

# 汽车周刊

## 冲刺“金九银十”的前奏 车市迎来新一轮降价潮

**10多家品牌降价促销，  
新能源车居多，优惠最高达6万元**

据记者不完全统计，进入8月以来，已有上汽、极氪、零跑、哪吒、特斯拉等10多个车企品牌以现金优惠或权益的形式加入了降价潮，形式包括官降、限时促销、补贴等，所涉及车型以新能源车居多，幅度最高达到6万元。

具体来看，8月1日上汽大众率先拉开降价大幕，针对旗下9款SUV车型进行降价，其中途昂系列优惠最高，2023款途昂、全新途昂X优惠6万元。途观L插电混动最高综合优惠5.5万元，两款纯车型ID.6X和ID.4X，优惠也分别达到5万元和4.2万元。

8月3日，上汽MG名爵宣布，即日起对MG5天蝎座、MG6 PRO、MG ONE三款车型提供限时现金补贴，至高优惠2.6万元，并赠送终身免费基础保养。

8月11日，极氪宣布对极氪001推出限时价格权益政策，降价幅度为3万-3.7万元，也就是说，在此轮限时降价后，极氪001的最低价格下探至26.9万元，在同类型车型中十分具有竞争力。

此外，奇瑞新能源推出8月购车补贴活动，购买小蚂蚁、QQ冰淇淋或无界Pro三款小车可享现金优惠，至高1万元。长城哈弗枭龙系列推出“818限时电商福利季”活动，用户下订可享2000元抵8000元现金膨胀礼，限时内可以99元秒杀至高1.2万元礼券。欧拉汽车针对8月下订且开具机动车发票的用户，可享一年免费交强险，同时对2023款欧拉好猫给出2.2万元现金优惠，对闪电猫给出3万元现金优惠等。

新势力方面，零跑汽车近期宣布对零跑C11和零跑C01部分车型售价进行调整，部分版型至高下调2万元。而哪吒汽车则在8月5日推出了“七夕放价”活动，调整后部分车型最高优惠达4.9万元，同时参与促销活动的车主还将享受8000元金融贴息或置换补贴。相比之下，理想汽车则是以发布新车的方式优惠，理想L9 Pro全国统一零售价42.98万元，比L9 Max便宜了3万元；而蔚来则从补能端体现优惠，在其8月限时购车优惠政策中，支付定金购买蔚来新车的用户可在提车后获赠30张换电体验券，同时对家充电桩价格进行调整，最高降幅达2700元。

然而，再次把新能源汽车价格战推向一个新热度的，显然是特斯拉。8月14日，国产特斯拉两款车型再次宣布降

进入8月，在这个传统的车市淡季，多家车企相继宣布降价，从合资车企到新势力，再到特斯拉，全都参与其中，范围广且优惠高，俨然已经打开了新一轮汽车价格战。

车企疯狂卷价格的背后，是其自身全年销量目标的压力表现，也是行业激烈竞争的映射。中国汽车工业发展新阶段下，车企内卷进一步加剧，产品出新的同时价格拉低，意图起到立竿见影的市场增量效果。尽管刺激销量是否奏效还有待观察，但有业内人士分析认为，随着汽车消费潜力在地方、车企等政策加码下持续释放，“金九银十”车市有望取得较好表现。

■新快报记者 张磊

价，Model 3/Model Y售价均有不同程度下调，Model Y最高降价1.4万元，而且3500元推荐激励保持不变。

对此，有业内人士分析认为，本轮降价的重要原因，是中国汽车行业的发展已经进入新的阶段。尽管中国汽车市场连续13年成为全球最大汽车市场、连续8年成为全球最大新能源汽车市场，今年上半年又成为全球最大汽车出口国，但目前中国汽车市场还存在行业集中度过低，车企数量多杂等问题，预计本轮降价还会持续，将有更多品牌参与8月这一波降价。

**车企内卷进一步加剧，  
降价对提振销量效果甚微**

8月新能源车市出现“降价”趋势，反映了国内车企销量压力大和竞争激烈的现状。从全年销量目标来看，今年1-6月，长安汽车的年度销量完成率为48.05%，理想汽车为46%，广汽集团、吉利汽车、比亚迪年销量完成率均在四成左右；而像蔚来、小鹏等年销量完成率均未达三成，下半年销量冲击压力较大。

与此同时，经销商方面还面临增长的库存和资金压力，这也反向给到车企营销压力。中国汽车流通协会数据显示，7月中国汽车经销商库存预警指数为57.8%，同比上升3.4%，环比上升3.8%，库存预警指数位于荣枯线之上，汽车流通行业处在不景气区间。这也表明，目前经销商经营状况恢复不及预期，资金回流慢，流通资金紧张等问题仍然存在，包括汽车市场消费动力不足。

此外，国内车企的疯狂内卷也是降

价潮持续存在的重要因素。8月9日，在比亚迪500万辆新能源汽车下线活动上，比亚迪喊出了一个口号：“在一起，才是中国汽车。”尽管有不少车企大佬站台为比亚迪这一行为叫好，但一向和比亚迪唱反调的长城汽车也指出了自己的想法。

长城汽车CTO王远力在社交媒体发文表示：“在这样严峻的时刻，中国汽车怎么在一起？”他表示：“我们必须直面竞争的现实，我们不要道德绑架的在一起，我们不要被裹挟着在一起，我们不要‘我跟你谈法律，你跟我谈感情’的在一起，商业还是要用商业的逻辑来解决，如果只是口头上强调在一起，那还不如先打一架再在一起吧。”

但值得注意的是，大打价格战、促销甩卖也并非一定能给市场带来增量。以东风汽车为例，今年3月份东风系车型大降价，旗下近60款车型降价或享受补贴，引发全国汽车价格战。但从结果来看，这一举措对东风集团的销量改观并不大。

东风汽车最新数据显示，今年1至7月，东风集团累计销量为110.9万辆，同比下降24.7%。此外，东风是今年上半年汽车销量排名前十的车企里，仅有的出现销量下滑的两家车企之一。

作为东风利润奶牛的东风本田，在今年上半年销量仅有22.7万辆，同比大幅下滑超过三成。

全国工商联汽车经销商商会副会长李金勇向记者坦言，降价的确会引起消费者关注，但价格只是影响汽车销量的众多因素之一，眼下更关键的问题是消费信心不足。很多车企无力改变大势，想通过降价的方式起到立竿见影的促销效果。但当众多车企都将定价调低，整个车市相当于又回到了原点，对于提升销量而言作用甚微。

乘联会秘书长崔东树此前也发文表

示，汽车市场长期存在产能过快增长与需求相对不足之间的矛盾，致使上半年车市不断内卷。从电动车、插混到燃油车，从价格到产品，从营销到渠道，汽车市场面临着史无前例的白热化竞争。

**政策加持进一步刺激消费力，  
“金九银十”值得期待**

事实上，每年7月和8月本是中国车市的传统淡季，但今年7月份汽车行业表现则反常亮眼。乘联会数据显示，今年7月乘用车市场销量达到177.5万辆，是今年以来卖得第二好的一个月，这也给足了车企信心，选择提前开启促销旺季，为接下来的“金九银十”冲刺。

乘联会秘书长崔东树表示，随着车市增长的结构性分化，部分企业传统产能充裕，休高温假的时间较长，车市进入休整期。总体来看，8月车市将呈现一个相对企稳走强的特征。

同时，国家层面也一直释放出利好信号，针对汽车行业销售的指引性政策频出，旨在进一步稳定和扩大汽车消费。

具体来看，2023年下半年以来，全国多地汽车消费促销政策密集出台，北京、长沙、长春、海口等多个城市持续加码汽车消费补贴，单车最高补贴金额达到6000元。

今年7月21日，国家发展改革委、商务部等十三部委也印发了《关于促进汽车消费的若干措施》，要求从十大方面进一步稳定和扩大汽车消费，并计划优化汽车购买使用管理制度和市场环境，更大力度促进新能源汽车持续健康发展；7月31日，国家正式出台《关于恢复和扩大消费的措施》，其中重点提及要提振大宗消费，加快推进充电和停车设施建设，鼓励汽车限购地区优化限购管理政策。

时间来到8月初，广东省商务厅相关负责人表示，目前广东正推动放宽广州、深圳“限牌”；支持广州、深圳等汽车消费大市实施购车补贴、以旧换新，扩大新能源车销量。

车企持续加码，加上新一轮汽车促消费政策的落地，汽车消费潜力有望进一步释放。中汽协方面表示，看好“金九银十”表现，下半年宏观经济的温和回暖将逐渐向汽车市场传导，新能源汽车和汽车出口的良好表现对市场的拉动作用将持续显现，行业有望实现全年稳定增长。2023年全年汽车销量有望达到2760万辆，同比增长3%。

### 加码促销



■廖木兴/制图



更多优质汽车资讯  
请关注新快网汽车频道