

近40个汽车品牌超百款车型下调售价，涉及新能源汽车和燃油车——

降价换量，车企这招效果咋样？

本报记者 徐佩玉

4S店热闹起来，有消费者将其形容成“菜市场”：买车靠抢，销售忙得脚不着地。

这最初源于湖北省政府联合东风汽车集团发起的一轮购车补贴，力度从5000元至9万元不等，不仅引发了当地抢购潮，还吸引了不少外地消费者前去购车。许多4S店几天时间卖出了以往大半年甚至全年的量。

年初以来，从特斯拉到中国自主品牌新能源汽车再到燃油车，汽车市场迎来“降价潮”。据不完全统计，目前采取各种优惠的汽车品牌近40家共涉及上百款车型。

车企为何选择降价？这一策略能否支撑车企长远发展？

车企“跟风”降价

——车企降价推热了车市，也让不少消费者产生了观望心理

湖北的汽车促销活动引发全国消费者广泛关注。近日，记者走访了北京多家4S店。店内热门车型前，消费者三五成群，有的仔细了解性能、有的试坐感受后排空间。其中多数人在询问销售：有优惠吗？近期还会降价吗？

消费者“好奇”是由于近期一系列车企降价活动。3月1日，零跑汽车在新品发布会上宣布：全系降价最高近6万元。一汽面向吉林消费者推出限时补贴活动，范围覆盖红旗、奔腾、一汽大众、一汽奥迪等，补贴金额5000元至3.7万元。过去需要加价购买或排队订车的热门车型，如今却下调了售价。不少新品牌、新款车型也纷纷加入此轮降价。这其中，既有自主品牌，也有合资品牌；既有新能源汽车，也有燃油车。

“降价潮”对消费者有啥影响？一方面，车企降价叠加地方政府补贴，推热了车市。除湖北省外，东风本田在四川、重庆、安徽也开启了“限时直补”活动，最高优惠8万元至8.5万元。乘用车市场信息联席会（以下简称乘联会）方面表示，3月份湖北省推出限时1个月、企业加政府叠加优惠的购车补贴政策，取得了较好成效。目前看，到店、下订单人群规模向好，短期内或将对中部省份销量结构形成虹吸效应。

另一方面，部分消费者也产生了观望心理。“我们的计划是今年换车，但眼下还不着急，想等等看有没有更合适的价格。”北京市民小程告诉记者，他看中了同等价位不同品牌的三四款车型，正在忙着试驾。多位不同品牌4S店工作人员也表示，近期进店询价问优惠政策的客人明显增多，但越是降价，很多人越不着急订车，处于观望状态。中国汽车流通协会新能源汽车分会秘书长章弘认为，进入2023年，受“国补”退坡、去年第四季度透支消费影响，燃油车和新能源车产销量都有所下滑。原本打算在“国补”退坡后涨价的车型，受市场环境的影响，不得不卷入价格竞争。

市场竞争愈发激烈

——获取更多销量是直接目的，缓解库存压力是重要原因

车企为何推出降价策略？获得更多销量是直接目的。以本次优惠力度较大的东风集团为例，其日系合资品牌东风日产和东风本田一度颇受中国消费者青睐。然而日产2022年销量下滑23.6%，主销车型轩逸、天籁和逍客均出现不同程度下滑。面对不断下滑的销量，“降价换量”不失为一种策略。有车企负责人表示：“在这个不断增长的市场中，我们追求的第一目标是销量，也就是市场占有率。”尤其是对新品牌、新车型来说，得先有销量的累积，才能有口碑的积累。年初从特斯拉开始，此次“降价潮”取得了一定成效。中



▼近日在山东省青州市举办的一场汽车展销会上，人们在观看一款纯电动汽车。
王继林摄（人民视觉）

▲2023川南（宜宾）汽车博览会期间，蔚来、华为、理想、比亚迪、埃安等品牌车企参展，新能源汽车车型突破100种。图为3月18日，市民在参观新能源汽车。
兰锋摄（人民视觉）



国汽车工业协会数据显示，2月份，中国汽车产销量环比分别增长27.5%和19.8%，同比分别增长11.9%和13.5%。

缓解库存压力是原因之一。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》显示，2022年有42.1%的经销商销售目标完成率在70%以下。过去一年，经销商从厂家买到的车中有30%成为库存车。今年1-2月，国内燃油车的总销量下滑30%，进一步加剧了库存压力。长城汽车方面表示，此前有企业为了销量而压库存，大量的库存或是此次价格战的原因之一。

此外，乘联会方面表示，汽车降价与国六B车型清库存也有一定关系。据悉，国六标准的实施分为A、B两个阶段，第一阶段从2020年7月1日起，第二阶段从2023年7月1日起。其中，北京、上海等城市已于2019年提前实施国六B标准。随着国六B标准执行日期逼近，车企将逐步加速老车型清库存。

“降价潮”背后，是近年来愈发激烈的市场竞争。在新能源领域，中国自主品牌车企近年来快速发展，几乎占据汽车市场半壁江山。乘联会此前发布的2022年新能源汽车销量前十名中，比亚迪占6位，特斯拉占2位，上汽通用五菱与广汽埃安各占1位。与之相对，合资品牌普遍电动化转型起步较晚，在新能源和智能网联方面的竞争力相对较弱。专家分析，合资品牌虽然在燃油车领域获得了中国消费者认可，但电动车是相对较新的产品，想被人们接受就要有合适的定价，降价或许能刺激需求。

新能源汽车的激烈竞争同样波及了燃油车市场。“对于国内传统燃油车市场来说仍比较艰难，行业竞争加剧、新能源车替代效应加强等都给各大车企带来很大压力。”乘联会秘书长崔东树说。

中国汽车工业协会数据显示，今年1-2月，国内汽车销量排名前10位的企业集团销量同比下降24.8%，新能源汽车销量排名前10位的企业集团销量同比增长32.2%。一升一降，反映出燃油车车企的巨大压力。

2月，比亚迪推出了秦PLUS DM-i冠军版，起售价仅9.98万元，首次下探至10万元以内。市场反响热烈，秦PLUS DM-i冠军版上市5天，订单达25363辆。

过去，国内10万-20万元的乘用车市场中，日系、德系等合资品牌燃油车的市场占有率较高。而今，随着比亚迪的下探，燃油车市场的压力或将加剧。

业内人士分析，燃油车市场降价力度虽然不会太高，但有库存压力的车型也会相应调整售价，以迎接新排放标准

找准市场定位更要紧

——降价有利于激发居民消费需求，但长期发展还得靠“硬实力”

此轮降价是否会影响到车市长期价格走势？崔东树认为，这是一个暂时的促销活动，短期会带来良好的宣传效果，长期来看势必会恢复平静。“东风集团和湖北政府的联合促销，已经有了明显的效果。该活动具有示范作用，短期之内会辐射到周边地区，形成对周边的扩散效应。但是，促销完后将回归到正常状态，不会对车市带来根本性的影响。”

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示：“产品价格适度下调有利于激发居民消费需求，同时也应考虑到汽车工业正在加速向电动化、智能化、网联化发展，企业在研发等方面投入巨大，整个行业的利润率也处在近年来较低位置。采取简单的价格竞争策略虽然一时间会扩大销量、回笼资金，但从长远看对企业的影响难言优劣，企业应该在产品技术、质量、服务等方面下功夫，提高产品的品牌力。”

据分析，这轮“降价潮”对整体市场而言，或许会加速一些弱势品牌的倒下，而差异性明显的品牌将占据市场优势。多位受访专家谈到，面对竞争日趋激烈的国内市场，车企要想获得长远发展，应专注提升产品质量，更要找准市场定位，打造差异化特征。

3月13日，比亚迪腾势销售事业部总经理赵长江表示，这个时候购车一定要选择能长期发展的品牌，一波降价促销是淘汰落后产能，腾势将坚持以用户为中心，不断推出好的产品和服务，打造出立足中国、放眼世界的高端智能安全新豪华品牌。

章弘认为，车企首先要把握和认清市场。推出新车型时，首先要考虑目标客户群在哪里、谁来为产品买单。其次，要考虑如何在单款车型中盈利，让其形成自负盈亏的流水，而不能只靠融资来生存。另外，要强化完善产业链，增强抗压能力，丰富差异化的产品线。

对合资品牌，章弘建议：“从长远来看，合资品牌应该坚信自己深耕中国市场几十年，拥有大批忠实粉丝和强大的品牌影响力。只要坚持找准市场定位，强化车型的差异，以合资品牌出色的研发产品保实力和灵活的营销能力，完全可以继续在中国汽车市场站稳一席之地。”

节能标准更新升级

本报记者 廖睿灵

节能标准是国家节能制度的基础，也是推动全社会节能降碳的重要支撑。近日，国家发展改革委、国家市场监督管理总局联合发布《关于进一步加强节能标准更新升级和应用实施的通知》，围绕加快节能标准更新升级、加强节能标准应用实施与监督检查、强化能效领先正向激励、夯实节能标准化工作基础等4个方面部署了12项重点任务。

“我国高度重视节能标准化工作，截至目前，已发布实施强制性能耗限额国家标准108项、强制性能效国家标准66项、推荐性节能国家标准190项，节能标准体系基本建立，对促进技术创新、推动产业升级、加快绿色低碳发展发挥了重要作用。”国家发改委有关负责人说。

据介绍，强制性能耗限额标准和强制性能效标准，是满足节能管理的基本要求，依法必须执行。“能效限额标准规定了火电、煤炭、石化、钢铁、有色、建材等重点行业单位产品能效水平，能效标准规定了家用电器、工业设备、照明产品、商用设备、办公产品等重点用能产品能效水平，相关标准为淘汰落后产能、差别电价和惩罚性电价、固定资产投资节能审查、重点用能行业能效‘领跑者’遴选、能源效率标识制度、节能产品财政优惠政策等政策措施的制定和实施提供了重要的技术支撑。”中国标准化研究院资环分院院长林翎说。

国家发改委有关负责人表示，与“十四五”节能降碳工作的新形势新要求相比，节能标准化工作还存在一定差距，主要体现在标准制定修订效率不高、指标不够先进、覆盖范围不广、应用实施力度不足等。对此，通知提出，加快推进节能标准更新升级。在工业、能源、城乡建设、交通运输、公共机构、农业农村等重点领域，加快制定修订一批重点领域节能标准。比如，在能源领域，加快煤炭清洁高效利用、新能源和可再生能源利用、输变电关键设备相关节能技术标准研制等；在城乡建设领域，制定修订建筑节能、绿色建筑、绿色建造、农村居住建筑节能等标准。

对于重点用能行业，通知要求，稳步提升重点用能行业能效限额要求。国家发改委有关负责人介绍，重点用能行业强制性能耗限额标准分为先进值、准入门槛和限定值。其中先进值对标国内或国际同行业能效领先水平，原则上其取值应代表行业前5%左右的能效水平；准入门槛是新建和改扩建项目等新增产能必须满足的能效水平，原则上其取值应代表行业前20%左右的能效水平；限定值是存量企业生产必须达到的能效水平，应以淘汰一定比例的现有高耗能落后产能为取值原则，在基于节能改造的基础上淘汰20%左右的落后产品和产能。

针对重点用能产品，其设备强制性能效标准分为3级（部分为5级）。其中1级水平应对标国内或国际同类用能产品能效领先水平，原则上其取值应代表同类用能产品能效前5%左右的能效水平；2级水平作为节能产品认证依据及新建和改扩建项目设备采购依据，原则上其取值应代表同类用能产品能效前20%左右的能效水平；3级（或5级）水平是用能产品设备进入市场的最低能效水平门槛，根据各类用能产品设备的技术特点及能效现状，原则上应淘汰20%左右的落后用能产品设备。

“这些取值原则是对节能标准制修订中各级指标的原则性要求，在具体推进各项标准制修订过程中，将结合不同的行业能效现状、产能情况、产品设备技术特点等予以统筹把握。”国家发改委上述负责人说。

在现有节能标准基础上，通知提出，不断扩大节能标准覆盖范围。比如，加快数据中心、通信基站等新型基础设施和冷链物流、新型家电等领域节能标准制定修订，补齐重点领域节能标准短板。同时，完善节能标准配套体系建设。统筹开展节能标准和碳排放相关标准研究制定，从全生命周期角度衔接节能标准和碳排放相关标准指标，探索将碳排放相关指标纳入节能标准。

海南热带雨林国家公园

为自然资源“上户口”

本报海口电（记者曹文轩）记者日前从海南热带雨林国家公园自然资源确权登记成果新闻发布会上获悉，海南热带雨林国家公园已完成自然资源登记，总面积4268.54平方公里。根据确权登记成果，海南热带雨林国家公园自然资源面积占92.26%。按权属分，公园范围内国有土地面积占88.38%，集体土地面积占11.3%。

2019年1月审议通过的《海南热带雨林国家公园体制试点方案》，明确提出按照自然资源统一确权登记办法，以海南热带雨林国家公园作为独立自然资源登记单元，进行确权登记。同年11月，具体实施方案印发出台，给国家公园“上户口”的工作由此全面展开。

“‘上户口’的过程大概可分为5个步骤：通告、地籍调查、审核、公告、登簿。”海南省自然资源和规划厅副厅长程春满介绍，海南在自然资源部组织完成调查、建库和成果初步审核的基础上，集中

力量开展了数据更新工作。这一过程中，海南出台了一系列制度性成果，并创新工作方法，及时更新登记单元和公共管制信息、自然资源状况与权属界线，确保登记过程的规范高效和登记结果的权威公正。

海南热带雨林国家公园拥有全国约20%的两栖类、33%的爬行类、38.6%的鸟类和20%的兽类，是中国分布最集中、保存最完好、连片面积最大的岛屿型热带雨林，也是中国热带生物多样性最密集的地方。“通过确权登记，‘谁所有’‘由谁管’‘谁负责’等管理权责更加明确，对于落实管理者职责、提升管理效能具有重要支撑作用。”

海南热带雨林国家公园管理局副局长王楠表示，“下一步，我们将加快推进国家公园资源综合调查与监测，构建‘天空地’一体化监测体系和智慧化管理平台，探索编制国家公园自然资源资产负债表。”

采春茶

贵州省遵义市春茶近日迎来采摘期，茶农们忙着采摘、加工、包装新茶，茶叶市场呈现产销两旺景象。近年来，该市利用“高海拔、低纬度、多云雾、寡日照”的地理优势种植茶叶近200万亩，全市培育茶叶经营主体2400多家，茶叶远销美国、法国、日本等国家。茶产业已成为助力遵义市乡村振兴的支柱产业之一。

图为3月19日，村民在遵义市凤冈县娄山春茶叶专业合作社生态茶园采摘春茶。

罗星汉摄（人民视觉）

