

新车“价格战”冲击波犹在 二手车商“生意经”难念

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

国内车市降价促销的“龙卷风”从2023年刮进了2024年。据《中国经营报》记者不完全统计,自2023年12月29日至2024年1月18日,已经有奇瑞新能源、吉利汽车、特斯拉、哪吒汽车、零跑汽车、阿维塔、岚图汽车、上汽大众等多家车企相继打出促销“组合拳”。

记者注意到,2024年的首轮“价格战”大多瞄准春节档,车企推出的促销举措包括现金优惠、限量权益、限时权益、置换补贴、购车礼遇等多种形式,以期激发

车市“价格战”硝烟再起

2024年车市大概率将延续2023年的价格战,行业加速出清。

“我们在新能源的行业排名上不会像2023年这么客气了!”2023年10月16日,在“科技触手可及”2023奇瑞科技DAY上,奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃如是说道。

记者注意到,自2023年12月29日零时起,奇瑞新能源宣布旗下车型官方指导价最高下降达8000元。据悉,奇瑞小蚂蚁251km热爱版降价5000元,调整后价格为5.99万元;251km真爱版降价6000元,调整后价格为6.39万元;321km钟爱版、321km唯爱版售价均下调8000元,调整后价格分别为6.99万元和7.49万元。除价格优惠外,奇瑞小蚂蚁还送出三重好礼。

而后在2024年的第一天,便有多家车企相继推出促销举措。1月1日,特斯拉推出新年低息金融政策与限时保险补贴,Model 3/Y最高可省2.3万元,活动截至1月31日。

但上述政策已被特斯拉提前结束。1月12日,特斯拉再度在官方微博宣布,特斯拉Model 3后轮驱动焕新版售价降至24.59万元起;Model 3长续航焕新版售价下调至28.59万元起。

1月2日,岚图汽车也发布1月购车权益。其中,购买新岚图

消费者的购车欲望。

促销的效果显著。乘联会公布的数据显示,2024年1月1日~14日,乘用车市场零售78.8万辆,同比增长18%,较上月同期增长6%。

但车市“价格战”是把双刃剑。具体来看,“价格战”能让车企的销量得到提升,也会让车企更加注重新产品和技术的创新,但若过度便会损害品牌形象,车企利润也会愈加难堪。

新车“价格战”也使得二手车市场受到波及。“新车开启‘价格战’,这就意味着新车好卖,二手车



2024年1月17日,记者走访上海二手车交易中心,多名二手车商表示,新车“价格战”给二手车市场也带来很大影响。 本报资料室/图

梦想家EV旗舰版的消费者,可享受11000元购置税减免;购买旗舰版PHEV的消费者,可享受6000元购置税减免;购买尊贵版PHEV,可享受1500元购置税减免;购买尊贵版EV,可享受1500元购置税减免。

1月4日,零跑汽车宣布开启新年礼遇季,缴纳5000元定金至高可享受1.7万元尾款抵扣券,参与活动的车型包括C01增程、C11增程、C11、C01、T03。1月5日,零跑汽车再度推出35万元新年服务消费券活动,限时预约抽奖,消费券有效期至2月4日。

造车新势力头部选手中的理

相对来说就不好卖了。”1月17日,上海二手车商吴赫(化名)向记者说道。

新车“价格战”如何影响二手车市场?天天拍车COO张延伟告诉记者,现在新车的“价格战”无逻辑可言。“如果某个品牌的某款车型突然降价很多,那对这一类型的二手车市场影响则是巨大的。各种降价补贴促销的随机性、突发性和不确定性,影响车商经营信心和预期。这种突然的降价本身既会降低车型的保值率,也会给二手车商带来很大的经营风险。”



2024年1月17日,记者走访上海二手车交易中心,多名二手车商表示,新车“价格战”给二手车市场也带来很大影响。 本报资料室/图

想汽车和蔚来汽车也加入促销的大军之中。1月11日、17日,理想汽车和蔚来汽车宣布推出2023款车型的购车优惠、2023款车型短期购车礼遇。

展望2024年,车市“价格战”或将进一步延续。1月16日,首创证券发布的研报指出,考虑到电池级碳酸锂2023年6月以来的价格下跌趋势仍然持续,很大程度上降低了新能源车成本端的压力。“我们认为以新能源车市场为首,2024年车市大概率将延续2023年的价格战,行业加速出清,自主品牌强势、新能源车发展领先的车企市场地位有望进一步提升。”

二手车市场或步入“阵痛期”

新车“价格战”引发的“蝴蝶效应”正在二手车市场蔓延。

“过年前后的两个月是我们的黄金期,尤其1月份是最好的月份,但目前市场还是非常冷清。”吴赫向记者说道。

1月17日,记者走访上海新能源车二手车市场、上海二手车交易中心,多位二手车商表示新车“价格战”带来的影响很大。“我前天有两辆车都是亏本出手的。”二手车商郭苏(化名)向记者说道,“有些收过来的车子,时间要是长了还没出手,我们就会降价。”

“现在生意难做,东西既要好,还要便宜,所以利润很薄。”郭苏坦言,“新车‘价格战’对价格较高的二手车影响比较大,对4万~5万元的车型影响不是很大。我们也要跟着行情走。”

记者走访当天,前来看车的消费者并不多,不少二手车商在刷短视频、做直播。郭苏表示,他们也在用抖音做直播卖车。“2022年效果还好,但2023年不太好,参与的商家太多了。”

中国汽车流通协会的数据显示,2023年二手车累计交易量1841.33万辆,同比增长14.88%,与上年同期相比增加了238.5万辆,

2024年二手车市场规模会继续扩大

在“价格战”和燃油车向新能源汽车转换两种因素影响下,2024年二手车市场的规模会继续扩大。

二手车商如何应对新车“价格战”带来的挑战?张延伟认为,二手车商们一定要转变以往的经营思路,要改变“手中有车就能赚钱”的思路。“现在已经不是‘车源为王’的时代,一个天天拍车平台,每天有近万台来自全国各地各式各样的车源,已经满足了全国车商的采购需求。而且,收车快速精准高效,甚至做到客户需要什么二手车,就采购什么二手车的地步。”

张延伟告诉记者,二手车商还要提升服务质量,质量好了才会有口碑,口碑好了才会有市场,这样才会带来更多的市场收益。“对于二手车来说,售后的车况保障是关键。”

累计交易金额为11795.32亿元。

张延伟表示,2023年中国汽车产销量都突破了3000万辆,创下历史新高,释放大量置换出来的车源进入二手车市场,推动全年二手车的交易量明显增长。“但也要看到,各行各业都在‘卷’,二手车行业也是如此。虽然车源量在增长,但二手车商的经营确实比以前难。”

为何二手车商会觉得经营比以前难?张延伟解释道:“二手车商之所以觉得2023年的经营比较难,是因为现在行业竞争越来越激烈,和同行抢客户的同时,还要和新车抢市场。汽车保有量超过3亿辆,每年进入二手车市场的车源总量在增多,再加上新车‘价格战’等多重因素的影响,这使得二手车商的经营节奏受到很大的影响,年初集中收储的高价车源成为包袱,由此带来的后遗症形成多米诺骨牌效应,他们需要花费很大的精力获客‘填坑’。”

谈及新车“价格战”对二手车市场的影响,瓜子二手车相关负责人告诉记者,新车降价一方面会刺激换车需求,导致二手车供给增加。另一方面,新车优惠的价格又会吸引部分原

本准备购买二手车的人群,导致二手车需求降低。两者叠加,就会加深二手车市场的供需矛盾。

新车“价格战”带来的影响也需要辩证来看。张延伟表示,短期来看,新车“价格战”会增加二手车商的经营挑战。“但一个行业要发展起来,发展规模和质量都很重要。汽车以前是被当做家庭财产去购买的。但新车‘价格战’会使得汽车消费品的属性越来越强,从天天拍车的角度来说,车主卖车时不会像以前那样特别在意卖价,而是处置车辆的服务体验。”

瓜子二手车相关负责人也进一步表示:“从短期来看,新车‘价格战’使得瓜子二手车平台上的车源更多了,价格更实惠了。这对二手车消费者来说是件好事,但对二手车商家来说则是个挑战。从长远来看,这也会加速市场洗牌,有利于行业的健康发展。毕竟决定二手车市场好坏的因素不止价格一项,有实力的商家会迭代自身,而平台也会在体验、增值服务、保修、车辆质量保证等方面加大创新力度,共同创造一个买家、平台、商家三赢的局面。”

产能过剩竞争加剧 动力电池行业“变阵”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在产能过剩、碳酸锂价格下跌等诸多因素影响下,动力电池行业正在进入“变阵”期。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,在2023年1—12月份期间,我国动力电池累计装车量387.7GWh,累计同比增长31.6%。其中,宁德时代、比亚迪两大龙头企业所占份额超过70%,而排在两家巨头后的13家企业,仅能竞争约29%份额,有些企业市场份额甚至不足1%,动力电池企业表现分化加剧。

《中国经营报》记者注意到,在动力电池行业进入淘汰赛的当下,依然有不少企业谋求登陆资本市场,而折戟者亦不少见。2023年12月22日,上交所披露,蜂巢能源科技股份有限公司(以下简称“蜂巢能源”)的上市申请状态变为“终止”,蜂巢能源对此回应:“将启动其他融资方案。”

动力电池企业面临的挑战不仅仅来自资本市场,各大车企纷纷自研电池、电池新技术持续迭代,亦对动力电池行业竞争格局产生深远影响。以钠电池为例。2024年1月5日,江淮钇为向用户批量交付全球首款钠电池车,钠离子电池产业化迈出关键一步。

鑫椏资讯高级分析师张金惠在接受记者采访时直言,目前动力电池行业面临产能过剩,企业出海面临贸易壁垒。其同时认为:“当前第二梯队的动力电池厂财报不理想,上市融资更多地是为了扩建,行业将开始洗牌,未来将呈现强者恒强的局面。”

头部企业占据七成份额

来自高工产业研究院(GGI)的数据显示,动力电池领域平均利用率由2022年的超75%,下降到2023年的不足65%。储能电池产能利用率也从2022年超85%跌至2023年的不足55%。

“我们预计到2025年中国动力电池产能只需约1000GWh就能满足需求,目前行业的产能已经达到4800GWh,产能出现严重的过剩。”长安汽车董事长、党委书记朱华荣曾如此表示。

在产能过剩的情形下,动力电池行业竞争日益加剧,龙头企业持续巩固自身份额,二三线梯队企业

车企掀起自研电池热潮

2023年12月27日,极氪正式发布品牌首款纯电豪华轿车极氪007,官方零售价为20.99万元起,在上海发布会现场,吉利控股集团总裁、极氪CEO安聪慧对外透露,极氪007从开启预售到正式上市,40天时间累计订单51569单。

而在订单量之外,极氪007所搭载的自研电池也颇受行业关注。来自极氪方面的信息显示,极氪007为用户提供了两款动力电池,分别是极氪自研的金砖电池和宁德时代的

钠电池产业化进程提速

2024年1月5日,江淮钇为正式交付全球首款钠电池量产车型。据悉,此次由中科海钠供应的32140钠离子圆柱电芯,该款电芯单体容量12Ah,能量密度≥140Wh/kg,采用铜基层状氧化物+硬碳的技术路线。

“对比锂电池,钠离子电池有低温性能更好、价格更稳定、资源供应稳定等特点。”江淮汽车相关

分化加剧的趋势日益凸显。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,2023年1—12月期间,我国新能源汽车市场共计52家动力电池企业实现装车配套,较上年同期减少5家,排名前3家、前5家、前10家动力电池企业动力电池装车量分别为305.5GWh、338.6GWh和375.3GWh,占总装车量比分别为78.8%、87.4%和96.8%。

不仅如此,中国汽车动力电池产业创新联盟公布的《2023年1—12月国内动力电池企业装车量前五名》显示,宁德时代与比亚迪所占份额分别为43.11%、

麒麟电池,安聪慧表示:“从电芯到电池包,金砖电池由极氪全栈自研,并在极氪全新建成的三电智能制造基地衢州极工厂生产制造。”

搅动动力电池江湖的车企远不止极氪。梳理可发现,2023年11月份,长安汽车发布自研电池品牌“金钟罩”,12月份,广汽埃安旗下因湃电池智能生态工厂正式竣工投产,而蔚来、岚图等车企此前亦对外发布自研电池动态,如2021年9月,岚图发布琥珀和云母双电池系统。

负责人向记者介绍,同样作为低成本的动力电池品种,相比磷酸铁锂电池,钠电池在低温性能上有着极大的优势,能够适应零下20℃低温环境,超92%的容量保持率。

“即使是极寒地区,冬季续航衰减也可忽略不计;同时整车快充性能SOC10%—80%仅需20分钟,SOC30%—80%更是仅需15分钟,比当下主流磷酸铁锂电池充电速度快一

27.21%,行业两强所占市场份额超过70%,而中创新航、亿纬锂能等13家企业所占市场份额不足29%,甚至有4家企业所占份额不足1%,动力电池二线梯队市场表现加速分化。

在行业竞争日益加剧的情形下,依然有动力电池企业谋求上市融资,蜂巢能源即是其中的典型案例。公开信息显示,2022年11月,蜂巢能源向上交所递交招股说明书,但在2023年12月22日,上交所公告显示,蜂巢能源的上市申请状态已变为“终止”,原因为蜂巢能源及保荐人中信证券主动提交“撤回

动力电池行业竞争激烈,车企纷纷下场自研的原因何在?

“极氪认为想做一家智能电动汽车企业,未来想要形成竞争力,电池是最核心、最基础的要害,这也是极氪未来发展的护城河之一。”2023年12月,安聪慧曾如此强调。

除了构筑自身业务护城河,此前,电池核心原材料碳酸锂价格的飙升,亦是车企自研电池的最直接原因之一。张金惠向记者表示:“当前车企自研电池,主要是此前

倍。”江淮汽车相关负责人如此介绍。记者注意到,除了江淮汽车,近期以来,多家企业密集发布钠离子电池产业化动态。2023年12月28日,江铃集团新能源搭载孚能科技钠离子电池的钠电车型正式下线,2024年1月4日,比亚迪(徐州)钠离子电池项目开工活动在徐州经济技术开发区举行,据悉,该项目总投资100亿元。

申请文件”。

对此,蜂巢能源彼时回应媒体称:“公司综合考虑各种因素,以公司及公司股东的最大利益为重,决定撤回A股申请,并考虑启动其他融资方案。”此后市场有声音指出蜂巢能源或赴港股上市。

对于蜂巢能源此前宣布的“启动其他融资方案”进展,以及港股上市传闻,记者近日联系蜂巢能源进行求证,蜂巢能源相关负责人对此回应:“我们现在处于IPO期间,不方便回答这些问题。”

“动力电池企业的市场份额来自子配套车的产品竞争力,而非动

电池成本占比高,车企想全链条把控。”但张金惠不认为车企自研电池会给电池厂带来威胁,“车企造电池属于跨界行为”。

“生产电芯的门槛、技术沉淀和产品的良率、直通率、成本等,对于跨界企业来说都是不容易的。”张金惠同时强调,“传统电池企业持续多年的研发技术沉淀,不是车企可以追赶的,电池厂技术只会强者恒强。”

中创新航高级副总裁谢秋也

力电池厂本身,市场份额的提升是一回事,更重要的是要实现盈利,当前第二梯队的动力电池厂财报不理想,上市融资更多地是为了扩建。”张金惠表示。

张金惠进一步向记者分析,动力电池行业洗牌即将开始,未来将呈现强者恒强局面,企业融资是为了财务更稳健。但张金惠同时强调:“盈利应该是企业的第一目标,动力电池厂能做的就是提升产品技术,配套更多的车型,C端车的产品竞争力决定电池厂市场份额,最后在行业洗牌中实现‘剩者为王’。”

为车厂强烈的不安全感造成的,包括2023年碳酸锂疯狂涨价,涨到了60万元/吨,造成了他们的心理焦虑,从供应链安全的角度,他们希望有一部分兜底”。

“但是车厂肯定会把电池市场放开,因为它要保证自己的供应链是健康有竞争力的,一旦封闭就会失去竞争力。”在谢秋看来,如果车企供应链都自己做了,市场新机遇、新产品“他们可能都不知道,缺乏竞争以后他们的产品力也会下降”。

还不完善,技术迭代还没有开启,而且碳酸锂也不能一直维持当前的价格,因此发展钠电池也是必要的。”张金惠向记者介绍。

“当前电池技术满足动力电池市场需求,而更安全、更高能量密度、更低成本、更快充电速度,是各电池厂商技术进步的方向。”但张金惠也强调,“哪怕将来出现更好的技术,也需要过成本这一关。”