

降! 降! 降! 汽车掉价 怎一个疯字了得?

降价

市场表现——

汽车降价大乱斗

对于网上传得沸沸扬扬的“骨折价”，甚至BBA也加入行列的消息，记者走访了多家4S店进行调查。

奔驰、宝马与奥迪在内的重庆多家经销商表示，新车的确有优惠，但绝不是网上传的那样，而在电动车方面的优惠则普遍比燃油车更大。一汽奥迪、宝马、奔驰等厂家也纷纷辟谣，对大幅降价予以否认。

不过，受湖北东风汽车此轮降价影响，的确一大波品牌开始降价，而且降价幅度都不小。无论新能源车，还是燃油车，都开启了降价“大乱斗”。

“埃安VPLUS优惠1万元，埃安YPLUS优惠5000元。”埃安大坪时代天街门店销售人员介绍。

东风日产新能源体验店销售人员表示，目前现车限时22.48万元起，政企补贴最高优惠6万元。“受最近降价潮消息的影响，来门店咨询的顾客明显增多。”

长城欧拉闪电猫至高享1万元置换补贴，8000元的购车补贴，还享车险至高补贴7000元，至高9000元的售后保障，至高10000元的贴息等。

“我们这款ID6直降3.5万元。”大坪时代天街大众ID.Store销售人员称。附近的福特电马也全系直降4万元。

小鹏汽车店内顾客更是络绎不绝。“小鹏P7i尽管没有什么优惠，但毕竟‘堆料’足，又是新款。”销售人员称，老款则降价了3.5万元。

长安汽车推出了“百亿惠民购车季”政策，凡是在3月1日—3月31日期间提车用户(购买长安乘用车全系任意车型)，即可额外享受千元汽车优惠券。另外，凡是4月30日前出台的相关汽车消费补贴，长安汽车将按照相应政策标准给予用户现金补贴。该政策覆盖车型达10余款，其中不乏长安汽车旗下的多款“爆款”。例如，第二代CS75 PLUS享受综合补贴2.6万元；长安深蓝SL03限量10000辆，最高优惠2.2万元+2万权益礼包等。

3月13日，吉利汽车发布购置税减半限时补贴政策，补贴最高可达3万元，活动将持续到3月31日。据悉，此次优惠活动涉及车型包括新缤越、第4代帝豪、远景X6 PRO等。

与此同时，热销车型并未降价，如广汽丰田热门SUV汉兰达，全系都没有优惠。南北大众的主销车型迈腾、帕萨特、途观L、探岳等价格都没有出现太大的变化。

原因分析——

车市萎缩是主因

大幅降价背后，是车市的“萎缩”。

数据显示，今年1—2月，中国乘用车总共卖出了267.9万辆，其中燃油车190.9万辆，77万辆是新能源汽车。而在去年1—2月份，中国卖出的334万辆乘用车里，272.3万辆是燃油车，新能源汽车为62.7万辆。按此看来，市场总量缩水了近20%。

在今年2月，由中国汽车流通协会发布的《2022年全国汽车经销商生存状况调查报告》中称，2022年是汽车经销商过去3—5年时间里最为艰巨的一年。经销商们对车企满意度、年度销量目标完成率、盈利情况等方面均有下降。尤其是在年度销量目标完成率方面，42.1%的经销商销售目标完成率在70%以下。

另据中国汽车流通协会统计，今年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。

尤其对于销量不佳、技术落后的燃油车而言，新能源汽车的步步紧逼，加上箭在弦上的国六B排放政策，不符合排放标准的车型不能销售、注册、上牌，此时降价成了“清库存”的唯一途径。

但更多品牌则早已完成了“国五”“国六A”向“国六B”的切换。例如，长安汽车早在2019年就率先推出了面向下一代排放标准的全新动力平台——蓝鲸NE动力平台。该平台不仅符合“国六B”的标准，更预设了“欧七”升级路径，甚至可以应对未来十年的排放标准升级。蓝鲸发动机在长安汽车CS75PLUS、逸动PLUS等全系车型上搭载。比亚迪则早已宣布停售燃油车。

业内人士称，对于这些品牌车型而言，降价，无非是在抢占市场份额，力争销量再上新台阶。

在年初特斯拉降价后，就有问界、小鹏等20多个新能源汽车品牌跟风降价。而进入3月后，比亚迪也坐不住了，官宣至高降8800元。然而，这都不算什么！东风汽车直接捅了这轮史上最强汽车“降价潮”的“马蜂窝”，最高综合降价9万元。随后，宝马降10万元、奔驰C级优惠11万、丰田“买一送一”……各种降价消息进入了大众视野。市场上，这些品牌是否真有如此大幅优惠？面对“降价潮”，各家品牌如何应对？

提醒

“降价潮”来袭 消费者需理性

业内人士认为，车企纷纷推出购车补贴政策，能够更好地释放消费者的消费潜力，目前的确是购车的好时机，但对于消费者来说也要保持理性，按实际需求购车。

江苏省工商联汽车销售商会副会长秦有跃提醒消费者：“一是理性消费，二是买车之前要去充分了解品牌的情况、汽车质量情况、售后服务情况等。”

此外，一些企业的优惠也会附加一些条件，比如限时、限贷等，消费者一定要看清楚，明白、想清楚再下单，否则，很容易引发消费纠纷。

降价潮会持续多久

针对近期东风汽车的“骨折”降价，乘联会秘书长崔东树认为，“它并不是全系列、全面的推动，资金也相对有限，跟我们‘双11’促销一样，促销完后还会回归到一个正常的状态，不会对车市带来严重的后遗症。”

他还表示，2023年汽车行业处于转型发展的重要时期，汽车行业运行出现更加复杂的特征，各地政府大力开展促消费的举措，将形成各地促消费的多元化政策支持特征。

阿维塔科技相关人士表示，中国汽车市场上目前有超过80个汽车品牌，是一个充分竞争的市场，所以价格一定会随着市场和供需的变化而出现动态变化，降价和涨价都是正常的经济行为。

“价格战只是撬动市场的手段之一。”该人士表示，随着中国车市进入增换购时代，差异化价值成为消费者购车的重要参考因素。在新能源汽车市场，个性化设计和智能化体验越来越成为影响消费者购车的两大重要指标。

目前来看，降价品牌的优惠时间至多仅延续至月底。

降价潮影响有多大

现在问题的关键是，价格战开打后，回不去的MSRP(厂商建议零售价格，而且是不含税的)会变成饮鸩止渴的游戏，消费者会对汽车的价格有一个重新的定位。国有企业有资本降价，完成销量是他们的重中之重。民营企业追求利润，没有降价动力，现在被迫卷入，他们向新能源车转型的筹码又在哪里呢？外资加入价格战，他们全球的价格生态遭到破坏，他们对中国市场看淡可能会成为一种趋势。

价格战对汽车产业到底是推动？还是伤害呢？汽车有一个漫长的产业链，带动上下游众多的产业和就业，价格战不仅降低了整车制造企业的利润，同时也给上下游产业链带来巨大的压力。东风掀起的价

格战，对原来还有些利润的燃油车来说，利润不可避免地大幅降低，甚至亏损，而新能源车除了特斯拉和比亚迪，几乎都处于亏损状态，尤其是造车新势力。当一个行业所有的参与者都处于亏损或者濒临亏损的时候，这个产业的发展动力和前途何在？东风发动价格战只是行业的导火索，真正的价格战从特斯拉降价开始，比亚迪、蔚来等新能源车跟进，作为新能源车的领头羊，他们在产业政策的大力推动下得到快速发展，为了提高市场的渗透率，他们通过价格战的方式，将欧洲、日本的传统燃油车挤出市场。

特斯拉在新能源领域的崛起，尤其是中国上海基地的扩张，快速地丰富和完善了中国的新能源汽车产业链，以比亚迪为首的新能源汽车势力快速崛起。不难发现，在双碳战略之下，在各项政策的支持以及真金白银的补贴帮助下，新能源车正在以疾风骤雨的速度抢占燃油车市场，无论欧洲还是日本的传统燃油车参不参战，都不可避免地进入决胜时刻。

降价潮谁会被绝杀

现在的价格战，不仅有传统燃油车，还有新能源车，燃油车的市场空间会越来越小，庞大的产能压力下，不得不用降价的方式图存。现在，面对杀红眼的汽车市场，燃油车应该在秋风扫落叶的激荡之中快速被替代？新能源车何时才能真正地断奶成为一个自我养活的健康产业？一个超级产业在阵痛期是有序转型？还是在混战中快刀斩乱麻？

从双碳战略以及汽车产业重构看，目前的汽车价格战只是重构的一个开始。以特斯拉和比亚迪为首的新能源汽车，在经历了长期的产业政策支持和技术的沉淀后，开始跟燃油车抢占市场。价格战不是为价格而战，而是为市场，为产业重构，为产业链的新话语权而战。欧洲和日本的传统汽车势力随着价格战削弱毛利，丢失市场，他们势必会在价格战中被绝杀。

全球新能源车最大销量的中国已经有完整的新能源汽车产业链，除了中国强大的市场战略纵深，也开始向海外市场进发，价格战会令国内传统燃油车饱受转型阵痛，对于拥有强大资本实力的国有车企来说，阵痛后他们会成为新能源汽车市场并购真正的主角，得以重新掌握汽车产业链的话语权。

综合上游新闻、江苏新闻、澎湃新闻、德林社等