

九月上市新车近50款 汽车市场好起来了？

晨报记者 罗佳明

新车年年有，这月特别多。

很少有一个月像刚刚过去的九月一样，一没大型国际车展，二非重大节假日，但新车上市的规模显然超过了大部分人的想象。据晨报记者不完全统计，整个九月，国内市场有将近50款全新、中改、年改车型亮相。种类上看，包括轿车、SUV、皮卡，范围上进口、合资、国产，应有尽有。

新车渐欲迷人眼

9月20日，乘联分会正式发布通告，指出伴随着以旧换新政策成效的逐步展现，我国8月份车市热度显著攀升，零售市场在新能源市场的强劲支撑下持续强势，表现超出此前预期。据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会统计，8月份狭义乘用车零售量达到190.7万辆，同比小幅下滑0.9%，但环比增长11.2%，延续了去年“淡季不淡”的市场态势。

在细分市场中，燃油车全月零售量为88.2万辆，同比大幅下滑26.9%，同比降幅尚未明显收窄。而新能源市场零售量达到102.5万辆，渗透率高达53.7%，新能源单月零售量首次突破100万辆大关。国家统计局公布的数据显示，2024年8月份社会消费品零售总额同比增长2.1%，其中汽车类消费品零售总额同比增长7.3%。受报废更新政策影响，8月份我国汽车市场消费结构出现显著变化，入门级车型成为最大受益者。因此，在终端零售销量增长的同时，汽车类消费品零售总额降幅相较于7月份仍有所扩大。然而，国家报废更新政策以及各地以旧换新置换政策的持续发力，为车市增长提供了有力支撑，加之“中秋”及“十一”双节效应的助推，9月份我国车市预计将呈现高速增长态势，实现“金九”效应。

若将九月时间轴摊开，不难发现两个峰谷位于9月10日和20日，这两天上市的新车数量均为八辆。而从时间段上看，仅9月9日-14日这一周就有19款新车上市。

不少品牌更是一口气上架2-4款新车，例如比亚迪旗下海洋网海狮05全新车型上市；王朝网宋PRO换代车型上市；汉年款车型上市；全新车型腾势Z9GT上市。丰田旗下RAV4荣放、凌放HARRIER年款车型上市。“原本我们的计划是避开8月底的成都车展，确实

没有料到，跟我们想法相同的不在少数。”某合资品牌市场负责人告诉记者。“可能也有点玄学因素在里面，大家都想着赶好日子”。一位公关公司汽车部门负责人笑道：“9月10日是农历八月初八，百无禁忌，而9月20日又是八月十八，易开市交易立券挂匾开光。大概是想讨个好彩头。”

而从客观角度上看，作为“金九银十”的开头，抓住此时上市，不仅可以避开8月和11月两场大型国际车展新车密集发布的高峰期，还可以为年底的销量冲刺开个好头。毕竟年底提交成绩单的时间将至，谁也不敢掉以轻心。

轻舟正渡万重山

不过也有分析人士对当下盛况表示担忧：“现在还远远未到决战的时候，更别提看到黎明了。新车的密集推出或许只是有些品牌在销量暴跌后产生的应激反应。”

年初，北汽集团党委副书记、董事张夕勇在对2024年汽车市场走势研判中就曾做出几项预测，一是降价促销成常态，降价换销量贯穿全年。二是低价上市成为趋势，多家车企的新能源新产品纷纷低价上市并取得成功。三是产品“疯狂堆料”，企业为抢占市场大量增加产品配置，在续航、造型、座舱和智能驾驶等多个方面“愈卷愈烈”。无论是早已开始的价格战，还是如今越演越烈的上新战，都是车企之间竞争的手段。对于不少传统品牌来说，还抱着只要新车型上市，销量就会增长一波的美好幻想。

然而至少在目前看来，不光消费者容易看花眼，就连不少奔波的媒体，行业分析人士，专业调研机构都感到疲惫和茫然：“实际上，有些车型只是出几款新配色，改几处外观细节就说是年度换代，还组织大批的试驾活动，一点小改变就大吹特吹。纯粹是为了完成领导布置任务，或是消耗既定的预算罢了。”或许九月的这

波上新大潮过后，人们很快就会发现，除了极少数产品力足够强，品牌力稳固的车型能够独步于江湖，剩下的大部分都将宛如流星般转瞬即逝。

窥一斑而见全豹

不过，无论是处于何种原因，九月的这波密集上市中的不少车型，对于品牌、对应领域都有举足轻重的意义，从中我们也能看出不少有意思的变化。9月20日，腾势汽车旗下“D级智能豪华旗舰GT”腾势Z9GT正式上市，推出易三方插混和易三方纯电共7个版本车型，包含2款首发版车型，官方指导价33.48万元-41.48万元。

腾势Z9GT全球首搭易三方，由三电机独立驱动技术、后轮双电机独立转向技术、VMC整车运动控制技术、全系CTB电池车身一体化技术四大核心技术组成，赋能极致体验。基于易三方技术平台，腾势Z9GT拥有极致转向、圆规掉头、易三方泊车、低附路面增稳系统、智能蟹行等五大标志性功能，以极致的驾乘体验，带来颠覆传统豪华出行体验。对于腾势来说，腾势D9是其销量支柱，但其他车型表现一般。随着MPV市场竞争加剧，别克GL8新能源车型推出后，7、8月销量已经超越腾势D9。若腾势不建立多点支撑的产品结构，增长潜力将受限。

另外，9月22日，比亚迪旗下腾势销售事业部总经理赵长江在微博透露，腾势Z9将于11月上市和交付。可以预测的是，随着不久前腾势买走奔驰手里的10%股份，成为比亚迪全资控股的子公司，从合资车企转变为自主车企，而奔驰汽车则是完全退出股东行列。终于能够统一指挥的腾势将更加独立地完成自己豪华向上的任务。

另一款值得关注的车型是极氪的全新能源极氪7X。极氪汽车目前销售四款车型：极氪001、009、X和007，覆盖猎装轿跑、豪华MPV、紧凑型SUV和中型轿车市场。其中，极氪001销量最高，今年1-8月累计销量121540辆，占比59.56%。新上市的极氪7X是品牌首款家用SUV，旨在完善产品线。随着新能源汽车行业竞争加剧，极氪7X将面临特斯拉Model Y、小鹏G6等车型的激烈竞争。

不难看出，无论是极氪还是腾势，现在发展的重心都是加速扩大车型范围，以求在更多细分领域站稳脚跟。而将目光来到“销冠”比亚迪的身上，一个月上新四款新车的速度实在让对手望尘莫及。在8月份的零售销量排名中，前十位车企中自主品牌占据了四个位置，分别是比亚迪、吉利、奇瑞和长安。

在这些自主品牌中，比亚迪以57.1%的同比增长率位居榜首，成为榜单中增长幅度最大的车企；吉利以7.7%的同比增长率位列

第二；奇瑞以55.5%的同比增长率排在第四位。与之形成鲜明对比的是，除了上汽通用五菱之外，

排名前十的合资车企零售销量均有所下降。其中，广汽丰田的同比下降幅度最大，达到了21.0%；紧随其后的一汽-大众同比下降了17.7%；上汽大众、一汽丰田和特斯拉中国的同比降幅分别为9.1%、5.1%和1.9%。

9月20日，在合肥举办的2024世界制造业大会上，中国企业联合会、中国企业家协会发布了2024中国制造业企业500强榜单。在榜单前列，汽车企业表现突出，其中上汽集团、中国一汽、比亚迪均入围榜单前十，三家车企分别凭借7447亿元、6335亿元、6023亿元的营业收入，分别排在第六、八、十位。

国产品牌的飞速发展早已引起进口和合资品牌的警惕，在大会的开幕式上，大众汽车集团（中国）首席技术官吴博锐表示，中国汽车市场形成了独特的发展节奏，研发周期缩短至3年，电子电气架构/高阶辅助驾驶功能迭代周期仅1.5年，OTA频次达到月度升级。为了以中国速度快速发展，大众汽车去年在合肥成立了大众汽车（中国）科技有限公司（简称“VCTC”）。该公司作为大众中国研发中心，获准决策本土研发，统一对接三家合资公司伙伴，包括上汽大众、一汽-大众以及大众安徽，在2026年有望缩短30%的产品上市周期。

而在动力方面，燃油与纯电的争斗似乎还远未到分出胜负的时刻。据不完全统计，9月新上的44款新车中，燃油车型为16款，其中不乏奔驰C级长轴距、上汽大众帕萨特、哈弗H6经典版、日产天籁真心版、凯迪拉克XT5等重量级选手。相比纯电车型14款多出两款。果然，这个一年1000万辆以上的香饽饽，没有哪家车企愿意放弃。有报道以大众、丰田、吉利、奇瑞、长安、长城等为例分析，这些传统车企不仅在燃油车市场中稳固了地位，而且其影响力正日益增强。他们甚至能够利用燃油车市场的盈利，来弥补新能源和智能化转型所带来的资金压力和亏损。因此，在未来相当长的一段时间内，大型车企将遵循这一基本法则，即依靠燃油车市场的稳定增长，来支撑其在新能源和智能化领域的探索与突破。

另一个值得关注的是增程车型，居然也达到4款之多，其中更有三台是全新车型。加上此前有媒体报道某新势力品牌首款搭载东安增程器的增程车型已于今年上半年完成核心零部件定点，正在内部加紧开发中，预计将于2025年下半年量产。“质疑增程，嘲笑增程，成为增程”，没想到当年的一句玩笑话，在销量和危急存亡关头下一语成谶。截止目前，国内新势力品牌中，除了蔚来依然坚持“纯电+换电”模式以外，基本上全部开辟增程路线。增程主流趋势已然不可阻挡。

展望2024年最后一个季度，汽车行业或许仍将保持竞争加剧，压力积蓄，马太效应叠加的震荡态势，中国汽车市场在快速变革中，一定还有很多故事要发生。未来如何，值得期待。

