

## 汽车周刊



ID.3大幅降价折射转型难题

## 上汽大众合资翘楚优势不再？

终端优惠大于官宣3.7万元，  
经销商代理制惹争议

7月7日，上汽大众官方发布消息，ID.3推出限时价格，即日起至7月31日，12.59万元起即可入手，限量7000辆。资料显示，此前上汽大众ID.3的官方起售价为16.29万元，此次降价幅度达3.7万元。这是继今年年初跟进汽车降价潮之后，上汽大众ID.系列再一次下调售价，且力度更大。

上汽大众官方表示，ID.纯电系列推出两年多来，累计销量已超13万辆，位列合资纯电销冠。此时ID.3推出限时限量“史低价”，性价比超高。但事实上在终端市场，上汽大众ID.3车型降幅力度已经来到4.3万元。此外，ID.4X、ID.6X等也有不同程度的优惠，降幅4万至6万元。

ID.家族是大众当前新能源计划中的销量主力，这两年大众在推广ID.系列上也相当卖力。随着电动化转型初见成效，上汽大众也开始加速在新能源领域的产品投放节奏，ID. NEXT亮相也再次引起消费者对上汽大众新能源产品布局的关注。根据规划，到2035年大众汽车集团将在中国市场实现电动汽车销量占比提升至50%的目标。

但放眼2022年，大众在中国共交付新能源车18.06万辆，仅占大众品牌在中国销量的7.5%，电气化进度一般。在2022年全年新能源厂商销量排行榜中，上汽大众以9.18万辆的成绩位列第15位，尽管在合资品牌中保持新能源的领先优势，但低于一汽-大众，也远远低于一众自主传统车企和新势力车企。

新能源汽车降价，一方面与市场竞争有关，另一方面也与经销商库存水平有着紧密联系。广州某上汽大众4S店销售人员告诉记者，此轮参与降价的ID.3车辆优惠较大，一部分原因是这批车型是去年或者今年早些时候生产的，库存时间会相对长一些。

根据相关调查，上汽大众的忠实用户更偏好燃油车，这也导致经销商在向厂家提车时，也会有选择性地减少电动汽车的数量。数据显示，截至今年4月，上汽大众拥有2000万存量车主，但自ID.纯电系列上市两年来，传统用户转化率仅为0.6%。

业内人士分析认为，大众品牌电动车销量波动较大以及终端价格降幅不

一，也在一定程度上反映出此前大力推行的代理制的乏力。据了解，在代理模式下，代理商仅负责汽车展示、邀约、试驾、交付和售后，汽车制造商则负责定价、开票以及持有库存，并根据服务质量和数量向代理商支付佣金。这样，代理商们就不用向厂家购买车辆和承担库存成本压力。相比之下，传统经销商则仍然背负着较大的库存压力，例如有经销商透露去年生产的ID.4X还在积压中。

全国工商联汽车经销商商会副会长、新能源汽车委员会会长李金勇告诉记者，造车新势力的直营模式已经给传统汽车制造商的经销商模式带来冲击，直营店能够快速扩展品牌形象，但是直营后续管理难度等各方面的都会出现。像大众这样用户基数高的品牌更适合经销商的模式，因为销量规模好放大。部分品牌创新渠道方式，将代理制模式作为应对挑战的转型方向，但是否可持续及帮助代理商盈利，有待市场长久验证。

除了车机软件是硬伤，  
近期安全问题也备受拷问

大众ID.系列销量表现没有预期出色，症结原因其实主要还不在于代理制，而是产品本身竞争力与国内电动汽车品牌仍有一定差距。广州某上汽大众4S店销售人员告诉记者，许多有意向购买大众ID.系列的消费者，普遍认可大众汽车的品牌力和质量口碑，但对其车机使用感受和整体智能化水平仍保留意见。

根据相关报道，去年底上汽大众多款ID.车型陆续被曝出现车机故障、双屏幕全黑的情况，遭到车主集体投诉，并引发广泛关注。车主们在公开信中指出，上汽大众ID.系列车型大面积出现故障，包括车机频繁断网、各种故障码随机出现、大小屏幕双黑、信息消失、功能失效、车辆无法启动等问题。

车主们认为，上述故障严重影响了车辆的行驶体验和驾驶安全。如果在车机故障和车辆信息无法显示的情况下盲开，存在较大安全隐患。然而，上汽大众4S店及厂家并未给出实质性的解决方案。

值得注意的是，大众ID.系列最初在海外发布时，就曾因为软件问题延期。不得不说，车机系统出现问题，是合资品牌的通病，也在一定程度上对大

众转型新能源造成影响。对比智能座舱和智能驾驶辅助水平都处于第一梯队的国内新势力车企，ID.系列这一短板确实明显，也很难突出重围。

除了软件问题外，近期上汽大众电动车的安全问题也备受拷问。今年6月初，在杭州某收费站出口，一辆浙A牌照的小型普通客车沿S2沪杭高速驶出，碰撞收费站设施后起火，造成车上4人死亡。虽然事故还在进一步调查中，但根据现场视频、照片以及后续多家媒体的报道采访得知，涉事车辆正是上汽大众ID.4 X。

根据上汽大众此前的宣传，ID.4 X用上了28.7%的热成型钢材和77.7%的高强度钢板，并通过338项品牌标准电池安全认证，涵盖K13温度冲击、化学腐蚀、极端碰撞等，比国家安全标准的200多项还要多。

然而，从网络传出的视频可以看出，车辆起火就在碰撞收费站的一瞬间，车内人员几乎没有逃生的机会，这也不免让众多消费者和新能源车主再次担心起电池安全问题。事实上，关于动力电池安全问题是符合国家标准的，我国《电动汽车用动力电池安全要求》中强制要求电池单体发生热失控后，电池系统要在5分钟内不起火不爆炸，为乘员预留安全逃生时间。

“利润奶牛”优势不再，  
寻求转型升级要经历阵痛

上汽大众官方数据显示，上汽大众作为上汽集团的主流合资板块，去年全年实现销量132.08万辆，虽然同比增长6.35%，但与往日辉煌相比差强人意。

在2015年-2018年期间，上汽大众分别凭借181.2万辆、200.2万辆、206.3万辆和206.5万辆的成绩，连续4年拿下中国乘用车市场销量冠军。2019年销量也维持在了200万辆的水平，朗逸、帕萨特、途观等车型也都成为现象级产品。而自2019年以来，上汽大众的销量便一路下滑。

销量对企业的影响，产能最先感知到。今年6月，上汽大众对位于安亭的三座整车厂进行产线调整：第一工厂永久关停，部分产线搬迁至江苏仪征；二厂启动合班，将两个生产轮班合并为一班；三厂大概率也将在今年下半年启动合班。这也意味着，上汽大众正在积极寻求转型升级，而产能过剩则是目前所经历的阵痛。

作为上汽集团的“利润奶牛”，上汽大众一度风光无限。但在汽车行业大变局下，哪家车企都不能高枕无忧，合资品牌受到的冲击则更大。近日，上汽大众旗下ID.3大幅降价，意在更好地刺激终端销量，也折射出其背后的电气化转型现状。

今年上半年，上汽大众的销量为532509辆，其中新能源领域ID.家族贡献28100辆，这一成绩在合资品牌新能源阵营中算得上优等生，但与国内自主品牌相比还有一定差距。现在上汽大众遇到的情况是，新能源转型进度不及预期，燃油车基本盘有压力，车机问题和负面新闻还偶有发生。扎根中国市场近40年，当初那个国内合资车企“标杆”光环已慢慢褪去，如今的上汽大众如何加快步伐转型升级，是它需要思考的难题。

■新快报记者 张磊

中汽协发文：  
删除承诺书中  
涉价格表述

新快报讯 记者张磊报道 7月8日，中汽协发布声明称，日前由中汽协组织16家汽车生产企业签署的《汽车行业维护公平竞争市场秩序承诺书》中“不以非正常价格扰乱市场公平竞争秩序”涉及“价格”表述，表意不当，有违《反垄断法》精神，现将上述条款从承诺书中删除，并敦促16家及其它汽车生产会员企业，严格遵守《反垄断法》及相关行政法规、指南、规章，自主定价、公平竞争，共同为产业规范健康发展贡献力量。

日前，在中汽协主办的2023中国汽车论坛上，一汽、东风、长安、比亚迪、特斯拉等16家主流汽车企业高层联合签署了《汽车行业维护公平竞争市场秩序承诺书》，其中“不以非正常价格扰乱市场公平竞争秩序”条款引发争议。

就在承诺书签署的当天，一些品牌几乎同一时间开启了降价促销。上汽大众宣布旗下纯电车型ID.3车型下调售价3.7万元，一汽-大众ID.家族也推出了最新的限时优惠政策，其中ID.纯电版直降3.8万元，ID.6 CROZZ PURE+的降幅更是达到8.7万元。

特斯拉也来凑热闹。7月7日，特斯拉在官方社交平台上发文表示，升级Model 3/Y引荐奖励。成功引荐好友下订并提车，购车人可获得3500元引荐奖励及90天EAP免费试用权，引荐人可享7000积分奖励、可兑换超充额度、儿童学步车等。

业内人士分析认为，中汽协联合16家主流汽车公司签署承诺书，初衷或是为了遏制价格战的进一步恶化，让行业回归理性竞争。但关于价格的表述不仅在法律范畴上存在争议，而且实际的约束力也大打折扣。



更多优质汽车资讯  
请关注新快网汽车频道