

特斯拉打响今年价格战第一枪

闻言培

2024年刚开年，特斯拉又率先扛起了“价格战”的大旗。日前，特斯拉中国官宣Model 3和Model Y降价。其中，Model 3焕新版下降15500元，调整后售价为24.59万元；Model 3长续航焕新版下调11500元，最新售价为29.99万元。特斯拉Model Y后轮驱动版售价下调7500元，调整后的价格为25.89万元；特斯拉Model Y长续航版售价下调6500元，调整后价格为29.99万元；而Model Y高性能版售价不变，仍为36.29万元。特斯拉门店销售人员表示，3月底前提车可同享2.5%超低贷款利息。在此次价格调整后，Model 3焕新版及Model Y也迎来国内市场的历史新低。同时，在全球范围来看，中国市场的特斯拉价格也是最低的，以Model Y后轮驱动版为例，中国市场25.89万元的起售价要比德国、法国、加拿大等市场便宜10万元以上。

有业内人士分析称，特斯拉降价最重要的原因是来自销量业绩上的压力。数据显示，2023年全年，特斯拉电动车交付量同比增长38%，达到181万辆，微超此前180万辆的全年交付目标；生产量同比增长35%，达到185万辆。尽管取得了不错的成绩，但与比亚迪相比仍逊色不少。2023年全年，比亚迪销售完成302.44万辆，不仅稳居中国新能源汽车交付榜单首位，并且也已经锁定了全球新能源汽车销量冠军的位置。

再从股市表现来看，2023年股价翻倍

风光无限的特斯拉，在今年前两周（9个交易日），市值就已经蒸发了超过940亿美元（约合人民币6684亿元）。据悉，这也是特斯拉自2010年上市以来开年市值的最大滑坡，从跌幅来看，特斯拉的股价自1月初以来已经累计下跌了12%，创下自2016年以来的最差表现。特斯拉CEO马斯克本人也受到巨大冲击，这位全球首富的净资产今年以来已缩水230亿美元。

最后是来自中国新能源汽车企业的冲击。极氪007、智界S7、小米SU7、小鹏P7、问界M7等一系列新能源SUV车型逐渐挤占特

斯拉的市场空间。乘联会最新数据显示，1月1日至1月7日，特斯拉全国终端销量为3182辆，是近两月以来的最低水平。2024年的出师不利，给特斯拉敲响了警钟。特斯拉通过最直接的降价方式，无疑是为了刺激市场需求，扩大产品的吸引力和竞争力，抢占更多的市场份额，巩固其在电动汽车领域的领导地位。

特斯拉敢于打响“第一枪”的底气也来源于其强大的成本控制能力和较高的单车毛利率。马斯克曾在2023年第三季度财报电话会议上表示，公司单车销售成本下降至3.75万美元（约合人民币26.86万元），随新工厂不断升级，单位成本有望持续下降。特斯拉也仍将努力降低其汽车的价格。

就在特斯拉打响“第一枪”之后，国内多个新能源品牌紧随其后地推出新年限时购车优惠活动。相较于2023年，2024年新能源车市价格战似乎有愈演愈烈之势。

其中，赛力斯AITO问界宣布多款车调价，问界M5 EV降幅2.88万元至3万元不等，起售价下调至25.98万元，问界M7下降3万元至28.98万元起售；小鹏汽车也紧跟降价步伐。其中，小鹏G3i价格调整为14.89万-17.69万元，下调幅度2万-2.5万元不等；小鹏P5价格调整为15.69万-20.29万元，较此前下调2.3万元；小鹏P7

价格调整为20.99万-24.99万元，降价幅度为3万-3.6万元；阿维塔11鸿蒙版推出赠送限时价值2.6万元的高阶智驾包或直接优惠两万元；零跑汽车开启新年礼遇季，最高每辆汽车可享1.7万元尾款抵扣券；哪吒汽车则推出购买哪吒GT可享5000元专项红包活动，或最高两万元的金融权益；领克09 MHEV官方指导价下调1万元，并推出了焕新购车礼，1万元燃油车购车券、最高8000元置换补贴以及1万元金融补贴；大众汽车集团近日宣布将在全球范围对旗下ID系列纯电动车型进行降价（包括推出特价版车型），从而维持与特斯拉和其他电动汽车制造商的竞争力。

根据最新统计数据，截至2023年底，全国新能源汽车保有量达2041万辆，其中纯电动汽车保有量1552万辆，占比76.04%。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树指出，随着碳酸锂价格下降引发电池价格回落，同时受油转电趋势影响，今年价格战仍将持续。

不得不说，特斯拉在中国新能源汽车市场起到了不可忽视的“鲑鱼效应”，中国新能源主机厂如雨后天春笋般成长起来。如今，又对价格体系形成了新的“鲑鱼效应”，敦促新能源主机厂和供应链厂商一同快速迭代和发展。

2023年我国汽车出口首次跃居全球第一

1月31日，日本汽车工业协会公布了2023年日本汽车出口的数据，2023年日本汽车出口量442万多辆。而此前，中国汽车工业协会的数据显示，2023年中国汽车出口491万辆，这意味着，中国汽车出口首次超越日本，成为全球第一大汽车出口国。数据显示，中国2023年汽车出口量创下历史新高，同比增长了57.9%。

近年来，我国汽车出口已然驶入快车道。资料显示，2021年我国汽车整车出口201.5万辆，打破了多年来的百万难关；2022年中国汽车出口量同比增长54.4%，达到311.1万辆，超过德国，正式成为全球第二大汽车出口国。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示，中国车企的产品竞争力非常好，正是因为中国车企能生产出满足海外市场消费者需求的产品，海外市场消费者才会接受和认可中国汽车产品，这也是自主品牌的核心优势。

从车型来看，2023年乘用车新车出口量为414万辆，同比增长63.7%；商用车新车出口量为77万辆，同比增长32.2%。从燃料形式来看，2023年传统燃油汽车新车出口量为370.7万辆，同比增长52.4%；新能源汽车新车出口量为120.3万辆，同比增长

77.6%。

据中汽协数据，上汽集团以109.9万辆的出口数据连续八年拿到了出口头把交椅。其中，自主品牌销量占比近92%，新能源车销量占比近24%。基于星云纯电专属系列化平台的“上汽首款全球车”MG4 EV，已登陆全球六大洲80多个国家，成功揽获“英法德澳年度车型大满贯”等30余个海外权威奖项。2023年MG4 EV在欧销量突破10万辆大关，成为“紧凑型纯电动车销量冠军”，欧洲也成为上汽首个“二十万辆级”海外区域市场。接下来，上汽还将在海外市场投放14款全新智能电动“全球车”，进一步壮大海外产品阵营，实现对主流细分市场的“全覆盖”。

奇瑞以出口92.5万辆，位居第二。2023年，奇瑞集团旗下的星纪元ES、星纪元ET等多款重磅产品惊艳亮相2023日内瓦国际

车展。2023年共有来自全球50多个国家和地区的2000多名海外经销商、海外媒体、海外客户到访奇瑞总部，进一步加深互相理解。据最新消息报道，奇瑞计划在欧洲建造两座汽车工厂，其中英国工厂主要负责生产右舵车型，除了供应本土市场外，还将供应北爱尔兰、南非、澳大利亚、新西兰等国家。奇瑞计划今年春天将OMODA品牌汽车带到英国，JAECOO品牌车型也将引入。

吉利汽车以全年出口40.8万辆拿到了第三名，同比增长超38%。集团旗下多个品牌在海外市场的布局同样进入快车道。目前，其已在全球43个国家完成10款高价值产品上市，在全球70个国家布局532个销售及服务中心。具体来看，截至去年12月底，领克已在欧洲6国开设11家线下体验店，领克01、领克05、领克03性能家族、旗舰车型领克09相继登陆亚太市场；极氪品牌在2023年共计登陆12个国际主流市场，其中极氪X和极氪001已陆续开启海外交付，2家极氪中心相继在欧洲落成。除了建设销售渠道，吉利汽车集团还积极布局技术研发合作，以技术出海加速创收，仅2023年上半年的技术授权收入就达到27.1亿元，同比增长5.5%。

长安汽车以全年出口35.8万紧随其后，

去年11月，长安汽车品牌东南亚发布会在泰国曼谷举行，带来两款新能源产品DEEPAL L07和DEEPAL S07，并开启全线预订；阿维塔11和阿维塔12也首度亮相泰国。据了解，长安汽车成立东南亚事业部的同时，还设立长安汽车东南亚、长安泰国销售、长安泰国零部件三家本地公司和本地化运营团队，泰国新能源汽车生产基地已开工建设。从品牌建立，到研、产、供、销、服一体化的全体系出海，实现“产品出海”向“品牌出海”的跃迁。

从增速来看，比亚迪2023年新车出口量为25.2万辆，同比增长3.3倍；奇瑞去年新车出口量同比增长1倍；长城去年新车出口量为31.6万辆，同比增长82.5%。

另外随着品牌数据的发布，2023年我国汽车出口量前十的国家同步揭晓，分别是俄罗斯、墨西哥、比利时、澳大利亚、沙特阿拉伯、英国、菲律宾、泰国、阿联酋和西班牙。其中，我国对俄罗斯的出口量同比增长5倍。

根据中国汽车工业协会的预测，2024年，中国汽车出口量有望保持适度增长，预计将有超60万辆的增量，达到550万辆。同时，未来两年在出口金额上超越日本，达到全球占比10%左右规模，增速将维持在15%-20%。

