

2月新能源汽车销量同比下滑近7成 自主品牌全面承压

受到疫情和春节假期双重因素冲击,2月车市零售出现大幅度萎缩,销量规模倒退到2006年2月水平,新能源市场也全面承压。从乘联会日前发布的2月份乘用车产销数据来看,2月份国内新能源狭义乘用车销量1.4万辆,同比下降69.5%;1-2月累计销量5.6万辆,同比下降61.4%。

从具体销量榜单来看,特斯拉继续保持强劲增长水平,取得2月新能源销量冠军,自主车企的产销量受疫情影响较为明显,常年霸榜的比亚迪秦EV和北汽新能源EU系列销量出现大幅度下滑。对此,乘联会再次调低全年的预测增长率,从上一次的下滑5%预期调整至下滑8%,较2019年末的第一次预期20年增1%的预测下调9个百分点。

■新快报记者 张磊

特斯拉市占近三成,中高端车型展开攻势

从整体榜单分析来看,排名前十的车型只有特斯拉Model 3、广汽新能源Aion S和比亚迪秦EV月销超过千辆,此前长期霸榜的北汽EU系列2月销量下滑至979辆,排名第四。值得一提的是,榜单上也出现了蔚来ES6和威马EX5两款造车新势力车型,2月分别销售671量和567辆,排名第六、七位。

尽管受到疫情的冲击,但国产以来的特斯拉一直表现强劲,连续两个月以黑马的姿态成为新能源榜单销冠。凭借Model 3单一车型的销售,特斯拉2月份在华交付达到3958辆,占比全国新能源汽车总销量的26%。同时,特斯拉

上海工厂2月的产量为3898辆,占比份额超3成,同样位于该月新能源汽车产量榜首。

值得一提的是,定位于中高端市场的广汽新能源Aion S销量同样惹人关注。得益于Aion S的亮眼市场表现,广汽新能源2月份销量依旧高光,以1619辆的销量数据跻身品牌排名前三名,逆市同比增长100%。其中Aion S车型销量1433辆,仅次于特斯拉稳坐第二名。事实上,自去年4月份上市以来,广汽新能源Aion S的一直维持强劲的市场终端表现,连续7个月实现销量增长。



2月上市的新能源车型了解一下

北京现代 菲斯塔纯电动

价格:17.38万元-19.88万元

竞品分析:比亚迪秦Pro EV、广汽新能源Aion S、广汽丰田iA5

卖点:菲斯塔属于北京现代打起“性能牌”最为成功的车型,同样一如以往在颜值和性价比上有着亮眼表现。从外观上来看,该车的设计语言充分迎合了年轻人的诉求,运动感、时尚感十足。“鲨鱼”造型前脸、低趴轿跑造型、大跨度的溜背,饱满的侧身极具视觉冲击

力,车身哑光喷涂技术进一步提升了高级感。

动力与续航方面,菲斯塔纯电动搭载56.5kWh的宁德时代三元锂电池组,NEDC综合工况续航里程达到490km。另外,其搭载大陆集团三合一电驱动系统,最大功率135kW、峰值扭矩310N·m,拥有12.7千瓦时/百公里的低电耗优势。安全领域,该车配备了16项ADAS智能驾驶辅助系统。

江淮汽车 江淮iC5

预售价格:15.5万元-18万元

竞品分析:比亚迪秦Pro EV、广汽新能源Aion S、北京现代菲斯塔纯电动

卖点:继嘉悦A5之后,江淮iC5是江淮与大众共享生产线合作后产出的第二款車型,由意大利设计师负责外观和内饰的设计,定位于电动轿跑车。从外观上来看,江淮iC5采用了全新设计语言,前脸采用了封闭式进气格栅,充电口被隐藏在格栅中央

内部。同时,掀背式设计也拥有很高的辨识度。内饰方面,江淮也走起“北欧”简约风,连贯通式T字形中控台搭配大尺寸的竖向屏幕很有科技感。

动力方面,江淮iC5搭载一台前置的永磁同步电机,最大功率为142kW,峰值扭矩达到340N·m,官方给出的0-100km/h加速时间为7.6秒。电池方面,搭载容量为64.5kWh的三元锂电池,NEDC工况下的续航里程为530km。

合众汽车 哪吒U

预售价格:15万元-21万元

竞品分析:小鹏汽车G3、威马EX5、比亚迪宋Pro新能源

卖点:去年广州首秀之后,哪吒汽车第一款车型哪吒U即将迎来上市。外观层面,哪吒U基于Eureka 01概念车的整体设计而打造,前格栅为封闭式设计,车身B、C柱采用黑色涂装,尾灯采用贯穿式设计,整体造型运动气息十足。尺寸方面,其长宽高分别为4530/1860/1628mm,轴距为2770mm。

动力方面,新车搭载宁德时代动

力电池,NEDC续航里程可达到500km。另外,哪吒U将提供两驱和四驱两个版本,其中四驱版电机最大功率为270千瓦,峰值扭矩615牛·米,0-100km/h的加速成绩有望达到4.9s;而两驱版车型的最大功率为150千瓦,0-100km/h的加速成绩有望达到6.6s。

配置方面,哪吒拥有L2+级自动驾驶辅助系统,同时配备20余项自动驾驶辅助配置。在智能化方面,新车还搭载全车AI语音控制、人脸识别、疲劳驾驶监测等人性化配置。

自主车企全面承压,整体表现惨淡

少数品牌的高光表现仍然难以改变国内品牌整体表现惨淡的困境,从新能源汽车榜单分析来看,昔日新能源“霸主”纷纷陷入低迷状态。除了广汽新能源以外,比亚迪、上汽、北汽新能源等一众车企全线同比负增长,其中第十名吉利汽车下滑达到92.4%。

其中,根据北汽新能源发布的产销数据显示,2月销量为1002辆,较去年同期的2867辆减少65%。1-2月,北汽新能源累计销量为3008辆,同比下降59.24%。对于北汽新能源的大幅下滑,业内人士分析主要原因在于B端市场销售受阻。记者查阅资料显示,自主品牌A级新能源汽车60%以上的市场需求是网约车出租车等B端市场。受到疫情的影响,网约车、出租车等公共出行的业务下滑,导致新能源车辆在营运额

域推广受阻和投放动力不足。

值得注意的是,A00级细分市场车型同样面临快速衰落的风险。2月新能源整体数据显示,A00级纯电动汽车销量仅为1239辆,占比不到10%。曾经的销量榜常客宝骏E系列2月份仅售出335辆。另外一款微型车奇瑞eQ排名虽然在销量榜排名第八位,但470辆的月销量同比下降85.1%。

作为造车新势力的蔚来、威马两家公司,虽然在疫情冲击下交上了一份差强人意的答卷,出现在了前十榜单。但总体来看,两家各4%的市占份额仍有成长空间。另外,据乘联会统计,2月份有16家的车企新能源汽车销量为零,其中包括众泰、海马、华泰、猎豹、力帆豆等。2019年销量惨淡的车企,均处于被淘汰的边缘。

相关刺激性消费政策陆续出台,车企加大补贴力度

对于目前低迷的汽车消费环境,刺激汽车消费的政策方向更加明确,除了地方政府积极推动激励性政策出台外,众多车企也开始“砸钱”自救,加码补贴。

实际上,自2月以来,广东各地区已经陆续出台相关措施,积极促进汽车消费。其中广州市率先行动,3月3日发布《关于印发广州市坚决打赢新冠肺炎疫情防控阻击战努力实现全年经济社会发展目标任务的若干措施》,提到对个人消费者购买新能源汽车给予每辆1万元的综合补贴。其后,国家发改委与商务部联合发布《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》,也提到进一步实施新能源汽车购买和运营补贴政策,其中包括鼓励限制汽车购买的地区提高配额。

另一方面,车企纷纷开启“砸钱”自

救模式,加大购车补贴投入力度。其中以广州车企为代表,广汽集团旗下车企陆续出台了购车补贴政策。其中广汽丰田积极响应号召,在广州的政策基础上提出购买新能源汽车最高享20000元综合性补贴,购混动车型享额外补贴的方案;广汽本田针对旗下VE-1、奥德赛混动、雅阁混动等车型推出补贴,广汽新能源也为在广州地区购买Aion S的车主再补贴1万元。作为造车新势力的小鹏汽车,也推出了优惠金融方案以刺激消费者购车热情。

“购车补贴”的价格战是把双刃剑,总体来说,通过促销的方式提振了销量稳定了市场份额,也可能导致品牌力的逐渐下降。业内人士分析认为,价格战只是应急之举,在疫情逐步有效控制的大环境下,国家和地方政府加快促进汽车消费政策的出台才是行业恢复的关键。