

车市实探：豪车价格“打骨折” 车企开启“以价换量”模式

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“这还是我们所认识的豪车品牌吗？”在看到“凯迪拉克只卖13万多了”“宝马腰斩式大降价”等微博热搜词条后，来自合肥的周涛（化名）向《中国经营报》记者笑着问道。

“这款1.5T、最低配的CT4裸车价确实只要13万多元，但必须贷款。”6月11日，在上海凯迪拉克的一家4S店中，销售顾问吴鹏（化名）告诉记者，“因为贷款我们会

有返利。”

凯迪拉克和宝马的大幅降价，引发了市场的关注。6月11日、12日，记者在上海实地走访了多家凯迪拉克和宝马的门店，发现这些豪车品牌确实存在力度较大的降价举措。

黄河科技学院客座教授张翔告诉记者，宝马、凯迪拉克等豪华汽车品牌在中国市场的降价与当下激烈的竞争环境息息

相关。“国内自主品牌的冲高之路取得了不俗的成绩，很多新势力的产品都进入到30万元以上的价格区间，并且在市场上的表现也还不错，这给传统豪华汽车品牌带来一定的冲击，在自身库存压力的影响下，它们必须对现状作出调整。”

对于上述豪华汽车品牌的降价行为，汽车分析师任万付告诉记者，

车企的目的是想通过降价刺激消费市场，提振自身销量，以保住品牌的领先地位。“现在国内汽车市场电动化、智能化发展迅猛，比亚迪、‘蔚小理’（蔚来、小鹏、理想）、小米等自主品牌不断占领传统燃油车的市场份额。这些产品价格基本集中在20万—40万元之间，给豪华汽车品牌带来较大的生存压力。”

“价格战”持续激烈

类似凯迪拉克的降价行为，也侧面反映出合资车企在当下的处境较为艰难。

6月11日，乘联会发布的数据显示，5月全国乘用车市场零售171.0万辆，同比下降1.9%，环比增长11.4%。

具体来看，5月自主品牌零售98万辆，同比增长12%，环比增长12%。5月自主品牌国内零售份额为57.6%，同比增长7.3个百分点；2024年自主品牌累计份额56%，相对于去年同期增加6.6个百分点。5月自主品牌批发市场份额64%，较去年同期增长9.2个百分点。

记者注意到，合资品牌与自主品牌表现差距较为明显。5月主流合资品牌零售49万辆，同比下降21%；德系品牌零售份额18.6%，同比下降2个百分点；日系品牌零售份额14.8%，同比下降3.2个百分点；美系品牌零售份额达到6.7%，同比下降1.4个百分点。

豪华车的市场表现也走弱。5月豪华车零售24万辆，同比下降3%，环比增长19%。5月的豪华品牌零售份额14%，同比下降0.2个百分点，传统豪华车市场需求并不是很强。

“现在国内的汽车消费日趋年轻化，在政策和市场的引导下，消费者对新能源汽车的接受度越来越高，但传统的豪华汽车品牌在国内的新能源转型都不是很乐观。”张翔补充道，“市场现在极度内卷，既‘卷’技术，也‘卷’价格，降价可能是车企能够提高销量的最有效方法之一。”

张翔表示：“在汽车行业中，规模经济是一个关键因素。前些年，这些豪华汽车品牌都在扩充产能，如果市场的订单量上不来，工厂就会产能过剩，这样企业面临的成本压力更大。”

任万付也坦言：“从目前来看，

要想保住中国市场，降价只是一个手段，根本还是要朝着新能源、智能化等方面去发展，这样它们未来才有可能继续在豪车市场占有一席之地。”

今年以来，国内车市的“内卷”程度再度升级，这种“内卷”不仅体现在价格上、技术上，还体现在车企高管上，车企老板亲自下场搞直播、亲自向用户交车等，他们带头冲到一线。

以今年汽车市场的价格竞争为例，乘联会秘书长崔东树6月6日发布的文章显示，2024年1—5月的降价规模已经超过2023年全年的九成，超越了2022年的降价总规模。

崔东树表示：“前几年的全国乘用车市场价格战，一般在每年年末比上年末高4个百分点左右的促销增长水平，但2024年全国乘用车市场价格战持续激烈，新能源汽车的促销峰值已经上升7个点，并固化成降价。新能源汽车剧烈地降价，但燃油车由于目前的促销已经达到一定的底线，部分降价车型也没达到降价效果预期，因此新能源车‘内卷’降价逐步蚕食燃油车市场的局面仍将延续。随着5月的降价潮大幅减退，市场将逐步重回促销增量的常态化竞争局面。”

对于6月全国乘用车市场的展望，乘联会方面表示，今年6月共有19个工作日，较去年的21个工作日少两天，不利于6月的半年销量冲刺。“乘用车市场进入半年收官期，各地方和车企努力冲刺销量业绩的意愿很强烈，新能源车交付量伴随制造企业体系能力提升，快速释放产能占领先机，因此6月仍是销量走势较好的月份。”

豪车买一送一？

凯迪拉克“买一送一”的传闻源自一张海报。

相关媒体报道称，一家位于哈尔滨的凯迪拉克经销商发布海报称：“买一辆送一辆，买XT5或XT6，即送CT4。花一分钱开两辆车。”

记者查询凯迪拉克官网获悉，凯迪拉克在哈尔滨共有两家经销商门店。对于上述营销行为带来的实际效果，记者多次拨打两家在官网留的座机号码，但一个是空号，另一个已停机。

对于网传凯迪拉克“买一送一”的海报，上汽通用汽车相关负责人告诉记者，主机厂没有这个政策，也不会执行该政策。（海报）可能是某些经销商市场部工作人员做的。”

但在终端市场，凯迪拉克CT4确实有着较大的折扣力度。“买一送一的意思是原价买一辆XT5就可以送一辆最低配的CT4。”6月11日，凯迪拉克销售顾问吴鹏向记者解释道。

吴鹏告诉记者，凯迪拉克CT4有1.5T和2.0T，裸车价格13万多元的是1.5T，2.0T的CT4价格要高一些，需要15万多元。“今年店里1.5T的CT4进了七八辆，2.0T的CT4进了40—50辆，现在店里13万多元的CT4就一辆了，

2.0T的CT4还有两辆，2.0T的CT4卖得还可以。”

记者注意到，吴鹏所说的“卖得还可以”，其背后就是“以价换量”带来的结果。他也跟记者坦承：“亏也没办法，现在卖车哪个企业不亏呀？这个月店里的CT4肯定会卖掉的。”

“我们这边CT4也没有现车。现在可以订，但订的都是去年的车，具体几月份的就不知道了，都是库存车。网上所说的最低价格就是最低的配置。”另一位销售顾问说道。

凯迪拉克另一家门店的销售顾问也向记者解释：“如果原价买一辆XT5可以优惠十三四万元，一辆最低配的CT4也就这个价格，整体价格是差不多的。我们店里现在已经没有CT4的展车了，最后两三辆卖完就没了，因为要停产了。卖这么便宜就是因为CT4要停产了。”

除销售顾问提到停产外，市场上也有凯迪拉克CT4停产的消息传出，上汽通用汽车上述负责人向记者予以否认。“CT4并没有停产，我们会根据市场需求，进行精细化的排产管理。”

“我们这款车裸车价是19万



记者走访上海一家4S店了解到，凯迪拉克最低配的CT4裸车价只需13万多元，但必须贷款。 本报资料室/图

元，买个保险，20万元就可以落地了。”无独有偶，6月12日，在宝马的一处门店，一位销售人员向记者介绍i3车型。“原价是35万多元，相当于便宜了16万多元。这个价位性价比已经拉满了，挑不出什么毛病了，我自己每个月能卖个七八辆。”

上述销售人员直言：“i3现在就是用来跑量的。现在i3是价格倒挂，国内价格跟国际上的价格是有差距的。比如在港澳台，这款车要卖40万元。在中亚、俄罗斯，这款车要卖到40多万元，我们现在20万元就可以。”

“凯迪拉克作为二线的豪华汽车品牌，它做出比较大的降价行为其实是可理解的。但是像宝马这样的一线豪华汽车品牌也在跟进，这也表明现在像BBA（宝马、奔驰、奥迪）面临的生存压力也不小。”任万付直言，“放眼全球汽车市场，它们还占据着领先地位，但在中国市场，它们的领先优势在不断地缩小，而且它们也不断受到外部的冲击，市场销量在萎缩，市场占有率也在逐步下降，如果没有这种强有力的措施跟进，未来几年可能会面临更大的生存压力。”

动力电池企业打响出海“突围战”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

紧随车企步伐，中国动力电池企业当下也掀起出海热潮。

日前，多家媒体报道，摩洛哥与国轩高科签署一项战略投资协议，后者将在盖尼特拉建设摩洛哥首个动力电池超级工厂，预计投资128亿摩洛哥迪拉姆（约13亿美元）。

“在摩洛哥建厂，是根据公司全球化战略进行的布局。”国轩高科证券事务代表办公室相关工作

密集落子海外工厂

预计投资额为13亿美元、最终产能或提高至100GWh，选择落子非洲国家摩洛哥的国轩高科受到外界关注。

公开报道显示，国轩高科将在摩洛哥建造该国首个电动汽车电池超级工厂，总成本为128亿摩洛哥迪拉姆（约13亿美元）。据悉，该工厂初始电池产能为20GWh，而国轩高科计划将该工厂的产能提高到100GWh，最终投资额可达65亿美元。

对于在摩洛哥的建厂计划，国轩高科证券事务代表办公室相关工作人员对记者介绍，该计划是公司根据出海战略进行的布局，摩洛哥项目“如果后续有进展，公司会进行披露。”

筹划在摩洛哥建厂的背后，国轩高科已在全球多地建厂。在今年4月的投资者电话交流会中，国轩高科方面表示：“海外布局是公司的重点战略方向之一，不仅是出口业务的布局，更重要的是完成海外的产能落地，扎根当地新能源行业未来的发展。”

在国轩高科之外，宁德时代、中创新航、蜂巢能源等动力电池企业也纷纷在海外建厂，其中匈牙

利、德国、波兰等欧洲国家最受中国动力电池企业关注。张金惠向记者分析，中国动力电池企业选择在上述国家建厂，与近距离配套车企、当地锂电供应链更完善，以及更稳定的双边关系密不可分。

以匈牙利为例，2022年3月，亿纬锂能披露其与匈牙利德布勒森市政府子公司签订意向书，向后者购买目标地产，并在匈牙利建立动力电池制造厂。5个月后的2022年8月12日，宁德时代也宣布在匈牙利德布勒森建设电池工厂，规划产能为100GWh，投资金额73.4亿欧元。2023年7月，欣旺达对外公告，将在匈牙利建设动力电池工厂，一期项目投资金额不超过19.6亿元。

受到外界关注的是，中国动力电池企业纷纷落子匈牙利的原因何在？

“中资锂电企业掀起出海匈

牙利浪潮。”长城证券研报分析，匈牙利汽车制造产业历史悠久，配套设施齐全，原材料丰厚，区位优势突出，2016年，匈牙利政府专门制定了电动汽车发展规划，电动汽车产业在匈发展具备良好基础。此外，匈牙利对华友好、具备良好营商环境和投资优惠政策，长城证券研报认为：“匈牙利有望成为中资新能源车+锂电企业出海的首选地。”

记者梳理发现，布局匈牙利仅是中国动力电池企业加速出海的缩影。近年来，中国动力电池巨头海外工厂目的地已遍布全球，《2023—2024年中国汽车动力电池及氢燃料电池产业发展年度报告》显示，42家动力电池企业布局欧洲，中国企业达到10家，此外，28家动力电池企业布局北美地区，中国企业为4家。



2023年12月，蜂巢能源泰国工厂首款电池包下线。 本报资料室/图

瞄准海外需求缺口

全球建厂的背后，中国动力电池企业瞄准的是海外巨大需求。

《中国动力电池产业面向2035发展框架研究报告》（以下简称“《框架研究报告》”）认为，全球新能源汽车发展的大趋势不会变，该报告显示，到2035年，全球新能源汽车销量将超过7000万辆，市场渗透率将达到70%左右。

巨大市场需求之下，动力电池供应缺口愈发受到外界关注。

欧洲电池联盟负责人托雷·塞克斯曾直言：“现在欧洲电池产能与市场需求相比还有缺口，供需平衡有望在2030年实现。”公开信息显示，到2025年，欧洲动力电池需求预计将达550GWh，到2030年进一步提高至1000GWh。

“新能源汽车进入了市场驱动周期，动力电池也是如此，随着市场需求不断增长，动力电池也进入了市场驱动周期。尽管国内竞争

激烈，但海外市场需求很强劲，动力电池走向海外市场将成为新的增长点。”中国汽车动力电池产业创新联盟常务副秘书长马小利日前也如此表示。

记者注意到，不少中国动力电池企业在持续择址建厂之时，也全力推动旗下已开工海外工厂投产。

2023年12月，国轩高科泰国合资工厂首款电池产品正式下线，该工厂历时11月顺利建成并快速投产；2024年2月，蜂巢能源宣布其泰国工厂正式投产，产品开始批量交付。据悉，该工厂仅用5个月时间就在泰国实现电池本地化供应。

而中创新航此前也宣布在葡萄牙建设零碳电池工厂，预计2025年年底投产，一期年产能达15GWh。中创新航相关负责人近日向记者表示，葡萄牙零碳工厂“目前正在建设中，预计2025年年

底2026年年初投产”。

全球建厂、加速出海的背后，是中国动力电池企业全球竞争力日益提升的真实反映。

GGII发布的《全球动力电池装机量月度数据库》显示，2023年全球新能源汽车累计销售1374万辆，同比增长36%；动力电池装机量约707.2GWh，同比增长42%，其中，在2023年全球动力电池TOP10名单中，宁德时代、比亚迪、中创新航、国轩高科等中国企业占据六席，合计装机662.72GWh，占总装机量的93.7%。

东兴证券研报认为，中国动力电池企业凭借发展成熟完备的产业链与技术高速迭代下持续提升的产品竞争力，积极拓展海外市场，不断抢占日韩企业份额。“在海外市场中，中国动力电池市场占有率亦提升迅猛，2023年海外市场占有率达31.2%，较2021年翻倍增长。”

探寻全球化新路径

竞相出海之时，市场竞争加剧、贸易壁垒、环保法规等正成为中国动力电池企业亟待破局的难题。

近期多家媒体报道，蜂巢能源已暂停在德国东部勃兰登堡州劳赫哈默（Lauchhammer）建设一座电池工厂的计划，而一个重要客户项目被取消是蜂巢能源劳赫哈默工厂暂停建设的原因之一。

记者注意到，2022年9月份，蜂巢能源在德国勃兰登堡州举行新闻发布会，正式宣布将在该州的劳赫哈默地区建设面向欧洲市场的电芯工厂，这将是蜂巢能源在萨尔州霍伊斯韦勒（Heusweiler）建设pack工厂之后规划建设的第一家海外工厂，也是第一家电芯工厂。

“我们关注到欧洲和亚太地区对于电池系统的需求有非常显著的增长，因此我们计划在该地区扩建产能。新工厂的建设标志着蜂巢能源在欧洲乃至世界范围的业

务拓展再次迈出一大步。”蜂巢能源董事长兼CEO杨红新曾如此表示。

然而仅仅两年时间不到，市场即传出蜂巢能源劳赫哈默工厂已暂停建设的信息，对于该工厂暂停建设原因及其对欧洲市场发展的影响，记者此前联系蜂巢能源相关负责人，但截至发稿，记者仍未收到相关回复。

在业内人士看来，当前不仅仅中国动力电池企业加速开拓全球市场，以LGES、松下、SK Innovation、三星SDI等为代表的日韩动力电池企业，也在全球市场与中国企业开展竞争。不仅如此，中国动力电池企业近年来还遭遇欧美贸易壁垒、环保法案等“差别化对待”。

如5月14日，美国政府宣布将对对中国电动汽车、动力电池等产品加征关税。据悉，电动汽车锂电池关税税率将从7.5%提高到25%；汽车零部件的关税税率将从7.5%提高到25%。

而在欧盟地区，《新电池法》提高了动力电池碳足迹管理要求，根据该法规，自2027年起，动力电池出口到欧洲必须持有符合要求的“电池护照”，记录电池的制造商、材料成分、碳足迹、供应链等信息。

不过，罗兰贝格全球高级合伙人Dr. Wolfgang Bernhart日前表示：“我认为《新电池法》不会对中国企业在海外产生负面影响，因为他们已经知道必须遵守这些规定，这对所有公司都是一样的。这也不意味着需要公开一切，而是根据ESG法规去披露相应的数据。许多大型中国动力电池企业本来就会这样做。”

张金惠也对记者表示，目前许多中国动力电池企业落子海外工厂，“规划是一回事，能否真正落地还有很多需要考量的因素”，在其看来，中国动力电池企业走出去，“要明确配套主机厂的需求、完善供应链及了解当地法规等”。