

“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等新车型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中国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月的价格战略。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。

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”的商业季尾声,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型号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表示,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。