



# 消費潮流 汽車篇

去年開始，內地汽車行業出現了降價潮，各家車企的減價戰到目前仍在持續，且有愈演愈烈之勢。無論是低端車型還是高端車型，也不管是新能源車還是傳統燃油車，價格統統已經被打折到歷史最低，一些經銷商甚至在直播賣車時推出五折新車、四折特價車等車型。不過，消費者越見降價觀望情緒越濃，越打折越不敢出手，眾多汽車經銷商和部分汽車廠家也因庫存積壓面臨生死大考。

◆文/圖：香港文匯報記者 孔雲瓊 上海報道

# 內地汽車價格戰

# 消費者陷徬徨

# 今年新款車型 提車9天就減價15%



小鵬今年1至3月進行過兩次降價。



比亞迪新秦 PLUS EV，4月7日起降價1.2萬。



高檔車陣營的smart，最新款的精靈一號比老款便宜了1萬多。

## 近期內地降價幅度較大車型

品牌	型號	最高降價
奧迪	A7L、Q6	16萬元
寶馬	i3 2022款的eDrive 35L	9萬元
雪鐵龍	C6	9萬元
奔馳	GLA 200 (針對部分人群)	8.5萬元
別克	君威552T、652T、GS	5萬元
特斯拉	Model Y	4.8萬元

貨幣單位：人民幣 來源：網絡整理及官方消費

## 下一輪降價潮 由新能源車接棒

如果說今年一季度是以傳統燃油車轟轟烈烈的降價為主，接下來的二季度可能是新能源車扎堆降價的一個時節。自特斯拉年初在中國內地開啟降價以來，又宣布本月15日會在中國香港地區下調部分Model 3和Model Y價格，下調幅度最高達14.7%。實際上，進入4月以來，吉利、比亞迪、奇瑞、五菱宏光等新能源車也紛紛開啟了降價模式。

### 起步價3.28萬車型最多減1萬

4月9日，吉利旗下睿藍汽車發布睿藍9價格調整說明稱，即日起正式調整官方指導價，其中降幅最大的高配版降價2萬元，幅度為10%；4月10日，長安深藍同樣推出降價高達2萬元的降價活動；同一天，上汽通用五菱也開始走降價路線，宣布即日起至5月底，購買五菱新能源車型可享受最多1萬元的優惠補貼，要知道五菱宏光MINI EV起步價才3.28萬元。而比亞迪4月7日決定，旗下的海豹車型推出購車促銷活動，綜合優惠最高3.1萬元。

新能源車不同於傳統燃油車的去庫存，它們的降價多是因為成本優化後帶來的價格空間。據特斯拉公布的2022年四季度及全年財報，2022年特斯拉單車毛利率為28.5%，而四季度因車型降價，單車毛利率降至25.9%。2017年至2022年，特斯拉電動汽車的平均售價降了一半，但營業利潤率持續提升，從大約14%提高到近乎17%。而內地降價的新能源車品牌，在公告中亦提及了成本的下降。奇瑞新能源就將降價歸結受惠於全球新能源原材料價格回調，以及企業成本管控、供應鏈管理能力提升；吉利同樣在降價公告裏表示是原材料價格回調。

### 電池原材料價一年最低

在眾多的新能源車降價聲明中，車企還不約而同地提到了電池原材料降價的因素。今年電池級碳酸鋰持續下跌，截至4月12日，碳酸鋰(99.5%電池級/國產)跌2,000元至19.8萬元/噸，創逾1年新低，近30日累計跌19.25萬元。

對於未來趨勢，業內預期，新能源車價格未來或還有下降空間。



魏小姐今年3月份剛提的2023款歐拉好貓，提車後9天該車型降價2.2萬元。受訪者供圖

## 越打折越不敢買 銷售增長放慢

簡單粗暴的汽車價格戰一直持續，但對多數車企和經銷商而言並未帶來實質性好處。實際上，消費者越打折越不敢買，生怕出手快了會血虧，上個月內地乘用車市場銷量也十分慘淡。近日乘聯會發布的2023年3月份全

國乘用車數據顯示，3月乘用車市場銷售158.7萬輛，同比增長0.3%，環比增長14.3%。3月銷售環比實現14.3%的正增長，是本世紀以來最弱的3月環比增速。乘聯會分析指，3月銷售疲弱，是由消費不旺和市場價格混亂帶來的觀望氣氛加重等綜合因素影響下的結果。

此起彼伏的降價，的確影響消費者購買。前面提到的魏小姐對於剛提新車就遭遇品牌官方降價的行為十分氣惱，因此她對所購買的車輛也給出了「感覺不好，不推薦購買」等個人評

價。相較魏小姐家庭中去年購買的一輛至今並未降價的車，她對其感覺不錯。另外不少消費者認為「買漲不買跌」，只要價格戰還在持續，就會一直持幣觀望。

在如此氛圍中，多數經銷商並未從價格戰中有所收穫，反而盈利能力進一步下滑。據中國汽車流通協會發布的經銷商庫存預警指數調查，超過六成的經銷商一季度銷量任務完成度不足80%。3月中國汽車經銷商庫存預警指數為62.4%，環比上升4.3個百分點，汽車流通行業處於不景氣區間。另外全國工商業聯合會汽車經銷商商會在2022年開展的一項調研顯示，去年有2,000多家4S店閉店退

其中奔馳GLA 200的最高讓利幅度可達8.5萬元。奧迪兩款原價40萬元起步的車型A7L和Q6降價16萬元，目前最低可以在30萬元左右的價格買下。另外，凱迪拉克、雷克薩斯等豪華品牌不少也推出了高達10萬元的降價力度。

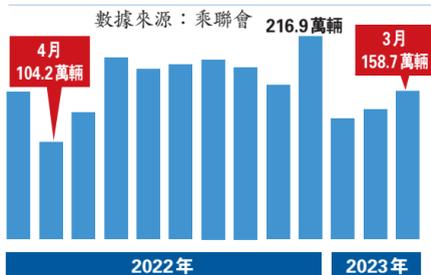
### 直播平台4S店五折清庫存

更令消費者咋舌的，還是線上直播間的半價甩賣。近日淘寶、抖音等直播平台出現不少4S店五折起清庫存。「今天給大家帶來一款新車，原價12.59萬元的別克英朗，打完折6.98萬元。」抖音上一位名為程程的主播，正賣力地向觀看視頻的消費者推薦一輛接近五折甩賣的新車，在這輛車的身後，還有一輛車懸掛着四折的標籤。對於五折賣車，有主播回應稱是目前車企要去庫存，因此降價力度十分大。

一波接一波的降價下，銷售有一點改善。據中國汽車行業協會最新發布，3月，我國汽車產銷分別完成258.4萬輛和245.1萬輛，環比分別增長27.2%和24%，同比分別增長15.3%和9.7%。其中新能源汽車產銷分別完成67.4萬輛和65.3萬輛，同比分別增長44.8%和34.8%。

中汽協統計分析指，一季度中國汽車行業進入促銷政策切换期，傳統燃油車購置稅優惠政策的退出、新能源汽車補貼的結束等造成去年底提前消費，相關接續政策尚不明朗；年初以來的新能源降價以及3月以來的促銷潮又對終端市場產生波動，汽車行業總體面臨較大壓力。

## 全國乘用車市場近一年銷售情況



## 特稿

# 價格戰打得太猛 難有贏家

本輪汽車價格戰源於多種因素，既有車企去庫存一些老舊款的需求，也有疫情後應對消費疲軟的刺激作用，更有部分新能源車企因成本優化後的降價。但一味比拚價格終究傷害了市場。對於最近汽車行業的大規模激烈降價行為，有專家和學者表示擔憂。

麥肯錫全球董事合夥人方寅亮向香港文匯報記者表示，如果汽車的降價是在車企對成本管理能力不斷提高之後實現，這是可持續性的做法。但近期市場上的價格競爭，一定程度上脫離了秩序，如此行為肯定是不健康的，「從整個市場的反應能夠看到，汽車控制成本能力還沒有上來，激進降價的話，車企盈利壓力增大，亦造

成了消費者的持幣觀望。」方寅亮認為，總體而言，價格戰打得過快過猛，所有車企的利潤都受影響。

### 專家：造車新勢力最受傷

黃河科技學院客座教授、汽車行業分析師張翔告訴記者，車企降價促銷不能賺錢還得區別看待。「對於大部分車企來說，降價銷售是薄利多銷可以回籠資金，特別是一線車企例如大眾豐田等，降價基本上不虧錢，只是利潤減少。」不過，價格戰裏挾下的造車新勢力日子就不是那麼好過。不少互聯網造車新勢力原本就是燒錢造車，基本上賣一輛就要虧十幾萬元，如果還參與價格戰，虧損情況可

想而知。」

### 燃油車急散貨 觸發減價戰

對於本輪價格戰的目的，張翔認為最大原因還是去庫存。「上海車展開幕在即，一大批新車新技術會扎堆亮相，汽車行業裏老車型只能通過這種優惠手段來去庫存。另外，今年7月1日啓動的新排放標準，同樣會促使車企甩賣老車型。」

而一些新能源車的降價比如特斯拉，張翔認為是為了提高產能利用率，降價可以獲得更多訂單，釋放更多的產能。方寅亮則認為，本輪價格戰主要還是傳統燃油車企觸發，部分新能源車因為規模增長較快，它們的

降價更像是一種應戰狀態。

當然，部分車企的降價也不排除出於打擊競爭對手目的，張翔表示，一些大車企的降價會導致技術水平落後的小車企的破產加速，小車企退出後，大車企可以獲得更大的市場發展空間。而中汽協也發文呼籲要理性對待本輪汽車促銷，強調價格戰不是長久之計。



◆麥肯錫全球董事合夥人方寅亮



◆黃河科技學院客座教授、汽車行業分析師張翔

◆記者 孔雲瓊