

# 30多家车企降价,买车还能再等等?

## 很多消费者表示价格战没有影响购车决策

当市面上的大多数车型都在降价,不降价的才是异类;但主流车型既然都在降价,竞争关系又回到了降价之前,于企业而言自然成了无效降价,而去年还乐在其中的消费者,也已经相当麻木。

### 层出不穷的降价策略

继去年的“油电同价”后,比亚迪今年更是打出了“电比油低”的降价策略,让中国汽车价格战再次升温,从10万级市场向20万、30万市场蔓延。截至目前,据不完全统计,已经有30多家汽车品牌官方通过不同形式宣布降价,主流燃油车和新能源车大多已经下场“参战”。

2月19日,比亚迪喊出“电比油低”的口号,王朝网旗下秦PLUS荣耀版正式上市,官方指导价7.98万元起。而在一年前,比亚迪就曾推出秦PLUS DM-i的9.98万元冠军版车型,首次将车型价格下探至10万元以内。比亚迪的“疯狂”,迅速引起车企跟风。

上汽通用五菱品牌事业部副总经理在社交平台中表示:“一个字,跟。”同日,上汽通用五菱汽车将旗下星光150km进阶版售价由10.58万元调整为9.98万元,五菱缤果333km续航版车型调整至6.88万元起,最高补贴8000元;新款极氪001上市价格26.9万至32.9万元,与2023款相比,价格下调3.1万元;阿维塔11千里智驾版上线,限时25万元起,入门门槛下调5万元;岚图汽车推出10亿元置换补贴政策;理想汽车定购2024款L系列增加5000元定金抵扣10000元购车款的权益……

乘联会分析称,从降价节奏来看,2024年的降价在2月和3月都达到了超强的程度,2月有25款车型降价,3月前半月有23款车型降价,相对于历史来看也是一个惊人的水平。

层出不穷的降价策略几乎让车主应接不暇,也让市场价格体系持续动荡。好多车主直呼,已经麻木了,从之前的“再等等还能降更多”,到如今“一眼都不想

看了”。

### 争夺A级市场定价权

此次比亚迪喊出“电比油低”的口号,彻底打乱了油电并行的“平衡木”。比亚迪价格的不断下探,引发了汽车“价格战”的飓风。包括特斯拉、小鹏、五菱、深蓝、哪吒、长安、北京现代、上汽通用、吉利、别克、长城、奇瑞、智己等数十家厂商纷纷跟进,都有针对性地推出了相关的举措以应对这一场激烈的价格战。

特全年销量10.9万辆,占北京现代全年总销量的45%,是北京现代的核心车型。上汽通用A级家轿威朗Pro指导价也从12.89万元直接下调至7.39万元。

根据公开数据,2023年A级车上险销量483.9万辆,市场份额22.4%。但新能源车渗透率不到23%,低于整体市场的35.7%。而从2月数据来看,A级车市场正呈现燃油车逆势反扑之势。2月销量前十榜单中多达9款燃油车型上榜,新能源车仅有比亚迪秦PLUS苦苦支撑,以

显然,轩逸与朗逸并不甘心落后挨打,目前轩逸、朗逸、速腾等在终端实际起售价也已降到7.3万元至10万元。比亚迪想要争夺定价权,只能继续降价。“当前,电动化变革继续在快车道,智能化变革开始换挡提速。新能源汽车发展只会越跑越快,不会给我们停下来、慢下来、喘口气的机会。”比亚迪董事长王传福在近日举行的广东省高质量发展大会上如是说。

不过,相比燃油车被动降价,新能源车降价更具“底气”,

“观望”态度。

“说实话,现在买新能源车安全、配置什么的都比较放心,我唯一担心的就是我前脚提车,后脚降价了,这往哪说理去?”网友小王表示,即便明白早买早享受,晚买享折扣这个道理,但是现在动荡的降价信息,还是害怕遇到“价格刺客”。

在业内人士看来,这一现象与股市中投资者的“追涨杀跌”心理具有相似性。在汽车市场中,当汽车品牌频繁降价时,消费者往往会产生一种预期,即认为未来价格可能还会进一步下降,从而产生观望情绪,延迟购车决策。

麦肯锡发布的报告显示,尽管近期汽车市场价格战愈演愈烈,但80%以上的受访者表示价格战未对其购车决策产生积极影响。其中64.1%的消费者对“价格战”态度保持中立,16.4%持消极态度。

从销量来看,受春节假期等因素影响,尽管有“价格战”加持,新造车势力2月销量还是集体失速,仅理想汽车交付破2万辆,蔚来汽车、小鹏汽车、哪吒汽车和零跑汽车月销均未破万。其中,零跑汽车和小鹏汽车环比下滑幅度达46.5%、44.9%。

“价格战对车企短期的销量促进作用实际并不明显,尤其是在价格不稳情况下,消费观望情绪特别浓重。”崔东树表示,降价可能会带来降价车型自身的销量增长,但对其它相关车型就会形成明显的观望态势,并由此导致相关车型不得不降价、不降价就卖不动的一个局面。在这种情况下,有些企业可能靠产品力挺住,但有些企业可能就不得不采取降价行动,形成市场停滞、进一步等待降价,然后其他消费者再等待的循环圈子,短期对车市销量反而会带来一定的压力。

“2024年是新能源车企站稳脚跟的关键年,竞争注定非常激烈。”在崔东树看来,新能源车的消费新特征带来车企品牌裂变现象明显,随着新能源车各技术路线的细分市场逐步成熟,新车型极大地丰富了消费选择,产品供给的增加带来的同质化也会加剧竞争。

据《中国新闻周刊》



在业内人士看来,2024年的价格战,令市场从新能源车之间价格竞争转向了新能源车阵营同传统燃油车间的价格竞争。不过这一次,主要战场聚集在A级车市场。

除了比亚迪将A级车价格打到7万元区间,长安启源也将Q05和A05两款车型的起售价定为7.39万元;哪吒汽车宣布哪吒X车型最新价格为9.98万元,降价2.2万元。上汽通用五菱、吉利等车企紧跟其后相继发布降价、补贴的相关信息,纷纷将车价价格下探到10万元以下。

为了争夺A级市场定价权,北京现代宣布“伊兰特7.58万元起”,还针对比亚迪“电比油低”的广告语,喊出“油比电强”。数据显示,2023年,北京现代伊

往表现良好的埃安S和大众ID.3纷纷失守。

乘联会秘书长崔东树分析称,目前全国乘用车的5万元—15万元区间是核心主力市场的特征,传统燃油车占比较高。中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟也表示:“在过去几年,10万元—15万元的汽车市场主要被燃油车占据,而2024年和2025年,电动化将在这个价格区间大爆发。”

去年2月,比亚迪率先抛出低价炸弹,用9.98万元的A级轿车秦PLUS DM-i冠军版直挑东风日产轩逸和上汽大众朗逸等传统A级燃油车。降价的效果立竿见影,2023年,比亚迪秦PLUS成功超越日产轩逸,成为中国A级轿车冠军。

因为动力电池生产成本正在逐年走低,这给车企提供了充分的降价空间。反观燃油车,按照乘联会分析,“由于燃油车目前的促销已经达到一定的底线,因此新能源车剧烈的降价,形成了新能源独降价蚕食燃油车市场的局面。”

### 频繁降价催生“等等党”

在汽车行业竞争白热化的状态下,消费者心理似乎发生了一些变化。由于层出不穷的降价政策,越来越多的“准车主”认为,再等等,会降得更多。

咨询公司麦肯锡最新报告指出,低、中价位段消费者面对此起彼伏的价格战,更可能形成“得陇望蜀”的情绪,从而转向

最高法:

## 近期4名满12周岁不满14周岁未成年人被判刑

记者近日从最高人民法院获悉,人民法院对未成年人犯罪坚持贯彻“教育、感化、挽救”的方针和“教育为主、惩罚为辅”的原则,积极采取适合未成年人身心特点的审判方式,强调审判既要成为对失足未成年人惩戒处罚的公堂,又应作为挽救教育的课堂。处罚上坚持“宽容但不纵容”,对于主观恶性深、危害严重、特别是屡教不改的,该惩处的依法惩处,发挥警示教育作用,还被害人以公平,示社会以公道。

近期,已满12周岁不满14

周岁未成年人杀人、重伤伤害罪追究刑事责任的讨论引发广泛关注。截至目前,人民法院共审结此类案件4件4人,犯罪人年龄在12岁至13岁之间,被依法判处10年至15年有期徒刑。

最高法指出,问题孩子的出现既有家庭原因,也有社会原因,是多种因素综合影响的结果。对此,在审理婚姻家庭、侵权等案件时,要强化监护责任和引导工作,引导父母依法履行监护职责。

此外,对“问题少年”的教育

矫治程序虚化,导致大量未成年人违法后处于无人无力监管、矫治落空状态,以致往往反复实施违法行为,最终造成恶果、构成犯罪。如某地一起案件中,被告人曾五次被公安机关行政拘留,但均未实际执行。应当尽快改变对低龄未成年人专门矫治机构力量薄弱的局面,加快专门学校建设,逐步推动建立独立的少年司法系统,让实施了严重危害社会行为但尚未构成刑事犯罪的未成年人得到应有的矫治教育。

据《人民日报》

国家统计局报告:

## 全社会就业人员女性占比逾四成

中国国家统计局近日公布的一份报告显示,中国全社会就业人员中女性比重稳定在四成以上,妇女就业权益得到有力保障,女性广泛参与企业决策管理。

根据国家统计局当天发布的2022年《中国妇女发展纲要(2021—2030年)》统计监测报告,2022年,全国女性就业人员3.2亿人,占全部就业人员的比重为43.2%。城镇非私营单位就业人员中女性为6766.4万人,占比为40.5%。

女职工劳动保护和健康保障得到加强。2022年,执行了《女职工劳动保护特别规定》的企业比重为72.9%;女职工职业健康素养水平为53.3%,比男性高1.1个百分点。

报告同时指出,女性广泛参与企业决策管理。2022年,企业职工董事中女性比重为37.1%;企业职工监事中女性比重为40.8%,比2021年提高0.3个百分点。企业职工代表大会中女性比例为30.3%。

据中国新闻网