

重塑网点布局 莲花汽车求变

关闭北京国贸门店、新店落地金宝街超豪华商圈，莲花汽车正在开启渠道战略调整。7月8日，莲花汽车方面向北京商报记者独家回应称，此次门店的调整并非收缩，而是基于“Focus 2030”发展战略，将渠道资源集中投入单店服务深度，而非盲目追求网点数量。

近期，莲花汽车正式宣布放弃2027年全面纯电动化目标，转为多种动力并行模式，并设定到2030年实现年销3万辆及盈利的目标。业内人士指出，门店迁址金宝街可以进一步贴近高净值客群，并降低租金成本。动力战略的回调则是止损务实之举，“油电混并行”可维持现金流与品牌调性。

莲花汽车“Focus 2030”战略

重点

从“规模扩张”转向
“质量与盈利并重”

渠道

集中投入单店服务深度的打磨与用户社群的精细化运营，不盲目追求网点数量



门店网络调整

7月8日，北京商报记者走访发现，莲花汽车位于北京国贸商城北区一层的临街门店已撤店，该位置由拓竹科技接手。

2023年，莲花汽车北京国贸体验店正式开业。彼时，一抹品牌标志性的明黄色，成为连接国贸南北区的视觉符号。然而，短短三年时间，这家门店便悄然闭店。

对于门店关闭的原因，莲花汽车方面向北京商报记者独家回应称，此次门店的关闭并非收缩，而是在门店租赁期满后，品牌主动做出的选址迁移与空间重塑。北京国贸体验店曾作为路特斯品牌进入中国初期的关键窗口，有效建立了高端认知并沉淀了早期核心用户口碑。

当前，品牌正全面践行全球“Focus 2030”战略，发展重心从“规模扩张”转向“质量与盈利并重”。在此基础上，莲花汽车渠道资源将集中投入单店服务深度的打磨与用户社群的精细化运营，而非盲目追求网点数量。

值得注意的是，在国贸门店关闭的同时，莲花汽车新体验店选址金宝街，该地位于北京东二环核心超豪华汽车商圈。莲花汽车表示，新店将为用户看车选车提供更高阶的便利性与尊享感。目前新店装修已进入收官阶段，计划于8月15日正式开业。

目前，莲花汽车在北京地区仍完整保留金宝街体验店、亦庄莲花跑车中心及海淀莲花跑车中心等，涵盖销售、交付与售后服务全链条。同时，全国门店也在推进，其中兰州门店已于今年6月启幕，长春门店预计8月开业。

告别全面纯电路线

当前，莲花汽车正在对旗下产品矩阵及定价进行调整。莲花汽车销售人员表示，“之后会有一些跑车车型进店，金宝街门店会更适合展示”。北京商报记者在莲花汽车金宝街新店看到，该门店位于金宝汇购物中心的一层主力店位置，位于金宝街路侧，比邻法拉利、阿斯顿·马丁等品牌。

2024年，品牌发布了首款纯电轿车EMEYA，起售价66.8万元，在2025年换代新车上市时，EMEYA的起售价下调至53.8万元，降幅达13万元；2026年3月，莲花汽车发布首款插电混动SUV车型For Me，起售价进一步下探至50.8万元。

按照规划，莲花将于2028年推出搭载全新开发的V8混合动力系统的超级跑车Type 135，而其上一次销售V8超跑还要追溯到2004年停产的Esprit。

上述种种变化，实则都源自品牌近期的战略调整。2026年5月，莲花汽车正式发布“Focus 2030”战略，宣布放弃此前设定的2027年全面纯电动化的目标，转为在燃油、混合动力和纯电领域并行推进，并设定到2030年实现年销量3万辆及盈利的目标。

莲花集团CEO冯擎峰在接受媒体采访时曾表示，结合全球汽车市场格局变化、不同区域用车环境与各国电动化政策节奏差异，单一动力路线已无法适配全球市场需求，这也是莲花推出多元动力战略的核心初衷。

不过，莲花汽车当前的销量距离3万辆目标仍有差距。

财报数据显示，2025年，莲花汽车全球销量为6520辆，同比减少46%；营业收入约为5.2亿美元，同比下滑44%；归母净利润亏损4.6亿美元，同比减亏58%。在营收下降的背景下，莲花能够实现减亏，主要得益于产品组合向高毛利的大众市场产品倾斜以及持续推动降本增效。

回归“驾驶者之车”本质

实际上，莲花汽车并非首个放缓电动化步伐的超豪华汽车品牌。2025年10月，法拉利宣布削减电动汽车目标，将2030年纯电车型占比目标从40%降至20%；今年2月，兰博基尼宣布取消Lanzador纯电GT量产计划转为插电混动版本。

当前，超豪华汽车行业正从“为电动而电动”回归“为用户价值而电动”，强调技术成熟度与品牌基因延续，而非时间表驱动。大消费行业分析师杨怀玉指出，莲花汽车等品牌均面临着高端小众市场收缩、国产新能源品牌挤压等挑战，传统超跑品牌在电动化转型中，普遍会遭遇用户心智断层以及技术护城河缺失的问题。

从中国市场情况来看，伴随新能源汽车渗透率的不断攀升，国产高端产品持续增多。公开数据显示，2026年一季度，50万元以上乘用车中，国产品牌车型销量同比增长97%，市场占有率达到69.5%。

针对当前莲花汽车的调整，杨怀玉认为，门店迁址金宝街可以进一步贴近高净值客群，并降低租金成本。动力战略的回调则是止损务实之举，全面电动化投入巨大但回报不及预期，“油电混并行”则可以维持现金流与品牌调性。

接下来，莲花汽车应放弃规模执念，回归“驾驶者之车”本质。以轻量化、操控调校等核心技术构建差异化壁垒，维系硬核车迷社群。同时，利用吉利体系降本，但保持工程独立性；产品上聚焦小众高性能细分市场，避免与主流新能源正面竞争；品牌叙事则需强化赛道基因与情感价值，而非参数堆砌。

北京商报记者 蔺雨薇

图片来源：莲花中国

商业那点事儿

以新闻的视角，每天和您聊聊商业那些事儿

扫码关注
商业那点事儿