

国产车逐渐成为市场新宠

岚图、极氪、阿维塔……这些国产品牌,你知道几个?

记者 黄欢

2023衢州秋季车博会落下帷幕。车博会上,市民郑先生换了一辆新车。过去只开进口车的他,这次却选择入手了国产品牌岚图的一款纯电MPV——梦想家。“空间大、续航里程长、科技感强,坐感也很舒服。”郑先生说,比较了很多款车后才下的订单,他对新车很满意。

过去提到国产车,往往跟“便宜”“技术不成熟”等关键词联系起来。近年来,随着我国汽车工业的飞速发展,越来越多的人开始购买国产车。相比国外品牌,国产车的价格亲民,性价比更高。在同等价格下,国产车配置更加丰富。如今,在营造“高级感”这件事儿上,已经不是很多豪华品牌的专属了,国产车也能做到。今天,记者邀你一起感受国产汽车的“高级感”。

◆ 岚图——科技与时尚相融合

岚图作为东风汽车旗下高端智慧电动汽车品牌,整合了东风公司54年造车技术和优势资源,是中国“造车新实力”。11月,岚图汽车正式公布旗下首款电混轿车岚图追光PHEV,该车将刷新行政级轿车的驾乘体验。

目前,岚图在售车型包括梦想家、追光、FREE等多款车,已初步形成了横跨高端SUV、MPV、轿车三大品类的产品矩阵,是产品布局最完整的中国新能源汽车企。

在新能源整车平台、三电、电子电气架构、车身、底盘等领域的技术能力,让岚图汽车产品性能得到了用户的认可。2022年2月,岚图宣布进军欧洲市场。未来,岚图将在更大的平台与国际品牌同台竞技。

◆ 极氪——创造极致出行体验

极氪是吉利旗下的纯电高端品牌,自从首款车型极氪001发布后,又相继推出MPV极氪009和SUV极氪X。在11月的广州车展上,极氪首次公开了首款纯电豪华轿车——极氪007,并同步

开启预售。极氪007带着极氪品牌强大的性能基因、安全基因、智能科技及豪华配置,不仅树立了豪华B级轿车新标杆,更革新了电动时代主流轿车市场的产品体验。

如今,极氪001稳居30万以上纯电车型销量冠军,极氪001 FR的发布重塑了001车系的价值;极氪009已成为50万元以上MPV销量冠军,引领细分赛道;极氪X是20万元以上紧凑型车市场销量前十中唯一的中国品牌车型。

◆ 阿维塔——更人性化的智慧出行

近日,阿维塔12正式发布,作为行业引领智能电动汽车技术平台CHN的第二款作品,阿维塔12拥有全方位遥遥领先的魅力兼实力,较高的性价比收获了不少用户。根据官方数据统计,上市6天订单突破1.5万台。

阿维塔是长安旗下的高端智能电动品牌,并且长安还拉来了华为、宁德时代在阿维塔这个品牌上进行深度合作。阿维塔从诞生伊始便凝聚了长安汽车、宁德时代、华为三巨头的心血。在阿维塔征战SEV新赛道的征途上,华为的鼎力支持无疑是阿维塔品牌向上发展、产品向上突破的

坚实基础。在华为与阿维塔的不努力下,用户对阿维塔的信心越来越足,市场认可度也是水涨船高。

◆ 飞凡——打造“智能舒适”新体验

飞凡汽车是上汽乘用车的高端智能纯电品牌,其主攻的是售价20万-40万元区间的中高端新能源车型。在这个价格区间,市场竞争尤为激烈,无论是新势力品牌、借助新能源上探的自主品牌、抑或快速发力电动化的合资车企都瞄准了这一细分市场。

能在众多的产品之中脱颖而出,并非易事。飞凡汽车将品牌定位锁定在了“智能舒享移动空间”之上,瞄准用户快速迭代的舒适新需求“舒适平权”和“体验进阶”。

纵观车市,相较于合资车,国产车有着价格、适应国内市场、国家政策扶持等众多优势。随着中国汽车市场的不断发展,国产车已经逐渐成为了市场的一股重要力量。国产车与合资车各有优缺点,但在未来的竞争中,期待国产车品牌更上一层楼,赢得更大的市场份额。

汽车消费,在升级还是降级?

日前,一年一度的广州车展落下帷幕,为今年国内汽车展览画下句号,同时也正式吹响了2024年汽车市场的“战前号角”。

据不完全统计,除皮卡、改装、房车及概念车等类型外,此次广州车展期间共计展出发布109款新车。其中首次发布、国内亮相或开启预售、公布售价的全新及换代车型共计57款新车,且均是各企业征战未来车市的主力车型。

而不知大家是否发现,除超过半数的纯电动新车外,车型越造越大,售价动辄数十万元也正成为平常,这似乎与我们常说“国际局势动荡,全球经济放缓”大背景背道而驰,不禁让人困惑,汽车消费到底是在升级还是降级?

◆ 车,越造越大

毫无疑问,电气化、智能化早已被视为新一轮汽车革命下的主流趋势,但于汽车本身而言变化的早已不只是那些配置本身。

回顾过去数十年,随着汽车种类越来越多,人们根据车身结构、车身长度、汽车性能等等划分出轿车、SUV、MPV、跑车,又分为小型车、紧凑型车、中型车甚至是中大型车、大型车。

但在本届车展中,人们似乎早已不再满足于紧凑型车,尚且不谈占据16款的中型新车,中大型新车便独占22款之多,其中不乏宝马全新5系/i5、梅赛德斯-奔驰全新E级/CLE、奥迪Q6 e-tron等豪华品牌主力车型和丰田皇冠、普拉多两款重磅复活情怀车型以及智界S7、星途星纪元ES、吉利银河E8、理想MEGA、小鹏X9等一众本土智能电动新车代表,更不用提还有问界M9、丰田世极两款大型SUV。

而相信大家早已察觉,近年来MPV潮流再度来袭,从展前上市的别克世纪、腾势D9、岚图梦想家、高山MPV、沃尔沃EM90,到本届车展上全新首发的理想MEGA、小鹏X9、传祺E8、江淮瑞风RF8以及新增四座/六座版本的雷克萨斯LM,且就在近日,蔚来亦透露也将加入MPV战局。

◆ 车,越卖越贵

事实上,汽车越卖越贵趋势早已显现。

近年来,伴随中国汽车市场进入存量市场,汽车消费主要场景逐渐从首购切换为增换购场景,预计到2025年,乘用车增换购占比将提升至65%,中高价位段车辆占率的逐年攀升,且主要

体现在一线城市燃油车换购新能源车上。

2023年1月-10月,10万元以内车型销量逐渐收窄,相对应的是20万元以上车型市场规模快速壮大。与之对应的是,一改过去数年来小微型纯电动车暴增景象,随国产特斯拉Model 3入局,叠加Model Y打开中国新能源汽车20万-30万元市场,此后小鹏P7/P5/G6、蔚来ET5、比亚迪汉、极氪001/X、昊铂GT、大众ID.4 X/CROZZ等车型沓来踵至。

在此背景下,截至10月,我国今年20万-30万元终端乘用车市场份额达18.38%,其中纯电动乘用车市场中20万-30万元新车销量占比超22%,较2022年的16.03%增加了6.35个百分点。

聚焦本届车展上,从预售价22.99万元的极氪007,到25.8万元的智界S7,再到极星4、凯迪拉克新款锐歌均将起售价拉入30万元以内,20万-30万元市场尤其是新能源汽车市场竞争越发白热化。

◆ 性价比,仍是王者

进入2023年以来,汽车市场的价格波动早已变得稀松平常。

从特斯拉官宣降价,到AITO问界、小鹏、蔚来、沃尔沃、埃安等纷纷出手,新能源汽车市场刮起了前所未有的降价潮,且迅速席卷整个车市,并在3月迎来价格战高潮,彼时有超过50家汽车品牌百余款车型加入这一乱局之中,更有甚者试图以半价在这场混战中脱颖而出。

此后,价格战从未真正褪去,无非是此消彼长,且为争夺更多市场份额,在价格战之外是各车企疯狂堆续航、堆配置、卷快充,以求在此混乱的市场局面中,保住一定的市场份额。

如岚图FREE通过换新拉低售价后带动整个



11月26日广州车展落下帷幕,展馆内人气高涨。
据南方日报

岚图品牌实现销量翻番式增长,再如问界M7换新降价让问界品牌触底反弹,再如智己LS6凭借低价高配的设置迅速出圈,于是,本届车展上飞凡R7焕新上市,2024款新车较27.99万元起售的2023款车型,起售价格直降9万元。

2023年1月-10月,我国20万-30万元终端乘用车市场中紧凑型车份额较2022年有所收窄,相应的是中型车及中大型分别增长了1.79个百分点和1.07个百分点。

更为突出的是,上述时间周期内,我国30万-40万元终端乘用车市场中大型车份额由2022年的71.99%收窄至57.83%,与之对应的是中大型车市场较2022年增长了13.95%,达32.72%。而40万-50万元终端乘用车市场也不再只是中型、中大型车的专属,随理想汽车的崛起,大型SUV的份额正快速递增。

正因如此,我们不得不承认,尽管我们高喊多年的消费升级,在今年一波又一波的价格战冲击下,市场认准的仍是性价比。

到底汽车消费是在升级还是降级?这或许是一个新概念——升降同频。升级的是,汽车的价值和体验,如更大空间、更丰富的配置、更清洁的能源,而降的便是新车购入价格。以相近的售价,买更大、配置更为丰富的车型成为主流消费趋势,这或许便是在新时代科技平权的趋势体验。
据中国经济网