

今年中国车市价格战的解读与反思

新年伊始,国内车市便迎来新一轮“价格战”,特斯拉打响降价“第一枪”,其他品牌迅速跟进,一下子蔓延到整个市场。预计“价格战”将贯穿全年,对于车企而言,究竟还有多少降价空间?降还是不降,成为艰难抉择。

为何“愈演愈烈”

今年以来汽车价格战愈演愈烈,主要是由于新能源汽车市场的迅速增长、产能过剩、消费者需求变化、竞争格局变化以及政策影响等多种因素共同作用的结果,进而引发价格战以争夺市场份额。但从深层次看,今年车市价格战的根本原因是新技术取代旧技术,在新能源车对燃油车的替代过程中,新老厂商替代竞争激烈,预计这一过

程会持续几年,直到新的市场格局形成。

从燃油车的角度来看,新能源车成本下探、“油电同价”给燃油车厂商带来巨大压力,燃油车产品更新换代相对较慢,产品智能化程度不太高,更多依赖于优惠的价格来持续吸引客户;从新能源汽车的角度来看,随着碳酸锂价格下跌,电池成本降低,造车成本有所下降;且随着新能源车市场高速发展,形成规模效应,产品拥有更多的利润空间。

呈现四大不同

通过对比分析,今年的价格战与往年有着显著的不同。一是本轮价格战主要集中在10万元左右的新能源车市场,降价一般会带来车

型的销量提升,但今年本该走量的车型销量却不增反降,市场观望情绪加重。二是以往的价格战,新能源车市场竞争格局泾渭分明,头部车企间的竞争并未对二线品牌造成显著影响。但从今年情况看,头部车企在产品定位和价格策略上的竞争杀伤力较大,已明显挤压其他车企的生存空间。三是今年价格战的战局更加变幻莫测,部分车型的价格甚至出现“一天一个价”的极端情况。没有了“国六A”排放标准车型换代的压力,但竞争态势却更加激烈。四是新能源车的降价力度远高于传统燃油车。不少4S店打出来“只要你敢来谈,我就敢卖”的口号。

与此同时,二手车均价同比下降3%—5%,毫不夸张地讲,目前已到了众人一起“掀桌子”的地步。

“拼规模”胜者为王

此轮价格战集体降价背后,有原材料折扣化的因素。而所谓的原材料折扣化并非原材料的单纯降价,而是通过扩大规模摊薄成本,进而给予了终端更大的定价空间。换言之,汽车是一个靠规模取胜的产业,一旦积累足够销量,就能很大程度上摊销研发、采购、模具等成本。

以比亚迪为例,2023年王朝品牌售价最低的秦PLUS全年累计销量已超过48万辆,而定位中大型轿车的比亚迪汉则是全年卖出了22万辆。受益于规模化优势和全产业链优势,比亚迪已具备电车价格比油车低的实力。

一般来说,一款车的全生命周期约为2—3年,模具摊销的计算产

量是40万—50万辆。凭借规模化的优势,比亚迪旗下车型的模具成本基本完成了分摊,这就是比亚迪之所以敢掀起这场价格战的根本原因。只有扩大规模化优势,才能拥有更大的利润空间,方能笑到最后。

价格战是“双刃剑”

业内普遍认为,价格战是把双刃剑,虽然能够在短期内吸引更多消费者,提高市场销量,但却导致利润空间被压缩,品牌形象受损,陷入恶性循环。根据国家统计局数据,目前汽车制造业的利润水平已下滑到整个规模以上工业领域的平均线以下,越来越不赚钱了。

今年价格战爆发恰逢能源转型与技术变革关键时期,旧有汽车企业竞争格局开始松动,新的格局尚未形成,愈演愈烈的价格战,无疑成为影响当下产业格局与走势的重要变量。随着电动车产品力日益提高,不断挤压燃油车生存空间,价格战就可能成为一种催化剂。

中汽协预测今年新能源汽车产销将达到900万辆,渗透率突破35%,就是基于上述逻辑。不过,对于价格战引发的“燃油车定价体系坍塌”等极端论调,中汽协明确表示,尽管新能源汽车发展较快,但燃油车也在加速技术升级,适应市场需求新变化,满足不同消费需求。

雍君



“油电同智”途观L Pro明在京首秀

2024北京国际车展上,上汽大众将携多款明星车型亮相。其中,“油电同智”途观L Pro将迎来车展首秀,以其前瞻的智能化配置,引领消费者进入油电同智的新时代。

途观L Pro将作为上汽大众2024年第一份卓越答卷登上车展。自诞生起,途观车型历经14年辉煌历程,至今已赢得超280万用户信赖。此次一代“神车”焕新而来,产品力全面跃升,并重新定义燃油车智能新标准,为用户提供智慧出行新选择。

今年一季度,在车市价格战不断升级的情况下,上汽大众大众品牌销量依旧出众,累计零售255390辆,同比劲增10.8%;3月销量也稳健前行,其中ID.家族再度突破1万+辆,持续领跑合资阵营。成立四十周年之际,上汽大众为多款燃油车推出出众系列,以高性价比回馈用户。

余音

广告



我登场 谁能挡

出众价 24.90万 元起

途昂家族 2024出众款 重磅上市



立刻扫码 了解详情

*画面仅供参考,上市车型的实际外观、内饰和技术参数配置详情请当地经销商

上汽大众 SAIC VOLKSWAGEN

让大众更出众 Better we. Better life

