

## 最高降幅超20%，纯电动汽车引领降价潮

乘联会秘书长崔东树：今年一季度乘用车降价规模已超去年六成

刘洋 刘晓梦 文

4月14日，乘用车市场信息联席会秘书长崔东树发文称，今年一季度乘用车降价规模已超去年全年的六成，相当于2022年的降价总规模。影响整体降价规模的主要是纯电动和插电等新能源车型，燃油车降价很少。

从降价节奏看，去年乘用车降价总体相对比较均衡，但今年的降价在2月和3月均达超强程度，其中2月有27款车型降价，3月降价车型高达37款，其中自主与新势力品牌为降价主力，合资品牌降价较少，相对历史来看也是惊人水平。崔东树表示，前几年全国乘用车市场价格战，通常促销增长水平每年末较上年末高出约4个点，但今年全国乘用车市场价格战持续激烈。新能源乘用车剧烈降价，但燃油车由于目前的促销已达一定底线，因此形成新能源独自降价蚕食燃油车市场的局面。

崔东树表示，目前的车市价格竞争主要为直接突破原有价格的下限，而不是增配不降价

的模式。同时，崔东树认为，近几个月新能源车的促销力度持续加大，今年2月促销增长相对温和，但3月的促销增幅尤为明显，目前已达到2021年9月后的历史高位促销水平。而传统燃油车促销从去年8月的15.7%升至去年12月的18.8%，但今年2月已回落至18.3%。

据统计，在影响降价的纯电动车型中，江淮钇为3前期最低价为8.99万元，今年3月售价为6.99万元，降价比达22.2%；哪吒X前期最低价为12.68万元，今年3月售价为9.98万元，降价比为21.3%；启源A07前期最低价为16.69万元，今年3月售价为13.59万元，降价比为18.6%；风行雷霆前期最低价为11.99万元，今年3月售价为9.98万元，降价比为16.8%；埃安Y Plus前期最低价为11.98万元，今年3月售价为9.98万元，降价比为16.7%。

崔东树表示，纯电动车型降价规模总体很大，尤其是部分车型的降价达到10%以上，力度惊人。

同时，在插电车型中，江淮OX PHEV前期最低价为12.99万元，今年3月售价为8.99万元，降价比高达30.8%；比亚迪秦PLUS DM-i前期最低价为9.98万元，今年3月售价为7.98万元，降价比为20%；比亚迪汉DM-p前期最低价为28.98万元，今年3月售价为25.98万元，降价比为10.4%。

崔东树称，插电车型降价力度较大的主要为高端个别车型和主要低端车型。降价多的高端车型销量很少，但降价多的低端车型销量规模很大，这体现出当前插电车型严峻的市场竞争格局。

价格战对销量促进作用是否明显？一项关于“消费者对价格战态度”的调查报告显示，80.5%的受访消费者认为“价格战未能对自己产生积极影响”。对此，崔东树认为，在价格不稳定的情况下，市场的反响未必完全是正向的。降价可能会带来成倍的市场关注度，但也催生了待购族的观望情绪。有些车企可能靠产品力可以抗衡来自竞品车型的降价压迫，但不少车企则不得不同样降价应战，如果消费者感觉到降价潮还没到位，就容易持币观望，对车市的短期销量带来一定压力。

同时，崔东树认为，新能源车消费新特征带来的车企品牌裂变现象明显，随着新能源车各技术线路的细分市场逐步成熟，新车型极大丰富了消费选择，产品供给的增加带来的同质化也将加剧竞争。今年价格战大概率会以降价促销和定位下探等多模式混合展开，新能源车厂商会包装更多权益优惠来稳定产品价格。

崔东树表示，今年是新能源车企稳脚跟的关键年，竞争注定非常激烈。从燃油车角度看，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；从新能源车角度看，随着碳酸锂价格下跌、电池成本降低，造车成本也将有所下降，同时随着新能源车市场高速发展形成规模效应，产品将拥有更多利润空间。



## 开门红： 一季度我国汽车产销量同比实现双增长

近日，中国汽车工业协会发布的2024年一季度汽车产销最新数据显示，汽车行业经济运行起步平稳，实现良好开局。3月，汽车产销分别完成268.7万辆和269.4万辆，同比分别增长4%和9.9%。1—3月汽车产销分别完成660.6万辆和672万辆，同比分别增长6.4%和4.6%。

“一季度数据可以说实现了2024年的开门红。按照我们目前的统计，今年一季度产销实现了自2019年以来的新高。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示，预计2024年国内汽车行业将呈现出前高后低的发展态势。

新能源汽车方面，3月新能源汽车产销分别完成86.3万辆和88.3万辆，同比分别增长28.1%和35.3%，市场占有率达到32.8%。其中，新能源汽车出口12.4万辆，同比增长59.4%。1—3月，新能源汽车产销分别完成211.5万辆和209万辆，同比分别增长28.2%和31.8%，市场占有率达到31.1%。其中新能源汽车出口30.7万辆，同比增长23.8%。

陈士华表示，总体来说，新能源汽车延续快速增长的势头，市场占有率稳定在30%，整

车的出口依然保持较高的水平，为拉动行业增长继续发挥积极的作用。

从国内品牌市场份额来看，3月份中国品牌乘用车销量132.6万辆，同比增长26.1%，市场份额达59.3%，上升7.2个百分点。1至3月中国品牌销量339.2万辆，同比增长26.4%，市场份额达59.6%，上升7.4个百分点，对比2023年全年有一定幅度的提高。

中汽协副总工程师许海东表示：“我国汽车市场是一个开放的市场，可以看到不少外资车企也都在积极布局中国市场，甚至将研发团队设置到中国。在市场竞争中，中外车企需要更加积极地参与。”

值得关注的是，根据中汽协整理的国家统计局数据，2024年1—2月，汽车制造业完成营业收入13714.5亿元，同比增长8.1%；实现利润总额586.9亿元，同比增长50.1%；行业利润率为4.3%。

陈士华指出，当前部分汽车企业利润率处于下降态势，部分原因在于近期车企激烈的价格竞争。“企业的竞争应该不仅从价格，还要从产品质量、性能、技术、品牌等多方元素来打开市场，真正打造出优秀的中国汽车品牌。”

对于如何进一步扩大汽车需求，许海东表示，希望国家层面继续给予汽车行业较好的政策促进环境，包括推动新一轮大规模设备更新

和消费品以旧换新政策措施尽早细化落实，进一步激发汽车消费潜能，稳定行业预期，助力高质量发展。（据经济参考报）

