

零首付零利率成主流 新能源汽车打响年底价格战

■劳动报记者 陈宁

随着2024年的岁末临近，上海的新能源汽车市场正掀起一场激烈的促销大战。在政策推动和市场需求的三重作用下，各大车企纷纷推出优惠政策吸引消费者，其中“零首付零利率”已成主流，更有车企最高优惠6万元，以期在年底前实现销量的最后冲刺。

“花式降价” 冲刺年度目标

12月6日晚，随着吉利银河星舰7以9.98万元的低价上市，其直接竞争对手比亚迪宋Pro次日也将价格下调到9.98万元……记者留意到，临近年底，车企及经销商为冲业绩，加快了销售节奏，推出多项优惠。

打响价格战“第一枪”的特斯拉，在11月底宣布Model-Y降价1万元后，后驱版达到有史以来最低价23.99万元，同时还能选择5年0息金融方案。这一价格是特斯拉Model-Y在中国市场的最低价，同时也是全球最低价。

“本来想等一等Model-Y新款上市，打算明年买车的，最近看到它又官降1万元，果断入手了。”家住浦东的黄先生，近日已经提到新车，他告诉记者，之所以年底买车，除了特斯拉降价原因外，还因为国家购车补贴12月底就要到期，为了赶上这一波“福利”，与家人商



新能源汽车打响年底价格战，吸引市民前来体验。 ■图/IC

量后购买了新能源汽车。

除了特斯拉，也有部分品牌以“限时价”“一口价”的模式开启年终降价，如上汽大众、东风日产、上汽通用等。此外，广汽传祺也针对影豹和GS4Max推出了限时价和购车礼包。

降价举措也确实给新能源车品牌带来了销量大增。数据显示，截至11月，比亚迪率先宣布已完成年度销量目标；而12月第一周，特斯拉公布其在中国销量达到2.19万辆，Model-Y销量为16760台，Model-3销量为5120台，创下第四季度最强劲的单周表现。

“零首付零利率” 成促销主旋律

部分车企的降价行动迅速引发行业连锁反应，记者注意到，近两周以来，已有超过10家车企陆续推出12月限时优

惠政策。或许是受“极越事件”影响，新能源造车新势力更是以空前的力度加入了这场年末价格战，其中“零首付零利率”成为此轮促销主旋律。

“我们最近推出了3年0息购车方案，适用于理想L系列和理想MEGA车型。”12月13日，在理想汽车上海七宝万科零售中心，工作人员向记者介绍12月购车优惠政策，全系享受3年0息购车方案，其中理想L6车型首付低至6.98万元。

“人手一台极氪的最好时机，就是这15天。”极氪空间销售人员告诉记者，目前上海各门店都已换上这条广告语，官方直接补贴保底。其中，极氪001在12月15日前下订单，最高可省110711元，日供142元。2025款极氪X新增版车型，限时最低13.5万元起。

在走访时，据多位店员反

馈，在政策推动和市场需求的三重作用下，最近前来询问和下单的客户普遍比平时多了近三成。特别是在一些中高端品牌，如理想、小鹏等，其新款车型备受青睐，订单量持续增长。

然而，并非所有品牌都在这场价格战中笑逐颜开。曾经风光无限的极越汽车，如今却陷入了困境。据知情人士透露，极越在上海的最大门店——位于青浦区的汽博中心门店已经关闭，员工也陆续离职。尽管公司高层仍在努力寻求转机，但目前来看形势不容乐观。

不过，记者在走访万象城时注意到，极越门店仍在正常运营中。销售人员表示，“市面上传2万元可提车完全是谣言，极越都是直营，票都开不出来。”据该名销售人员透露，11月万象城店完成了40台订单，现在确实订单有所减少。“区总、店总都在，每天还在开会布置任务。”店员表示希望能有转机。

“绿牌车” 正式成为多数派

对于车企而言，年末冲量不仅是完成年度销售任务的关键时期，也是清理库存、为新一年的车型上市做准备的重要阶段。事实上，根据各家车企发布的最新数据，截至11月，只有比亚迪、零跑汽车和小米汽车三家车企提前一个月完成年度销量目标，绝大多数车企仍面

临着巨大的销量压力。

不过，在近日举行的中国汽车工业协会信息发布会上，协会相关负责人表示，伴随政策累积效应不断显现，各地及企业促销活动持续发力，加之最后一月收尾冲刺，预计12月汽车市场将会持续向好，汽车产销全年将继续保持在3000万辆以上规模。

另一个值得关注的趋势是，尽管大多数新能源汽车品牌的年销量完成度在今年前三季度仍徘徊在50%左右，销售压力较大，但种种迹象都表明，如今买燃油车的正在成为少数，绿牌正式成为多数派。

根据乘联会发布的数据显示，今年7月，中国新能源乘用车的销量首次超越燃油车，标志着“绿牌车”正式成为多数派。当月，中国市场新能源乘用车销量达到了87.8万辆，占市场的渗透率为51.1%，而燃油车仅售出84万辆。这不仅是销量上的超越，更是新能源汽车市场地位的确立。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示：“预计2024年我国新能源汽车销量将超过1000万辆，市场渗透率有望达到四成以上。其中，混合动力汽车和纯电动车预计将各占50%份额，改变以往纯电动车型独大的局面。此外，随着智能化技术的快速发展，未来几年内，自动驾驶技术的应用将进一步推动新能源汽车市场的快速增长。”

上海“以旧换新”进入年末“冲刺阶段”

已带动家电家居产品消费超100亿元

本报讯（劳动报记者 陆燕婷）有效期将于2024年12月31日止，上海“以旧换新”进入年末“冲刺阶段”。来自上海市交电商业行业协会的数据统计，目前，各平台已带动家电家居产品消费额突破100亿元。

企业销售普增20%以上

市商务委介绍，今年9月初，上海制定出台《上海市落实国家家电以旧换新补贴政策实施细则》（以下简称“国补”）及《上海市加力支持绿色智能家电家居消费补贴政策实施细则》（以下简称“市补”）。

目前，除“国补”8类家电

外，“市补”已涵盖家电、家装建材、家居、适老化产品、家纺、康复辅具、家用照明共7大类93个品类。其中，购买国家补贴范围内8类一级、二级能效家电产品，按照产品销售价格的15%至20%给予补贴，每件补贴不超过2000元，有效期至2024年12月31日止。

市商务委透露，本轮绿色智能家电家居消费补贴活动开展以来，参与活动的企业销售数据普遍增长20%以上。“国补”8大类家电中的空调、冰箱、洗衣机最受消费者欢迎。“市补”家电中的干衣机、蒸烤箱、打印机，家装中的地板、智

能坐便器，家具中的床垫、沙发，适老化产品中的护理功能床、助起沙发，康复辅具中的助听器、电动轮椅广受消费者青睐。

消费提振效应显著

“今年实施的消费品‘以旧换新’，堪称近年来最大力度促消费举措，政策所带来的消费提振效应非常显著。”上海交电商业行业协会党支部书记韩建华表示。

据上海交电商业行业协会统计，截至12月11日，上海家电家居消费补贴活动取得了显著成效，全市参与家电家

居以旧换新的人数已超过357万人次。“国补”涵盖的空调、电脑、冰箱等8大类家电品类销量同比增长30%至40%，在政策实施期间，累计发放补贴金额达11.65亿元，各平台合力带动家电家居产品消费额突破100亿元。

红星美凯龙表示，数据显示，从9月15日至12月1日，上海红星美凯龙8家商场同比增长115%，补贴带动总销售突破5.5亿元，为消费者节省8021万元。其中，电器销售表现尤为突出，补贴带动电器品类总销售突破3.03亿元。

百联集团方面也透露，以

家电类为例，截至目前，百联集团有35家线下商业网点申报参加活动，扩大了以旧换新活动的覆盖面。截止11月中旬，据不完全统计，相关家电品类销售同比提升299%。

“受益于此次家电以旧换新补贴政策的实施，上海苏宁易购销售涨幅明显。”苏宁易购上海地区管理中心总经理何晓伟介绍，今年9月至今，上海苏宁易购整体销售同比增长131%，以旧换新订单占到整体销售90%以上。值得一提的是，结合“国补”和“沪补”政策，3万元以上套购用户数量占到整体的50%以上。