

合资品牌燃油车降价换销量,豪华品牌“降维打击”,国产自主品牌强势崛起,新能源车虎视眈眈——

车市“乱战”升温 车主长享“红利”

本报记者 张立馨文/摄

今年3月初,湖北省政府联合东风汽车集团推出补贴活动,雪铁龙C6中级轿车降价9万元“甩卖”。虽然哈市优惠仅4.5万元,但东风雪铁龙4S店依然出现消费者排队购车,不到一周卖空库存的情形。

近期记者走访发现,合资车的日子确实“不好过”,国产知名自主品牌燃油车、新能源车,甚至豪车品牌都在与合资车“抢流量”。显然,C6等“促销”车型火爆销售背后,是合资品牌车企“断臂求生”的无奈。

业内人士认为,合资品牌燃油车已步入“买方市场”,在新能源车型尚处“适应期”的东北,哈市消费者有望在较长一段时间内享受到购车“促销红利”。



雪铁龙C6“甩卖”,4S店排队交款 不到一周哈市库存卖空

3月初,东风汽车集团补贴活动一发布,东风雪铁龙哈尔滨博雅4S店里,前来看车购车的人接踵而至。虽然湖北省以外的其他城市仅享受车企优惠的4.5万元价格,但哈尔滨的4S店收款台依旧出现了短时排队,这在有着近20年销售经验的杨路看来,排队交款购车在车市极为罕见,车企这样的补贴力度也绝无仅有。

以指导价21.19万元的东风雪铁龙C6共创版为例,企业优惠4.5万元、道里区政府3000元的购车补贴,加上购置税、保险和上牌费的费用,其落地价约18万元。用购车者秦宇彤的话

说,现在用一辆紧凑型轿车的价格,就可以买到空间宽敞、1.8T动力、独立悬架、底盘用料扎实的合资品牌中级轿车,这样的机会千载难逢,她身边的二手车商朋友甚至去湖北省抢购优惠9万元的C6了。

不到一周的时间里,哈尔滨的雪铁龙C6被抢购一空,现在订车至少等到4月中旬才能提车。除C6外,东风雪铁龙旗下的其他车型也都有3万元左右不等的优惠。“此次打折销售的C6绝大部分是去年生产的库存车,加之‘最严’国六B排放标准将于今年7月1日起执

行,像C6这样的旧款车型面临改款升级,车企为了实现资金快速回流,才会这样‘断臂求生’。”哈尔滨市总商会汽车行业联合会副秘书长谷博超说。

雪铁龙C6的“甩卖”并非燃油车新市场的个例。中级轿车的“标杆”大众迈腾和日系“三剑客”的丰田凯美瑞、本田雅阁、日产天籁都是合资品牌畅销的中级轿车。记者连日走访其4S店了解到,这4款车型普遍都有2.8万元到4万元不等的优惠,而这些现款车型都已满足国六B排放标准。

国产自主品牌定价、转型“步步为营” 新能源车欲“釜底抽薪”

20万元至30万元区间,豪华品牌与畅销合资品牌杀得不可开交。合资品牌畅销中级车直接把低配车型指导价压到15万元,降价求生。已经多年靠走量生存的合资品牌紧凑型新车市场几近“天花板”。

日前,乘联会发布数据显示,2021年全国传统燃油车同比销量减少了102万辆;2022年同比减少了230.2万辆;而2023年的第一个月,国内传统燃油车销量为90.4万台,比去年同期减少73.2万辆,环比下降31%,同比下降44.8%。传统燃油车的“寒冬”来了。

让普通的合资品牌车企稳不住车价的还有国产自主品牌的崛起。以目前传统燃油车销量贡献最大的10多万元新车市场为例,可供消费者选择的车型十分丰富,合资品牌中级车和紧凑型轿车、国产自主品牌的中级车层出不穷。

花合资品牌六成的钱,就能买一台各项指标与之匹敌的国产自主品牌中型SUV。近几年,长城哈弗切中了新车

市场的“脉搏”——与同级别合资品牌比,它的车价便宜;与同价位车型比,它的空间、性能等指标突出。

尤其近两年,以长城为代表的国产自主品牌战略转型,整车品控不断升级,走年轻市场路线,进一步细分了SUV市场,推出20万元以上高端车型,蚕食合资品牌新车市场份额。“长城哈弗2021年在哈销售新车约2600台,2022年销量达3000台,同比增长15%。”哈尔滨博能哈弗城市展厅经理孙玉波说。

而近两年迅速走红车市的新能源车,已经成为传统燃油车的“战略劲敌”。比直接抢占市场份额更让传统燃油车企害怕的是,主要面对中青年消费群体的新能源车正在颠覆新车主的购车消费及用车习惯。“我的特斯拉一年开了1.2万公里,每晚用电低谷时充电,一共花了650多元的电费。而同样的里程,同级别燃油车至少要7000元的油费。”哈市新能源车车主孙明甜如是说。

合资品牌“光环”渐失 新车打折销售将成传统燃油车市场常态

“据不完全统计,哈市的新能源车占新车落户比例约3%,新能源车尚不能直接威胁传统燃油车销售,但电池及充电技术一旦突破,将成为压倒传统燃油车市的‘最后一根稻草’。”哈尔滨市工商联汽车商会副会长、知名车评人许慧鹏说。

他认为,在传统燃油车市场供大于求的当下,传统燃油车“腹背受敌”,车企产能过剩,新车指导价打折销售将成为今后的常态。许慧鹏说:“尤其是今年7月1日前,合资品牌燃油车价格战会愈演愈烈,有购车需求的市民可择机选购。”

此次雪铁龙C6“甩卖”,整个传统燃油车市场降价“跟进”,是一次很明显的释放信号。合资品牌“叫好不叫座”

的车型,其“光环效应”已经消失。谷博超认为,在整体经济结构性调整的大环境下,汽车市场正在结构性转变,哈市的新车市场已经经过了资源型、渠道型主导的卖方市场时期,“买方市场”已成定局。从近年来上市的车型来看,汽车更新换代的周期越来越短,无论从外观还是性能上来说,都在进一步迎合消费者的品位和需求。

谷博超说,随着新能源技术的变革,国产自主品牌的崛起,再加上年轻一代消费者的认知转变,合资品牌车企将向“高品质、电动化、低成本”转型。而比起南方购车消费者“选电、选油”的左右为难,哈市的消费者将在传统燃油车选购上享受更长时间的优惠。



哈尔滨车展现场。

合资品牌新车市场“硝烟弥漫” 跨品牌、跨级别“生死战”加速

看的多,买得少,是哈尔滨龙海一汽大众4S店销售经理夏青青去年至今新车销售的真实感受。从去年年底,一汽大众推出了有史以来最大力度的优惠,迈腾在指导价上优惠2.8万元至3万元不等,还推出了金融政策支持“零首付购车”。曾经长期“霸榜”中级车销冠的迈腾向市场“低头”了。

夏青青说,受厂家政策、3月份哈市车展和市政府购车补贴活动的叠加效应影响,该店3月份销售新车约130台,比去年同期约90台的月

销量提升了40%多。但与3年前平均月销300台车相比,合资品牌燃油车的“日子”不好过已是不争的事实。

“花27万元就能买一台奥迪A4L了,跟高配的合资品牌畅销中级车价差不到2万元。”看过大众迈腾、本田雅阁的市民刘通,在黑龙江龙奥达奥迪4S店看车后这样说。从去年12月份开始,一汽奥迪首次将A4L的指导价大幅下调5万多元,华晨宝马3系紧随其后降价3万元。豪华品牌“降维打击”与合资品牌畅销中级车“阻击战”全

面开战。

“选购奥迪A4L的车主中,6成以上是二代、三代购车市民,改善型用车需求让他们对整车品质和选购品牌有着更高追求。”黑龙江龙奥达奥迪4S店销售经理李红娇说。按照普遍换车周期6-8年计算,哈市正值汽车消费升级“高峰期”,豪华品牌的跨品牌、跨级别“抢蛋糕”“蓄谋已久”。前几年奥迪Q5L降价至30多万元一跃成为中型SUV销冠。降价屡试不爽,在品牌价值面前,车企早已深谙“品牌不丈量,早晚吃贬值”之道。

和谐·共生

知自然