

“金九银十”华南车企降价促销

本报记者 陈靖斌 广州报道

得益于促销和节假日期间的购车活动,9月份中国乘用车销量有所增长。

中国乘联会表示,10月初国庆黄金周自驾出游人数众多,有鉴于此,10月份乘用车销量有望再次体现购车需求上升。

《中国经营报》记者了解到,随着“金九银十”购车需求的上升,赛力斯汽车、长安汽车以及

竞争激烈

对国内的汽车产业而言,促销和降价是一把双刃剑,车企需要根据自身情况和市场环境来制定合适的销售策略。

中国作为全球最大的汽车市场。“金九银十”迎来了发展的黄金期。

中国乘联会日前公布,9月份中国乘用车市场零售达到202万辆,同比增长5.0%,环比增长5.0%。中国乘联会表示,10月国庆假期前购车需求上升,与此同时,9月车市季度冲刺目标驱动促销明显走强。

9月份乘用车出口同比增长50%;1~9月乘用车出口同比增长68%。9月份新能源乘用车(包括纯电动汽车和插电式混合动力汽车)产量同比增长10.7%。

中国乘联会表示,10月初国庆黄金周自驾出游人数众多,有鉴于此,10月份乘用车销量有望再次体现购车需求上升。

借着“金九银十”期间火热的市场氛围,赛力斯汽车、长安汽车以及小鹏汽车在内的多家华南车企也纷纷推出自己的销售权益“礼包”,以谋求进一步抢占中国新能源汽车市场。

赛力斯汽车相关负责人告诉记者,10月8~31日期间下定AITO问界新M7,可最高享受价值30000元的购车权益。

不仅如此,AITO问界还在17日最新发布M7提车超期补贴标准,即2023年11月30日前完

小鹏汽车在内的多家华南车企,纷纷推出新车型优惠促销举措,以进一步抢占国内新能源汽车市场。

汽车消费市场9月以来明显进入加速期,而最后一季度也将成为车企冲击销量关键时刻。业内预计,未来将会有更多车企加入促销降价行列,或将引爆下一轮车圈价格战。

中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文向记者指

成大定支付的新M7用户,若提车超期按超出天数将获得现金补贴,补贴标准为每天200元,至高10000万元。

小鹏汽车相关负责人则告诉记者,新车型2024款小鹏G9在10月终端促销出台了“本品置换”以及“他品置换”两种优惠置换政策。“‘本品置换’终身每年1500度电卡或10000元尾款减免,‘他品置换’则享受5000元保险补贴,朋友复购也可以享受每年1500度电卡。此外,还可以享受随车礼品、空悬选装8折以及星际绿金属漆限时免费等多项优惠。”

长安汽车相关负责人向记者介绍,长安汽车新车型长安启源A07,推出了6大新车上市优惠政策,享受至高8000元置换现金补贴;前两名提车用户还可以享受终身免费基础保养服务。而深蓝汽车则是将原有2000元增换购补贴,10月翻倍为4000元;818元购买6年12次首任车主基础保养活动10月仍延续。针对SL03,用户购车即送天幕遮阳帘。

值得注意的是,除了促销优惠外,小鹏汽车还从价格源头——车型定价环节便开始释放红利。据了解,小鹏G9改款在9月

出,为了防止引爆车圈新一轮的价格战,政府和汽车企业应该共同采取措施来平衡利弊,以促进汽车产业的稳定健康良性发展。“在面对消费旺季时,政府可以出台相应的补贴政策来刺激消费,而汽车企业则可以通过技术创新和品牌建设等方式来提高产品的竞争力,并提供适当的优惠活动和增值服务来吸引消费者。只有这样,才能真正实现汽车产业的可持续发展。”

上市,售价相比G9老款大幅降低,起售价降低4.6万元,拉低至30万元以下,降价幅度超预期。而其Pro/Max版本同配置分别降低6.6万元、6.0万元。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力认为,在传统“金九银十”期间,车企之所以纷纷加入促销、降价大军,主要还是通过促销和降价吸引更多消费者,以提高车型销量,从而实现年度销售目标,扩大市场份额。

但需要注意的是,朱克力还指出,对国内汽车产业而言,促销和降价是一把双刃剑,车企需要根据自身情况和市场环境来制定合适的销售策略。“尽管短期内有利于提高车企销售业绩,但同时也会加剧整个汽车市场竞争程度,一些实力较弱的车企可能会面临更大的市场压力。此外,过度的促销和降价还可能影响品牌形象,消费者对品牌的认可度可能会有所下降。”

解筱文则指出,如果汽车企业过于依赖降价来吸引消费者,可能会对市场的正常秩序造成影响,导致市场的混乱。这样不仅会影响汽车行业的健康、稳定发展,还可能对企业的技术创新和品牌建设产生阻碍。



图为消费者在问界M7展台看车。

陈靖斌/摄影

专家:企业应避免价格战

车企需要通过加强技术创新和品牌建设来提高产品竞争力,而不是仅仅依靠降价来吸引消费者。

“金九银十”期间,车企竞争激烈。

AITO问界M7增推了5座版车型,指导售价为24.98万元起,较改款前的M7起售价下调了40000元。此举也令该车型“起死回生”。在过去几个月内,AITO问界M7车型月销量一度下滑至数百辆,AITO问界也被推至生死存亡边缘。

而在10月15日,AITO问界宣布,其问界新M7上市首月的大定订单已超6万单。目前赛力斯汽车工厂也已新增生产班次,每天22小时连轴生产并开启双班运行机制,降价起到立竿见影效果。

而小鹏汽车在继8月同比增长后,9月的交付量再度增长,同比飙升81%至1.53万辆。其中,热销的小鹏G6当月交付量达8132辆,总交付量累计约1.94万辆。此外,今年三季度,小鹏汽车累计交付量已突破40000辆大关,环比实现72%的增长。

对于当前的交付势头和未来规划,小鹏汽车方面称,目前小鹏G6产能已稳步提升,接下来交付进程将进一步提速。特别是即将销售的2024款小鹏G9车型,考虑到前期在生产、供应端的充分准备,小鹏汽车

正加紧提升G9产能爬坡速度,加速完成现有订单的交付。

长安汽车10月8日晚间公布2023年9月份产销快报。当月公司生产汽车25.1277万辆,同比增长13.23%;销售汽车23.6808万辆,同比增长9.93%,在这其中,公司自主品牌新能源车销量5.0990万辆,同比增长69.71%。

对此,解筱文指出,政府和汽车企业在面对“金九银十”等消费旺季时,应该共同采取措施来平衡利弊,以维护汽车产业的稳定健康良性发展。

“政府可以出台更加有利于消费者的补贴政策,以鼓励更多的人购买汽车。例如,可以根据汽车的类型、价格、排放量等因素来制定不同的补贴标准,让消费者在购车时得到更多的实惠。车企需要通过加强技术创新和品牌建设来提高产品竞争力,而不是仅仅依靠降价来吸引消费者。例如,可以通过推出新款车型、升级技术、提高服务质量等方式来增加产品的附加值,吸引消费者购买。此外,车企可以在保证利润的前提下,适当调整价格策略,提供一些优惠活动等,以吸引消费者。同时,也可以通过提供更好的

售后服务,增加汽车保险等增值服务来提高消费者的购车体验和忠诚度。”解筱文表示。

需要注意的是,解筱文还指出政府和企业可以通过加强市场监管和规范市场秩序来防止市场混乱和恶性竞争。例如,可以通过建立公平公正的市场规则和法律法规来维护市场秩序,保障消费者和企业的合法权益。

朱克力则认为,在传统的“金九银十”期间,无论是政府出台提振消费补贴政策还是车企降价促销,应着眼于促进汽车消费,拉动经济增长。在利弊权衡方面需要综合考虑、多措并举,并加强监管和引导,维护汽车产业稳定健康和良性发展。

“要加强对政策的监管,确保政策的实施效果,防止出现骗补等不正当行为,维护市场秩序。还要引导车企合理定价,避免价格战和恶意竞争,维护市场稳定。此外,应鼓励车企加大技术研发和产品创新力度,推动汽车产业的高质量发展和升级。而作为车企也需要做到合理定价,持续加强技术创新和产品升级,不断提高竞争力,共同推动汽车产业高质量发展。”朱克力表示。

掘金千亿级蓝海市场 新能源车企扎堆“涉险”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

近年来,新能源汽车的保有量在持续增长。据公安部统计,截至2023年9月底,新能源汽车保有量达1821万辆,占汽车保有量的5.5%。其中,前三季度新注册登记519.8万辆。

与之相伴的新能源车险市场也蓬勃发展。德勤发布的《从新能源车险看财险经营模式变革》(以下简称《报告》)指出,随着新能源车产销量的高速增长,其在车主的日常使用生活中占据着愈发重要的地位,这引发了针对新能源车的更多保险需求,形成了区别于燃油车的巨大需求缺口。

在这样的行业趋势下,新能源车企也纷纷入局新能源车险市场。企查查显示,汇鼎保险经纪有限责任公司在近期进行了工商变更,企业名称变更为蔚来保险经纪有限公司。

上述企业名称变更,也显示了蔚来对保险市场的重视。实际上,《中国经营报》记者注意到,不仅仅是蔚来,此前已经有特斯拉、比亚迪、理想等新能源车企进入到保险赛道。

惠誉评级中国企业研究董事杨菁称:“目前新能源汽车出险率显著高于燃油车,导致传统险企的新能源车险业务成本较高,而车主付出的保费也水涨船高。这实际上提高了新能源车的使用成本,不利于新能源车的销售。近期看到多个新能源车品牌在促销中使用了车险补贴的方式,说明车险与汽车金融类似,已经成为新能源车销售服务中的隐性促销手段之一。”

蔚来、特斯拉等车企“涉险”

在蔚来之前,已经有多家新能源车企布局保险市场。

企查查显示,蔚来保险经纪有限公司的简介是一家保险经纪服务提供商,提供保险经纪、风险管理顾问等服务,致力于为用户提供定制化的保险经纪服务方案。该公司由安徽蔚来数据科技有限公司(以下简称“安徽蔚来”)100%持股,蔚来创始人李斌为实际控制人。

实际上,蔚来在2022年便开始在保险市场布局。2022年1月,蔚来曾注册“蔚来保险经纪有限公司”,这与汇鼎保险经纪有限责任公司更名后的企业名称一样。该公司的经营范围包含保险经纪业务;保险代理业务等等。但在2023年3月,蔚来便

注销了上述公司。

在蔚来之前,已经有多家新能源车企布局保险市场。譬如2020年8月,特斯拉在上海浦东新区登记成立特斯拉保险经纪有限公司;2022年6月,理想汽车收购银建保险经纪有限公司,后更名北京理想保险经纪有限公司。上述两家公司的经营许可项目均是保险经纪业务。

如何看待此现象?安永曾指出,在不断壮大的新能源汽车市场的影响下,新能源车险经纪将是汽车行业和保险行业强强联合、携手转型的一个突破口,其本身具备与新能源车险的衔接能

剑指千亿级市场规模

预计到2025年,新能源汽车销量将达到1167万辆,保有量达3693万辆,保费规模达1865亿元。

新能源和新能源车险有着广阔的发展前景。据东吴证券研报测算,预计到2025年,新能源汽车销量将达到1167万辆,保有量达3693万辆,保费规模达1865亿元,占车险总保费比例约为18.7%;预计2030年保费规模将达5309亿元,占车险总保费比例约为34.9%。

《报告》也指出,新能源汽车的蓬勃发展给保险市场带来了更多发展机遇,同时也使传统的财险行业面临新能源车险开拓及经营发展难题。一方面,面对不断推陈出新的新能源车型的风险把控难以保证;另一方面,财险行业本身传统的销售渠道、产品开发定价、核保理赔、风险管理已难以满足发展新能源车险的要求。

盘和林表示,当前新能源汽车已经形成正反馈循环,由于规模效应,当前新能源汽车制造成本显著降低,使用性价比越来越高,基础设施也在不断完善,所以新能源车取代燃油车是大势所趋。“车企的车险业务也将进入快速发展期,这势必挤占传统保险公司的车险市场。”

杨菁告诉记者,新能源车企将车险纳入自营服务体系中,一方面可以通过对车主、车辆数据的掌控,提高车险定价的准确性;另一方面可以绕开第三方保险公司,直接通过对车险价格的灵活调整来应对市场竞争。这在下一阶段驾智系统普及初期以及价格竞争激烈的市场环境下,对于品牌的竞争力尤其重要。

“此外,由于一些新能源车品

牌,更是为各大新能源车企进入这个市场提供了一个新的发展方向,这也将会是新能源汽车未来一个新的盈利和增量模式,也会成为汽车金融领域一个重要的发力与盈利方向。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来,新能源车颠覆的不仅仅是燃油车行业,同时也颠覆了车险、车辆维修等诸多产业。“随着各家造车企业生态壁垒的抬高,车险业的优势会逐步向车企倾斜。”

2021年11月,中保协发布《中国保险行业协会新能源汽车商业

保险专属条款(试行)》(以下简称《专属条款》),适用所有新保和续保的新能源汽车(不包括摩托车、拖拉机、特种车)。

光大证券研报指出,上述《专属条款》的设立,一方面为新能源汽车产业的蓬勃发展保驾护航;另一方面有助于财险公司在市场潜力巨大的新能源车险业务方面规范发展。

盘和林表示,各大造车新势力实际上都在试图将保险和维修等售后服务打包,蔚来更加彻底,将充电服务也打包到整个售后体系当中,这么做的原因有二;其一是为了构筑生态,让用户习惯车企提

供的售后整体解决方案,以此将车企的业务从售前延伸到售后。

“其二则是新能源车的特点决定的。相比于过去燃油车,新能源车在电路、电线、电控、电池上的维修成本更高,而很多基于电控等配件的维修都掌握在车企手中,这让外部第三方维修店很难接手,而对于保险公司来说,事故维修成本的不确定性,导致保险公司提高新能源车的保险费用。而这方面车企在对车辆熟悉度上有优势,能够更精准预估车辆维修成本,所以在车险上,很多造车新势力选择自己卖车险。”盘和林进一步说道。

的车主信息。

对于车企入局保险市场的未来发展前景,惠誉评级亚太区保险机构评级高级分析师汪佳鸿告诉记者,“目前新能源车险仍处于积累理赔数据,加深新能源技术研究阶段,精准定价和定损的能力有待提高。目前众多中小公司对该类业务仍处于观望和谨慎发展过程中。在逐步解决技术性问题后,新能源车险在未来会成为推动车险保费增长的重要动能。”

“车企入局保险市场,在数据方面有着天然优势,也可以通过汽车销售环节获得潜在的保险客户,进行业务拓展。但在保险服务专业度,包括出险后的响应效率,理赔速度和服务质量等方面仍待考验。”汪佳鸿说道。