

# 復產進度理想 趕推優惠吸客

# 內地車市搶先 殺入消費狂潮



在特斯拉展示廳內，戴着回罩的顧客對新品興致勃勃。記者孔雯瓊攝

## 疫情下 中國經濟之汽車業

隨著汽車行業復工復產，進入二季度以來，內地車市似按下「快進鍵」，不僅很多新品提前上市，本應現身於年底的促銷活動亦接二連三出現。尤其是工廠設在上海的特斯拉，在4月期間推長續航國產Model 3、低息金融政策等措施，一下子激活消費者出手購買，其他車企亦有類似舉措。目前來看，多重激勵下，因疫情帶來的車市寒冬有轉暖趨勢，部分汽車銷量已經恢復到去年同期7成多，甚至部分車企銷售門店出現了門庭若市的情形。

香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

### 試駕Model 3要排隊

「請您等我一下，剛帶客戶試駕回來，現在還有另一組客戶正在簽訂單，忙完他們馬上就來招呼您。」4月中旬的一個週末，香港文匯報記者以購車者的身份來到特斯拉位於上海興業太古匯的門店，忙得腳不沾地的銷售再三向記者道歉，稱客人太多了只能分批次接待。記者看到，如果不是所有人都戴着口罩，這裡已經完全看不出疫情仍在持續中。店內每個銷售馬不停蹄地帶着好幾組客人講解，等待試駕試乘的還需排隊，部分時段進店甚至要限流，一片繁榮市場的景象。

「我們很早就復工了，而且最近推出了復工後首款『王牌』產品——國產長續航Model 3，新車一出我們一下子就忙瘋了，」該名銷售人員向記者介紹，稱這款國產Model 3續航能力達668公里，補貼後售價339,050元（人民幣，下同），是有史以來續航里程最長的

Model 3，而且是中國製造。該銷售強調，之所以可以那麼快推新品和復工後產能恢復良好有關。據了解，特斯拉上海工廠自2月10日復工後，產能持續爬坡，銷售亦一路向上，從中國汽車工業信息網數據來看，3月國產特斯拉汽車的註冊登記量升至11,280輛，是2月份的五倍。

### 新車提早登場造勢

特斯拉絕非例外，從整體行業復工情況看，工信部數據顯示，截至3月末汽車行業企業整體開工率達到97%，員工復崗率升至82%，總體達產率已經與去年同期相當。「實際上今年很多車企普遍都將新品上市的時間提前了，一來是復工後汽車行業生產恢復情況良好，二來提前上新可以刺激消費。」上汽通用內部一位不具名人士向香港文匯報記者表示，新品上市無疑為沉寂已久的車市注入一強心劑，通常車企會在下半年的9、10月份發佈新品，而今年4月就有諸多新品問

世，顯然是重啟車市目的考慮。

據不完全統計，今年4月各類車企推出的新款車型起碼多達10多種，除特斯拉以外，上汽通用同樣在4月一鼓作氣推三款新車，分別是凱迪拉克CT4、雪佛蘭開拓者和別克GL8 Avenir，對應豪華轎車、中大型SUV和高端MPV三個細分市場。奔馳、奧迪則相繼公佈了新款產品預售價。這些新品的問世或預告到來，都很好地吸引到消費者，年前持幣觀望的人們開始有出手的打算。

### 消費者怕平價轉瞬即逝

記者走訪特斯拉門店當日就看到不少消費者當場拍板決定購買。王小姐告訴記者，她聽完介紹後隨即就掏出2萬元預付款，「新款國產Model 3的續航能力比老版本要高出50%，售價只增加了4萬元，原來這款產品被認為要年底才出來，沒想到這麼快。」王小姐認為，特斯拉價格一向漲跌跌沒有定數，難保疫情結束後不會漲價。

## 今年首季全國汽車產銷量

1月		2月		3月	
產量	銷量	產量	銷量	產量	銷量
178.3萬輛	194.1萬輛	28.5萬輛	31萬輛	142.2萬輛	143萬輛
環比 -33.5%	環比 -27%	環比 -83.9%	環比 -83.9%	環比 +399.2%	環比 +361.4%
同比 -24.6%	同比 -18%	同比 -79.8%	同比 -79.1%	同比 -44.5%	同比 -43.3%

資料來源：中汽協 整理：記者 孔雯瓊



特斯拉銷售員帶乘客試乘並講解車輛功能。記者孔雯瓊攝



多個汽車品牌減價促銷，刺激消費者的購車意慾。中新社



疫情放緩之後，內地的消費市道急速回暖。新華社

## 部分車企今年3月銷量

車企	銷量	環比今年2月	同比去年3月
上汽集團	23.1萬輛	+388.66%	-58.60%
廣汽集團	11萬輛	+471.04%	-39.55%
長城汽車	6萬輛	+499.10%	-41.75%
比亞迪	3萬輛	+456.24%	-36.17%
東風汽車	1.4萬輛	+740.82%	-26.32%
北汽藍谷	0.6萬輛	+498.00%	-66.13%

資料來源：財聯社據各上市公告 製表：記者孔雯瓊

## 捱過最黑暗 迎來大反彈

儘管今年一季度內地汽車產銷數據下滑嚴重，好在最糟糕的階段已經過去。數據顯示，我國汽車產銷量在2月觸底，但從3月起就顯示出降幅收窄的趨勢。行業內預測，車市二季度會迎來較程度的復甦。中汽協數據顯示，今年一季度汽車產銷量分別為347.4萬輛和367.2萬輛，同比分別下降45.2%和42.4%。實際上，一季度中下滑最嚴重的當屬受疫情影響的2月份，因停工停產和部分城市的封閉措施，使得當月汽車產銷分別完成28.5萬輛和31萬輛，環比均下降83.9%，同比分別下降79.8%和79.1%。

3月起進入疫情後期，生產狀況逐步進入正軌，疊加一籃子的車市刺激政策，內地汽車消費有復甦趨勢，3月汽車產銷量整體高於此前預期，分別達142.2萬輛和143萬輛，同比下降44.5%和43.3%，整體降幅收窄。

### 多個品牌銷量倍升

另外，據財聯社整理14家整車上市企業公告來看，3月銷量普遍出現三位數的環比上漲。其中自主品牌表現尤為強勁，宇通客車環比漲幅達877.61%位列第一，東風汽車環比漲740.82%緊隨其後。新能源領域同樣表現不俗，比亞迪、北汽新能源等銷售有明顯恢復，銷量環比漲幅達456.24%、498%。合資品牌的上汽集團、廣汽集團3月單月的銷量均超過了6位數，分別為23.1萬輛和11萬輛，環比漲幅亦達388.66%和471.04%。記者 孔雯瓊

# 強勁政策「大禮包」 催谷買車換車

汽車市場成為當前各類政策重點傾斜的方向，包括免稅、補貼、增加牌照等一籃子重磅利好近期相繼出爐，這無疑使得今年會變成罕見的購車好年份。

### 延長新能源汽車補貼

4月23日，財政部等四部門聯合發佈《關於完善新能源汽車推廣應用財政補貼政策的通知》，將新能源汽車推廣應用財政補貼政策實施期限延長至2022年底，為平緩補貼退坡力度和節奏，2020至2022年補貼標準分別在上一年基礎上

退坡10%、20%、30%。財政部稱，延長補貼期限的考慮是因新冠肺炎疫情對新能源汽車市場造成較大衝擊，延長優惠支持政策，有助於拉動市場消費，對沖疫情影響，也有利於支持相關行業和企業加快復工復產。

按照通知，新能源乘用車補貼前售價須在30萬元或以下，為鼓勵「換電」新型商業模式發展，加快新能源汽車推廣，「換電模式」車輛不受此規定。財政部解釋，為免補貼資金大量流向奢侈消費，綜合考慮消費者購買力水平、產

業發展等因素，因此設置30萬元限價。當天上海亦出台汽車消費鼓勵政策，《關於提振消費信心強力釋放消費需求的若干措施》提出，釋放汽車消費潛力。上海市發展改革委副主任袁文進稱，汽車消費是廣大消費者最為關注的大宗消費之一，在國民經濟和社會發展中佔有舉足輕重的地位。會盡快發佈上海促進汽車消費若干措施及相關配套細則，推動相關舉措落實落地，提振消費者信心，釋放汽車消費需求。「今年車企的促銷來得特別早，才剛

剛4月優惠就鉅足了勁出現。」

### 車企促銷優惠提早出籠

車主張先生說，通常只有年底各大車企衝刺業績時才会有大量的優惠政策，但今年才進入二季度就有了一種年終大促銷的感覺。「看在那麼多優惠的份上，我決定還是去看看新車。」張先生認為，有和他相同想法的人肯定不少。據不完全統計，截至4月，包括上海、北京、浙江省、廣東省、吉林省等數十個地方出台促進汽車消費政策。

## 雲賣車成潮流 高管化身主播

作為大宗消費的汽車買賣，之前鮮有上架電商賣貨的，但疫情改變了人們的消費習慣，大家開始傾向足不出戶購買。觀察到銷售風向標的轉變，車企們紛紛拋棄坐在實體店「守株待兔」的思路，買來直播設備，簡單培訓，一番臨陣磨槍後衝上互聯網開啟了雲賣車時代。

### 特斯拉抖音直播賣車

特斯拉作為車市中的「鯁魚」，心思最為活絡，早在今年2月初特斯拉上海超級工廠還在暫時關閉狀態中，其在中國線下的每一家店舖就都註冊了獨立的抖音賬號直播賣車，店內汽車銷售基本上人人入鏡，通過拍攝各種有趣的視頻帶網友更加全面地了解特斯拉，並通過這樣的方式在疫情中刷存在感，吸引到大批潛在顧客。

很快，其他各大車企亦相繼加入到直播大軍中來。林肯在3月宣佈將工作重點從線下轉到線上並開通了「林肯直播間」，3月12日還以「線上創意會」的方式發佈了新車豪華SUV；3月18日現代汽車集團在美國洛杉磯好萊塢舉行了第七代伊蘭特全球發佈並進行了線上直播；3月20日全新路虎在抖音直播上開啟了史上最長發佈，多名KOL輪番上陣向消費者介紹他們的新品；3月21日，凱迪拉克參與直播購物節，讓直播一哥李佳琦為其推廣。此外，比亞迪、長安、奇瑞、福特、廣本、吉利、北汽等車企亦紛紛投身「雲端」，很多還是車企高管「捲起袖子」親自上陣做主播。

其實特斯拉自入華以來，實體門店起到展示體驗作用，最終交易都會引導至網上，因此特斯拉可謂是最早開啟網上直接訂購的車企。不過，特斯拉並未止

步於自營網站賣車，今年4月16日宣佈入駐天貓，首次在國內第三方平台開設官方旗艦店。相較於自營官網，特斯拉天貓店不賣整車，專賣原廠配件和體驗，從其開店短短3天內表現來看，售價1元的試駕體驗已經售出將近1,000件；價格高達1,200元的配件車輪匙亦售出80多件。另據阿里數據顯示，平均每周有近5萬人在淘寶上搜索「特斯拉」。

### 長城汽車 入駐天貓

長城汽車同樣已經入駐天貓，從最近銷售表現來看，低門檻的9.9元購車訂金銷量不俗，熱門新款車型的訂金月銷量接近900單，其他多款車的訂金月銷量亦在500至700單之間。另外，長城汽車旗下的哈弗品牌雲團購，從2月10日至今獲得了訂單破2.7萬、成交量超1.9萬輛的成績。



■ 路虎中國抖音直播30小時發佈新車。



■ 長城汽車的天貓旗艦店。