

激战 实施了13年的“国补”正式退出历史舞台 新能源车淘汰赛加速

按照财政部等四部门通知,新能源汽车购置补贴政策已于2022年12月31日终止,实施了13年的“国补”正式退出历史舞台。

其时,各大车企纷纷表示:这并不会影响企业整体战略布局和长远竞争。然而,新能源汽车市场随着特斯拉等新能源车的大幅降价,一时间“硝烟四起”。

2023年,新能源车场将何去何从,备受关注。



极氪新能源车

小鹏G7

比亚迪

A 价格战 “降价潮”才刚刚开始

早在1月31日,极氪汽车推出极氪001的开工限时福利,全系车型极境蓝内饰限时免费选装、空气悬架套装限时优惠,这两项加总优惠金额达1.72万元。另外,YOU版车型购买极氪汽车合作的保险,还可限时享受40000积分/台的保险补贴,相当于4000元优惠。

2月1日,曾宣称“不降价是原则”的蔚来汽车便对2022款ES6和ES8抛出促销方案,优惠幅度最高超过10万元。对全款购车的用户,包括蔚来ES7在内给予3000-5000元不等的折扣优惠。

2月1日,沃尔沃汽车宣布,2023年2月1日~3月31日期间,在天猫沃尔沃汽车官方旗舰店支付5000元纯电C40及XC40纯电版车型订金,即可在支付尾款时享受5000元抵扣25000元的订金膨胀礼,相当于降价2万元。

2月1日起,广汽埃安针对部分车型推出5000元/辆限时交付激励以及3年0息、低首付限时金融补贴等。

五菱汽车宣布,3月31日前,宏光MINI EV的起售价下调3000元至2.98万元。

经不完全统计,自今年1月6日特斯拉吹响价格战号角以来,已有9家车企予以跟进。

究其原因,众车企销量在特斯拉的猛烈攻势下,纷纷“扛不住”了。

特斯拉CEO马斯克在1月26日财报会议上透露,1月份订单量大约是产量的两倍,并兴奋地表示,特斯拉降价后提振了需求,2023年全球销量有望达到200万辆。

数据显示,日前出炉的1月销量榜上,除了理想汽车交付1.51万辆,同比增长23.4%外,蔚来、哪吒、小鹏等纷纷出现“颓势”。

蔚来1月交付8506辆新车,同比下滑11.87%;哪吒1月交付新车6016辆,同比降45.4%;小鹏汽车在1月仅交付5218辆新车,其中G9交付2249辆,同比下跌59.63%;零跑汽车1月仅交付1139辆,环比同比均大幅下降超80%。就连比亚迪1月销量同比增速虽达62.44%,但较去年超2倍的增速,仍出现明显下滑。

业内人士表示,“降价潮”才刚刚开始,规模化、稳定的供应链将让成本进一步降低,接下来将有更多的造车新势力加入“降价潮”阵营。

B 推新战 市场挤出效应更强烈

相比“扎堆”的“价格战”,更“热闹”的是新车布局——推新战。2023年各家车企,尤其是传统车企的新能源改款、换代以及全新产品的占比越来越高。

作为2022年全球新能源汽车的销冠,比亚迪今年将推出海洋网的入门车型——海鸥,以及对标特斯拉Model Y的海狮、军舰系列第二款轿车——驱逐舰07。同时,包括高端品牌仰望,则将推出其首款定位百万级别的新能源硬派越野仰望U8。

理想汽车今年将推出L7和L6,其中,L7即将迎来上市,而L6则定位于一款中型五座SUV,定价在30万元以内。

小鹏汽车方面,除了迭代P7、P5以及G3三款车型外,将推出一款全新纯电SUV小鹏G7,以及一款基于H平台打造的MPV车型,预计将于9月份量产。

吉利将推极氪小型纯电动SUV、紧凑型纯电轿车;AITO问界计划在2023年推出问界M9,睿蓝汽车将推睿蓝7;长安汽车旗下“爆款”CS75PLUS、CS55PLUS以及UNI-K、UNI-V搭载智电iDD将在插电混动市场密集投放,深蓝S7以及开拓者EV、阿维塔E12等车型也将在今年完成上市。

长安汽车董事长朱华荣预判新能源正进入多动力并行时代,竞争将愈发激烈。

朱华荣称,“2022年,中国市场现存147个汽车品牌,新推出车型197款,其中,新能源116款,占比58.9%;在售新能源372款,平均月销1163辆,这显然不符合产业规律的。如果按当前市场容量、单车型月销过万进行测算,100款车型就将饱和。”

对此,朱华荣表示,过去3年,已倒下75个品牌,预计3-5年后,或将有60%-70%的品牌会关停并转。

长城证券认为,这将对尚未形成生产规模化、自身品牌辨识度排名靠后的新能源汽车整车厂形成强烈的市场挤出效应。

乘联会秘书长崔东树表示,2023年,新能源车有增速放缓的特征,将会回归平稳状态,包括油价下跌、消费热点从安全出行转移至出境游等复杂因素都将影响新能源车销量。

乘联会预计,2023年新能源乘用车销量将达850万辆,同比增长23.4%,渗透率将达36%。

C 出海战 各车企全球跑马圈地

中汽协统计数据 displays,2022年中国汽车出口达311.1万辆,同比增长54.4%,已超越德国,排名世界第二,仅次于日本。而中国汽车出口增长的主要动力是新能源汽车。

2022年,新能源车出口总量达67.9万辆,同比大增1.2倍,增速超过汽车出口的整体增速。

乘联会统计数据 displays,去年,我国前三大汽车出口市场分别是墨西哥、沙特和比利时,出口量均突破20万辆;紧随其后的是英国、智利和澳大利亚,也逐渐成为我国汽车出口的主要目标市场。

小鹏汽车强调今年是出海起点之年。何小鹏公开表示,“以2023年为起点,小鹏汽车会真正从中国走向全球。在未来五年,小鹏汽车将会推出5款面向全球的智能汽车。”

欧洲是蔚来汽车出海的第一站。早在2021年5月,蔚来汽车就发布了挪威战略。2022年9月,蔚来汽车在匈牙利投资建设的蔚来能源欧洲工厂首座换电站正式下线。ET5则预计将于今年春季登陆德国市场。不仅是欧洲市场,据媒体报道,蔚来汽车正招聘多个美国生产制造相关岗位人才,或将在美国建厂。李斌曾表示,到2025年计划将蔚来的销售扩展到包括美国、日本、澳大利亚和阿联酋等国家和地区在内的全球25个国家和地区。

不只是造车新势力,长安汽车、长城汽车、比亚迪等也在加速海外市场的扩张步伐。

“无基地不海外,无海外不长安。”长安汽车党委书记、董事长朱华荣就透露,长安汽车目前在墨西哥、埃及等国家拥有6座工厂,正在逐步向智利、GCC等较大市场扩展,积极推进右舵产品向澳新及东盟市场的导入,以及新能源产品向欧洲市场的导入。未来2-3年,长安汽车将在海外设立2-3个总部基地。

小康进出口公司总经理张兴燕介绍,将在新加坡、马来西亚、泰国等新能源汽车基础较好的市场,逐步导入中高端智能电动汽车。

鑫源集团执行总裁周江文介绍,目前在东盟的新能源商用车,重庆车企占据了主流。鑫源集团出口到东盟的新能源汽车超过5000台,涵盖面包车、卡车、MPV等,市场主要包括新加坡、马来西亚、泰国、越南等。

长城汽车则在去年底选择与当地SQ集团旗下的汇鸿汽车合作,共同开拓菲律宾市场,并明确了未来主攻产品路线为SUV和皮卡等车型。

同时,一些零部件企业正在不断加入“东盟全家桶”。如国轩高科、亿纬锂能、宁德时代、蔚蓝锂芯等都已宣布在东南亚建厂。

中汽协预测,保守估计,2023年中国汽车出口有望实现20%的增长。更有企业乐观判断,2023年,中国汽车出口有望达到400万辆。其中,新能源汽车出口将成为中国汽车出口增长的重要贡献者。

■ 相关新闻

瞄准1%的顶端市场 国产品牌推百万豪车

燃油车时代,百万级豪华车市场由欧美车企牢牢把控,电动化浪潮给了国产品牌“弯道超车”的机会。

1月5日,比亚迪正式发布了全新高端汽车品牌“仰望”及其核心技术“易四方”。百万级新能源硬派越野U8和百万级纯电动性能超跑U9同步亮相。

无独有偶,据媒体报道,蔚来资本将投资电动车初创公司至星数千万美元(种子轮)。首款车型将是一款售价百万元级别的超高端SUV,将在蔚来NT 3.0平台生产,预计2025年发布,并同步在海外上市。对此,记者向蔚来汽车核实,官方暂未予回应。不过,接近该项目的蔚来内部人士透露,蔚来将打造自己的“迈巴赫”,定位百万级豪华轿车,预计2024年上市发布。

1月29日,疑似极星4的一组照片曝光。据悉,极星4定位中大型Coupe SUV,将于2023年发布,其主要竞争目标是即将推出的保时捷Macan EV和其他豪华中型SUV。参照极星3的售价区间,新车售价将不低于90万元。

作为国内唯一的百万级量产电动车高合HiPhi Z GT也于近日全球首次亮相。

广汽埃安旗下高端品牌Hyper昊铂的首款超跑Hyper SSR也将预售价定到了128.6万元起,预计2023年10月量产交付。

无论是蔚来、理想、高合等造车新势力,还是极氪、极狐、岚图等甩掉母品牌包袱的“创二代”,都接连喊出“平替BBA,对标保时捷,拳打库里南……”的口号。

据上游新闻