

特斯拉、蔚来、北汽新能源纷纷抢滩我市汽车市场 消费升级助推新能源汽车迎来新风口

近日,Model 3 标准续航升级版(中国制造)正式走进特斯拉全国门店,供消费者近距离体验。今年以来,市场对国产特斯拉的每一步发展都很关注。究其原因,无非是特斯拉尊为纯电动汽车的“鼻祖”,它在汽车发烧友心目中的地位不言而喻。

这股新能源汽车销售热潮最初从23岁至35岁之间的青年人中引爆的,其发展多与互联网相关联。除了特斯拉,蔚来、北汽新能源、众泰、比亚迪等品牌均推出了纯电动汽车,抢滩销售市场。



在我市各大停车场,总能发现不少新能源车的身影。

□记者 舒姿

网约车行业促进 新能源汽车发展

今年在我市,如果经常坐网约车,你肯定会发现来接的十有八九是辆新能源汽车,其中占比最大的品牌是北汽新能源。这不是偶然,网约车这个互联网时代的产物,不再是互联网企业们的专属“香饽饽”,越来越多的传统汽车企业也参与进来。

2018年,北汽集团与滴滴出行实现强强联手,双方在新能源汽车运营、大数据应用、出行服务、定制车及充换电等领域开展业务合作。滴滴将利用在移动出行领域的大数据和技术优势,赋予汽车厂商面向共享出行的规模化、精细化的汽车运营能力,共同推进新能源汽车的普及和发展。

除了北汽集团,福特智能出行有限责任公司和众泰汽车股份有限公司正式签署合作备忘录,为网约车运营商和网约车司机提供纯电动车租赁、数据化车队管理方案、车载数字化、智能网联、车辆定制化等多种服务。吉利电动汽车下属的曹操专车已经运营。

除了网约车,很多城市把范围扩大到了出租车领域。2016年,太原市就成为首个出租车纯电动化城市;2010年,深圳就开始逐步引入电动化出租车;2013年,北京开始使用北汽纯电动的出租车;2018年,上海市、广州市等特大城市都开始陆续引用新能源出租车。

作为传统用车市场的有益补充,网约车凭借优越的体验感受、便捷的支付方式以及便宜的价格,迅速获得乘客和市场的认可。无论是平台用户数,还是市场规模,都呈几何级数增长。相比传统燃油车,纯电动汽车因为政策支持、营运成本低等优势在网约车出行服务市场具备很强的竞争力。

个人新能源乘用车销量不断攀升

不可否认,当满大街跑着一辆辆新能源网约车后,对普通消费者也具有一定视觉冲击力。

“比亚迪最受欢迎的新能源车型,当然是纯电动车‘元EV360’,续航里程设计为305公里。”比亚迪汽车永康4S店工作人员吴文卫说,其他还有混动车型唐DM、宋DM、秦Pro DM等,都是热门款。现在比亚迪只要出新款,大部分都会采用混合动力和传统燃油动力一起上市。

吴文卫介绍,消费者选购新能源汽车一是国家的补贴给力,比如免购置税一项,总价10万元的车型就省了1万元。二是日常使用成本不高,像常规保养,同级别的燃油款一般在400元左右,纯电动款只需一百来块钱。厂家还免费上门安装充电桩,只要场地允许,是非常方便的,不用排队加油,利用业余时间完全可以充电。

除了国产品牌汽车,不少国际高端品牌也在抢占新能源车市场。“宝马5系是新能源车中卖得最火的,其他像X1、X2都卖得不错。2020年,X3将推纯电动车款;2023年前公司将推25款新能源汽车,其中15款纯电动车,新能源汽车会是宝马未来重点发展领域。”永康宝驿宝马4S店工作人员王靖博表示,不过,不少消费者关心的宝马纯电动车i3主要在一线、二线、准一线等城市发售,永康暂时还

买不到。

王靖博说,宝马车价本身较高,像5系车型有燃油和混动两项选择,很多消费者会倾向选混动,这样可以享受免购置税的优惠,可省三四万元。公司会为消费者免费安装充电桩,实惠不少。

近些年,传统燃油车型的销量在下滑,但新能源车型销量却逆势上扬,这背后到底是何原因呢?王靖博分析,最重要的原因当属政策走向的影响。国家对新能源车的发展给予了很大的政策鼓励,最直接的当属免购置税、购车补贴等。一般而言,购买一辆同级别的新能源车要比传统燃油车便宜好几万块钱,这对于很多购车者而言,是一个难以拒绝的诱惑。

吴文卫说,比亚迪新能源车的热销,离不开年轻人的支持,他们的消费观念更加科学,消费行为也更加超前,新能源车既方便,又环保,正中他们的心意。再加上新能源车充电基础设施建设发展的推动,除了配备便捷的充电桩,汽车厂家还提供上门免费安装一个充电桩的服务。对于上班族而言,平时不需要频繁充电,基本上一周充个一次两次就足够用了。这样一来既免去了频繁跑加油站的麻烦,也节约了燃油成本。

新能源汽车在我市已有一大批粉丝

“我的ES8到了,给大家晒张美图!”去年,喜提“蔚来”的第一天,市民张莉麟就迫不及待在微信朋友圈发布了一则消息。她说,拿到新车的那一刻,果不其然失去了所有言语,只剩下满心的欣喜和幸福,还有拉开车门相对而视Nomi的笑脸。

不可否认,新能源车的发展和互联网有着千丝万缕的联系。蔚来汽车由李斌、刘强东、李想、腾讯、高瓴资本、顺为资本等顶尖互联网企业与企业界联合发起创立。“记得第一次看到蔚来的照片,就被它吸引了。蓝色的车身,分外活泼跳脱,以服装穿搭的角度来看,这样的配色绝对大胆。”作为一个时尚达人,张莉麟马上喜欢上了。

蔚来不是想买马上就能买的,它有一整套的选购流程,从网络预订到最终提车,张莉麟足足用了一年。蔚来准备量产时,向全世界的车友发出了1万台订单的邀请,张莉麟成为第3680个,有幸成为我市首位车主。如今,我市不少年轻市民也纷纷选择蔚来作为爱车。

互联网一向“花头精”多,为了网罗客户,他们十八般武艺上身。从名字开始,就打着创意牌。比如NIO蔚来表达的是追求美好明天,NIO取意A New Day(新的一天),这切合了年轻人一直以来的生活理念。正如它的Logo由象征着开放、未来的天空,以及象征着行动、前进的道路组成一样,这些都合年轻人的口味。

蔚来还举办了全国歌唱比赛,张莉麟作为车主首先被邀

请,这就是一场车主狂欢的盛宴。以上非常符合年轻车主的心理,那就是“玩”起来,“嗨”起来。

如今,随着特斯拉的国产,不少消费者已密切关注其每日动态,只待合适时机入手。新能源车的发展与互联网一直息息相关,加上国家的扶持,前景可期。



张莉麟和她的蔚来电动车