

百款新车扎堆降价引发冲击波 二手车市场观望情绪浓厚

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“现在观望的客户比较多,我们近期已经开始不收车了。”3月28日,在上海二手车交易中心,二手车商谷亦敏(化名)向《中国经营报》记者苦笑说道。

之所以谷亦敏近期开始不收二手车了,与近期各大品牌新车掀起的“价格战”息息相关。多位二手车商告诉记者,新车价格促销带来的影响也传导到二手车行业,使得消费者的观望情绪浓厚。

中国流通协会在3月24日发布的二手车周度快报(2023年3月13

日~3月19日)显示,3月第二周二手车市场日均交易量5.91万辆,环比继续下降4.88%,较上月同期相比下降了4.68%,日均交易量下降到不足6万辆区间,市场景气度有所衰减。

对于此番新车“价格战”给二手车带来的影响,中国汽车流通协会副会长、成都宏盟汽车集团董事长胡伟告诉记者:“消费者持币观望的情况明显,商户收车谨慎、客户买车谨慎。”

中国流通协会在快报中解释道,“由于新车市场价格变动较大导致二手车消费者观望情绪有所增加,经销商在收车的过程中也持相对谨慎的态度。”

车市降价冲击波

新车的促销政策,使得购买二手车的客户都在观望。

“21万元的雪铁龙C6老气横秋,13万元的雪铁龙C6成熟稳重。”3月初,东风系推出了一场“史无前例”的购车补贴,并由此在车市掀起一场“价格战”,涉及多家车企的百余款新车。

“新车的促销政策,使得购买二手车的客户都在观望。即便补贴很多的是区域性的,但实际全国(客户)都在观望。”谷亦敏告诉记者,“往年这个季节的周转率都在1以上,但今年现在的周转率还在0.5以下,有些车已经不仅仅是让利销售了,可能还会亏本销售。”

瓜子二手车高级副总裁王晓宇告诉本报记者:“从二手车行业的车商侧来看,此轮燃油车的价格战直接影响的是降价相关的品牌车系对应的二手车、特别是次新车(1年车龄内、驾驶里程数小于1万公里)。市场上80%以上车商仍处于观望阶段,其余大多数的品牌车系价格、特别是车龄更长的二手车,仍然比较平稳。”

“对于平台来说,其在规模化、科技化方面的优势,抵御、对冲了部分市场风险,影响有限,但对于庞大的二手车商群体来说则挑战不小。”天天拍车COO张延伟告诉记者,

“3月开始的降价促销,到四五月的车展,导致市场和消费者关注度都集中在新车市场,一些消费者可能会转而购买新车,而不是购买二手车。这可能会导致二手车需求下降,价格下跌,因为供大于求,二手车经销商可能会面临更大的库存压力、资金压力和周转压力。”

“影响还是不小的,对比(价格战)之前,人流量小了不少。”二手车商刘志奇(化名)指着展厅向记者说道,“收来的车会按照整个市场的行情做一些价格调整,都是真金白银收来的,还是会保持在一个合理的价位出手的。”

对于此番新车“价格战”给二手车行业带来的影响会持续多久?胡伟告诉记者:“为了消化库存滞销车型,政府与车企推出的阶段性补贴政策,不会持续太久。”

王晓宇告诉记者:“去年下半年部分二手车已经经历了一轮价格调整。另外从整体保值率来看,短期大规模降价的可能性也比较小。如果此轮新车降价潮不再扩大的话,二手车、准新车的价格也会很快在1~2个月内趋于稳定。若降价潮持续扩大,会再整体上助推整个二手车的销售价格走低。”

车商群体或需进一步加速周转

如何应对新车“价格战”带来的影响,也成为当下二手车行业的重要课题。

如何应对新车“价格战”带来的影响,也成为当下二手车行业不得不重视的重要课题。王晓宇告诉记者:“在当前部分品牌车系价格走势不稳的情况下,二手车商收车趋于谨慎,特别是降价直接涉及的次新车品类。应对降价,瓜子二手车建议车商群体应该加速线上化转型,借助线上大平台,加速周转效率。”

王晓宇进一步表示:“需要重点关注,受对应新车降价品牌的影响最大的次新车(1年车龄内、驾驶里程数小于1万公里),车商群体应该进一步加速周转,尽量避免因为新车降价导致对应二手车相关车型库存车的亏损扩大。”

“瓜子二手车认为效率提升与保障交易安全协同并进,才能打造出真正完善的实现二手车交易高速增长的系统性能。”王晓宇告诉记者

倒逼二手车行业革新升级

新车“价格战”是对二手车行业的一次突击演练,价格战不会长久。

新车“价格战”并不会影响二手车行业整体向好的趋势。瓜子二手车大数据显示,2023年1月份是近3个月以来线上二手车成交均价最低的一个月份(也是近1年的最低月份),此后2月份、3月份整体从二手车平均成交价格与交易量上看,均呈现复苏状态。

据悉,3月份上半个月,线上二手车成交价9.81万元,环比持平(2023年2月份成交均价9.77万),也高于近1年来线上成交均价月份最低点(2023年1月的9.3万元)。

“短期看,叠加当前部分品牌车系新车价格战影响下,因为网络舆论的放大效应,导致二手车消费者观望周期拉长,复苏大趋势未改,但复苏强度短期略微减

者。据悉,瓜子二手车近日已正式升级为第三方平台,全国超1万家优质二手车商已完成瓜子认证,通过瓜子三方平台覆盖全国交易。

记者了解到,瓜子二手车还推出了国内首个平台级保障标准,提供全流程的车况真实保障、交易保障及售后保障,以规范二手车电商规模化、品质化交易。

在乘联会秘书长崔东树看来:“目前全国二手车市场尚缺乏统一的保障服务标准,传统线下市场以区域性、非标化及小型车商为主体,在车况认定、服务流程及保障服务上缺乏统一标准,争议较大。瓜子率先制定的平台级的保障标准覆盖车况、交易、售后,贯穿二手车消费全流程,不仅能为消费者提供标准化、信任度更高的消费新场景,也有利于推动整个二手车行业的高质量发展。”



3月28日,在上海二手车交易中心,多位二手车商向记者表示,新车“价格战”使得客户观望情绪浓厚。 本报资料室/图

记者了解到,宏盟汽车集团作为二手车产业供应链整合服务商,其二手车交易市场驻场商户超700余家,展车规模9000余辆,同样积极采取措施去应对新车“价格战”带来的影响。

胡伟告诉记者:“宏盟每月推出实时政策及行情数据分享,帮助二手车商预警行业走向及车型动态;引进优质批量车源,为车商收车端提供具有竞争力的车型产品及价格。”

车企驶入“价格战”十字路口 或加速新一轮深度洗牌

本报记者 于典 石英婧 上海报道

随着多家车企打起“价格战”,国内汽车行业新一轮深度洗牌初见端倪。

而就在一些品牌价格混战如火如荼的同时,市场出现一股“保价潮”。理想、极氪、腾势、哪吒、零跑等企业近期相继推出保价政策。

据悉,不少车企推出的都是以3月份为期限的限时降价。而随着4月份的到来,价格战是否会进一步持续也成为行业关注的焦点。在业内人士看来,相较于一味地通过价格战内卷“节流”,汽车行业应当更多地着眼于“开源”,通过专注于

消费者需求,提升产品竞争力,回归到“价值战”。

对此,中汽协表示,价格战不是长久之计,汽车市场应尽快回归正常秩序。降价处理库存,适当回收成本是正常经营措施,但不能因此沦为价格战。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受《中国经营报》记者采访时表示:“在车企的价格战中,无论是新车的经销商还是二手车经销商都会受到不小的影响,经销商利润的下降和二手车贬值,不利于提振市场信心。作为企业来讲,毕竟要考虑长期发展和盈利问题,价格战不可能长久。”

价格战并非长久之计

“进店冲着降价消息来的,最后的转化率往往不会那么理想,更多的是在对比价格。”永泰上汽大众4S店的销售主管陈立(化名)告诉记者,“现在车市的观望情绪被大幅降价带动,消费者反而都在期待后续的降价。”

降价热潮之下,市场期待中“订单狂欢”并没有到来。

乘联会发布数据显示,3月1~26日,乘用车市场零售102.1万辆,同比去年同期下降1%,较上月同期下降17%。今年以来累计零售370万辆,同比下降15%;全国乘用车厂商批发114.6万辆,同比去年同期下降8%,较上月同期下降19%。

“3月燃油车促销,随着国六A清库存的公开化,各车企厂商加速大力度的促销,火爆的背后是以需求的集中释放为代价,对后续汽车市场的正常秩序带来压力。”乘联会方面表示。

与此同时,降价潮的影响也持续向产业链上游蔓延。国家统计局数据显示,2023年前两个月,汽车制造业利润为414.3亿元,同比下降41.7%;汽车制造业利润率3.2%,同比下降2.2%。

湖南裕能近日在投资者互动平台上表示:“受到了燃油汽车大幅降价对新能源汽车销售造成一定冲击,碳酸锂价格持续下降导致行业去库存压力增大等情况影响,新能源汽车行业发展速度放缓,公司的生产经营正常进行,但经营业绩会受到一定影响。”

“价格战不会长久,物有所值是永恒的商业法则。汽车企业应该着眼长远,在产品技术、质量、服务、品牌力等方面多下功夫,致力于高质量发展。地方政府在稳增长、促消费的过程中,方式方法要得当。政府、企业、媒体应对此理性看待,共同维护市场秩序。”中汽协方面呼吁。

“满足用户需求才是最终目的”

随着降价潮的持续发酵,一个更为现实的问题也成为车企无法回避的话题,价格战的终点究竟在哪里。

信达证券研报认为,车市的演变将出现三个阶段的变化。第一个阶段,今年3到6月底,各地开展价格补贴、各汽车品牌加入价格战;第二个阶段,车市价格战仍有可能存续,但消费者的关注点从单一价格拓展到车企的技术、产品、服务;第三个阶段,部分二三线品牌及新势力出局,弱势合资品牌逐渐被淘汰出局,退出中国市场;弱势造车新势力或面临收购整合。

对此,蔚来销售运营助理副总裁浦洋在近日的一场沟通会上表示,蔚来不会通过ET5各种类型的减配或者减权益来参与降价。“蔚来会按照自己的策略去争

取更大的市场份额,以更精细化毛利的运营方式,为用户提供一个极具高性价比,极具竞争力的产品。”

谈及“价格战”,飞凡汽车CEO吴冰告诉记者:“市场竞争不是以谁把谁干掉为最终目的,而是要能够满足用户需求为最终目的。特别是整车是长周期、低频、高价值,涉及到人身安全,涉及到数据隐私、涉及到工业产值,甚至涉及到就业率、就业岗位国家基础的工业产品。所以我们认为对于飞凡这样的初创品牌来说,还是聚焦自己,把自己的工作做好这是最关键的。”

而作为大宗消费的支柱性产品,汽车消费对提振内需、稳定工业经济增长的重要性不言而喻,其占社会消费品零售总额比重超过10%。事实上,自今年年初以来,

多品牌保价承诺应对“价格战”

自今年1月,特斯拉打响新能源汽车价格战的“第一枪”,随后问界、小鹏等自主新能源品牌和合资品牌陆续加入,据不完全统计,目前已经有超过40家汽车品牌参与到了本轮价格调整中。

“我们也担心在这个时间点上买车,后面如果车企给出更多优惠怎么办。”采访过程中,正在考虑置换新能源汽车的高平(化名)告诉记者,“现在都是早买早享受,晚买享折扣,也确实有一些犹豫。”

乘联会方面同样表示:“2023年开始,新能源汽车补贴政策退出以及燃油车购置税优惠政策



在扬州金鹰蔚来空间,不少顾客正在对比同价位车型的各项参数。 本报资料室/图

工信部、商务部、国家发改委、财政部等密集发声,从税收优惠、开展汽车下乡、完善配套设施、扩大二手车流通等多方面对今年拉动汽车消费的政策措施进行部署。

除了运用财政、金融等手段持续促进汽车消费,强化汽车的使用场景,深入挖掘潜在购车消费需求也成为政策关注的重点。

日前,安徽省商务厅、省发改委、省经信厅等8部门联合印发《关于支持扩大汽车消费若干措施的通知》(以下简称《通知》),针

对当前安徽省汽车消费市场存在的困难问题,结合安徽省实际,提出了一些务实举措,主要体现在“三个突出”。

其中,突出“场景打造”无疑是此次政策的亮点之一。“支持汽车展会消费,促进汽车文旅消费。对上半年各地举办并在商务部门备案、符合条件的汽车展销活动进行补助;办好安徽省自驾游大会、开辟全省自驾游线路10条以上、打造全省自驾运动营地65个以上。”《通知》明确提出。

据悉,作为零跑主力C系列之一,智能远行大五座SUV零跑C11增程拥有同级更长的285km纯电续航,在增程系统加持下,综合续航里程最长可达1024km。拥有最大输出功率400kW,最大扭矩720N·m,零百公里加速最快3.94秒的优异性能。自3月1日全系新品发布以来,零跑汽车从尺寸、动力、底盘、舒适配置、智能座舱、智能驾驶六大选车标准,重新定义15万~20万元汽车价值。

哪吒汽车方面同样承诺,3月1日至4月30日,通过哪吒汽车官方渠道定购哪吒S系列车型,自定

购日(含)起90天内,如果所购具体版型的官方售价有降价情形,哪吒汽车承诺将主动退还差价。

哪吒汽车方面表示:“当猝不及防的降价刺痛了老车主的信任,当腰斩级的价格成为中国汽车工业长远发展的一根刺,哪吒汽车限时优惠+90天保价的做法,不仅更具诚意,也更能体现一个中国汽车品牌立足长期主义的责任感。”

在不少业内人士看来,相较于一味地通过价格战内卷“节流”,汽车行业应当更多地着眼于“开源”,通过专注于消费者需求,提升产品竞争力。