

国六A车型销售期有望延长

一季度超九成经销商未完成销量目标

4月3日,中国汽车流通协会发布的最新一期“汽车消费指数”显示,2023年3月份汽车消费指数为72.5,低于上月。同时,最新一期的“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2023年3月中国汽车经销商库存预警指数位于荣枯线之上,汽车流通行业处于不景气区间。在近期价格战引发的浓厚消费观望情绪中,国六A车型销售期能否延长?

■新快报记者 张磊



■VCG图

经销商去库存压力较大

中国汽车流通协会调查显示,第一季度有超过九成的经销商汽车销量没有完成目标,致使企业终端库存急剧上升,经营压力加大。

对于第二季度的销量预期,大部分经销商持谨慎乐观的态度。38.5%的经销商认为第二季度销量增长,预计环比增幅在5%左右;33.5%的经销商认为第一季度、第二季度销量基本持平。

中国汽车流通协会指出,3月份经销商面临的主要问题有三方面,一是终端价格波动较大,客户观望情绪浓厚,订单及成交率下降,库存难以转化为资金流,经销商盈利下滑;二是Q1销量任务难以完成,超过六成的经销商表示完成度不足80%;三是由于临近7月汽车排放政策由国六A向国六B切换,各经销商开始清理国六A库存,面临清库压力。

中信证券认为,虽然主流车企在技术上早早就按照国六B阶段进行了技术储备,但由于实测场景较实验室相对复杂,相关测试对零部件厂商和主机厂均提出了更高的要求。不过,中信证券预测,此次国标切换影响的时间维度不会太长,影响程度也将明显小于2019年“国五”向“国六A”的切换。

此前,全国工商联汽车经销商商会代表广大汽车经销商呼吁,建议将国六B排放标准的执行时间延后至2024年1月1日。并对国内近百家汽车经销商集团进行了专项调研,发现汽车经销商普遍反映,如7月1日全面执行国六B排放标准,将难以全面消化现有库存。在近期召开国六B切换情况座谈会之后,中国汽车流通协会也表示,目前国六B非RDE车型还有200万辆左右的库存未消化,车企建议给予6-12个月销售过渡期。

值得期待的是,国六A销售期延长的相关文件有望落地。中国汽车流通协会会长沈进军在2023汽车流通行业蓝皮书论坛上表示,延长国六A车型销售期的相关政策或将公布。沈进军表示,如果国六A销售期延长,除了可以缓解车企清理旧款车型库存的压力,近段时间愈演愈烈的价格战可能也会告一段落。

价格战不是长久之计

3月,湖北省政企联合补贴大促销起跨省购车潮,随后北京、天津、上海、浙江等数十个省市跟进推出购车优惠政策。3月31日,广州的新能源补贴政策也进一步落实。《广州市鼓励支持个人领域新能源汽车推广应用工作指引》(以下简称《指引》)印发实施,对个人消费者购买并使用自主品牌新能源汽车(含油电混动,以下简称“新能源汽车”)给予综合性补贴,最高补贴1万元。

随着多地出台促销政策,车企也加大促销力度,新车的销售价格大幅度下降,部分地区开始了“价格战”。据不完全统计,这轮降价促销

的涉及车型已有上百款,甚至有品牌“买一送一”。但调查显示,尽管经销商门店客流迅速提升,但由于消费者观望情绪较浓,订单及成交率并没有明显增加,汽车消费需求恢复不及预期,这也导致3月汽车销量并没有达到预期。

中国汽车工业协会认为,各车企推出的优惠车型多为长库龄、老款或滞销库存车型。在终端市场,这些车型此轮促销前已经有了可观的优惠价格,终端宣传为了吸引眼球,夸大降价力度,增加获客,对消费者容易产生误导。此外,价格战不是长久之计,汽车市场应尽快回归正常秩序。降价处理

库存,适当回收成本是正常经营措施,但不能因此沦为价格战。

业内人士分析认为,多地的汽车促销降价引起市场端的广泛关注和热议,短期内虽然对销量增长形成有效拉动,但中长期看,价格体系混乱会造成部分消费者持币观望,降幅较大的车企品牌力受损或不可逆转。

实际上,中汽协也对4月市场进行了预判:随着新车密集发布、多个城市春季车展启动、降价补贴政策收紧,汽车价格将趋于稳定,预计4月汽车市场整体企稳,市场需求逐渐恢复,预计乘用车终端销量在150万辆左右。

造车新势力3月份交付放榜,整体态势复苏

新快报讯 记者张磊报道 4月伊始,多家新势力车企先后公布了3月份的交付成绩,其中理想汽车、哪吒汽车、蔚来汽车交付破万辆。从整体情况来看,3月份新势力销量继续呈现复苏态势,降价潮还没有波及到新势力在本月的交付情况,多数企业环比保持正增长。

3月份新势力中表现最好的仍然是理想汽车。理想汽车3月交付20823辆,同比增长88.7%,理想目前三款车推向市场之后,凭借主打家庭的属性,销量一直向好。

值得一提的是,理想汽车是本轮价格战中明确宣布不降价的车企,为此他们在3月12日推出了购车90天内降价退还差价的保价政策,此举显然起到了稳市场的作用。据悉,L7Air和L8Air将在4月份开始交付,在Air版车型开启交付之后,理想汽车预估的月交付量将超过3万辆。

蔚来汽车3月份交付新车10378辆,

同比增长3.9%,环比下降14.6%,是3月份唯一一家环比下滑的新势力车企。今年第一季度,蔚来共交付了新车31041辆。按照蔚来此前提出的24.5万辆的年度交付目标,接下来9个月蔚来月均至少要卖出新车接近2.4万辆。

数据显示,蔚来ET5已成为销量支柱车型,ES7、ET7等NT2平台产品交付量则不及预期。不过,蔚来在换电站层面布局依然高歌猛进。4月初,蔚来第三代换电站将投入运营,电池仓位增至21个,日服务次数可达408次,比二代站提升30%。蔚来2023年计划新增1000座换电站,业内人士分析认为,换电站布局必定是一项不小的成本支出,但同时也对蔚来的品牌建设和服务体验有正向反馈,后续可能反哺销量增长。

小鹏汽车3月份交付新车7002辆,同比下降54.6%,环比增长16.5%。小鹏P7i于3月10日上市,其上市后口碑和话题度持续走高。小鹏方面表示,P7i带动小鹏门店到店客流和试驾量均创近期新

高,订单表现强劲,目前小鹏汽车正在积极爬升供应产能。

3月底,小鹏汽车行业首个全场景智能辅助驾驶系统XNGP已面向G9及P7i Max用户开放第一阶段能力。接下来,小鹏汽车将加速推动智能辅助驾驶量产应用与迭代升级。由此看来,智能化还是小鹏能否赢下新能源下半场的关键。

零跑汽车慢慢走出2月份的低谷,交付量增长93%达到6172辆。3月1日,零跑汽车对全系产品价格进行调整,部分产品价格下调幅度超过5万元。但零跑汽车方面表示,调价之后的产品,仍拥有正毛利。从3月订单结构来看,C11车系单月锁单超1万辆,C平台系列新品订单占比80%。

传统厂商孵化的新能源品牌方面,埃安马力全开,3月份共交付新车40016辆,月度交付量首次突破4万辆;极氪3月份交付新车6663辆,同比增长271%,根据极氪CEO安聪慧透露,2023年极氪

将冲刺14万辆的交付目标;刚刚独立运营不久的长安深蓝3月交付新车8568辆,实现了环比销量翻倍增长。

值得注意的是,问界3月交付量仍停留在3000辆上下。3月31日,华为创始人任正非再次强调华为不造车,有效期为5年,随后问界门店拆除所有与华为相关的宣传物料。业内人士分析认为,在失去“华为造车”这一噱头后,问界的市场考验将更为严峻。此外,奇瑞、江淮等合作车企的华为智选车模式品牌也将于今年陆续推出,也会对问界的资源造成进一步挤占。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道