



新闻 第一时间的深度 事实背后的事实

阅读提示

近日,湖北省开启购车补贴活动,其中东风系列部分车型最高补贴达9万元,引起市场关注。随后,多家车企跟进降价补贴活动,目前已有超过40个汽车品牌、上百款车型参与到本次降价潮中。

记者走访发现,河北本地车企目前还没有深度介入到此番降价中,不过也在观望的同时准备着相关应对措施,既涉及新车市场,也涉及二手车市场。

而探究本次降价潮的原因,既有车企面临去库存的压力,又跟即将实施的“国六B”排放标准有关。本次降价潮背后,还反映出新能源汽车与燃油车的市场之争,或预示着汽车行业的调整重塑。

▶长城汽车股份有限公司徐水生产基地生产车间。(本报资料片)



降价潮持续,汽车业加快重塑

河北日报记者 魏雨

超过40个品牌、上百款车型参与降价

“近半个月来,咨询东风雪铁龙车型的顾客暴增,每天电话咨询量少则三四百,多则五六百。顾客问得最多的是东风雪铁龙C6,简直成了网红车。”3月20日,在位于石家庄市北二环东路的河北盛孚凯旋东风雪铁龙4S店,负责人高明告诉记者,店内东风雪铁龙车系汽车原本库存不多,目前C6和C3车型基本售空。

与湖北省仅需12.19万元即可购得东风雪铁龙C6相比,目前石家庄市场的优惠幅度不大,售价为16万元左右,这一价格与该车型长以来的销售价格基本持平,略有下浮。

3月初,湖北省推出号称史上力度最大的购车补贴,东风旗下多个品牌宣布降价促销,其中优惠最大的东风雪铁龙C6每台补贴9万元,相当于购买新车可享六折优惠,9万元的补贴款由政府和企业共同承担。

消息一出,湖北省各地消费者涌入4S

店,甚至有不少湖北周边消费者也加入跨省购车大军,热门车型很快销售一空。据消息人士透露,目前厂家正在从全国各地经销商手中调车,运往湖北销售。

一石激起千层浪,紧随“东风系”降价促销政策,各汽车品牌相继宣布降价补贴,汽车降价潮开始向其他地区蔓延。

中国一汽于3月初面向吉林省消费者推出购车补贴活动,补贴总额1.5亿元,单车补贴金额最高3.7万元。3月16日,上汽大众宣布补贴37元跟进降价,单车限时优惠最高5万元。据不完全统计,截至目前,已有别克等超过40个汽车品牌、上百款车型,通过厂家补贴或经销商降价等方式参与其中。

“目前河北省区域内,像大众、奥迪、凯迪拉克等个别车型有一些降价措施,但没有出现某品牌全系列降价的情况,而且降价幅度也有限,多是车企和经销商在正常营销情

况下给出的优惠措施。”河北省汽车流通行业协会秘书长吴长勤表示,目前降价潮还没有明显波及河北市场。

从我省车企的反应看,目前车企也还未宣布大幅降价补贴的措施。长城汽车总裁穆峰表示,针对本轮汽车降价潮,长城汽车“不会那么跟风”。

“有的企业拿着真金白银‘掀桌子’,有的因为经营出现问题‘掀桌子’,有的为了更好的估值‘掀桌子’,此前有企业为了销量而压库存,大量库存或许是此次价格战的原因之一。”穆峰说。

值得注意的是,本轮由湖北开启的汽车降价潮大多集中在燃油车型上。据中国汽车流通协会统计,1月国内汽车经销商库存预警指数为60.8%,2月为58.1%,均高于50%荣枯线。而在1至2月,燃油车的总销量又萎缩了30%,燃油车面临很大库存压力。

汽车市场的参与者在观望

“此次降价潮促进了东风雪铁龙C6和C3等车型的销售,但畅销仅限于部分车型,其他品牌汽车的销量不升反降。”高明表示,降价潮引发消费者观望情绪,很多有购车计划的消费者转为持币待购。

高明作为河北盛孚凯旋汽车贸易有限公司负责人,其公司还经营荣威、名爵等汽车品牌,高明直言这些品牌本月的销量不太理想。

多位河北本地的经销商告诉记者,近一段时间以来,汽车销售量在下滑,来店内或通过电话询价的人不少,但当消费者了解到优惠幅度不大时,多数便转身离开或者表示“再等等”。

事实上,当前很多新车的优惠幅度已经超过去年底,但受此次降价行情影响,汽车销量并没有增加。石家庄一位4S店店员

表示:“我们经营的品牌没有政府和厂家补贴,作为经销商,我们只能在力所能及的范围内给出一点优惠,整体来看,现在行情有点淡,销售进度没跟上,但行情越淡,只能卖得越便宜。”

全国市场的表现与河北省类似。据中国汽车流通协会统计数据,目前全国各地4S店到店客流量大幅增长,但除湖北相关城市外,其他地方的成交量却显著下降,部分消费者开始持币待购,等待降价补贴政策。

“汽车市场的参与者在观望,消费者对降价有很大预期,在当前市场不明朗的情况下,不是刚需购车者不会出手。车企和经销商也在观望,他们会时时刻刻关注市场变化,调整销售策略。”吴长勤说。

本轮汽车降价潮中,很多汽车品牌把补贴降价的截止日期定在了3月31日。吴长勤认为,本轮降价潮不会到3月底截止,湖北省不会有下一步举措,其他品牌也不会持续跟进,目前都不能判断。市场已经炒起来了,不会很快偃旗息鼓,降价潮很可能会延续到5月甚至年中。

很多业内机构也预测,在“国六B”排放标准实施前的几个月内,车企和经销商的价格战可能会愈演愈烈。老款燃油车因清库存售价可能会进一步下探,同时其他燃油车、新能源车也无法幸免,都可能卷入到降价潮中。

一位省内汽车经销商告诉记者,目前有优惠的车型确实很多,但真正大幅降价的车型基本都是已停产或者非热销的燃油车,技术还未更新换代,市场竞争力弱,不得不打折促销,而那些真正卖得好的主流品牌的主流车型目前价格相对稳定。“就像卖衣服会做断码甩卖一样,这些老旧车型也急需去库存。”该经销商说。

吴长勤认为,此次源自湖北的汽车降价潮由于有地方政府的因素,又呈现出复杂的博弈性,此举既是当地政府促进消费的举措,同时也是在帮助本地汽车企业。“汽车产业是湖北的支柱产业,政府掏钱支持企业去库存,可以帮助企业转产、回笼资金,而企业良性运转反过来能够带动地方发展。”

此外,被称为全球最严排放标准的“国六B”政策将在今年7月1日实施,一旦新标准开始全国执行,不符合排放标准的车型不能销售、注册、上牌,这意味着部分燃油车的老款车型面临淘汰。对于车企来说,现在降价出售,无疑是降低亏损的最好办法。

降价潮引发的连锁反应对二手车市场影响同样明显。

“往年3月份,我们每天的二手车成交量在70至80台,现在每天仅50台左右,成交量降低了约三分之一。”河北英华二手车市场服务有限公司项目经理东亚军告诉记者,二手车市场同样进入观望期,很多消费者看到新车降价,放弃购买二手车的想法,打算购买新车。

从车型看,二手车市场中,受影响最大的是家用汽车,面包车、皮卡、货车等几乎不受影响。从价位看,10万元以上的中高端车型受影响最为明显。

对二手车商而言,新车降价潮不仅让二手车销售受阻,一些已经收来的降价车型必然会“砸在手里”。在石家庄市旧机动车市场,一位经营东风雪铁龙汽车的二手车商介绍,此前他收购了不少雪铁龙C6车型,在本轮降价前,一辆一两年车龄的“准新”C6能卖14万元左右。现在,新车降到了12万元左右,已经比他的收车价还低。

“凡是已经明确降价的车型,比如像雪铁龙等法系车,以及日产、奥迪的某些车型,目前很多二手车商暂时不收了,即便是收,价格也会压得特别低。车商们要先把手里的库存清完,再考虑下一步怎么办。”东亚军说。

在东亚军看来,如果新车降价潮延续,会对二手车市场持续造成冲击,交易量下滑,市场收缩。而对二手车商来说,在收车上会变得更为谨慎。

干货大会上,长城汽车展示了以整车为核心,全面布局新能源、智能化等相关技术产业的“森林生态”,并对外发布了全新智能四驱电混技术。

“新能源汽车必然会挤压燃油车的市场份额,当车企进入新能源的‘蓝海’时,实际上面临的不仅仅是新能源之争,而是整个汽车产业之争。长城汽车很早就意识到新能源转型即将到来,从2015年开始做产业布局,到今年已经推进了8年时间。”穆峰说。

穆峰表示,目前长城汽车已经完成了在能源和智能化两个领域的扁平化、网络化、去中心化的全产业链布局,今年将会推出10余款新能源车。

“2023年是汽车行业电动化、智能化及自主品牌崛起的关键一年,头部车企进入抢占市场份额的重要时期。对燃油车而言,此番价格战能否使市场回暖还有待观察,但这一轮降价潮将令中国汽车产业的重塑速度加快成为事实。”吴长勤说。

记者观察

对消费者来说,汽车降价无疑是一个好消息;对车企而言,补贴策略可以带动销量,帮助企业回笼资金。但越来越多的补贴促销活动,也引发行业担忧——是否会对汽车消费市场的后续发展带来不利影响。

在过去,政府通过减征购置税、增加购车补贴、放宽限购等政策,成功拉动了汽车消费。但当政策退出之后,车市很容易再度陷入低迷,需要更多的政策刺激。

为应对2022年上半年汽车消费市场低迷,我国在下半年开始实施购置税减半征收政策。政策一经推出,2022年下半年国内汽车销量止跌回升。然而,进入2023年,由于该政策未能延续,叠加新能源汽车补贴政策退出,1至2月份汽车销量出现下滑。

如今,地方政府与车企、经销商联合推出大幅度补贴,短期看对汽车消费来说是利好,但长远看或将进一步透支消费能力,造成需求断层。甚至有专家表示,以大幅补贴的方式吸引未来消费者是在“饮鸩止渴”。

即使是短期来看,此次降价潮带来的消费热也还没有到来。中国汽车流通协会数据显示,3月1日至12日,乘用车市场零售量为41.4万辆,同比下降17%,较上月同期下降11%。究其原因,是降价潮带来了观望情绪,广大消费者持币待购,等待更多品牌更大幅度的降价。

对车企来说,合理的降价空间是制定降价策略时必须考虑的。公开资料显示,去年特斯拉汽车业务毛利率为28.5%,成本优势很大,所以降价空间也最大。而整个汽车行业的平均利润率大约在8%至10%之间,如果降价幅度过大,势必会影响利润积累。

企业没有一定的利润,就很难有足够资金投入新产品开发。久而久之,行业创新力就会不足。同时,一辆汽车的制造涉及上万个零部件,背后是庞大的产业链。如果车企没有合理的利润,必然会对上下游产生挤压,产业链生态健康,更谈不上高质量发展。

品牌价值同样可能因大幅降价受到影响。毫无疑问,大幅降价会折损企业自身品牌形象,尤其是对走高端化路线的品牌来说更是如此。如何平衡销量、利润与品牌之间的关系,如何面对补贴退出后的市场,值得车企全盘思考。

近日,中国汽车流通协会发文称,购车补贴只定向本地品牌可能会引发系列问题。文中称,汽车生产企业为清理库存的降价促销、回笼资金是常见的市场行为,政府拿出资金鼓励汽车消费也是非常值得提倡的。但资金补贴只定向本地生产的汽车品牌,这种选择性的做法有明显的地方保护色彩,对非本地生产的汽车品牌不公平。文中还表示,近期各地方政府陆续出台促销政策,如果一一效仿,即只对所在地生产的汽车品牌进行补贴,势必造成汽车市场的分割和市场秩序的混乱。

文/河北日报记者 魏雨

车市促销,谨防『补贴后遗症』



▲位于石家庄市北二环的河北盛孚凯旋东风雪铁龙4S店内。

高明供图

新能源车与燃油车争夺战比想象中来得更快

实际上,在湖北省开启购车补贴活动之前,降价已经发生在新能源汽车领域。

今年1月,特斯拉在新能源车领域率先降价,单车最高降幅达到4.8万元,带动小鹏汽车、问界系列、阿维塔等多个新能源车品牌跟进推出补贴优惠政策。

特斯拉率先推出的大幅降价措施对燃油车销售产生了很大影响。相关人士表示,新能源汽车降价后,同价位级别的燃油车型几乎看不到太大优势,所以销量会进一步压缩。从一组数据中可以看到这一变化,今年1至2月,新能源汽车产销累计完成97.7万辆和93.3万辆,同比分别增长18.1%和20.8%,市场占有率达到25.7%。

吴长勤认为,新能源汽车是未来的发展趋势,今年2月,新能源汽车国内零售渗透率

为31.6%,环比提升近7个百分点,同比提升10个百分点。这一指标直接体现了消费者的购买意愿,新能源汽车的占比不断上升的趋势没有改变,燃油车的销售份额不断被吸走。

业界认为,本次汽车降价潮背后反映出的是新能源汽车加速替代燃油车市场份额,燃油车滞销、新能源汽车内卷的行业环境。

新能源汽车与燃油车的市场争夺战可能比想象中来得更快。

在3月初举办的投资者日活动上,特斯拉宣布工艺改良后,可以实现组装成本降低50%。此后,特斯拉CEO马斯克表示,特斯拉推出低价新车的计划没有变。根据相关机构测算,特斯拉新车的成本约为1.5万美元,折合人民币约为10万元,预计上市定价在15万元左右。

如果特斯拉的低价新车能在年内推出,将会造成比降价更广泛的影响,或将改变包括新能源汽车和燃油车在内的全行业定价策略。

业内专家表示,现在汽车市场已经完全进入创新驱动的竞争时代,车企除了研究价格策略、品牌策略之外,更要靠技术创新去打造自身的产品体系和竞争格局。2023年将是新能源汽车市场占有率快速上升的关键年份,此时自主品牌也要抓住机遇,不断提高竞争力,从而在国内国外获得更高的市场份额。

这也意味着,汽车行业或将面临调整洗牌。当前,很多传统车企已经在清除库存,为转型谋划,而我省头部车企布局新能源汽车领域的行动也已经在进行。

在3月10日长城汽车举办的智能新能源



▲石家庄市旧机动车市场内的二手车。 东亚军供图