

新春走基层

车市冲刺2023年春节假期 合资品牌忙促销

本报记者 黄琳 赵毅 广州报道

“春节将至，广汽丰田多款车型推出限时促销活动，包括致炫、凯美瑞等车型价格优惠约1.5万~2.2万元。”日前，《中国经营报》记者走访车市，广汽丰田4S店销售如此说道。

2023年春节假期即将来临，购车返乡成为车市焦点，现车更是炙手可热。除了广汽丰田，东风日产、广汽本田、广汽传祺均推出限时大额优惠，部分车型售价直降

4500元~2.2万元不等。问界汽车、小鹏汽车等新能源车企也推出促销活动，部分车型售价直降6000元~1.9万元，吸引消费者关注。

随着各大车企陆续公布2022年度销量以及2023年销售目标，市场热议2023年车市发展。中信证券在研报中指出，预计未来新能源汽车行业智能电动大趋势将持续加速演进，电动化、智能化景气向上，预计2023年国内新能源车销量为900万辆，同比增长31%。

多款车型节前直降万元

包括东风日产、广汽丰田、广汽本田等合资品牌部分燃油车型均于近期推出促销活动，冲刺2023年春节假期前最后的购车节点。

临近2023年春节假期，记者走访多家4S店发现，不少门店推出限时促销活动，以此拉动客流量。“目前，东风日产全系车型优惠2000元，新轩逸优惠7500元，其他车型均有不同程度的优惠。”在东风日产4S店，销售向记者介绍道。

实际上，包括东风日产、广汽丰田、广汽本田等合资品牌部分燃油车型均于近期推出促销活动，冲刺2023年春节假期前最后的购车节点。记者在广汽丰田4S店了解到，YARiS L致炫车型限时最高可优惠1.5万元，凯美瑞车型最高可优惠2.2万元。广汽本田雅阁系列车型限时优惠4500元~1.2万元，绎乐车型最高可优惠2万元。

除了合资品牌，自主品牌燃油车型也同步开启降价促销。记者在广汽传祺4S店了解到，目前全系车型落地价将限时优惠保险费用。新能源车企方面，问界汽车销售向记者表示，目前有少量问界M5 EV标准版仍有优惠，赠送按摩座椅及内外饰颜色，额外可再减免6000元。小鹏汽车P5车型限时优惠1.3万~1.9万元。

值得一提的是，记者走访广汽埃安、比亚迪等新能源汽车4S店时，到店看车用户并不多。广汽埃

安4S店外的停车场摆放着多排新车，销售向记者表示，目前店内库存充足，车型暂未涨价，预计2023年3月初将上涨3000~6000元不等。

比亚迪方面则已于2023年1月1日起，对相关车型官方指导价进行正式调整，上调幅度为2000~6000元不等，在此之前支付定金签约的客户不受此次调价影响。

目前，新能源汽车补贴已退场，燃油车购置税减半政策也已退场，但车市对政策的拉动效力仍有需求，车企高层也期待新政策出台。日前在广州市第十六届人民代表大会第三次会议上，广汽集团总经理冯兴亚提出4项建议，为推动广州汽车产业绿色、低碳、可持续高质量发展，助力广州实现“制造业立市”的目标积极建言献策。

其中，冯兴亚建议广州市持续完善新能源汽车（含节能车）消费补贴规划，尽快出台新一轮补贴政策，稳定汽车消费市场；同时保持政策的稳定性、持续性，助力经济复苏；并且同步完善其他配套政策，释放良好的汽车消费信号，刺激和促进广州市汽车消费，助力广州实现“制造业立市”以及经济的持续高质量发展。

车企2022年度销量不俗

根据各大车企公布的2022年度销量，新能源汽车仍是当前汽车市场新的发力点。

随着2023春节假期将至，各大车企陆续发布2022年度销量，且成绩不俗。新能源汽车仍是当前汽车市场新的发力点，比亚迪2022全年乘用车销量约为186.24万辆，同比增长155.1%。其中，DM（插电式混合动力）车型全年累计销量约94.62万辆，EV（纯电动）车型全年累计销量约91.11万辆。

值得一提的是，在放弃生产燃油车后，比亚迪新能源汽车销量逐月递增，目前，比亚迪新能源汽车累计销量已超337万辆。同时，比亚迪乘用车“出海”也稳步提速，2022年，比亚迪乘用车出口累计销量约5.59万辆，同比增长307.2%。

而广汽集团2022全年累计销量达243.38万辆，同比增长13.5%，其中新能源汽车累计销量约为30.95万辆，同比增长116.7%，尤其广汽集团旗下新能

源自主品牌广汽埃安“功不可没”。记者从广汽埃安方面了解到，其2022全年累计销量约27.12万辆，同比增长125.7%。

在广汽集团2022年12月车型销量排行榜前五名中，广汽埃安AION Y车型与AION S车型销量均突破万辆，分别占据第三位、第四位，而其余上榜车型均为合资品牌。

广汽集团另一自主品牌广汽传祺2022全年累计销量约36.25万辆，同比增长11.8%。2022年，广汽传祺正式吹响了二次创业、向新能源科技企业转型的冲锋号，推出了一系列混动车型。在2022年广州车展发布会上，广汽传祺宣布首款搭载全新“车云一体化”星灵电子电气架构的传祺车型将于2023年正式亮相。

除了新能源汽车销量飞涨，广汽集团旗下广汽丰田2022全年销量表现突出，已突破百万



广汽埃安4S店销售向记者表示，目前店内库存充足，车型暂未涨价，预计2023年3月初将上涨3000~6000元不等。

本报资料室/图

辆，同比增速达21.4%。同时，广汽丰田也已着手电动化路线，目前，广汽丰田已构建起包括HEV（混动）、PHEV（插混）、BEV（纯电）、FCEV（氢电）在内的多元技术路线，2022年广汽丰田电动化车型销量突破30万辆，占全系总销量的三分之一。

广汽集团另一合资品牌广汽本田2022全年累计销量约74.18万辆，其中雅阁系列车型2022全年销量超20万辆。据悉，广汽本

田正发力电动化、智能化，首个为电动车全新打造的专属工厂正在推进建设，将于2024年竣工投产，届时其将有望成为绿色低碳电动车“数智”工厂。

新势力方面，小鹏汽车2022全年累计交付突破12万辆，较2021年增长23%。截至目前，小鹏汽车历史累计交付23.87万辆。值得一提的是，2022年12月，上市不久的小鹏G9车型首次突破4000辆，环比增长160%。

车市进军2023年

乘联会专家团队预测，2023年新能源乘用车销量850万辆，总体狭义乘用车销量2350万辆，2023年新能源渗透率将达36%。

紧跟2023年开年步伐，各大车企已着手制定2023年度计划。记者从广汽集团方面了解到，2023年，广汽集团将挑战汽车产销同比增长10%，工业产值争取增长15%。此外，广汽集团将继续加大投资力度，2023年广汽集团已批准在建项目计划总投资超773亿元，年度计划投资约208亿元。

在2022广州车展上，广汽集团还发布了面向2030年的“万亿广汽”发展蓝图，即“万亿广汽1578发展纲要”，将通过发力5大增量、夯实7大板块、落实8大行动，力争2030年实现产销超475万辆、营收1万亿元、利税1000亿元。

的目标。

广汽集团旗下广汽丰田将于2023年发布并升级12款双擎产品，实现TNGA车型全系智能电混化。纯电方面，bZ纯电品牌未来还将导入一款由广汽集团、丰田汽车和广汽丰田一起开发的新车型；导入第二代MIRAI氢燃料电池轿车，并开启“南沙氢跑”示范运营，不断探索电动化路线。

此外，日前有消息指出，比亚迪董事长王传福提出比亚迪2023年销量达400万辆的目标。对此，比亚迪方面向记者表示，受疫情影响，市场、消费需求及供应链体系等存在很多不确定性，因此公

司对2023年销售目标不好判断。比亚迪会根据市场的情况及变化，充分发挥企业自身优势，灵活制订各项计划，以满足广大消费者的需求。

展望2023年，乘联会秘书长崔东树在接受记者采访时表示，未来新能源车的渗透率仍会快速增长。乘联会专家团队预测，2023年新能源乘用车销量850万辆，总体狭义乘用车销量2350万辆，2023年新能源渗透率将达36%。

崔东树表示，纯电动车相对于燃油车的低使用成本特征仍会保持，消费者会从燃油车向电动汽车转移。新能源车的成本下降速

度快于燃油车，目前的碳酸锂价格处于高位，近期已经有明显下降的趋势。而一体化压铸等规模化低成本的技术创新带来的制造成本优势也日益明显，尤其是目前国内的新能源车销量已经占据乘用车的领军地位，因此有更强的规模成本优势。

此外，崔东树认为，相对于轿车与SUV的市场格局在近50%份额逐步稳定的特征，电动车则不会出现明显的渗透率停滞。而新能源车在出租网约等领域因成本优势快速替代燃油车，目前新能源汽车已成为高频出行的最佳选择，发展空间较大。

车企巨头抢滩2023 CES：电动化、智能驾驶成必争之地

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

每年于美国拉斯维加斯举办、迄今已有56年历史的国际消费电子展(CES)，对于汽车产业来说是一场颇为值得关注的技术盛会。美国当地时间2023年1月8日，2023 CES落下帷幕。相对于2022 CES，2023 CES回归线下，人流量回升明显，参展企业规模也远多于2022年与2021年两届。

《中国经营报》记者获悉，本届CES共吸引来自173个国家和地区

区的超过3200家参展商。作为疫情后首次大部分厂商恢复线下参展的一届展会，本届CES有超过275家移动出行领域公司参展，包括梅赛德斯-奔驰、大众、宝马、沃尔沃、博世等汽车产业链知名跨国企业，以及比亚迪、极氪等中国车企参展。

数字化、电动化、自动驾驶、车用软件、车载娱乐等是各大汽车厂商争相展示的重点。

记者了解到，本届CES期间，梅赛德斯-奔驰发布了全新的智

能变道及导航辅助驾驶功能，可使车辆在巡航驾驶状态下自动变道，超越其他较慢的车辆，该功能是梅赛德斯-奔驰L2级自动驾驶辅助系统的进一步扩展。宝马则选择将BMW i数字情感交互概念车(Dee—Digital Emotional Experience)在本届CES上进行全球首发，展示其对未来车内和车外数字体验的愿景。大众汽车则带来了大众ID.家族新成员——ID.7。ID.7车型是今年CES上备受关注的车型，这款纯电轿车在WLTP工

况下续航里程可达近700公里，其量产版车型计划在2023年第二季度进行全球首秀，并计划于2026年前在中国、欧洲和北美上市。

“随着ID.7的推出，我们把纯

电动汽车产品拓展到高端轿车领域，这款车将搭载众多高科技功能，并拥有出色品质。ID.7是我们于2026年前在全球计划推出的10款电动车之一。我们的目标是在每个车型级别中都能为用户提供合适的产品。”大众汽车乘用车品牌CEO Thomas Schäfer表示。

“随着ID.7的推出，我们把纯电动汽车产品拓展到高端轿车领域，这款车将搭载众多高科技功能，并拥有出色品质。ID.7是我们于2026年前在全球计划推出的10款电动车之一。我们的目标是在每个车型级别中都能为用户提供合适的产品。”大众汽车乘用车品牌CEO Thomas Schäfer表示。

“随着ID.7的推出，我们把纯

电动汽车产品拓展到高端轿车领域，这款车将搭载众多高科技功能，并拥有出色品质。ID.7是我们于2026年前在全球计划推出的10款电动车之一。我们的目标是在每个车型级别中都能为用户提供合适的产品。”大众汽车乘用车品牌CEO Thomas Schäfer表示。

“随着ID.7的推出，我们把纯

电动汽车产品拓展到高端轿车领域，这款车将搭载众多高科技功能，并拥有出色