

文/羊城晚报记者 张丽

今年元旦,广州新能源车销售又迎来了一波小高峰。由于车市存货不太充裕,这个假期并没有出现以往节假日时大幅的现金优惠促销。1月3日,羊城晚报记者走访广州车市发现,趁着元旦假期来买车的消费者真不少,他们大多是为了能在春节前买到一辆新车“衣锦还乡”或“自驾出游”。

值得一提的是,不少车商表示,由于距离今年春节只剩下不到一个月的时间,再加上芯片短缺而造成的缺货,即使现在订车的话,部分车型春节前也无法交付。“不过,也有一些车型现在预订,春节前是可以交车的,建议消费者在选购时不要扎堆追求热门车型。”一自主品牌车商称。

购车人数增多

多名车商在接受记者采访时表示,今年元旦期间消费者购车意向很强烈,元旦假期三天看车人流比往年增幅明显。

位于番禺的一家新能源品牌汽车销售店的销售人员表示,元旦假期三天忙得不可开交,“1月1日当天到店的客流量是平日周末的两倍。”该专卖店销售人员李小姐表示,销量相比去年同期也有不小的增长。海珠区一合资品牌专卖店的销售总监杨先生告诉记者:“客流量与上个月相比有20%的增长,元旦假期每天有三四批客人到店,三天订单量超30台。”

随着当前换购新人群扩大,20万-40万元高档车型的销量也出了明显增幅。在奥体附近的三家德系和日系豪华车

店内,趁着假期来买车的消费者络绎不绝,多位车商表示:“元旦假期比往年多卖了10台左右。”

对于2022年元旦新车的旺销,记者留意到,除“赶在过年前买车”的期待,4S店在元旦期间推出的新年优惠活动,也是吸引消费者购车的重要因素。虽然,目前市场上很少有大幅度的现金优惠促销,但赠送免费保养、0利息低首付等一些实用大礼包仍然可期。还有车商针对元旦假期推出了有趣的“抽盲盒”和砸金蛋活动,让购车者有机会获取更多的实惠。一位前来观车的市民李先生告诉记者,元旦买车对他来说是个“刚刚好”的时间点,“既有时间来挑选,又有优惠可享受,今天就是来下订的!”

选购讲究策略

记者还发现,当前不少汽车品牌的热销车型处于货源紧张状态,提车需等待半个月,甚至更久一些。如果再“慢悠悠”地挑,春节前可能很难订到新车。

上述合资品牌专卖店的杨先生表示:“由于年前用户对大车型兴趣明显,再加上芯片等问题,大型车货源已经十分紧张,一些车现在下订需要等两到四周,还有一些车型需要等两个月。”豪华品牌车商曾小姐也向记者透露,现在很多大型车都没现车,提车需要1个半月到两个月,一些小型车提车

则需要10天左右。一名日系品牌专卖店的销售人员同样告诉记者,现在下订,只有部分车型能在春节前提到车。车商们纷纷表示,春节前一向是车市销售旺季,去年以来,受芯片影响,不少新能源车产能较为紧张。

杨先生建议,春节前购车“要尽早出手下订,并问清楚交车时间”。同时,车商还表示,对于想在年前买车换车的消费者,不用扎堆追求热门车型或热门配置,合理利用金融方案可以让购车的选择范围更广。

元旦购车掀热潮 新能源车唱主角



戴着口罩逛车展(资料图片) 新华社发

“绿牌车”受欢迎

不用摇号“绿牌车”在元旦假期非常受欢迎。1月3日,记者在广州一家新能源汽车品牌专卖店看到,人气很旺,一款1008公里超长续航的纯电动汽车吸引了消费者的关注。“购买纯电动车的有不少是90后,有家庭需要也有个人日常通勤需求。”专卖店的销售员吴小姐说,与往年同期相比,来选购新能源汽车的客户增加了不止五成。

记者留意到,当前新能源车

市场的消费群体正发生变化。据中国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)的数据显示,2021年1月至11月,新能源车乘用车零售达251.4万辆,同比增长178.3%。

记者采访了解到,尽管目前不少车型货源紧缺,但车企和专卖店为了在春节前获取更多的订单,还是先后推出了各种金融方案和其他促销大礼包来吸引客人。“从去年12月开

始,销售人员隔三岔五就发私信请我去试车。元旦又推给我发新的优惠政策,算下来差不多有近万元优惠。”市民王先生最近在看一款新能源车SUV,尽管车价没下降,但是销售人员承诺赠送的保养、原装车内配件等还是让其心动。根据乘联会的数据,2021年1月至11月,新能源车国内零售渗透率13.9%,较前一年5.8%的渗透率提升明显。

链接

羊城晚报讯 记者戚耀琪报道:根据中国汽车流通协会消息,去年12月四周的汽车零售总量达161.1万辆,日均6.2万辆,同比下降5%,环比11月同期增长24%。

据悉,由于去年10至11月的生产改善明显,12月的零售回升较明显,但回升速度还是不快,但与2019年的状态相近,也是较好的表现。

近几个月的终端低库存,厂

部分车企提前完成任务

商促销收紧,影响零售增速,未来情况将会逐步改善。由于疫情的防控需要,购车代步出行的刚需效果更为突出,消费者对于新能源车的需求持续回升,电动车表现较好。临近年末的车市零售也逐步回升,衔接春节前旺销期,车市逐步走强。

近期,疫情下的国内外环境中不确定因素增多,上游大宗商品价格上涨,影响车市增长的压力加大,去年12月工作日多以及受芯片

影响的产能逐步释放。由于对新能源车积分的需求大量存在,纯电动车产品热度持续到2021年年底,因此新能源车市场仍是相对较好的。低库存带来的传统车供需错配问题,仍需要一定时间调整。2021年年底的燃油车由于销量的惯性,仍然有增长的空间。由于2022年春节提前,催化去年12月备货增库存热情,由此带动批发增长。部分车企去年12月表现优秀,已经提前完成年度任务。

补贴标准退坡30%

新能源汽车推广迎新变化

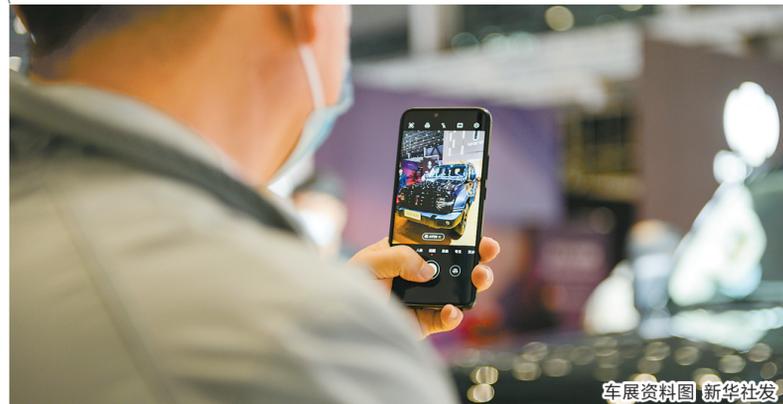
羊城晚报记者 戚耀琪

坚持平缓补贴退坡力度

按照本次通知要求,为创造稳定政策环境,2022年保持现行购置补贴技术指标体系框架及门槛要求不变。根据2020年的《财政部工业和信息化部 科技部 发展改革委关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》要求,2022年,新能源汽车补贴标准在2021年基础上退坡30%;城市公交、道路客运、出租(含网约车)、环卫、城市物流配送、邮政快递、民航机场以及党政机关公务领域符合要求的车辆,补贴标准在2021年基础上退坡20%。

明确政策终止日期

根据2020年文件的要求“综合技术进步、规模效应等因素,将新能源汽车推广应用财政补贴政策实施期限延长至2022年底”要求,为保持新能源汽车产业良好发展势头,综合考虑新能源汽车产业发展规



车展资料图 新华社发

比亚迪销量再刷新纪录 连续两个月突破9万辆



比亚迪

羊城晚报讯 记者戚耀琪摄影报道:1月3日,比亚迪汽车公布了2021年12月销量。数据显示,当月比亚迪乘用车全系销售97990辆,同比涨77.9%。其中,新能源乘用车同比暴涨236.4%,达到92823辆,连续两个月突破9万辆大关,再次刷新纪录。

伴随着去年12月数据的出炉,比亚迪乘用车2021年全年销量数字也水落石出,达到730093辆,同比增长75.4%;新能源车全年销量593745辆,同比增长231.6%。这也是截止到目前的新纪录,是此前的纪录的2.4倍。

销量细分上,比亚迪新能源乘用车销量呈现出EV纯电、DM混动“两条腿、齐步走”的态势。在刀片电池、DM-i超级混动和e平台3.0等核心技术加持下,2021年12月,比亚迪EV车型和DM车型销量分别达48317辆和44506辆,同比增长148.0%、448.6%;去年,比亚迪EV车型和DM车型累计销量分别达320810辆和272935辆,同比增长144.9%、467.6%。

王朝车系旗舰车型——汉延续了一直以来的火爆态势,去年12月销售13701辆。去年,比亚迪汉曾6次单月销量破万辆,全年累计销售超11.7万

辆,居中国品牌中大型轿车销量榜首。

海豚的销量继续爬升,去年12月首次突破万辆大关,达10016辆。作为e平台3.0的首款量产车型,同时也是海洋系列的首款车,具有八合一电动力总成、宽温域高效热泵等带来冬季低温工况下实测续航最大提升20%的表现。

比亚迪表示,2021年,比亚迪汽车销量实现了跨越式增长。即使行业在部分时段存在缺芯、“限电”等干扰因素,但比亚迪汽车仍然保持了正增长态势,连创新高,月度销量实现了“十连增”。此外,在汉、唐等旗舰车型的热销带动下,比亚迪乘用车客单价在2021年突破了15万元,居自主品牌首位。

新能源乘用车方面,比亚迪2021年销量接近60万辆大关,将此前由自己创造的中国纪录提升到了2.4倍的新高度,并有望第九次登顶中国新能源车年度销量冠军。依托DM-i超级混动、e平台3.0、刀片电池等技术,不断发掘、深化技术品牌。2022年,在技术、产品和品牌多方共力之下,比亚迪汽车将充分发挥在新能源领域独特优势,不断加码新能源汽车等绿色解决方案。

广州首批赛那车主喜提新车

文/羊城晚报记者 张丽 图/受访者提供



赛那

近日,广汽丰田在全国各地举行门店活动,赛那全面进入“用户交付”环节。活动当天,拿到车钥匙的均为新车首批下订的用户。

记者获悉,截至2021年年底,赛那累计订单中,铂金版车型占比达34%,至尊版占比达25%,尊贵版占比达26%。也就是说,有85%以上的用户选择了价格最高的三款车型,高质量的订单结构也反映出赛那充分得到了用户的认可。

产品方面,赛那总长5165mm x 总宽1995mm x 总高1785mm,轴距达到3060mm。赛那搭载全新增强版2.5L HEV混动系统,系统最大输出功率183kW,WLTC综合工况油耗

5.9L/100km。

赛那座椅采用2+2+3布局,在第三排满员的情况下,后备厢常规容积达到525L,当第三排座椅折叠后,后备厢容积可扩展至2112L。灵活的空间变化,是赛那一大特点。赛那第二排座椅滑轨前后调节行程最长可达816mm,靠背最大调节角度81°。

在乘坐舒适性方面,2.5L HEV混动系统带来的静谧性,赛那还通过增加吸音材料和结构优化,减少车内的噪声干扰。与此同时,该车还采用一系列降噪设计,包括减震胶的大面积使用、吸音泡棉的使用、滑轨门长采用隔音装置降低风噪、ANC主动降噪系统等。

广丰SUV家族聚羊城 威飒、锋兰达引关注

文/羊城晚报记者 张丽 图/受访者提供



广汽丰田SUV家族

近日,广汽丰田携TNGA SUV家族亮相羊城广州,首次齐聚包括全新家族成员威飒及锋兰达、豪华大七座SUV标杆汉兰达、四驱中型SUV价值标杆威兰达、全球战略潮流SUV C-HR在内的全明星SUV阵容。

面向年轻家庭用户,广汽丰田全新紧凑型SUV锋兰达诞生于TNGA-C平台,长宽高达4460mm/1825mm/1600mm,轴距2640mm。得益于高达775mm的后排乘坐空间,不仅带来了即使怀抱婴儿也能非常轻松上下车的便利性,更能让乘坐者明显感受到大空间带来的自在舒适感。锋兰达搭载TNGA 2.0L Dynamic Force Engine发动机+Direct Shift-CVT变速箱动力组合,最大功率达126kW,综合工况油耗5.8L/100km。

锋兰达宽阔的前格栅从前脸丰田标贯穿至前大灯,搭配金属风格饰条,给人一种时尚动感的感觉。新车提供包括:琉璃金、铂钻珍珠白、墨晶黑、萤石蓝、水晶银、沙漠金、珊瑚红在内的共7款单色和4款撞色车顶配色。内饰方面,锋

兰达方向盘与换挡杆采用真皮包裹,高配版车型搭载7英寸彩色TFT多功能信息显示屏和9英寸智能语音导航系统。

广汽丰田全新豪华中型SUV威飒依托TNGA-K高端平台而造,提供汽油、混合动力2种动力,2种四驱选择,共6款车型,11月已开启预售,预计于2022年一季度正式上市。

威飒首次搭载丰田全球首创可调光全景天窗,可切换调光模式和透光模式。同时,威飒还搭载JBL音响(带9个扬声器)、12.3英寸全液晶仪表+12.3英寸多媒体显示屏+HUD抬头显示三屏联动、流媒体后视镜、智能语音车联网、人脸识别、无线充电、最新NANO-E-X负离子发生器、电动座椅带通风加热、雨量感应式雨刷、感应式电动尾门、PVM全景监控系统、倒车影像(有动态引导线)等配置。

新车搭载TNGA 2.0L和TNGA 2.5L HEV两大动力总成,均提供两驱和四驱版本选择,百公里油耗低至4.5L(NEDC)。同时,全新一代TSS智行安全系统可实现L2级别自动驾驶。

新能源车下乡活动收官 超过24家企业、68款车型参与

羊城晚报讯 记者戚耀琪报道:近日,中国汽车工业协会组织的新能源汽车下乡第8站在四川宜宾启动,完成了2021年新能源汽车下乡的收官之战。

据介绍,为促进农村地区新能源汽车推广应用,引导农村居民绿色出行,助力全面推进乡村振兴,支持碳达峰、碳中和目标的实现,去年3月26日,国家下发了《关于开展2021年新能源汽车下乡活动的通知》。活动主题为:绿色、低碳、智能、安全——一步跨入“新”时代,助力全面推进乡村振兴。按照通知要求,中汽协已先后在江苏溧阳、重庆、江苏南京、湖北十堰和广西柳州组织开展了一系列新能源汽车下乡活动,此次四川宜宾站是2021年新能源汽车下乡活动的最后一站活动,当天下午还举办了去年全年新能源汽车下乡活动的总结会。

工业和信息化部装备工业

司副司长郭守刚在总结会致辞中透露,新能源汽车下乡活动举办以来,超过24家企业、68款车型积极参与,新能源汽车月度产销屡创历史新高,去年1-11月全国新能源汽车累计产销分别达到302.3万辆和299.0万辆,同比增长1.7倍,市场渗透率达到了12.7%;预计全年产销将超过340万辆,市场规模连续7年位居全球第一。

据中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋介绍,自去年4月以来,新能源汽车下乡活动覆盖了更多省市,形式也更加丰富。据不完全统计,去年1-11月,下乡车型累计销售92.7万辆,较同期增长1.9倍,为稳定和扩大汽车消费,改善农村出行条件等方面作出了积极贡献。

据了解,2022年新能源汽车下乡活动将在全面总结内容形式的基础上升级完善,有望在全国范围内继续开展。