

自去年以来,特斯拉就在全球范围内打响了价格战。在中国市场,年初特斯拉对 Model 3)及 Model Y 两款车型进行了大幅调价,下降幅度在2至4.8万元。进入4月后,特斯拉在全球范围内再次掀起新一轮降价潮。



特斯拉突然宣布涨价， 价格战要结束了？

各大车企无论卖的是油车还是电车,都纷纷加入降价狂潮。特斯拉的大幅降价,也被认为是国内车市“价格战”的导火索。就在大家以为特斯拉会继续通过价格战继续争抢市场时,其却突然来了一个急刹车,突然宣布涨价。

日前,特斯拉对旗下在售车型进行调价,上涨了2000元。价格上调,Model 3后轮驱动版车型售价上涨至23.19万元,高性能版车型上涨至33.19万元。关于此次价格的上调,特斯拉官方并未作出明确的说明。此次涨价,并非只是

针对国内市场。在美国、加拿大和日本,特斯拉的价格也进行了上调。

不考虑通过定价打击竞争对手

4月20日,特斯拉公布最新财季业绩报告。数据显示,2023年Q1,特斯拉



实现营收233.3亿美元,同比增长24%,报告期内,归母净利润为25.1亿美元,同比下降24%。总体来看,这是一份并不完美的成绩单,虽然降价带来了明显的销量增长,但盈利能力的下降速度也超出了市场预期。

马斯克表示,若从长期来看,20%的毛利率仍然是特斯拉要坚守的业绩底线,但从短期来看,相较于利润而言,规模对特斯拉更加重要。

同时针对饱受关注的定价策略,特斯拉CEO埃隆·马斯克声称,“我们不考虑通过定价打击竞争对手,我们只考虑自己总体的战略,人们是否喜欢我们的车,是否买得起我们的车,我们是否能改善服务创造更大的价值,未来零利润出售都是可能的。”

所以或许是受一季度净利润不及预期影响,特斯拉才宣布涨价,据特斯拉此前发布的2023年第一季度财报显示,一季度特斯拉总收入约233.3亿美元,同比增长24.38%;净利润约25.13亿美元,同比下滑超24%,低于26亿美元的预期。

并且“以价换量”的效果也有待验证,特斯拉一季度交付环比仅增加了4%,远低于第四季度17.8%的环比增长,且产量高出交付量近18000辆。

业内人士表示,4月份缺席上海车

展加之不断传出特斯拉要降价的消息,导致消费者观望情绪浓厚,应该是4月份积压的库存多,销量数据不好看,特斯拉需要通过涨价来转化更多的大订单。

此外,虽然官网显示下单交付需要2~5周,实际5~12天就能交付。特斯拉之所以通过营销手段刺激订单转化,还是想尽快让预定客户提车,好为即将改款的Model 3以及Model Y入门版升级为全轮驱动做准备。

价格战要结束了?

今年以来,在年初特斯拉大降价后,国内多个新能源汽车品牌跟进。在新能源汽车抢占市场、燃油乘用车购置税减半政策退出、更严格的国六B排放标准即将实行等背景下,传统车企也纷纷降价促销、清理库存。“市场越来越卷了”,是诸多新能源车企共同的心声,不过价格战却未能带来预期的销量增长。

据中国汽车工业协会统计,2023年1—3月我国乘用车产销分别完成526.2万辆和513.8万辆,同比分别下降4.3%和7.3%。其中,新能源产销量分别达165万辆和158.6万辆,同比分别增长27.7%和26.2%。

尽管新能源汽车销量仍然保持增

长态势,但和2022年同期1.4倍的增速相比已经出现大幅回落,和2022年超过9成的销量增速相比也下滑明显。整体来看,我国一季度汽车销量情况并未达到理想水平。

此外根据中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2023年3月中国汽车经销商库存预警指数为62.4%,同比下降1.2个百分点,环比上升4.3个百分点,库存预警指数位于荣枯线之上,汽车流通行业处于不景气区间。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,“价格战对国内车市带来的更多是负面影响,不仅干扰了消费者购车选择,更是对车市定价逻辑的一种破坏。这种‘踩踏式’的价格战应该及早结束,从而使车市恢复到正常发展状态。”

同时,信达证券研报认为,国六B政策执行或延期+碳酸锂价格回落的背景下,乘用车价格体系有望逐步恢复正常,叠加上海车展刺激,车市有望景气向上。4月起车市有望逐步转暖,看好汽车需求复苏及上海车展催化。

目前,中国汽车行业的价格战已经从新能源汽车领域蔓延到了燃油车领域,不过从“提振销量”的作用来看,本轮价格战并未使汽车行业整体销量实现明显提升,反而造成了部分消费者“持币观望”的心态,也使得许多车企盈利能力或销量受到较大影响,迫切希望给价格战降温。

此次特斯拉官宣涨价也是在基于销量增长、保证利润以及去库存等多方面因素影响,虽然涨价幅度不大,但也可以为年初的价格战划上一个句号了,至少是暂时告一段落,当然也让处于价格战的国内车市多了一些喘息的机会。

(文章来源:E车汇)