“后补贴时代”新能源车企应对策略分化

“特斯拉承担了‘国补’那部分钱，现在价格没有变，加上春节临近，最近来看车和买车的人非常多。”1月5日，北京大兴区某特斯拉直营店工作人员赵宇（化名）告诉中国证券报记者，“尤其是元旦那三天，顾客特别多，忙不过来，店里还取消了早晚班，需要从早上九点一直上到晚上十点。”

2023年，新能源汽车“国补”退出，车企们纷纷采取不同方式应对。记者调研了解到，特斯拉和小鹏自掏腰包承担“国补”差额，并在此基础上又分别推出限时保险补贴和不同程度满减。比亚迪、哪吒汽车、长安深蓝等品牌则以上调价格来应对。

● 本报记者 李嫒嫒

视觉中国图片

根据财政部等四部门此前通知，新能源汽车购置补贴政策于2022年12月31日终止，此后上牌的车辆不再给予补贴。这意味着，2023年新能源汽车“国补”正式退出。

记者调研了解到，特斯拉和小鹏汽车采用自掏腰包承担“国补”差额，延续2023年元旦前的价格。赵宇对记者表示，元旦后，特斯拉Model 3和Model Y的价格没有变，而且还能享受限时交付激励和保险补贴，只要能在2023年2月28日（含）之前完成交付就可以享受1万元的优惠。不过，记者发现，特斯拉目前的优惠是延续年前的。

1月1日，小鹏汽车官方宣布，2023年小鹏汽车各车型全国建议零售价将保持与2022年底的综合补贴后价格一致。

“车的价格不仅没有变，而且还有优惠。”北京大兴区某小鹏汽车直营店工作人员肖亚斌（化名）对记者表示，其中，P7尾款减1.95万-2.5万元；P5尾款减1.4万-2.5万元；G3i尾款减2万元左右。不过肖亚斌坦言，“目前，确实没有元旦前优惠了，但是小鹏是自己承担了‘国补’的差额，车的定价没有变。”

此外，还有车企推出限时保价及部分车型不涨价政策。1月1日，五菱汽车官方宣布，推出20亿元限时补贴，承诺五菱宝骏新能源春节前不涨价。零跑汽车宣布，零跑C01上市即热销，承诺不涨价，并推出万元现金补贴等针对性限时优惠措施。

事实上，受新能源车补贴退坡以及原材料成本上涨的影响，2023年大多数车企采用涨价的方式应对。比亚迪、长安深蓝、吉利、广汽埃安、哪吒汽车等纷纷选择提价。

2022年，比亚迪和广汽埃安就提前释放涨价信号。广汽埃安早先宣布，将对旗下相关车型的官方指导价进行上调，上调幅度为3000元-8000元，2023年1月1日前支付排产定金的客户不受此次调价影响。

2022年12月31日，比亚迪汽车正式宣布，自2023年1月1日起，对相关车型官方指导价进行正式调整，上调幅度为2000元-6000元不等。北京朝阳一家比亚迪4S店的工作人员表示：“王朝网车型上调幅度是2000元-5000元，海洋网车型最高上调6000元。”

1月5日，长安深蓝北京海淀四季青店工作人员对记者表示，SL03增程版上调3000元，SL03纯电版上调6000元。新势力哪吒汽车也加入了涨价潮，1月4日，哪吒汽车针对旗下车型进行价格调整，哪吒S涨3000元，哪吒U-II涨6000元，哪吒V涨4000元。

财通证券表示，产品盈利能力的差异或导致车企选择不同的应对策略，盈利能力较强的公司或能更好应对终端价格变化；此外，产品力强弱或决定车企成本传导能力，产品力较强的公司可通过提价的方式部分传导成本上涨和补贴下行带来的价格压力。

1月4日，乘联会表示，“新十条”改变了车市封控状态，市场明显回暖，部分有购买力的消费者希望尽快提车。部分政策到期加上春节放假时间引导消费需求前置，行业终端价格持续下滑刺激需求，激发了消费者的购买欲望。

市场对于2023年新能源汽车市场仍抱有乐观期待。瑞信预测，2023年中国新能源汽车销量将同比增长40%，达到940万辆，延续2022年91%和2021年157%的强劲增长势头。

伯特利董事长袁永彬在接受记者采访时表示：“我对2023年的新能源汽车市场还是非常乐观的，虽然可能受疫情的影响，短期内销量或者增速会有一定的回落，但是中国新能源汽车市场快速发展已经是不可逆转的大趋势。”

华西证券表示，2023年各家车企将继续推进供给改善，多款重磅新品有待交付，包括蔚来ET5猎装版、轿跑SUV EC7、小鹏G7、理想L7等。优质供给快速推出，有望带来交付量的长期向好。

业内人士表示，传统车企电动化加速，背靠具有成熟造车经验以及渠道建设的传统车企，如埃安、AITO、极氪表现持续亮眼，市场对于此类背景的新势力产品具有更高的信任度，驱动销量将持续上升。

促消费政策频出 车企新年信心足

● 本报记者 宋维东

一系列促进汽车消费政策推动汽车市场回暖。2023年新年之际，多地出台促进汽车消费政策，进一步激发市场活力。在政策助力下，今年汽车市场备受期待，各大车企摩拳擦掌。业内人士表示，随着疫情防控进入新阶段，加之多重政策举措落地显效，汽车消费将在前期基础上进一步获得支撑。车企要抓住机遇，苦练内功，落实好发展战略，更好地应对市场新形势，有力巩固自身市场地位。

政策持续发力

岁末年初之际，各地积极出台稳增长、促消费系列举措，点燃消费热情。其中，汽车产业因涉及面广、产业链长、市场规模大，汽车消费对提振内需消费、稳定工业和经济发展具有重要意义。特别是随着汽车“新四化”趋势持续深化，汽车产业与能源、交通、信息通信等行业或领域加速融合，与国民经济的相互作用范围更广、层次更深。近期，不少地方继续推出鼓励汽车消费政策“红包”，进一步提振市场信心。

河南省人民政府1月3日印发《大力提振市场信心促进经济稳定向好政策措施》，鼓励全省各地出台促进汽车消费的惠民政策，将购车补贴政策延续至2023年3月底，对在河南省内新购汽车按购车价格的5%给予消费者补贴，最高不超过10000元/辆，省、市级财政各补贴一半。

2022年12月30日发布的《沈阳市助企纾困稳定经济增长若干政策措施》指出，2023年一季度，沈阳市围绕汽车、家电、商超、餐饮等领域，向消费者发放1亿元新春消费券，组织开展配套促销活动，进一步活跃消费市场。

此外，沈阳市将实施汽车更新补贴行动。“2023年，个人消费者依法报废沈阳市登记注册的国四及以下排放标准的燃油汽车，同时在沈阳市注册登记的汽车销售企业购买新车的同一车主，给予一次性补贴3000元，进一步扩大汽车消费。”沈阳市商务局副局长赵卓青介绍。

当前，我国汽车产业正处于转型升级的关键窗口期，消费市场的平稳健康对产业高质量发展至关重要。在2022年12月29日举行的商务部例行新闻发布会上，商务部新闻发言人束珏婷表示，“汽车、家电、家居、餐饮占社零总额四分之一左右，是消费的顶梁柱。我们将着力稳定汽车消费，支持新能源汽车购买使用，加快活跃二手车市场。”

近期各地出台的促进汽车消费政策继续对新能源汽车给予大力支持。以河南为例，此次出台的政策措施就明确，加快公共领域车辆电动化替代，培育扩大新能源汽车消费，完善公用充电基础设施布局，推动充电基础设施向干线公路服务区和县域延伸，到2023年年底实现高速公路服务区充电设施全覆盖、集中式充电示范站县域全覆盖。

值得一提的是，当前，消费升级趋势越来越受到关注，并对行业发展产生深远影响。“作为消费升级的增换购车型，高端电动车有天然的优势。尤其是伴随高油价，家庭第二辆车更是频繁使用的低成本车型，高端电动车的驾驶体验和低成本优势明显。”乘联会秘书长崔东树表示，一些地方鼓励购买电动车的政策也推动高端群体电动化转型，有利于自主电动车实现高端化突破。

坚定发展信心

刚刚过去的2022年，产业变革和调整明显加速，叠加疫情冲击、原材料价格上涨、供应链不稳等因素综合影响，汽车行业走过充满挑战的一年。但也要看到，汽车行业焕发出更强的发展韧性与生命力，亮点频出。这其中，汽车出口大幅增长，新能源汽车销量快速攀升，自主品牌大放异彩。这些新成绩极大地提振行业发展信心。

多位业内人士表示，面对新的市场形势，经历这一轮洗礼的中国汽车产业将更有活力与生机，高质量发展的根基也将更加牢靠。

“在新形势下，消费动能将会被极大程度激发，各地发展经济、刺激消费的行动也将更加突出。宏观经济恢复对整个汽车行业发展肯定有推动作用。”广汽集团总经理冯兴亚表示，汽车消费需求是需求中的重要组成部分，相信从中央到地方会陆续出台刺激汽车消费的政策。

中国一汽董事长、党委书记徐留平，总经理、党委副书记邱现东在2023年新年献词中表示，2023年，中国一汽将以“红旗”发展为标杆，以品牌建设为统领，以用户为中心，以全面创新驱动为主线，坚决打赢“新能源汽车强势崛起、全面质量提升、大营销创新提能、海外发展加速突破”四大攻坚战，认真抓好十个方面重点工作，奋力实现自主品牌进一步高质量跃迁成长、新能源汽车快转型奋进成长、合资企业高效益升级增长、重点生产性服务业创造性增长。

“新的一年，我们要积极主动地应对环境和业态的变化，从‘常规游泳池’中跳出来，毫不犹豫地跃入波涛汹涌的‘大海’，迎接新的不确定性挑战。”吉利控股集团董事长李书福说，“要通过科技创新、生态整合、共建共享及全球化视野下的公司治理升级，不断强化企业核心竞争力，实现持续稳步增长。”

在李书福看来，电动化只是拉开全球汽车产业变革的序幕，以智能化为赛点的下半场角逐已经来临。在智能化领域仍然需要加大科技投入，不断累积基础数据，不断突破技术瓶颈，不断实践总结，从根本上掌控核心科技，形成线上、线下两方面的智能优势。

开拓高端市场

比亚迪发布百万级新能源车

● 本报记者 金一丹

1月5日，比亚迪发布全新高端汽车品牌“仰望”及核心技术“易四方”，百万级新能源越野车U8和纯电动超跑车U9也同步亮相。继超越特斯拉获得2022年全球新能源汽车销量冠军后，比亚迪2023年将推出多款新车，覆盖更多层次消费市场。机构预计，2023年，比亚迪整体销量有望突破350万辆，规模效应进一步加强，有助于摊薄生产成本以及费用。

高端品牌搭载新技术

发布会上，仰望品牌两款量产车型U8、U9同步亮相。仰望U8是首款量产车型，定位百万级新能源硬派越野，其车长超过5米，车宽超过2米，采用仰望品牌的家族式设计“时空之门”。仰望U9定位百万级纯电动性能超跑，整车搭载易四方动力系统，零百加速达到2秒级。上述两款车型均标配全新的“易四方”技术。

据介绍，“易四方”是一套以四电机独立驱动为核心的动力系统，从感知、决策、执行三个维度围绕新能源汽车的特性进行了全面重构，颠覆以往燃油车的动力系统能力体系。

“易四方”技术的雏形曾在比亚迪集团发布的ET概念车上出现，其灵感来自于猎豹在高速状态下中对姿态的把控，四个电机独立对车辆四轮进行驱动，从而能像猎豹一样拥有四条独立且强大的腿，有较好的安全及性能表现。

如在车辆单轮爆胎后，“易四方”技术可以每秒1000次的频率精准调整剩余三轮的扭矩，通过驱动轮及时对车身姿态进行强有力的补偿干预，帮助驾驶员将车辆稳定可控地停下来。这一功能将有望从动力的根源最大限度避免二次事故的发生。

此外，搭载“易四方”技术的车型，由于整车核心系统防护能力达到IP68级别，拥有良好的车身及座舱密闭性，故可以凭借四轮独立矢量控制功能获得应急浮水脱困能力。

比亚迪董事长兼总裁王传福表示，未来仰望品牌将率先应用众多比亚迪集团的顶尖技术。基于极限的驾驶场景，为用户提供极致安全、极致性能、极致体验。

光大证券表示，比亚迪对产品的用户画像定位精准，覆盖主流价格带的新能源车型，并拓展高端市场，构建包含“海洋+王朝+腾势+仰望”的产品矩阵。依托纯电、插混平台技术迭代加电池性能、结构升级，将带动比亚迪向高端智能化品牌形象转变。

152.46%

2022年比亚迪汽车销量为186.85万辆，同比增长152.46%。其中，新能源乘用车销量约185.74万辆（纯电动约91.11万辆，插电混动约94.62万辆），同比增长212.82%。

多层次开拓市场

近日，新能源汽车品牌陆续公布2022年的年销量成绩单，比亚迪以186万辆年销量成为全球新能源汽车销量冠军，而特斯拉则以130万辆的年销量成为纯电动汽车全球销售冠军。

相比特斯拉依赖纯电动车单一车型的路线，比亚迪的策略更为丰富。特斯拉自2016年推出Model 3及2019年推出Model Y两大纯电动畅销车型以来，长时间未推出新车型。而比亚迪除此次发布的高端品牌外，2023年还将推出海洋系列的海狮和海鸥两款新车型、以及驱逐舰07和腾势INCEPTION等，市场覆盖中低端到高端几乎各个消费层次。

业内人士表示，特斯拉车型少，适配工业化大生产需求，便于控制生产成本，提高单车毛利。但在智能化时代，市场增量不断，单一车型显然越来越难以满足消费者多层次、多价位的产品需求。

除了加大供给、扩大市场，随着市占率的提升，比亚迪也更注重单车毛利的提升。2022年12月31日，比亚迪正式宣布，由于国家补贴退坡，公司对王朝、海洋及腾势相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度为2000元-6000元不等。

自2022年4月官宣停产燃油车、全面转型新能源以来，比亚迪销量一直高居中国新能源汽车零售销量排行榜第一位。数据显示，2022年比亚迪汽车销量为186.85万辆，同比增长152.46%。其中，新能源乘用车销量约185.74万辆（纯电动约91.11万辆，插电混动约94.62万辆），同比增长212.82%。

香橙资本投资总监何潇在接受记者采访时表示：“2023年补贴退出后，受到影响最大的是价格在10万元至15万元的A0级和A级车型，如果不提价，这部分车型的毛利就得下降大约5个点，这无论对大厂还是小厂，都会带来压力。”

申港证券预计，2023年比亚迪纯电和混动车型仍将齐头并进，整体销量有望突破350万辆，规模效应进一步加强，摊薄生产成本以及费用。同时，针对2023年新能源汽车补贴退出和电池原材料价格上涨，比亚迪盈利能力有望持续提升。