

超40个汽车品牌接连跟进“降价促销”大戏

行业专家呼吁企业保持理性

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

“店里没有东风雪铁龙C6了,也没有C3,如果要等的话可能要等一个半月。”3月15日,成都市一家雪铁龙4S店销售人员在接受《中国经营报》记者采访时表示。

3月6日,东风汽车集团与湖北省政府针对东风汽车集团旗下东风本田、东风雪铁龙、东风日产等7个品牌、56款车型联合推出汽

“部分车型库存已清空”

“目前行业内的促销活动处于鱼龙混杂的局面,这对车市来说并不是一种好的状态。”

“没车了!没车了!”3月10日,在启动降价活动仅仅几天后,一位湖北省武汉市东风雪铁龙4S店的销售人员一接到记者的咨询电话时便匆忙地说道,现在客户即便决定预订也不能保证能买到,每天都有很多人来咨询。

3月14日,湖北省襄阳市一家东风雪铁龙销售经理告诉记者,目前店里除了天逸和凡尔赛C5X,其他车型都没有现车。“现在店里暂时不接受预订,要买C6、C3的现在来店里也没有用,客户3月5日订的C6、C3车型目前还没到货,3月6日订车的客户都要再等一个星期时间才能提车。”

不只在湖北省“卖断货”,记者在采访中了解到,湖北省外的四川省成都市多家东风雪铁龙4S店内的C6、C3亦已售空。

记者拨通的成都市一家东风雪铁龙4S店销售电话后也被告知“成都C6没有车了”,当记者询问店内是否还有C3时,对方直接挂断了电话。

“21万元的雪铁龙C6全是问题,12万元的C6‘完美无瑕’。”这是网友对于这款原指导价爲21.19万元的车型降价9万元之后最为普遍的调侃。降价之后,这款B级燃油车以12.19万元的“真香”价格冲入A级车的价格区位。较

近100款车型加入“价格战”队列

参与降价促销活动的车企数量仍在不断扩大,近日上汽大众、北京现代等汽车品牌宣布加入促销大战队列。

从时间线来看,3月初由东风汽车集团率先掀起的汽车行业“价格战”旋风,是对2023年1~2月汽车行业内主要围绕新能源汽车进行价格混战局面的延续和扩大。

2023年1月6日,特斯拉中国宣布对国产Model3后驱版、高性能版,及ModelY后驱版、长续航版、高性能版等5款车型进行调价,降价幅度最高达4.8万元。一时激起千层浪,为应对造车新势力龙头降价带来的压力,包括AITO问界、小鹏汽车、广汽埃安、零跑汽车等厂商对旗下部分新能源车型跟进降价调整或推出优惠政策。

车市价格战谨防用力过猛

从长期看,短期非理性促销势必透支未来市场销量,不利于整体行业的健康可持续发展。

对于当前汽车市场价格战的愈演愈烈,专家分析,市场竞争本就是一场淘汰赛。根据市场需求变化,企业合理利用价格竞争手段,可以提升产品销量,扩大市场份额,实现产业重组升级。问题在于,价格战其实是一把双刃剑,如果用力过猛,不仅对品牌造成伤害,也不利于产业高质量发展。

资料显示,当前汽车行业的確存在库存较高的困扰。根据中国汽车流通协会披露的数据,2023年2月,汽车经销商库存预警指数为58.1%,同比上升2.0个百分点,环比下降3.7个百分点,库存预警指数位于荣枯线之上,经销商需要加大促销力度,积极去库存。

“目前车企推出的降价促销活动都是限时活动,这是一种聪明的做法。在这种限时特惠活动下,C6等车型的库存已经基本消

车补贴优惠活动,补贴额度最高达9万元。这一举动一时间在行业引发“蝴蝶效应”。《中国经营报》记者注意到,在东风汽车集团之后,半个月左右的时间,比亚迪、吉利汽车、一汽、上汽、广汽、长安汽车、丰田、奔驰、宝马等车企跟进降价,最高优惠超10万元。据记者不完全统计,截至目前,已有超40个汽车品牌、100款左右车型启动降价促销活动,车

高的性价比使其从鲜有人问津变为“抢手货”。

“近期在湖北省内搞促销活动的C6、C3车型,是2020年、2021年生产的库存车,这次促销是为了清库存。在东风雪铁龙等车企展开促销活动一两天后,这两款车就没有了。因为这两款车型本来就不生产了,所以卖一辆少一辆。实际上,在湖北启动活动之前,店里C6、C3车型就已经很少了。”成都市一家东风雪铁龙经销商告诉记者,在湖北省进行降价促销之前,C6就已经有优惠活动,“C6共创版一直都有5.21万元的优惠,售价是16.47万元起”。

从终端市场来看,在大幅度优惠政策刺激之下,记者关注到有东风汽车4S门店在补贴降价消息发出后3天内卖了1000多辆车。此外,不只东风汽车4S店客流猛增,其他一些汽车品牌的4S店内人流也有所提升。

3月11日,成都市比亚迪4S店一位销售人员对记者表示。“现在店里有现车。现在买车除了享受厂家推出的活动外,我们还额外送4次保养,不过只有宋PLUS和海豹享受优惠活动,其他车型不参与此次优惠活动。因为最近店里有活动,店里的人比以前要多一些。”

进入3月,“价格战”波及面广创下了近20年车市之最,而将这一场“价格战”推向高潮的便是东风汽车集团。3月6日,关于东风汽车集团旗下东风本田、东风雪铁龙、东风日产、东风风神、岚图等7个品牌、56款车型推出大额补贴,在湖北省开启限时降价的海报在业内外迅速流传。海报内容显示,在享受“政企补贴”之后,东风雪铁龙C6共创版车型降价9万元。记者采访中了解到,加入补贴行列的基本属于老款车型,且补贴方法其实是先以全款购买,开票价格是不含补贴的价格,然后购置税和保险都要按照这个

化完了,各地的促销活动将逐步进入降温的状态,后续促销活动和力度将迎来收缩。”崔东树在接受记者采访时表示。

与此同时,对于汽车降价的局势何时扭转,有车企高管表示,“从市场规律看,这种情况在第三季度前应该就会结束,车企对库存车进行了调整,会有一个新的局面在第三季度。”

《经济日报》对上述情况发表社论:价格战肯定会在一定程度上利好消费者,毕竟能用更少的钱买到同样的车型。但要警惕的是,价格战也是一把双刃剑,在砍向对方的同时,也在伤害自己。如果价格战用力过猛,不仅会对品牌造成伤害,还会影响到利润积累。一个企业没有一定的利润,就很难有足够资金投入新产品开发。久而久之,行业创新力就会不足。同时,一辆汽车的制造涉及上万个零

市“价格战”打得火热。

北京现代在接受记者采访时表示,北京现代面向山东、江苏、浙江、河南、河北、北京、广州、四川等多个省市的消费者提出了统一价格优惠政策,此次优惠活动覆盖其大多数终端店,并且为全系车型参与,至高补贴5.5万元。

汽车行业为何会爆发一场如此声势浩大的“价格战”?中国汽车工业协会负责人表示,传统车



由东风汽车集团率先开启的此轮促销潮形成的效果超出了预期,全国各地车企纷纷跟进。图为某汽车品牌4S店重点展示的待售车型。

根据比亚迪官方近日发布的消息,在3月10日~3月31日期间,下订比亚迪宋PLUS即可享受88元抵扣6888购车款活动,而下定海豹即可享受88元抵扣8888元购车款的活动。

在多个汽车品牌启动促销活动的背景下,有4S店为了吸引大众目光招徕顾客,打出了“买b24x和送威驰”的买一辆送一辆的口号。在业内人士看来,这一活动更多的是一种噱头。据极目新闻报道,上述4S店工作人员后来回

应称,他们确实推出了此活动,但目前准备的2辆威驰车已全部送出,该活动已经结束。

“虽然有些车企提供的促销活动只针对一两款车型,但其也在大力把促销声势打出来,目前行业内的促销活动处于一种鱼龙混杂的局面,而这种现象对于车市来说并不是一种好的状态。”中国流通协会秘书长崔东树表示,总体来看,车市的走势并不是很好,促销销量并没有得到明显提升,更多的消费者处于

观望状态,形成买涨不买跌的心态。这种心态将对车市以及后续车企消化库存、新车切换等带来一定影响。

记者注意到,为获得市场订单,近两日有包括哪吒汽车、理想汽车、零跑汽车、腾势、领克等车企推出限时保价政策。

有业内人士指出,目前行业内大大小小的促销活动看似热闹,实际上消费者观望的情绪也比较重,限时保价政策是为了缓解消费者的顾虑。

极上新四化浪潮,在产品技术、质量、服务、品牌力等方面多下功夫,推出符合产业发展潮流的产品参与市场竞争。

三、国家层面可以考虑统一出台相应政策和制度优化调整措施,



截至目前,已有100款左右车型启动降价促销活动,图为消费者在某汽车品牌店内咨询汽车性能和价格。

车商对记者表示,目前不少二手车商对于收车已较为谨慎。

对于近期部分车企的降价举措,中汽协副秘书长陈士华认为,价格战无法带来长期积极效果,“产品价格的适度下调,有利于激发消费者的购买需求,但采取简单的价格竞争策略并非长远之计,企业应该在产品技术、质量、服务、品牌力等方面多下功夫。”

诚如他所言。3月10日,长安深蓝发布消息称,凡在2023年3月10日~2023年3月31日期间下定并提车(提车以尾款支付时间为准)的客户,下定即享“八重好礼”和22000元厂家现金补贴支持政策。

一般来说,新车和二手车之间互为价格支撑,新车价格高、市场表现好,二手车保值率就高,二手车市场表现也会反过来支撑新车价格体系稳定。

“前一阵子展厅里的车卖空了,我们还到处去高价收车,以至于门店和库房都停满了收来的车。然而,新车降价潮一来,这几天店里的成交量就明显下降了,一天就卖一辆车,现在我暂时不收车了。”3月13日,沈阳市一位二手车商告诉记者,他卖的都是燃油二手车,现在他店里有400辆二手车的库存,都在做降价处理。

“现在这个形势下,有消费者会以新车降价为理由压价,我们的利润空间不仅会遭到压缩,甚至会选择亏本出售。”

以雪铁龙C6为例,记者在某二手车交易网站上看到,一辆上牌时间为2022年1月、表显里程为10000公里的雪铁龙C62021款400THP舒适版准新车,售价为14.18万元,而这款车在湖北新车补贴完的价格为12.19万元。新车二手车出现了价格倒挂,这对二手车商而言是一个不利的局面。

成都市的一位二手车商王光(化名)告诉记者,因为新车降价,他店里的二手车也都降价了,以奥迪A32021款Sportback35TFSI进取致雅型准新车为例,这辆车的上牌时间为2021年7月,表显里程为1.7万公里,之前本来是卖10.88万元的,现在降到了9.5万元,这个价格还可以谈。

王光在二手车行业已经有15年的从业经历,他告诉记者,在他的记忆中,像今年这样新车降价高达9万元、众多车企集中降价的情形比较少见。目前这个节点对于二手车商来说需要全盘考虑,全面应考。

告,北京现代、上汽等汽车品牌宣布加入促销大战队列。

在中国汽车流通协会专家委员会李颜伟看来,“现在这场价格战已经越来越像一场大的PR(公关)战争,而不是真正的降价,大家都是利用消费者的关注做自己的传播,吸引客户。无论是厂家还是经销商,都会利用这次机会留住客户资料。”

值得一提的是,3月6日以来,除了湖北省支持东风汽车集团推出降价促销活动外,包括山东省烟台市、河北省邯郸市、广东省广州市、安徽省合肥市等地亦出台刺激消费政策。

以引导汽车行业健康稳定发展。

中汽协呼吁,汽车行业正处于转型发展的关键时期,外部环境也很复杂,确保汽车行业健康持续平稳运行是全行业企业的共同责任和担当。

二手车国内市场迎考

国内二手车出海是应对当前压力的一个途径。

新车市场掀起的这轮降价潮,除了在企业之间形成震荡和竞争外,也对二手车市场带来了一定的影响。

北京市、深圳市、重庆市、成都市、南宁市等地多位二手车商告诉记者,新车降价对于同品牌的准新车的冲击最大,对老旧车型等代步车影响相对较小。

“新车降价对准新车影响最大,如果是同品牌的新车降价,那么对收这个品牌准新车的二手车车商的冲击最大。我店里有一辆2023年2月上牌、表显里程为400公里、裸车指导价为17.19万元的长安深蓝SL03准新车。这辆准新车是3天前收的,是其他二手车商朋友放在店里寄售的。根据厂家的消息,这款车型在3月10日降了两万多元,而店里的这款准新车此前的标价是15万多元,现在这个价格根本卖不出去。”深圳市一位二手车商告诉记者。

诚如他所言。3月10日,长安深蓝发布消息称,凡在2023年3月10日~2023年3月31日期间下定并提车(提车以尾款支付时间为准)的客户,下定即享“八重好礼”和22000元厂家现金补贴支持政策。

一般来说,新车和二手车之间互为价格支撑,新车价格高、市场表现好,二手车保值率就高,二手车市场表现也会反过来支撑新车价格体系稳定。

“前一阵子展厅里的车卖空了,我们还到处去高价收车,以至于门店和库房都停满了收来的车。然而,新车降价潮一来,这几天店里的成交量就明显下降了,一天就卖一辆车,现在我暂时不收车了。”3月13日,沈阳市一位二手车商告诉记者,他卖的都是燃油二手车,现在他店里有400辆二手车的库存,都在做降价处理。

“现在这个形势下,有消费者会以新车降价为理由压价,我们的利润空间不仅会遭到压缩,甚至会选择亏本出售。”

以雪铁龙C6为例,记者在某二手车交易网站上看到,一辆上牌时间为2022年1月、表显里程为10000公里的雪铁龙C62021款400THP舒适版准新车,售价为14.18万元,而这款车在湖北新车补贴完的价格为12.19万元。新车二手车出现了价格倒挂,这对二手车商而言是一个不利的局面。

成都市的一位二手车商王光(化名)告诉记者,因为新车降价,他店里的二手车也都降价了,以奥迪A32021款Sportback35TFSI进取致雅型准新车为例,这辆车的上牌时间为2021年7月,表显里程为1.7万公里,之前本来是卖10.88万元的,现在降到了9.5万元,这个价格还可以谈。

王光在二手车行业已经有15年的从业经历,他告诉记者,在他的记忆中,像今年这样新车降价高达9万元、众多车企集中降价的情形比较少见。目前这个节点对于二手车商来说需要全盘考虑,全面应考。

“国内二手车出海是应对当前压力的一个途径。另辟蹊径开拓第二战场。”奇瑞捷豹路虎原副总裁陈超卓对记者表示,“对于二手车商而言,开辟新赛道是一个积极的举措。出口是需要提上议程的事情。”

资料显示,为响应国内二手车出口的热情,2022年底,商务部、公安部、海关总署联合印发《关于进一步扩大开展二手车出口业务地区范围的通知》(以下简称《通知》),新增辽宁省、福建省等14个地区开展二手车出口业务。

在天津市二手车出口协会秘书长张婷婷在接受记者采访时表示,目前二手车出口正处于高速发展阶段,出口品类、车型日益丰富,并且呈现较强的集中度,出口企业普遍实力强劲。不过,二手车出口的持续升温,也吸引了大量中小企业积极投身其中。