

新能源份额将替代燃油车市场

闻言培

近年来,随着新能源汽车购置补贴和免征车辆购置税优惠政策再延长,“绿色出行”趋势明显上扬。特别是在限牌城市,越来越多的消费者将目光投向新能源汽车。

根据乘联会数据,8月新能源乘用车零售销量达到24.9万辆,同比增长167.5%,环比增12.0%。1-8月新能源车零售147.9万辆,同比增长202.1%。

自从汽车开启智能时代,传统车企巨头便统一被刻上了“大象”的标签。“大象”转身本就缓慢,但慢也有慢的优势,那就是比别人拥有更加充足的时间去提炼足够可靠的技术。

大众汽车正是那头正在转身的“大象”。近两月,大众ID家族一改上市之初的温吞局面,在稳守底盘的前提下,实现了销量的稳步快幅提升。据统计,大众ID家族8月销量合计突破7000台,一汽-大众ID系列8月销量3516台,7月销量2801台,8月合计环比提升26%,7月合计环比提升48%,连续两个月实现大幅提升。

身边就有一位刚刚订了一汽-大众ID.6 CROZZ的朋友,问及购车原因他说:“首先是大众的品牌认知和技术实力让我比较安心。其次,是厂家对于用户的真心诚意,除享有CAMS充电一年免费特权外,第一任车主还享有终身免费保养、终身免费道路救援等一系列专属特权,可以说我几乎不用担心日



后的一系列用车问题。”

从一汽-大众的用户运营上我们可以看出一些端倪。2021年7月18日首届ID.Day上,一汽-大众正式公布了“科技 为你”的ID家族品牌主张,也揭开了一汽-大众持续围绕“以客户为中心”进行组织战略变革的序幕。

在购车渠道方面,一汽-大众不仅打通了云展厅、企业微信专属客服、ID.Hub等线上触点,还通过全新的数字展厅、主流商圈的品牌体验空间、快闪店等线下渠道,为用户打造全触点服务体验。在用车场景方面,一汽-大众通过摩捷共享出行平台、摩捷智联和开迈斯专属充电布局构建了全场景服务生态,确保用户用车无忧。

在产品方面,ID.4 CROZZ和ID.6 CROZZ基于大众MEB纯电平台打造,拥有最新的全新E3电

气架构,支持L2+驾驶辅助功能。不仅秉承了优秀的电动基因,也通过超高的安全标准和人性化智能体验,是兼具SUV的优势和轿跑性能的一款跨界多功能新能源汽车。

ID.系列可谓是承载着大众汽车向电动化转型的领航重任,相信等到“大象”完成转身的那一刻,将一发不可收拾。

作为以新能源强势引领的车企,比亚迪早早看准了汽车工业发展的趋势,将重心转移至新能源汽车。官方数据显示,比亚迪乘用车8月全系销售67630辆,同比增长90.5%,环比增长18.7%;新能源乘用车销售60508辆,同比增长331.9%。比亚迪的销量连续四个月大幅增长,不断刷新着自己的月销纪录,这不仅表明了比亚迪战略布局的正确性,也充分显示出市场对比亚迪的肯定。

其中,DM-i持续发力,推动DM车型销量进一步增长,8月销售30126辆,同比增长555.6%。EV纯电动车销量仍在稳步提升,8月销售30382辆,同比增长222.7%。

EV Sales数据显示,2021年7月比亚迪时隔26个月重回全球新能源单月品牌销量榜首,1-7月累计销量排名升至第3名,若继续保持7月涨势,将在三季度升至累计销量榜单第2名。

不久前,比亚迪还发布了新一代造车平台e平台3.0,基于其打造的首款车型“海豚”已于8月29日的成都车展上正式上市。比亚迪或将在未来实现弯道超车。

作为新能源乘用车市场的重要组成部分,新势力车企们的表现正在变得越来越受到关注。8月新势力车企销量同比和环比表现总体都很优秀整体呈现向上趋势,尤其是哪吒、零跑等二线新势力逐步崛起。

在国内造车新势力中,蔚来汽车、理想汽车和小鹏汽车是公认的三强。在众多同时期创立的造车新品牌中,“蔚小理”的发展状况最为良好。不过受制于芯片影响,城头变换大王旗,理想取代蔚来,再度登顶,小鹏汽车稳居第二,哪吒杀进前三。

据理想汽车官方发布的信息,其8月交付量为9433辆,全部来自理想ONE,创造月度交付新高,同比增长248%,环比增长9.8%。其今年1-8月累计销量48176辆,成立以来累计交付量为81773辆。

小鹏汽车8月交付量为7214辆,环比下降10.3%,站稳新势力亚军的位置。其今年前8个月累计交付量为45992辆,小鹏汽车董事长也在近期亦表示,采购芯片存在不确定因素,这是一个很痛苦的事情。

首度杀进前三的哪吒汽车8月的交付量为6613辆,同比增长超过4倍。今年1-8月累计交付量为33728辆,同比增长367%。其中,哪吒V贡献巨大,交付量为4610辆,在总交付量中占比超过2/3,达到69%。

受到了疫情与芯片短缺因素的双重影响,蔚来汽车跌出前三,其8月销量为5880辆,同比增长48.3%,环比下降25.9%,从7月起,连续两个月环比下降。今年1-8月累计交付量为55767辆。

除此之外,二线品牌零跑汽车8月交付量为4486辆,同比增长超过7倍。今年1-8月,零跑汽车总销量为30636辆。

于此同时,各家造车新势力在8月也都动作频频,扩建工厂、融资、上市、签约新的合作伙伴等等。面对着特斯拉的步步紧逼,传统车企们的“大象”转身,新势力们所面临的压力依然不小,未来何去何从?主要是从产品、技术、服务、营销、资本运作等方面的全面较量。

与传统燃油车整体下滑的走势形成强烈对比,新能源车的销量处于有增无减的状态,交付量更是节节攀高。新能源汽车也将逐步实现对燃油车市场的替代效应,并拉动车市向新能源化转型的步伐。

上汽大众的第2400万辆汽车来了 全新奥迪A7L投产

9月26日,随着一辆星河蓝色全新奥迪A7L驶下上汽大众安亭生产线,上汽奥迪首款车型正式投产,这也是上汽大众累计生产的第2400万辆汽车。



今年,疫情反复与芯片短缺对国内乃至全球汽车行业都造成了一定影响。面对行业性困难,上汽大众发挥扎实的体系实力与强大的员工凝聚力,并积极推进用户直连的创新营销模式,推动上汽大众成为国内首家累计产量突破2400万的乘用车企业。

2400万辆汽车代表着2400万份期待与信赖。从1984年成立至今,上汽大众始终以诚挚之意、创新之势深耕国内车市、挖掘市场需求,赢得了坚实的用户口碑。当前,汽车产业正在经历巨大变革,电动化、智能网联化技术重新定义产品生态和用户需求。可靠的产品、庞大的基盘用户、以及聚焦用户体验的新营销模式,为全新品牌形象赋能,让上汽大众在转型道路上走得扎实、自信。

今年,上汽大众的新产品与在售车型投放节奏显著提速,旗下三大品牌共迎来十余款新产品。进入

下半年,虽然依然受制于芯片短缺困扰,但上汽大众的销量已逐步回暖,大众品牌在“产品大年”表现出色,终端销量长期稳居国内单一品牌销量首位。

新能源汽车方面,上汽大众大众品牌势头正盛,瞄准不同消费群体出行需求,在一年内连续推出ID.4 X、ID.6 X及ID.3三款纯电动车,展现了大众品牌电动化战略上的强大体系实力。基于MEB平台打造的ID.家族产品兼具德系质量与前沿智能技术,诠释高品质电动车内涵,积累了良好的用户口碑。截止8月,ID.家族单月销量已突破3500辆,凭借可靠、便捷与真实的用车体验,逐步成为国内众多家庭纯电用车的理想选择。

同时,新途昂家族、全新明锐PRO、新途观家族、新帕萨特家族

等深受国内消费者欢迎的明星车型先后上市,主动拥抱新世代消费者。这些新车型都运用了全新的品牌造型语言和内饰设计风格,整车的内外饰造型都更加年轻时尚,智能网联化程度显著提升。

除了推出全新产品,上汽大众同样洞悉消费习惯和时代潮流的转变,从“产品运营”转向“用户运营”,以更贴近用户的零售生态与更便捷的线上直连打造互通的闭环体验。大众品牌以纯电产品ID家族的推出为契机,构建全新的代理制营销模式。目前ID.家族已有576家代理商,全国一、二、三线城市已完全覆盖;36家ID.Store(X)也在国内新能源重点城市落位开业,在城市商圈与消费者近距离接触,传递“光语律动”魅力。上汽大众超级APP与ID.伙伴、ID.天使、ID.

大使等线上营销服务团队,则将线下渠道与线上直连打通,令消费体验更便捷、高效。

营销举措方面,上汽大众以更“出圈”和“更敢玩”的方式和年轻消费者玩在一起。ID.产品与宝可梦跨界合作、新途观家族与新帕萨特家族组成“王炸组合”等创新玩法,让上汽大众强势“出圈”,以年轻、个性、潮流的姿态触动新一代消费者。在线上,上汽大众官方入驻多个电商、短视频与社区平台,与用户近距离接触、聆听消费者真实感受。8月,上汽大众社交平台官方号的粉丝突破了1300万,千万消费者的需求将最终转化更接近用户的营销方式与贴心服务。

在品牌高端化布局方面,全新奥迪A7L的正式投产,吹响了上汽大众进军豪华车市场的号角,标

志着上汽大众高端化布局将迈上新的台阶。未来三年,上汽奥迪将陆续推出四款明星车型。凭借在制造工艺、用户服务与市场布局方面的深厚积累,上汽大众将更好地满足消费者对豪华品质座驾的需求。

不久前,大众汽车集团发布了2030 NEW AUTO战略,指出汽车行业下一个根本变化是向更安全、更智能、最终实现自动驾驶的车辆产品演进。上汽集团也确立了“用户为本、伙伴共进、创新致远”的全新价值观,致力于以用户为中心、引领中国汽车行业生态进化。面向未来,上汽大众将从用户需求出发,持续探索电动化、智能化技术,推出超越想象的品质产品与服务,与中国消费者共同拥抱激动人心的未来出行。