



汽车消费热线 82888000

以往假期人们用车频率增加,对4S店来说最忙碌的应该是售后车间。但刚刚过去的这个长假情况有些不同,很多品牌的展厅迎来客流小高峰,排队试驾场面和很多景区都有得一拼。这背后最主要原因在于免征新能源汽车购置税政策延长,这在一定程度上激发了汽车消费潜力,进而刺激车市升温,销售看好。而对车企来说,早在节前就已开始积极筹备,多款新车赶在假期前抢发,也直接带来了假日车市的热闹场面。

车市数字

118万辆

作为销量最好的国产新能源汽车品牌,比亚迪10月3日披露的9月销量“成绩单”显示:9月比亚迪新能源汽车销量20.13万辆,同比增长183.07%。1—9月,比亚迪新能源汽车累计销量118万辆,同比增长249.56%。

42.4%

10月2日,特斯拉公布的2022年第三季度汽车生产与交付报告显示,特斯拉第三季度共生产了超过36.59万辆汽车,交付超过34.38万辆汽车,季度交付表现再创新高,同比增长42.4%、环比增长34.9%。

494.6亿元

数据显示,今年1—8月份,新能源汽车免征车辆购置税494.6亿元,同比增长113%,进一步促进新能源汽车消费。从乘用车来看,购置日期在今年6月1日至12月31日期间的部分乘用车,减半征收车辆购置税。今年6—8月份,超过355万辆车享受了减征政策,累计减征车购税230多亿元。

假日车市 4S店成打卡新景点

新车驾到 车企追逐假日档期

根据8月份车市最新数据,国内狭义乘用车(轿车+SUV+MPV)市场销量达187.1万辆,同比增长28.8%,环比增长2.9%。这背后,购置税优惠等促消费政策功不可没,带动乘用车消费企稳上升。1—8月份累计销量1295万辆,同比增长0.1%,正式实现了对去年车市销量的反超。这样的销售势头,让车企看到了希望,更看好第四季度车市。

为了在复苏的车市占得先机,抢发新车就成了车商在降价和促销之外最好的选择。尤其是为了迎战“金九银十”的传统促销旺季,9月开始各品牌新车密集发布。仅仅是9月的下旬,小鹏汽车首款中大型纯电动SUV小鹏G9正式上市,与理想L8、蔚来ES7展开竞争;零跑汽车推出旗舰轿车C01;重新梳理产品矩阵后,理想one的继任车型——L8正式上市。当然,传统车企也不甘落后,背靠上汽集团的飞凡汽车正式上市旗下旗舰SUV车型飞凡R7,进入车电分离的换电赛道;宝骏则联手大疆推出kiwi EV,让智能驾驶更“接地气儿”。此外,在传统燃油车市场,新领克03除了将智能与运动贯彻到底,还新增了EM-F混动车型;而本田家用SUV产品CR-V也迎来了全新换代。

新车上市之外,在营销方式上,很多车企也在努力创新。“整个假期我们都没休息,按照厂家要求,一天要做两场直播。”某4S店市场部的工作人员告诉记者,直播正成为4S店营销的重要方式,尤其是在节假日。“节假日直播间的人流几乎翻倍,很多人会咨询配置和价格等问题,我们还针对直播间咨询的顾客提供额外的赠品,下播后我们会把相关的销售线索转到销售部。”虽然直播间几乎不可能直接下单买车,但从营销角度来说,更直观、互动性强的直播模式成为车企绝不能少的推广手段。这位4S店市场部的工作人员告诉记者,假期前五天,他们已促成了6个订单。

排队试驾 受宠的还是新能源

通过对上市新车的观察会发现,着急抢市场的几乎都是新能源车企,即使是传统燃油品牌也在忙着推新能源版本车型。同样,在市场的零售端,表现抢眼的也是新能源车。假期里,记者来到比亚迪品牌某展厅,热闹程度丝毫不输网红景点。展厅经理告诉记者,为了应对假期客流高峰,他们在销售顾问等人员调配上已做足准备。但记者在现场看到,销售顾问还是有些忙不过来,经常是一人同时接待多组顾客。而在试驾环节,当记者表示要试驾某款车型时,被告知需要排队。“试驾从一大早就没闲着,现在前面还排了四组顾客,可能要等半个小时。”销售顾问告诉记者。

在新能源车之外,另一个受市场追捧的群体是豪华品牌。在奔驰某展厅,记者看到,来看车的人群已经让展厅显得十分热闹,而购车人群中,年轻人无疑占据主流。“外观和内饰都更时尚,而且是豪华品牌,开出去肯定更有面



新车外表更时尚,价格更接地气,深受年轻人喜爱。

子。”在奔驰展厅,今年刚满28岁的邵先生这样描述选奔驰的理由。销售人员告诉记者,眼下他们的客户群体中90后大约占三成以上。当然豪华品牌能吸引年轻人,更重要的还是入门价格进一步下探。奔驰入门车型价格已经进入17万元以内,和很多合资中型车价格相当。

另外,年轻人的青睐,也让豪华品牌的新能源车型找到了合适的出路。现场一位考虑入手奔驰新能源车型EQA的市民小金告诉记者:“身边有车的朋友都在抱怨油价贵,尤其是豪华车。但如果开新能源车,我算过一个月的开支不会超过500元。更重要的是新能源车和燃油车比起来,价格差不多。”新能源+豪华品牌的模式,的确为年轻人拥有豪华品牌提供了一条“捷径”。

差别明显 燃油车场面略显冷清

虽然假日车市相对火爆,但并不是所有车型都能享受到红利。对很多燃油车品牌来说,略显冷清的展厅,让很多销售人员忍不住抱怨。在某合资品牌展厅,一位销售顾问告诉记者,去年国庆假期也是他值班,最大的感受就是今年到店人数明显比去年要少很多。“去年感觉燃油车还能挺几年,但今年明显感觉客户都被新能源车抢走了。”这位销售顾问告诉记者,9月份虽然品牌旗下也有全新车型上市,但关注度明显不高。“厂家说坚持到年底就会好,全新平台的新能源车要上市了。”

虽然对燃油车市场遇冷早有预判,但让记者没想到的是,这个假期,曾经一直受追捧的日系车,也遭遇了“寒流”,在展厅里不难发现,日系车的关注度也在下降。“一直以来日系车侧重于混动技术的研发,对纯电或插电混动的研发投入不足,所以无论丰田还是本田,在纯电领域都缺少竞争车型。”有业内人士分析。而除此之外,日系车皮实耐用的优势也正在被消费者忽视,“皮实耐用往往在五年后才能体现出来,现在很多人换车频率加快,对这些也没那么在意。”业内专家解释,而且当90后的年轻人成为购车主力军后,时尚炫酷的外观内饰才更受青睐。在这一点上,很多自主品牌已经完成了对日系品牌的完美超越。

假日消费新趋势

逛商场 看新车

节假日商场成为很多市民休闲的好去处,随着很多汽车品牌进驻商场,买车逛4S店正在被逛商场所替代。

“一圈逛下来,卖车的店好像比奶茶店都多了。”在延吉路万达,一位市民告诉记者,“原来逛商场是遛娃、陪老婆,现在可以逛逛各品牌电动汽车了。”记者探访了岛城多家购物中心,发现原本多被化妆品、珠宝占据的一楼,正在被特斯拉、蔚来、理想、小鹏、领克、比亚迪等新势力汽车品牌占据,凯迪拉克、SMART等传统车企也纷纷开出新能源车体验店。

“我常去家附近的万达,最近那里又开了好几家汽车体验店。”家住李沧区的刘女士告诉记者,“小鹏、零跑、理想等新能源品牌一大堆,还有大众、本田等传统车企的新能源汽车体验中心,基本上市面上的电动车品牌都有。”

记者走访发现,不仅是万达,万象城、金狮广场、西海岸的新城吾悦广场等商场也聚集了特斯拉、理想、问界、比亚迪等多个品牌的新能源汽车展厅。可以说,汽车体验店已经成为购物中心的“标配”。新能源车为什么纷纷进驻商场?业内人士认为,新能源汽车品牌看重的是购物中心热闹的商圈位置、大量的优质客流、丰富的业态场景,可以帮助新势力车企在城市C位快速提升品牌知名度。同时相较于4S店,商场体验店的成本也更低。而从购物中心的角度看,业态越丰富的商场,如包括购物、餐饮、娱乐、亲子为一体的购物中心,更容易吸引客流量。



关注懂车鹏哥