

销量同比增加两倍 渗透率已超过10%

推广新能源汽车,宁波还需在充电桩、停车位建设和充电便利等方面发力

某新能源品牌汽车体验店。记者 毛雷君 摄



随着技术、产品及相关基础设施的不断完善,新能源汽车相较于燃油车的优势也被逐渐放大,越来越多的消费者开始把眼光投向新能源汽车。税务部门的数据显示,今年1月至8月,宁波新增享受车辆购置税免税政策的新能源汽车数量同比增加225%。

A 用车费用减少8成

王诚从事销售工作,平时需要经常会见客户,到处跑,汽车是必不可少的工具。

“我这几年换了3辆车,上个月终于入手了电车。”王诚看着自己的蔚来ES6笑着说,他关注电动车已经有好几年了,之所以现在才入手,原因有好几个,其中有电动车带来的“里

程焦虑”,也有充电桩的布局问题,另外还有政策因素。

王诚算了一笔账,他以前开燃油SUV车,每月油费约1000元,平均每公里的费用约为0.7元。自从用上了纯电车,费用少了很多。“现在我每次充电大概是50元。由于蔚来每个月可以免费换电4次,所以我

大概充电4次就够用了。这样算下来,后续用车成本减了差不多8成,还是很合算的。”

王诚说,现在充电桩基本3公里以内都有,比较普及了,唯一不太方便就是充电时间长,即使是快充,最起码也要半个多小时才能充满,比加油费时。

B 宁波新能源车销量大增

在宁波,像王诚这样开始青睐新能源汽车的消费者正在快速增加。今年,国家统计局宁波调查队对556户宁波家庭开展了新能源汽车消费意向调研。调研结果显示:宁波的消费者对新汽车购车意向较高,市场潜力较大。

值得注意的是,新能源品牌车企走的都是线上营销策略,线下服务模式是选择在大型商业综合体开设体验展厅,

然后再建一个城市交付中心,有别于传统汽车4S店的销售模式,也因此吸引了很多年轻消费者的目光。全新的营销策略,加上新品迭出,也引爆了宁波的新能源汽车市场。

比亚迪4S店的陈经理告诉记者,他们店里传统燃油车和新能源车都有。但是今年的销售情况,新能源车占比已经达到了6成,而去年同期水平只有3成左右。“越来越多的消费者开

始关注新能源车型,下单量也有了很大提升。”陈经理说,“我们最近的秦PLUS DM这款车型续航超过了1000公里,价格也比较实惠,所以卖得很好”。

记者从宁波市汽车流通协会相关负责人处了解到,最近两年来,宁波的新能源汽车销量确实增幅较大。今年新能源车的渗透率已经超过10%,这说明比起前几年,大多数消费者更容易接受新能源车。

C 宁波未来如何发展新能源汽车?

据了解,目前,国家已发布《新能源汽车产业发展规划(2021-2035)》,浙江省已发布《浙江省新能源汽车产业发展“十四五”规划》,而宁波也已在推进《宁波市新能源汽车发展规划》的研究编制工作。

虽然《宁波市新能源汽车发展规划》还未出炉,不过宁波新能源汽车产业的目标方向已经可以从《宁波市国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》等文件中窥见一二。

宁波“十四五”规划提出,未来几年,宁波要全力打造化工新材料、节能与新能源汽车、特色工艺集成电路、智能成型装备等10条自主安全可控的标志性产业链。其中,节能与新能源汽车产业链将重点发展汽车整车和高效节能发动机、

自动变速器、高性能电机、高性能电控系统、电池管理系统、高性能动力锂电池、高强度轻量化汽车零部件,积极布局氢燃料电池电堆、高压储氢罐、氢燃料电池发动机等关键零部件,到2025年产业链产值达到8000亿元。

此外,国家统计局宁波调查队的调研结果显示,宁波新能源汽车在推广方面还面临充电桩、停车位建设和充电便利等方面问题,需引起关注。

为此,调查队提出了进一步提升技术水平、进一步加大宣传力度、进一步做好配套服务、进一步优化补贴机制四点建议。例如,在进一步提升技术水平中,建议加强技术研发投入,破解新能源汽车技术瓶颈,逐步完善新能源汽车动力电池、整车安全性能、充电设施

等相关技术标准等;在进一步做好配套服务中,建议充分利用社会资源,加强充电桩、充电服务点等公共基础设施建设以及新建小区带充电桩停车位规划布局等。

值得一提的是,今年宁波施行了《宁波市电动汽车充电基础设施奖励补贴资金使用管理实施细则》,根据该《细则》,在宁波市登记注册成立的充电设施的投资建设单位(所有权单位)在本市辖区内建设、运营的充电基础设施可享受专项资金奖励补贴。此外,接入市级平台的公用充换电设施(不含电动公交专用充电设施)可享受运营度电奖励补贴。一系列政策举措的相继推出,也将进一步激发宁波新能源汽车产业的发展动能。

记者 毛雷君 吴正彬

商场门店越开越多 新能源车全新营销模式 会否替代传统4S店?

近日,一家崭新的福特野马新能源车展厅亮相东部新城银泰城,这也是我市首家该品牌新能源车的门店。简约科技风的装修和充满“肌肉感”的展车吸引了消费者的目光——作为知名汽车经销商集团的轿辰集团,近期一口气开出两家新能源汽车商业体门店,它便是其中之一家。

事实上,现在很多商业体里面都开有新能源车品牌的门店,有的还不止一家。例如在东部新城银泰城,除了福特野马,还有大众、特斯拉、小鹏等;在明州里有高合、蔚来、岚图;在明州里对面的鄞州万达,记者也找到一汽大众ID、比亚迪、理想等品牌。

福特野马新能源车体验店店长陈毅告诉记者,从消费者的角度看,市中心的位置可以方便他们参与活动体验,所以品牌在市区商业体里有个落脚点,也成了比较好的选择。此外,商业体人流量比较大,可以引发更多人对于品牌的关注,而品牌的进驻也丰富了商业体的业态。

“商业体门店在装修设计和服务上都和传统的4S店截然不同,能给消费者更好的体验,此外也能增加品牌的曝光度,让消费者对其有更加深刻的认知。”陈毅说。

作为宁波最早一批进驻商业体的汽车品牌,车企特斯拉在2017年就在和义大道开出了自己的城市展厅,去年9月在东部新城银泰城开了第二家。

特斯拉宁波东部新城银泰城体验店店长沈先生告诉记者,门店在周末或者节假日,经常爆满。而一些消费者知道品牌在这里开了展厅,也会来商业体逛下。他认为,把销售体验店开到商场,也是件多赢的事情。

越开越多的商场店,似乎给人一种汽车销售模式将被完全打破的感觉,那么事实真是如此吗?

“在消费者消费习惯发生变化、汽车消费年龄降低的今天,这种商超直销模式确实有可取之处。”轿辰集团副总裁王安平告诉记者,现在购买汽车的消费者,特别是新能源车的消费群体,大多是喜欢炫酷潮流的年轻人。而且在互联网的帮助下,客群获取汽车相关资讯非常方便,很多人从网上了解了新能源车的相关情况后,去一次城市展厅看下实车,基本就可以下单了,非常方便,这也成就了城市展厅的崛起。据他判断,在未来两年里,还将出现大量的汽车商超直营门店,并很可能为汽车零售打一波助攻。

陈毅也认为,把门店开进商超这一模式是一种全新的方式,而作为本身就带着“创新基因”的新能源车来说,尝试这种新方式是再合适不过了。因此这种做法在业内已经被普遍认可,品牌开店也会首选商业体。

不过未来直销商超模式是否会完全取代传统4S店,王安平和陈毅都表示可能性不大。“因为在已经成为红海的汽车销售领域,城市展厅的出现确实对销售带来了一定的提升,因此也成为车企竞相进入的新圈子。不过相对4S店来说,商场店运营成本更高,最后是否能留下来,还是要经历一番洗牌,依靠业绩说话。”王安平说。 记者 黎莉