

# 新能源汽车产销端合力释放消费需求

■中国城市报记者 孙雪霏

随着疫情防控措施的优化调整,叠加春节假期消费旺季等因素,汽车市场回补效应显著,汽车消费需求加速释放。这其中,新能源汽车市场的表现令人关注。

近期,中国城市报记者走访北京新能源汽车市场发现,开年以来,各新能源汽车品牌积极主动采取应对措施,开拓并推动市场保持增长。

## 车企为市场回暖发力

1月31日,记者走进一家位于北京市朝阳区北路的车辆体验中心。店内销售顾问任佳伟介绍,目前,北京的新能源汽车销售情况大大好于燃油车,一方面是因为去年底部分消费者申请到了新能源牌照,购车潜力待释放;另一方面,新能源汽车市场上的广汽埃安、长安深蓝、极氪、蔚来等品牌的促销大战已经揭开帷幕,各厂家积极采取措施,加速布局消费市场,分别推出现金补贴、让利优惠、置换补贴等务实举措,激发消费活力。

“去年12月末刚摇到车牌号,我都挑花眼了。”1月29日,在北京市朝阳区北四环的一家4S店,消费者代先生向记者表示,拿到车牌号后的周末和春节假期,他和家人已经连续跑了多家4S店,主要是对比车的颜色、配置、优惠幅度和服务水平等。

虽然没有了新能源汽车补贴,但是消费者还可以享受到新能源车免购置税和厂家的兜底促销活动,同样能获得一些优惠。代先生说:“北京的充电设施建设规模增长较

快,新能源汽车是我和家人出行的首选。”

## 市场表现如何

记者走访市场发现,新能源汽车行业产销端都在持续发力。

过去两个月,冲福利、“国补”倒计时等促销信息持续刷屏,特斯拉以降价姿态频繁“轰炸”潜在消费者。1月30日,记者在特斯拉北京通州万达体验店看到,写有“首付低至3.4万元,整车惊喜价22.99万元,试驾送神秘大礼”的喜庆宣传海报张贴在店门口醒目位置。当天虽然是工作日,但该店访客从未间断。产品销售钟碧薇告诉记者,Model Y销量一直不错,刚降价时该门店一天能卖20台,现在销量虽不如之前火爆,但每天依旧有6台车的销量。

据厂商公布和上险量数据,特斯拉以25687辆的销售数据居于“1月主要新能源车企业销量排行榜”第二名。

与此同时,长安深蓝在门店显眼位置打出“权益大升级”的标语,金融礼、品质礼、智联礼、置换礼,至高享受万元的金融贴息等积分换礼促销让人目不暇接。产品专家韩跃表示,2月购车落地,车辆发票价格15万元以上则可享补贴2万元。

在华为授权体验店,电子产品区和汽车展厅被平均划分成两块。AITO问界M5和问界M7这两款华为与赛力斯共同打造的自主品牌,每车仍享有最大降幅达3万元的优惠。在记者问起问界初降价与当前的销售变化时,经理罗小齐表示流量与销量暂没

有大幅变化,市场表现较为平稳。2月1日,记者在华为经销商处得到消息,问界M5增程版等部分车型或将在本月再次宣布降价,降幅2万元不等。

朝阳区车豪比亚迪新能源体验中心的展厅内,王朝系列的宋PLUS EV纯电SUV、首搭CTB技术的全新纯电轿跑海豹、驱逐舰05 DM-i超级混动等多款车型在展。据悉,王朝网车型上调幅度是2000元—5000元,海洋网车型最高上调6000元。“涨价或多或少会影响销量,不过对于选择置换购车的用户影响相对小一些,比亚迪品牌针对购买不同车型提供了最高1万元的置换补贴,一定程度上降低了购车成本,1月份的客人依旧很多。”客户经理姜起翔告诉记者,“比亚迪不愁卖,获得北京电动车指标的消费者70%会选择比亚迪。”

此外,蔚来近日宣布“2022款ES8、ES6和EC6即将迎来全新换代车型,目前还有少量展车和库存车可供销售。这部分车辆可以享受展车政策。”针对上述消息,蔚来相关负责人孟晓彤回复中国城市报记者称,这一促销方案是2月1日上午例会上通知并开始执行。

相比较而言,蔚来和理想的1月交付虽然出现了环比下降,但交付规模远高于其他新势力。其中,蔚来1月交付新车8506辆,理想交付15141辆,理想是“蔚小理”中目前表现最好的一个。理想汽车零售中心店长杜宇鹏说:“从正月初七开始,客流量逐渐开始恢复;2月初,店内的客流量已经恢复到往年的八成。”

同样宣布降价的小鹏也没能延续2022年最后一个月超1万辆的交付趋势,今年1月交付新车5218辆,环比下降幅度54.70%,其中G9贡献了超过四成销量。1月17日,G3i、P5和P7启动新年新价格体系,3款车1月合计交付近3000辆,贡献度不到60%。如此来看,降价也没能为小鹏带来短期效果。

在小鹏门店,记者发现,G9车型并不参与此次降价活动,却是进店用户询问最多的一款车。销售人员孙雨称,降价活动推出后,进店量和订单量有所上涨,工作人员也在极力推荐P7和P5。

吉利旗下的极氪汽车门店销售经理李永琦在接受记者采访时表示,新一代纯电轿跑车型极氪001进行了改良换代,但是价格没有发生变化,加量不加价,相当于变相降价。在门店的电子大屏上,滚动播放着的乘联会官方数据显示,极氪001销量在当月30万元以上豪华品牌车型中位居第四,主打中大型车销量市场。2月2日,该品牌车迎来开工大促。

而广汽埃安旗舰店有一半展厅正在装修。广汽埃安销售官苏雨直言,2至4月往往是汽车销量淡季,该店想趁着淡季抓紧把展厅装修一番,好迎接第二季度的销量热潮。苏雨向记者透露,埃安预计在3月初对旗下相关车型的官方指导价进行上调,上调幅度为3000元—6000元不等。埃安“提前预告”涨价,实际就是希望借这一时段进行促销。

记者注意到,一条“任意品牌置换埃安车型,至高享

30000元补贴”的横幅迎街悬挂,十分显眼。“当前在我国乘用车保有量中,车龄超过6年的大约有1亿辆,已经进入更新升级阶段。这些车辆每年更新1%,将拉动汽车销量增速约4个百分点。”苏雨表示。

“进入新的一年后,新能源汽车企业和经销商在新车促销方面,比去年12月更下功夫。”零跑汽车相关负责人告诉记者,消费者的购车意愿、购车指标的使用和车企、经销商的促销将在一季度形成良好的互动。

## 有望总体保持增长势头

在告别新能源汽车推广应用财政补贴政策后,一些新能源汽车品牌“自掏腰包”延长优惠,部分品牌则开展涨价、降价、限价等“花式营销”。新能源汽车市场各品牌因应对策略的不同,而呈现出冷暖不一的景象,部分新能源汽车门店内看车的消费者并不多。

“去年底购车客流看上去较大,但似乎并没有达到预期的增长,今年1月要实现客流创新高也不容易。”哪咻汽车体验专家周海洋表示,今年的新车消费总体增长趋缓,但如果有新的政策或市场因素刺激,市场也可能会有新的表现。

周海洋所言,是多家4S店相关人士的共识。

从记者走访情况来看,我国汽车供给端与消费端起伏不定,这使得汽车终端市场一季度在一定程度上承受压力。

上述现象在2月1日的乘联会发文中得到印证。1月汽车市场总体由于车购税等部分政策到期,加上春节放假时间引导消费需求前置,行业终端价格持续下滑。在2023年新能源政策退市后,新能源销量的增长达到了一个瓶颈阶段,再叠加特斯拉等头部企业降价,造成了消费者的观望情绪,环比下降较大。

对于新一年的汽车价格和市场走势,全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,2023年国内狭义乘用车市场总体将呈现同比微增,新能源汽车的增幅已经站上高位,全年销量预计仍会呈现“前低后高”态势。

“2023年内需消费成为拉动经济的核心重点,汽车产销端合并发力有望让汽车产业成为新一年的经济增长极。预计2023年汽车消费市场有望总体保持增长势头。”崔东树表示。

## 北京:三里屯酒吧街将改造升级

近日,北京市朝阳区三里屯酒吧街将启动建筑物隐患消除工程,改造升级后,市民可沿林荫步道从太古里散步至亮马河。沿街的十几家酒吧关停,但三里屯酒吧街的IP仍将保留。

根据改造方案,三里屯路未来将打造慢行友好街区,增设交通科技设施,开展整体景观更新,并补充夜景亮化设施。目前,机动车只能自南向北单向单车道行驶,改造后依然为单向行驶,但将拓宽为两车道,以缓解区域拥堵状况。

中国城市报记者 全亚军摄

