

“金九银十”后，车市或迎“铂金十一”

■中国城市报记者 孙雪霏

国内车市迎来销售小高峰，10月销量数据揭晓后，“金九银十”圆满收官。据全国乘用车市场信息联席会（下称“乘联会”）11月8日发布的数据显示，今年10月，新能源乘用车零售销量达到203.3万辆，同比增长10.2%，环比也有0.7%的可观提升。2023年前10个月累计销量更是达到1726.7万辆，同比增幅为3.2%。

与此同时，在刚刚闭幕的第六届中国国际进口博览会上，整车及新能源车、智慧出行和多模式交通三大板块吸引了超过40家世界顶尖汽车相关企业以及15家跨国整车制造商齐聚一堂，集中展示各自最前沿的新能源技术和电动化产品成果。此外，市场同样迎来了多款新车型，吉利与百度联合打造的极越01、长安启源A07/A05、广汽传祺ES9、比亚迪宋L等新车相继亮相市场或开启预售，而智界S7、阿维塔12、AITO问界M9等新锐车型即将上市。小鹏X9、理想MEGA、吉利银河E8等多款新车也将在第二十一届广州国际汽车展览会上向公众展示。

比亚迪冲刺年销目标 提振市场信心

随着第四季度的到来，比亚迪在全年销售目标的冲刺中展现了卓越的市场表现。据最新财报，比亚迪10月新能源汽车销量突破30万辆大关，达到30.18万辆，同比增长38.6%。在今年前10个月的累计销量中，比亚迪以238.15万辆的成绩同比飙升70.36%，已接近完成全年300万辆的销售任务。

为了加速实现年销目标，比亚迪启动了11月的价格战。官方消息显示，从11月1日起至月底，消费者选购指定新能源车型包括驱逐舰07、护卫舰05冠军版、海豚、海豹冠军版、宋PLUS冠军版等，将享受0.5万元至1.8万元的优惠，加之零利率融资支持和高达8000元的置换补贴，以及两年免费云服务的举措，无疑增强了市场的购买意愿。

此次宣布降价的车型涵盖了比亚迪海洋网与王朝网的多款热销车型。以王朝网车型秦PLUS EV 2023冠军版为例，该车自今年4月推出以来，凭借12.98万元—17.68万元的价格区间，已经在市场上获得了良好的反响。而今，伴随着“双

11”期间的额外降价，预计将进一一步刺激销售。

除了限时优惠之外，新产品的推进也是比亚迪稳固市场份额的重要策略之一。近期将上市交付的方程豹首款车型豹5，以及10月31日开始预售的宋L（定位纯电动中型猎装SUV）都显示了比亚迪在产品刷新上的决心。相较于此前宋系列车型售价集中在20万元以下的价格不同，宋L的标价显著提高，预售价格22万元—28万元，表明了比亚迪在高端市场的战略布局。

国金证券研报指出，宋L和方程豹5两款新车型的上市将推动比亚迪的销量增长，预计第四季度销量将突破90万辆，有助于比亚迪完成全年的交付目标。

比亚迪集团董事长兼总裁王传福曾表示，在10万元至20万元的价格区间内，比亚迪具备定价权，其目标是追求价格稳定，避免市场恶性竞争。这一策略与特斯拉的近期涨价形成鲜明对比。特斯拉中国官网近期调涨了Model Y高性能版的价格，上调1.4万元，起售价达36.39万元，而同期比亚迪的降价无疑为消费者提供了更多选择。

市场竞争下，特斯拉和比亚迪二者的利润空间也出现变化。特斯拉CEO马斯克多次表示愿意以利润换取更大的市场份额，然而这一策略似乎对其毛利率造成了影响，从一季度的19.3%下滑至三季度的15.7%。相反，比亚迪通过精细化产品结构调整和成本控制，其汽车毛利率在前三季度分别实现了20.7%、21.6%和22.2%的成果。

降价策略刺激见效 车市销量飙升

在经历了由湖北车市3月掀起的一场价格战、8月造车新势力和传统车企共同开启降价狂潮后，汽车业界近期再度迎来一股新的降价潮流。诸如领克、零跑、极氪等品牌均在年度销售的收官之际加入了终端促销行列，以期年末销售额的大幅提升。

在这场降价竞赛中，极氪汽车率先出招，宣布从10月16日起至年底前，全系车型将实行限时优惠。其中，其旗舰车型极氪001在多项权益叠加后的优惠幅度高达8万元；其他车型如极氪X和极氪009也分别提供5.1万元和1.6万元的优惠力度。紧随其后的是欧拉汽



日前，比亚迪新能源汽车亮相2023海南国际新能源智能汽车博览会。
刁静严摄

车，该公司于10月31日对旗下闪电猫车型推出高达3万元的限时优惠。

紧接着，特斯拉推出了新一期的引荐奖励，买家通过好友推荐购车可享受尾款抵扣1750元以及额外的EAP（增强版辅助驾驶）软件服务试用，而推荐人则能获得7000分积分奖励。领克汽车亦推出了针对领克08车型的购车补贴及增值服务，进一步加深了市场促销的力度。零跑汽车则宣布全系车型降价，并提供至高1万元/台的金融贴息，增加了市场购车的灵活性。

此降价策略的效应立显，零跑汽车在经历了价格调整后，月交付量迅速反弹至万辆级别。最新数据显示，8月份进一步的降价措施，让零跑在10月份创造了销量新高，共交付1.82万辆，交付量同比飙升159%。

更为显著的是上汽大众，自7月初起，在经历降价调整后，其ID.3车型以其新定价12.59万元起售，实现了销售的飞跃。销售策略也随之改变，从“现车供应充足”转变为“需预订等待”。ID.3车型当月的最高日订单接近千辆，环比增长689%，月销量直接过万辆。

上汽大众汽车有限公司销售与市场执行副总经理、上海

上汽大众汽车销售有限公司总经理俞经民坦言，降价决策虽艰难，但销量的回升验证了决策的正确性。他表示，只要销量稳定，公司将能保持市场竞争力。

乘联会秘书长崔东树在谈到当前市场状况时表示，整体市场销量的回升和秋季新车型的成功推出增强了市场活力，产品供给侧的强势表现将对销量发挥积极作用。区域车展的举办也为“金九银十”的传统销售旺季增添了动力，有望进一步促进产品销售和产业增长。

迈向稳定复苏轨迹 或迎来“铂金十一”

在“金九银十”的商业季年末，我国乘用车销售市场携一波销售小高峰稳健闭幕，行业整体氛围渐浓，预示着市场正迈向稳定复苏的轨迹。

最新数据显示，多家新能源汽车制造商在10月份的销售业绩亮眼。特别是理想汽车，月销量首次突破4万辆大关，继续领跑交付排行榜；小鹏汽车亦首破2万辆大关；同时，零跑汽车与蔚来汽车呈现出小幅度的同环比增长。尽管如此，哪吒汽车仍面临逆势，其交付量已连续三月处于行业之末，但仍保持在万辆之上。

值得一提的是，在最新的汽车销售数据中，AITO问界系列尤其是旗下的新车型M7显示出了亮眼的市场表现，实现了单车型单月交付量的突破性增长。根据官方数据，新M7在过去的一个月中交付了1.05万辆的战绩，创下了该系列的历史新高。其他品牌如岚图汽车、智己汽车、阿维塔汽车、创维汽车及高合汽车在10月份尽管月交付量并未超过万辆，也都实现了销量上的攀升。

行业分析指出，新能源乘用车传统意义上的“金九银十”在今年似乎变了模样，化作了“银九金十”。乘联会方面表示，得益于国家持续推进的消费刺激政策以及经济的持续回稳，新能源乘用车厂商的销量展现出较强增长态势。在10月，终端优惠与促销政策力度不减，国庆节与中秋节的超长假期相叠加，多地车展与促销活动频繁，有效促进了双节期间销售的火热。进入11月，虽然终端市场热度有所回落，但各大车企为备战“双11”促销活动，纷纷提前部署，推动销量持续攀升。

虽然“金九银十”已经收官，但汽车经销商依然面临着不小的库存压力。根据中国汽车流通协会公布的最新“中国汽车经销商库存预警指数调查”（VIA）结果，10月中国汽车经销商库存预警指数为58.6%。迈入11月，价格调整依然是市场主旋律，整体车价趋稳中有所下调。尤其是进入年末的最后一个季度，部分厂家已针对三、四季度销量推出促销政策，不断增强终端促销力度。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红在接受中国城市报记者采访时说，伴随年终销量冲刺，部分厂商加大了对经销商的任务量要求。为了实现全年目标并获得年终返利，经销商不得不降价促销，不断推动新车价格下探，盈利压力也随之攀升。“11月的市场表现成色更好，我们预计市场需求将延续9月和10月的势头，‘金九银十’过后，或将迎来一个‘铂金十一’。”她说。

中国汽车流通协会综合经销商反馈、宏观经济走势和终端需求预判，预计11月份的终端零售量环比10月份将增长约10%，预计达到210万辆。而面对年终的消费冲高，全年乘用车零售量有望冲击2200万辆大关，保守估计将达到2170万辆，同比增长率预期为5%左右。