

多个品牌大幅降价

汽车市场为何清仓式大促销



蚁优惠10000元，无界Pro优惠11000元。

“价格战”还在持续进行

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对记者表示，本次降价就是车企根据供需矛盾在做出调整，这是个市场行为。

他从汽车的生产流程角度解释说：“汽车行业产能过剩，很多车企销量不到1万辆，产销太低的话，生产线都没办法维持运营。所以要维持工厂运营，就必须通过降价的方式来增加订单，这是二线三线城市和一些小车企的常用办法。因为一个车企长时间停工的话，供应链也会慢慢断裂，也就意味着企业的倒闭。”

张翔认为，东风等大型企业肩负着为地方经济做贡献、创造就业机会的职责，从某种程度上讲，维持工厂运转比盈利或是减少亏损更重要。此外，从供应链角度来看，汽车需要规模经济效益，不达到一定规模造成的损失可能更大。

但另一种业内声音认为，打折清理库存会对品牌力造成较大影响。据界面新闻，罗兰贝格咨询公司驻上海合伙人罗恩·郑表示：“价格大幅下跌将对二手车的剩余价值以及品牌忠诚度产生巨大影响，东风降价的行为有些短视。”

这轮价格战，对各家汽车公司的财务能力提出了空前的要求。有传统汽车制造商相关人士告诉记者，降价的情况预计将持续到“五一”之后，第二季度的表现将决定生死。

二手车商：车市变“菜市场”

年初特斯拉等新能源车纷纷开启降价行动时，二手车商们就已经遭受过一轮“背刺”。如今，降价风刮到了传统燃油车市场，不少二手车商自嘲“车市变菜市场”“一天一个海鲜价”，不少人已经开始采取保守打法，尽量缩减库存周期，加快周转率，以免因为新车价格波动经受更大的损失。

在广州宝利捷旧车交易市场总经理孙明霞看来，国内汽车市场出现如此大面积、大幅度调价的现象，在过去20来年是没出现过的。“对于广大消费者来说，这肯定是件好事，可以让更多的家庭提高生活质量。但是对于二手车市场来说，今年就会面临相当大的挑战了。”

疫情后经济恢复的过渡期，叠加上如今新市场的降价潮，又增加了新的不确定性。在孙明霞看来，新车市场靠降价来刺激销量，短时间内可以帮助企业尽快恢复，但传导到二手车市场，也会引发一些新的效应。

据每日经济新闻

“这种价格战不是零和博弈，这是负和博弈，是‘自杀式’的降价。”不同于消费者的热情高涨，在谈及近日轰轰烈烈的车市价格战时，车企内部人士刘白（化名）难掩悲观情绪。

比亚迪和长安两家“领头羊”的官宣入场，意义非同小可。日前，奇瑞也入场了。

从网络披露信息来看，据不完全统计，已有超86款车型降价。业内人士表示，这次的大规模降价，主要是去库存，也可能和国6B标准实行有关。与此同时，汽车降价也将直接影响到二手车市场，业内人士表示，二手车市场今年会面临相当大的挑战。

继丰田“买一送一”后 奇瑞也加入“降价潮”

汽车“价格战”持续拉响，优惠补贴力度越来越大，继东风汽车最高降9万元、宝马降10万元登上热搜之后，丰田直接高喊“买一送一”。

近日，记者注意到，深圳中升民康丰田官方抖音号正在进行直播，直播中有工作人员提到，“买b24x送威驰”的活动确实是真的。

记者随后致电该4S店，工作人员称，他们确实推出了“买b24x送威驰”的活动，但目前他们准备的2台威驰已经全部送出，该活动已经结束。上述工作人员还称，他们很少会推出这么大力度的活动，目前购买丰田

b24x车型的优惠政策，是优惠5万元到6万元。

近日，奇瑞汽车官微发文称为促进汽车消费，助力汽车产业发展，奇瑞控股集团携旗下奇瑞、星途、捷途、奇瑞新能源四大品牌，重磅发布购车钜惠政策，开启百亿惠民购车季。

自2023年3月11日0时起至3月31日24时止，凡在此期间购买奇瑞集团全系车型的车主，均可享受不同程度的补贴优惠。此外，奇瑞还推出“限时保价”政策，若截至2023年4月10日24时，国家出台全国性统一购车政策或奇瑞官方统一加码现金优惠，因用户已提前购车导致不能享受相关政策的，奇瑞集团四大品牌将按照相应政策标准给予用户现金补贴。此前，

奇瑞正式官宣“全系整车终身质保”政策。

具体来看，奇瑞品牌车型官方直降1万元—3.1万元，诸如艾瑞泽8官方优惠1.9万元，瑞虎8PLUS优惠3.1万元等，像艾瑞泽5PLUS本身起售价只有6.99万元，优惠2万元后，起售价仅4.99万元起。

捷途品牌来看，官方直降22388元—42888元，诸如捷途大圣优惠25888元，捷途X70PLUS优惠22888元。起售价较低的捷途X70/X70S，优惠25888元，优惠后起售价为54012元。

奇瑞新能源品牌方面，官方直降8000元—11000元，其中奇瑞QQ冰淇淋优惠8000元，优惠后起售价仅3.19万元，奇瑞小蚂

交钱容易退款难，消费限制花样多

万物皆可“预付” 小心这些套路

健身卡、螃蟹券、民宿卡、网络会员……近年来，作为一种新消费模式，各类预付式消费便利了生活，繁荣了市场。记者调查发现，随着“预付”深入老百姓衣食住行的方方面面，退款难、不合理消费限制等老问题仍存，一些新领域的新套路频生，影响着消费信心。

美容、健身仍是预付投诉“热门”

“办4年卡更实惠，赠送6节私教课，一年后可退卡，还能免费停车。”两年前，正是听信了销售人员开出的“诱人”条件，安徽合肥市民张女士在当地一家连锁品牌健身房充值5000元，办了一张4年期的健身卡。然而最近再去时发现，健身房已关门停业。“没有提前接到任何通知，现在销售联系不上，小程序里也找不到我的会员信息了。”张女士说。记者在合肥实地走访该品牌多家门店，同样大门紧闭、人去店空。

“预存1000元，洗车享受6折优惠”“3000元办一张储值卡，在餐厅消费可享受7折优惠”“一次性付费2万元办理美容卡，另送10次皮肤护理”……张女士坦言，这几年自己充值的各类会员卡不少，“都是图实惠，没想到被‘挖坑埋雷’了。”

记者梳理中消协及全国多

地消协受理的投诉情况发现，美容、健身、汽车服务等是各地发生预付式消费纠纷较为集中的行业。除关门停业退费难外，虚假口头宣传、诱导办卡造成服务承诺兑现难，办卡手续不规范带来事后维权难等，都是消费者的“吐槽点”。

线上预付暗藏新套路

记者调查发现，随着互联网经济的发展，一些线上预付式消费也存在新套路。

——过期作废、货不对板，线上提货不省心。2022年中秋前夕，家住安徽芜湖的孙伟早早使用提货券在某线上商城预订了月饼，结果不仅中秋节没吃上，苦等1个多月仍不见发货，客服回应称：由于订单太多，需排队至11月。

记者在黑猫投诉等消费者服务平台上检索相关信息发现，不少消费者投诉提货券、福利卡等问题。主要集中在卡券过期无法退款、提货难、送货迟以及售后服务没有保障等方面。货不对板也是投诉的重点，譬如热销的“螃蟹券”，标注3.5两的螃蟹到手只有2两，产地对不上号、质量打折扣。

——有房难订、有景难寻，旅游预付藏“猫腻”。一晚就回本！住的越多越划算！”“预付2000元，走南闯北随心游”……近年来，民宿卡、畅游卡等旅游



预付式消费兴起，消费者提前支付一定的会员费或押金，即可享受多地民宿随便住、各大景点畅游等服务。

然而记者发现，一些实际消费并非如此：线上预定好了民宿、酒店，到店却被告知未接到订单；线上预约景点，不是显示预约已满，就是到地方却发现需补差价才能进入；一些“随心飞”套餐无法预订热门航线、超时订单无法取消、退订无法退款；一些平台坐拥大量充值会员却悄然关闭“跑路”，一些商家甚至以赠送高额积分、赠送旅游路线为由头，向社会不特定人群尤其是老年人吸储，涉嫌金融诈骗。

——虚假宣传、套娃收费，网络服务乱象屡现。今年2月中

让“预付”安心才能添消费信心

今年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”，相关专家认为，解决预付式消费乱象与提振消费信心直接相关。

继2012年《单用途商业预付卡管理办法（试行）》出台后，上海、北京、江苏、甘肃等多地也出台了预付卡相关管理办法或条例，对信息披露、风险警示、信用评价、不得欺诈等作出规定。2022年，最高人民法院出台促进消费30条，严厉整治“霸王条款”、消费欺诈、预付式消费陷阱等行为。

在预付资金监管方面也出现不少治理新路径。如利用资金存管等引入数字人民币智能合约等技术解决预付资金管理和消费者的信任问题。

一些专家呼吁，应针对各行业预付式消费的新特点，加紧制定出台更匹配的法律法规，创新监管方式和手段，强化预付资金管理。

“相比于事后维权，事先去识别相应的风险也很重要。”北京市天元律师事务所律师李昀建议，除对商家的监管外，消费者也要加强自我保护。“一些法律规定明确了预付卡的限额，消费者对远超限额的预付消费，承诺‘高分成’或‘返利’的商家要提高警惕。”

据新华社