋势、前沿技术研究、外部最佳实践、公司内部研究与最佳实践四个方面。

实际上，早在2022年，理想就明确提出要成为一家AI企业。2024年年底，李想在《理想AI Talk》活动上释放出信号，公司100%会

型团队、软件本体团队、硬件本体团队。其中，基座模型团队工作重点是，负责统筹理想VLA和自研芯片融合。

不过，从车跨越到机器人，研发难度不小。谈及如何做好具身智能，李想表示，要想做好具身智能，最重要的是构建一套不同于语言智能的AI系统，它包含具身智能的感知相当于眼睛和耳朵。具

关店为运营“减负”

押注具身智能赛道的同时，理想也在减轻渠道运营成本压力。近期理想官方确认，2026年将关闭少量能效较低的门店，提升企业运营效能。

2019年—2023年是理想直营门店高速扩张期。据理想零售网络拓展团队人士介绍，理想从2019年首批

6家零售门店，迅速拓展至2023年年底的467家零售门店。

2024年，虽然理想内部曾设定开设800家门店，用于支撑80万辆的销量目标，但从结果来看，2024年理想直营门店开设速度有所减缓。

记者观察到，根据市场环境和销量情况，采取不同的策略来应对

做人形机器人，但不是现在。他强调，“我们要做的不是汽车的智能化，而是AI的汽车化”。

2025年6月，理想成立“空间机器人”和“穿戴机器人”两个新的二级部门，均隶属于产品部。同年12月，理想发布了其首款AI智能眼镜，名为“理想AI眼镜Livis”。有分析人士指出，Livis是理想AI战略下的第一个“本体”。

值得关注的是，2025年11月，理想第三季度财报会上，李想为公司的第二个十年确立了核心方向。面对公司未来产品“是电动车，是智能终端，还是具身机器

人交互模块有很多软硬协同，但又有明显差异。”一位机器人产业人士接受记者采访时也分享了其中的难点，“例如电机，新能源电机、机器人电机、消费电子电机，它们从尺寸、精度、速度、力矩要求都不同，所以直接搬来使用是不合适的，相当于这些供应链企业要制造机器人的零部件，还要攻克一些机器人企业已经做出优秀

“当下没有任何第三方供应商可以完整地提供这套系统，甚至没有任何一个是可以供应的。”李想表示。

“虽然智驾汽车与人形机器人在环境感知模块、运动控制模块和

是理想的一贯做法。2022年，经历销量波动和“黑天鹅”事件的冲击，理想也采取了减缓、调整和刹车的策略来应对。但在2023年上半年，随着销量增长，门店数量不足以支撑，理想及时调整战略，投资了确定性高的优质门店。

有分析人士指出，此番调整直

接后果是2025年理想销量遭遇下滑挑战。2025年，理想共交付40.63万辆，同比下滑18.81%，未能如期完成其制定的交付64万辆的目标。

“收缩低效门店并非短期应激，而是一次主动的‘战略刹车’。”在杨继刚看来，理想通过压缩前端销售成本，为后端研发和技术投入

腾挪空间。“这本质上是‘市场换规模’，转向‘效率换未来’。”

值得一提的是，关闭低效门店的同时，理想也在同步扩充新门店。2月3日，理想官方发布消息，2025年12月至2026年1月新开13家零售门店。截至2026年1月，理想零售门店增至557家。