

### 消費潮流 汽車篇

去年開始，中國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 孔雯瓊 上海報道

# 中國汽車價格戰

## 今年新款車型 提車9天就減價15%

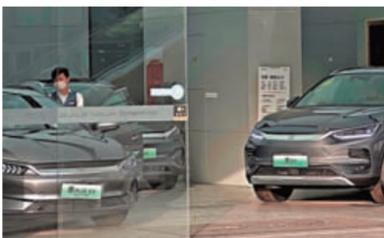
### 越打折越不敢買 銷售增長放慢

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，3月中國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



◆小鵬今年1至3月進行兩次降價。



◆比亞迪新秦 PLUS EV，4月7日起降價1.2萬元人民幣。



◆高檔車陣營的smart，最新款的精靈一號比老款便宜了1萬多元人民幣。

#### 近期中國降價幅度較大車型

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4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（人民幣，下同），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%。而中國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2.2萬元人民幣。

受訪者供圖

## 今年新款車型 提車9天就減價15%

「一款總價也就10多萬元（人民幣，下同）的車，今年3月初提的車，才提完9天，官網就宣布全系降價。我提的車屬於2023年新款，降價幅度還非常之大。」魏小姐向香港文匯報記者說起她遭遇到的汽車降價潮，至今耿耿於懷。她今年3月10日正式提車，一款粉色的歐拉好貓2023年最新款，「當時已經有一些車在降價，但都是總價較高的車型，我以為總價14萬元的車已經沒什麼降價空間，而且又是當年新款，所以就出手購買了。」不料，提車後僅僅9天，3月19日歐拉汽車官方宣布新款歐拉好貓全系降價2.2萬元，對於剛提車的魏小姐來說，等於降價幅度超過15%，損失慘重。

#### 逾40品牌減價 車型逾百款

實際上，今年大規模的汽車價格戰幾乎波及了所有知名車企。據不完全統計，截至4月上旬，有超過40家汽車品牌參與降價銷售，涉及車型達上百款。其中既有上汽、東風、吉利等老牌車企，也有哪吒、理想、蔚來、小鵬等造車新勢力。其中上汽集團打折車型最為眾多，旗下大眾、榮威、名爵、通用雪佛蘭等品牌共推出38款降價車型。此外，東風系共有23款車型降價，奇瑞、長安、吉利的降價車型也超過了10款。

#### 豪華車也劈價 奧迪直減16萬

原本高高在上的豪華車陣營，在價格大戰中也被拖下水。今年3月份，有網絡消息稱，寶馬i3在部分省市開啟了補貼優惠，優惠後的售價為12萬至18萬元。儘管此後多家寶馬4S店回應稱是假消息，但豪華車降價也是板上釘釘的事情。以寶馬i3 2022款的eDrive 35L為例，廠家的指導價為35.39萬元，但目前很多經銷商的報價中，不少落地價均低於28萬元。有4S店工作人員告訴記者，「去年底和今年初衝活動的時候，部分寶馬老款的i3最低到過23萬元的價格，現在最低的落地價也有26萬元的報價。」如此算來，該款車型的目前降價幅度達9萬元之多。另外，奔馳在上海的一些經銷商，也針對部分購車人群推出大讓

利的活動，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。

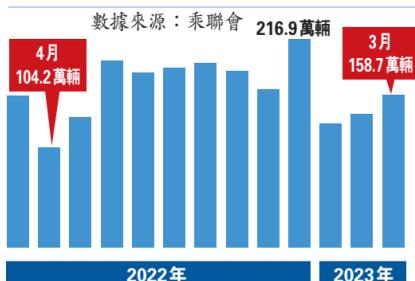
#### 直播平台4S店五折清庫存

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，有主播回應稱是日前車企要去庫存，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換期，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，相關後續政策尚不明朗；年初以來的降價以及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



網，55%左右的汽車經銷商集團經營虧損或嚴重虧損。

#### 車企面臨洗牌和淘汰

與此同時，不少車企也在價格戰下面臨洗牌和淘汰。曾經售逾60萬元人民幣的前途汽車的首款產車K50被多家媒體爆料稱停止裝車，另一款前途K20則遲遲未能交付。恒大汽車則在3月22日晚發布公告稱，旗下首款產車恒馳5正持續量產，截至本公告發布之日已交付超過900輛，但集團在無法獲得新增流動性的情況下有停產風險。前身為樂視汽車的天際汽車索性躺倒，從網上流傳的一份公告顯示，天際汽車稱受公司資金情況和生產與銷售計劃影響，自2023年4月1日起，公司部分崗位實行停產、停工政策。

### 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的目，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。

◆記者 孔雯瓊



◆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