

车市价格竞争加剧,行业进入淘汰赛?

■中国城市报记者 孙雪霏

春节刚过,汽车行业的“价格战”再度打响。2月19日,被称为“插混双雄”的比亚迪秦PLUS荣耀版、驱逐舰05荣耀版上市,新车配置不减,起售价为7.98万元,步入了“7字头”行列,开启了“电比油低”的新篇章,引发广泛关注。

这是比亚迪首次推出8万元以内的插混车型,也意味着国产新能源汽车混动车型价格首次下探至7万元区间,成为市场上绝大多数同级别燃油车的强劲竞争对手。

2024年伊始,已有特斯拉、零跑、深蓝以及上汽通用五菱等多个品牌官宣降价,汽车“价格战”仍然激烈。随着“电比油低”的新篇章掀起,新能源汽车和燃油车的份额和价格之争将更加白热化。

入门级新能源车集体降价 家用A级市场格局或重塑

比亚迪官方微博消息称,比亚迪秦PLUS和驱逐舰05两款车型推出“荣耀版”,混动车型的官方起售价均为7.98万元,售价比旧版降低约2万元。这一价格策略的调整,使得这两款车的性能与价格比成为市场焦点:零至百公里加速为7.3秒,电量从30%充到80%需30分钟,百公里亏电油耗3.8升,满油满电综合续航里程力达到1245公里。

比亚迪品牌及公关处总经理李云飞在社交媒体评论称,比亚迪扔向燃油车市场的“双核弹”将彻底拉开与燃油车的大决战。

上汽通用五菱、长安启源、哪吒汽车、吉利汽车及北京现代等车企也选择跟进,下调多款入门级新能源车型价格。五菱星光150公里进阶版车型价格从10.58万元降至9.98万元;长安启源Q05、长安启源A05起售价均下调至7.39万元;哪吒汽车降价之外,还推出保值换购政策;吉利推出插混车型帝豪L龙腾版,起售价下调2万元,调整后售价为8.98万元。

燃油车方面,北京现代旗下伊兰特车型此前销售价格在9.98万元至14.98万元,目前最低价格降至7.58万元。

业内认为,这一连串降价行动不仅是对比亚迪策略的响应,也是各大车企在新能源汽车市场份额争夺战中的主动出击。

上述车型销售价格基本在8万至10万元价格区间。根据中国汽车工业协会发布的数据计算,2023年8万至10万元价格区间乘用车销量总计210.8万辆,同比微增。同期,该价格段燃油乘用车销量为165万

辆,同比下滑5.4%;新能源汽车则实现45.8万辆销量,同比增长43.7%。2023年新能源汽车在该区间的渗透率提高了6个百分点。

家用紧凑型A级车市场长期被视为汽车企业竞争的重要战场。近期这波降价潮可能对国内汽车市场产生深远影响,有望进一步提高新能源汽车渗透率,巩固国产品牌在新能源汽车领域尤其是A级车领域的优势地位。

业内人士预计,到2025年或2026年,汽车市场企业竞争格局将逐步明朗,这意味着2024年的竞争不仅关乎当前的市场份额,更关系到企业的长远生存与发展。面对市场定价权主要掌握在特斯拉和比亚迪等少数巨头手中的局面,其他新能源车企不得不通过牺牲利润降价以换取销量规模。

在成本上,由于纯电动车和插电混动车需要配备动力电池等高成本零部件,其价格较燃油车处于相对不利地位。然而,比亚迪在2023年2月推出的插电混动车型秦PLUS DM-i冠军版,其9.98万元的起售价打破了市场传统,成为首款进入10万元以下区间的插电混动车型,其后续的销售成绩证明了价格对市场需求的巨大影响,打开了“油电同价”的局面。

汽车行业分析师田力在接受中国城市报记者采访时表示,这也是自主品牌车型首次在家轿市场超越合资品牌,结束了日产轩逸、大众朗逸、一汽丰田卡罗拉等合资品牌入门级轿车轮流占据销量榜首的历史。2023年10月和12月,长安汽车旗下启源A05、上汽通用五菱旗下五菱星光等插混车型分别上市,对标比亚迪秦PLUS DM-i。为应对新能源汽车攻势,2023年下半年日产轩逸、大众朗逸推出过2万至4万元不等的优惠,销

量有所提升。但在新能源车企进一步降价压力下,入门级合资燃油车再次丧失价格优势。

以AI智能重塑市场 科技与性价比成购车新标准

近日,中国城市报记者走访北京多家比亚迪王朝4S店发现,7.98万元的秦PLUS在官宣同时几乎都有展车和现车,供到店消费者体验,且已有消费者在社交平台上分享提车心得。

一家比亚迪王朝4S店销售人员透露,部分家庭用户对秦PLUS DM-i低配版的55公里纯电续航能力有所犹豫,但120公里续航的高配版因其续航更长、性能更佳受到更多青睐,即便其售价稍高。

秦PLUS的市场定位主要是撬动那些原本预算在6万至7万元左右、考虑购买自主品牌燃油车的消费者。“虽然这个价格可能稍高于用户预算,但从长远来看,节省的油费和购置税意味着整体开销会更低。有些客户正是算完这笔账后决定购买的。”上述销售人员说。

比亚迪相关负责人表示,比亚迪推出低价新车,一方面基于规模效应的优势,2023年比亚迪以超过300万辆的成绩成为中国市场销量冠军和全球新能源汽车销量冠军,仅此次大幅降价的“秦”系列销量就超过48万辆;另一方面,得益于对核心技术的掌握、长期积累的垂直整合能力以及完善的供应链,造车成本得以进一步降低。

当前,汽车行业竞争转向了一场以AI智能技术为核心的全面技术角逐,中国车企正迎头赶上。在日益白热化的竞争中,国内年轻消费者明显倾向于具有高颜值、个性化设计、强烈科技感和高性价比的国货品牌。这一趋势在2023年得到了市场验证,带动了包括上汽集团、广汽埃安、理想汽车等多个国产品牌的销量显著增长。

面对国产汽车品牌全球市场地位的显著提升,各大车企加码新能源汽车领域的投资,特别是在AI技术的应用上展现出前所未有的积极态度,尤其是小鹏汽车和吉利汽车。

小鹏汽车CEO何小鹏此前公开宣布,将拨款35亿元投入“以智驾为核心的AI技术”研发,目标是推动公司在高阶智能驾驶技术上的领先。

吉利汽车集团CEO淦家阅也指出,AI技术在智能汽车发展中发挥着关键作用。吉利今年1月发布了“星睿AI大模型”,以星睿智算中心的强大算力为底座,使汽车真正成为一个“智慧生命体”。

“价格战”仍将激烈 新能源车领跑变革

集中推出低价新车引发了业界对于车企“内卷”加剧、开启新一轮“价格战”的担忧。

中国城市报记者梳理发现,除春节假期后的此轮降价之外,今年开年以来,理想、零跑、小鹏等超过十家车企推出了降价或者不同程度优惠的促销政策。根据全国乘用车市场信息联席会的数据,今年1月初,国内乘用车总体市场折扣率约为20.4%。

受访专家认为,当前的“价格战”在很大程度上反映出国内汽车市场供大于求的问题,这与供给过剩、需求不足的矛盾密切相关。随着2024年新车大量上市,市场的供需失衡状况预计在短期内难以得到根本改善。

而随着新能源车渗透率快速提升,传统燃油车市场规模逐步缩小,庞大的传统产能与逐步萎缩的燃油车市场矛盾将带来更激烈的“价格战”。

在农历新年之后的“开工信”中,多家车企表态。何小鹏表示,2024年是中国汽车品牌进入“血海”竞争的第一年,也

就是淘汰赛的第一年。淦家阅也同样指出,2024年又将是一个“最卷”的年份,卷价格、卷产品、卷服务、卷流量……一切都到了“见真章”的时候。上汽通用五菱总经理吕俊成亦在新春寄语中直言,企业面临着前所未有的复杂竞争局面,五菱必须应对从市场领导者到追赶者的转变。此外,王传福在广东省高质量发展大会上发言时表示,当前汽车产业变革已进入“深水区”,电动化变革继续在快车道,智能化变革开始换挡提速,新能源汽车发展只会越跑越快。

前不久,高合汽车停工停产的消息,为这场竞争蒙上了一层阴影。田力表示,2024年开始,汽车市场进入淘汰赛。头部品牌不断推陈出新,并灵活调整价格策略以占据更多市场份额;尾部企业的生存空间则被进一步挤压,或许高合将不是最后一个站上悬崖边的企业。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树分析指出,近期乘用车市场掀起“价格战”的根本原因是新技术取代旧技术、新能源车对燃油车的替代影响。在建立市场新秩序过程中,新老厂商替代的竞争激烈,预计这一过程会持续几年的时间,直到新的格局形成。

面对这一挑战,众多车企已设定了年度目标,积极应对。吉利集团表示今年将推出三款全新新能源产品,致力于打造10万至20万元价格区间的高价值新能源智能精品车。何小鹏也透露,公司计划在未来三年内规划新品或改款约30款,2024年将会增加研发投入和人力投入。

受访专家建议,车企一方面应持续加强研发投入,探索新材料、新技术和新工艺以降低造车成本;同时也需要在市场开拓和深耕上下功夫,帮助经销商增强竞争力,有效降低库存量,以稳固并扩大市场份额。



浙江长兴新能源物流车企 节后开工加紧生产

2月20日,位于浙江省湖州市长兴经济技术开发区的浙江睿璞智能汽车股份有限公司全面复工复产,各生产线马力全开,工人们在生产线上忙碌作业,赶制新能源微型物流车订单。

中新社发 谭云俸摄