

# 价格战发酵半个月后，全国汽车销量不增反降 汽车降价了，为什么大家还是不买

汽车价格战发酵半个月后，全国汽车销量不增反降。两个行业协会先后发文，批评局部降价扰乱市场。

近日，中国汽车工业协会撰文指出，促销多为老款库存车型，夸大降价宣传对消费者产生误导。地方政府在稳增长、促消费的过程中，方式方法要得当。此轮降价的炒作应尽快降温，使行业回归正常运行状态，确保全年行业健康平稳发展。

中国汽车流通协会在日前表示：武汉市、区政府联合车企大力度促销，只补贴本地生产汽车品牌，这一做法有失公允，还导致其他地区消费者持币待购，汽车4S店成交量显著下降。

3月初的湖北，政府和企业一起下场，东风系车型推出大幅购车补贴，其中东风雪铁龙C6车型降幅甚至高达9万元；此后，东风本田、上汽通用、一汽奥迪、广汽本田等多个传统燃油车品牌相继推出优惠，一场全国范围的汽车价格战正式打响。

价格战有立竿见影的效果。上险量数据显示，湖北省的东风本田、东风日产、东风标致、东风雪铁龙、东风风神车型销量均出现几倍的增长，品牌声量也有明显提升。

但记者在走访和调查中发现，价格战有限时、限地、限量等多重限制，优惠幅度大的多是滞销车型。部分车企和经销商通过夸大折扣、赠品促销、饥饿营销等手段，更让价格战虚实难辨。

事实正如这位权威人士所分析，虽然湖北汽车销量被政企补贴明显拉动，但其他省份的潜在购车人群可能选择持币待购，加剧供需失衡。

价格战的主体是合资品牌燃油车，近年受自主品牌崛起、电动化转型等两大因素挤压，陷入结构性的困境，燃油车销量普遍下滑，在新能源方面建树不多。一些销量不佳的品牌已陆续退出中国。

## 虚实实实价格战

2023年的春天，全国汽车市场一片沸腾。从湖北开始，一场轰轰烈烈的价格战蔓延到全国。

“店里的人太多了，进去以后根本就找不到销售人员，也没有人理你。给我的感觉就是，店里的人不是在买车，而是在抢车。”探访了东风雪铁龙4S店后，湖北武汉的消费者卓先生对记者感叹道。

据记者统计，共有18家品牌先后推出了面向全国消费者的补贴，吉利和长安投入的兵力最多，各有14款车型参与补贴。其中长安推行车价直降，降价幅度在11.4%—38.9%间浮动，且热销车型CS75PLUS也在补贴之列。

“20万的C6老气横秋，12万的C6成熟稳重”。要论这波降价潮中最出圈的车型，非“法国总统座驾”东风雪铁龙C6莫属。这款原指导价21.19万元的B+级车，单车补贴金额最高可达9万元，相当于购车直享六折优惠。

若以降价幅度排座次，六折的C6只能屈居第四。据记者统计，奇瑞旗下捷途品牌推出的惠民特供车型一马当先，8.69万元的指导价拦腰砍

至4.4万元，降幅近五成。车名中的“特供”二字名副其实，但能否“惠民”尚需市场检验。根据现有优惠信息，该车在线上暂无销售数据，疑为特供经销商的线下限量款。

除了捷途，降幅排名前5的车型全部来自东风系。其中东风雪铁龙C3-XR排第二，挂着11.39万元的指导价，如今裸车5.79万元即可开回家，降幅为49.2%。东风富康推出的e·爱丽舍紧随其后，近14万元的指导价补贴后仅需8万元，降幅同样超四成。此外还有东风富康ES600，指导价15.38万元降至9.38万元——这意味着，要想挤进降幅榜前五，六折成了最低门槛。

降幅虽诱人，但这些车型“恰巧”都是销量不佳的非热门款。东风雪铁龙C3-XR今年头

两个月一共售出107辆；东风富康e·爱丽舍上月售出163辆；C6去年全年共售出3082辆，月均不过300辆；东风富康ES600的销量则从去年10月的2372辆，急跌至上月的47辆。

热门车型也加入了价格战中，降幅普遍偏小。2022年轿车销量冠军东风日产轩逸，仅在湖北省参与补贴，最高可由指导价11.9万元降至10.4万元，降幅为12.6%；SUV销冠比亚迪宋PLUS更有底气，最高可由指导价15.48万元降至14.79万元，降价不到1万元，降幅不足5%。

要想买到这些滞销车型，甚至也不容易。瑞银中国汽车行业研究主管巩昱对记者表示，价格战存在夸大刺激措施力度的情况，现实中，刺激措施可能附带许多条件，或者有量的限制。

限时、限地、再限量，是摆在消费者面前的三座大山。30多家推出购车优惠的车企中，绝大多数仅在本月生效；各地的补贴价格各不相同，比如东风本田在湖北、贵州、川渝、上海和云南五地开展促销活动，主销车型UR-V的差价大到2.8万元，占车价15%；车企参与折扣的车型数量也不一，有的仅一款，有的则多达14款。

价格战中总不乏夸大折扣、赠品促销、饥饿营销等虚实实实的营销手段。比如丰田某经销商打出了“买一赠一”的标语，买bZ4X送威驰。据调查，bZ4X电动SUV此前已优惠5万元，此番操作相当于恢复原价后再送消费者一辆威驰，且优惠车型只有两辆。在实际购车时，门槛可能被进一步提高——以东风雪铁龙C6为例，消费者需要垫付9万元补贴、4.5万元保证金、15.9

万元购车款，合计先行支付29.4万元，等待后续补贴和保证金的返还，才能买到这款实际约15万元的车型。

燃油车动辄打折扣几万元，赚足眼球，新能源汽车的降价策略普遍更为温和：一种是推出诸如“三年0息”的分期金融政策，由金融合作伙伴来补贴这部分支出；另一种是推出价格更低，配置更简单的入门版车型，相当于“变相降价”。

价格战缘何而起

“从业20年，第一次看到车市如此疯狂。”谈及本轮价格战时，长安阿维塔科技副总裁和首席营销官李鹏程感慨：合资燃油车市场，犹如一群人聚餐，心态最好、酒

量最好又没喝多的人，最先撒了酒疯掀了桌子。突然，是业内对这场价格战的共识。多家车企内部人士和行业专家对记者表示，特斯拉在2022年底开启的多轮降价是导火索，车企对市场过度乐观导致新库存高企，燃油车购置税减免政策在2023年初的退出，三个原因促成了价格战。

记者在多方采访中发现，虽然3月的燃油车降价潮引起了舆论普遍关注，真正导火索其实是特斯拉在2022年底开启的多轮降价。特斯拉的降价挤压了新能源汽车企业，问界、小鹏等多家车企也降价跟进，几个月后，波及到了燃油车市场。

2022年10月开始，特斯拉多次下调国产Model 3和Model Y的官方指导价；2023开年，再次大幅降价2.9万元—4.8万元。目前，这两款产品的起售价分别只有22.99万元和26.19万元，是国产化以来的最低点和次低点。

今年以来，以燃油车为重心的部分传统车企对汽车消费过于乐观，但市场却并未出现明显起色，这就让经销商出现了库存高企的局面。

此外，2022年购置税减免政策，导致消费者需求被提前释放，后续生产大于需求，库存增加，也是价格战的直接原因。

7月份即将到来的“国六B”排放标准切换，也让超龄车去库存成为情理之中，以往“国五”升级“国六”时也出现过类似的库存车倾销情况。不过，范鑫认为这一政策的影响稍弱，因为北上广深等大城市早就提前推行国六B了，如今主要轮到了其他城市。

几大因素影响下，一场席卷全国，让大部分车企都卷入其中的价格战不期而至。

## 价格战，谁最受伤

“全年车市的终端售价可能颇为混乱，生存下去成为各家车

在巩昱看来，中长期来看，中国汽车产业面临电动替代燃油、自主替代合资的两个结构性转变。对于合资品牌来说，中国从增长最快、利润最高的市场，一下子变成竞争最激烈、最难赚钱的市场。伴随着自主品牌和电动化的崛起，“现在是处于新旧交替的历史时刻了”。

“对合资车企来说，2023年可能真的就是先保命，再续命了。”一位德系合资车企人士对记者表示，从今年1至3月的情况来看，今年一定是非常惨烈的一年，“即使对于销量最高的车企来说，也只是惨胜”。

## 如何越过价格战“陷阱”

价格战带来了什么？一个朴素的逻辑是：车价便宜了，来买车的人多了，汽车销量上去了。

以目前备受舆论关注的东风系和湖北地区观察来看，这个逻辑确实成立。

上险数据显示，2023年第10周（3月6日至3月12日），湖北省的东风本田、东风日产、东风标致、东风雪铁龙、东风风神车型销量均出现成倍增长。比如东风标致和东风雪铁龙，在2023年第9周（2月27日至3月5日）的两周销量分别为66辆和49辆，但一周后，两者销量分别为354辆和351辆，环比增长了约六倍。

但放眼全国，价格战的逻辑失效，甚至不增反降。

销量数据显示，受惠于湖北当地补贴影响，东风本田在湖北销量上涨，但在其他省份销量下滑；本田在中国有两家合资车企，当东风本田打起价格战，广汽本田的销量则在其他省份出现下滑。

价格混乱、供需失衡只是价格战后遗症的一方面，更长远的影响或许无法避免。

比如加速行业洗牌。打不起价格战或者盲目跟进降价却无成本优势的会逐渐淘汰；在新能源浪潮席卷全球的背景下，传统车企也需要加速转型，新能源汽车份额会进一步提升。

“我觉得这是一场死亡行军，原来利润较好的车企肯定会活得更辛苦，边缘品牌可能真的是生死之间了。”前述德系合资车企内部人士表示。

中国汽车流通协会专家委员会专家委员李颜伟建议，此时车企应该联手推出保价声明，如果未来一个月降价给予补贴。“另外，国家层面尽快出台刺激政策取代地方的刺激政策，最好是在今年二季度实施。”

据记者不完全统计，保时捷、奥迪、蔚来已经官方宣布不降价；理想、零跑、哪吒推出了90天保价承诺。

冷静来看，价格战绝非长久之计，低价值的价格战，对品牌的盈利性、溢价率等长期经营不利，最终受到伤害的一定是消费者。在林杰看来，只有在价格优势的基础上，打赢技术战、打赢品质战、打赢服务战、打赢道德战，实现全面“价值向上和品牌向上”，企业才能可持续发展。

打铁还需自身硬。任何一家企业都活在周期当中，周期既是机遇又是挑战。利用好能助企业发展的，利用不好更可能带来生存危机。 据《财经》



两个月一共售出107辆；东风富康e·爱丽舍上月售出163辆；C6去年全年共售出3082辆，月均不过300辆；东风富康ES600的销量则从去年10月的2372辆，急跌至上月的47辆。

热门车型也加入了价格战中，降幅普遍偏小。2022年轿车销量冠军东风日产轩逸，仅在湖北省参与补贴，最高可由指导价11.9万元降至10.4万元，降幅为12.6%；SUV销冠比亚迪宋PLUS更有底气，最高可由指导价15.48万元降至14.79万元，降价不到1万元，降幅不足5%。

要想买到这些滞销车型，甚至也不容易。瑞银中国汽车行业研究主管巩昱对记者表示，价格战存在夸大刺激措施力度的情况，现实中，刺激措施可能附带许多条件，或者有量的限制。

限时、限地、再限量，是摆在消费者面前的三座大山。30多家推出购车优惠的车企中，绝大多数仅在本月生效；各地的补贴价格各不相同，比如东风本田在湖北、贵州、川渝、上海和云南五地开展促销活动，主销车型UR-V的差价大到2.8万元，占车价15%；车企参与折扣的车型数量也不一，有的仅一款，有的则多达14款。

价格战中总不乏夸大折扣、赠品促销、饥饿营销等虚实实实的营销手段。比如丰田某经销商打出了“买一赠一”的标语，买bZ4X送威驰。据调查，bZ4X电动SUV此前已优惠5万元，此番操作相当于恢复原价后再送消费者一辆威驰，且优惠车型只有两辆。在实际购车时，门槛可能被进一步提高——以东风雪铁龙C6为例，消费者需要垫付9万元补贴、4.5万元保证金、15.9

万元购车款，合计先行支付29.4万元，等待后续补贴和保证金的返还，才能买到这款实际约15万元的车型。

燃油车动辄打折扣几万元，赚足眼球，新能源汽车的降价策略普遍更为温和：一种是推出诸如“三年0息”的分期金融政策，由金融合作伙伴来补贴这部分支出；另一种是推出价格更低，配置更简单的入门版车型，相当于“变相降价”。

价格战缘何而起

“从业20年，第一次看到车市如此疯狂。”谈及本轮价格战时，长安阿维塔科技副总裁和首席营销官李鹏程感慨：合资燃油车市场，犹如一群人聚餐，心态最好、酒

量最好又没喝多的人，最先撒了酒疯掀了桌子。突然，是业内对这场价格战的共识。多家车企内部人士和行业专家对记者表示，特斯拉在2022年底开启的多轮降价是导火索，车企对市场过度乐观导致新库存高企，燃油车购置税减免政策在2023年初的退出，三个原因促成了价格战。

记者在多方采访中发现，虽然3月的燃油车降价潮引起了舆论普遍关注，真正导火索其实是特斯拉在2022年底开启的多轮降价。特斯拉的降价挤压了新能源汽车企业，问界、小鹏等多家车企也降价跟进，几个月后，波及到了燃油车市场。

2022年10月开始，特斯拉多次下调国产Model 3和Model Y的官方指导价；2023开年，再次大幅降价2.9万元—4.8万元。目前，这两款产品的起售价分别只有22.99万元和26.19万元，是国产化以来的最低点和次低点。

今年以来，以燃油车为重心的部分传统车企对汽车消费过于乐观，但市场却并未出现明显起色，这就让经销商出现了库存高企的局面。

此外，2022年购置税减免政策，导致消费者需求被提前释放，后续生产大于需求，库存增加，也是价格战的直接原因。

7月份即将到来的“国六B”排放标准切换，也让超龄车去库存成为情理之中，以往“国五”升级“国六”时也出现过类似的库存车倾销情况。不过，范鑫认为这一政策的影响稍弱，因为北上广深等大城市早就提前推行国六B了，如今主要轮到了其他城市。

几大因素影响下，一场席卷全国，让大部分车企都卷入其中的价格战不期而至。

价格战，谁最受伤

“全年车市的终端售价可能颇为混乱，生存下去成为各家车

在巩昱看来，中长期来看，中国汽车产业面临电动替代燃油、自主替代合资的两个结构性转变。对于合资品牌来说，中国从增长最快、利润最高的市场，一下子变成竞争最激烈、最难赚钱的市场。伴随着自主品牌和电动化的崛起，“现在是处于新旧交替的历史时刻了”。

“对合资车企来说，2023年可能真的就是先保命，再续命了。”一位德系合资车企人士对记者表示，从今年1至3月的情况来看，今年一定是非常惨烈的一年，“即使对于销量最高的车企来说，也只是惨胜”。

如何越过价格战“陷阱”

价格战带来了什么？一个朴素的逻辑是：车价便宜了，来买车的人多了，汽车销量上去了。