

一口价卖车,真优惠还是营销新套路

专家:“一口价”模式重塑汽车销售规则,可持续性面临挑战



去年8月份,上汽大众率先推出7.99万元起的“一口价”途岳新锐。

当下的汽车市场,竞争激烈程度堪称白热化。各大车企为了争夺市场份额,纷纷使出浑身解数,各种促销手段层出不穷,令人眼花缭乱。在此背景下,“一口价”销售模式应运而生。

去年8月份,上汽大众率先推出7.99万元起的“一口价”途岳新锐抢夺市场份额,随后诸多车企相继加入“一口价”队伍,那么,这一模式对消费者购车来说,是馅饼还是陷阱?

秦文杰 张雪 济南报道

“一口价”模式的兴起 是市场竞争必然结果

传统汽车销售模式中,经销商的价格不透明、套路多,一直是消费者的痛点。消费者不仅需要花费大量时间砍价,还可能因信息不对称而被“套路”。近年来,以特斯拉、蔚来为代表的直营模式,通过官网统一标价,彻底颠覆了传统议价模式,推动了价格透明化的变革。

“一口价”模式正是在这样的背景下应运而生。所谓“一口价”车型,简单来说,就是4S店提前把各种优惠、赠品等折算成现金,直接从售价里减掉,这样消费者看到的就是一个非常诱人的“裸价”。

例如,上汽大众去年推出7.99万元起的“一口价”途岳,凭借低价优势迅速抢占市场份额,随后众多车企纷纷效仿。

这种模式不仅省去了消费者繁琐的砍价环节,还通过透明化的价格,提升了消费者的信任度。同时,它也避免了经销商之间的恶意价格竞争,维护了市场的健康秩序。

“一口价”车型 是库存车的“遮羞布”?

“一口价”车型,是否库存车?这是众多消费者的共同疑惑。为了探寻真相,记者前往位于济南西部的某汽车园区,采访了刚入手“一口价”车型的张女士。

张女士介绍:“我买的是一辆新能源车,主要用于接送两个孩子。这款车原来的指导价是15万多元,我是以一口价9万多元拿下的,刚好符合我10万元以内的购车预算。这种价格透明的‘一口价’销售方式,省去了繁琐的砍价环节。以前砍价的时候,也不清楚到底有没有砍到最低,现在这样省心多了。”对于这款车是否库存车,张女士表示,付款前,她仔细检查了各个细节,车的铭牌、生产日期以及里程数等都逐一核对,最后确定自己购买的车与销售人员表述的一致,并非库存车。

张女士购车店里的销售人员告诉记者:“目前我们店推出这款‘一口价’车型,主要是为了吸引消费者,增强市场竞争力,并非为了处理库存车。常规的车主权益,比如整车终身免费三电质保、3年不限量免费流量、免费赠送充电桩并负责安装等,购买‘一口价’车型的客户也都能享受,而且在贷款方式上,分期和全款都没有限制。”

当然,也不排除个别不良商家会利用“一口价”模式销售库存车。消费者在购车时还需

提高警惕,认真检查车的状况,查看出厂日期、行驶里程等关键信息,并要求经销商提供详细资料,避免踩坑。

购买“一口价”车型 需要注意哪些问题

“一口价”车型在一定程度上确实简化了购车流程,让消费者告别了繁琐的价格谈判环节。然而,在享受这种便捷的同时,消费者在购车过程中仍需保持清醒的头脑,注意一些容易忽视的细节。

首先,不要被单一品牌的优惠吸引,要横向对比多个车型的“裸车价”,避免陷入“左手倒右手”的陷阱,货比三家不吃亏。

其次,在签订购车合同之前,要对车的配置、铭牌信息等仔细核实。要知道,出厂日期超过6个月的车,即可视为库存车,同时,还应对比厂家官网配置表,警惕“城市定制版”“尊享特供版”等模糊命名,这类车型经常通过减少气囊数量、更换廉价轮胎等隐性减配来维持利润。

某第三方检测机构报告显示,2023年“一口价特供车”减配率达43%,主要集中在消费者不易察觉的安全配置上。

最后,一定要认真阅读购车合同的每一项条款,特别是关于售后服务、退换车政策、违约责任等方面内容。很多纠纷的产生,往往是因为消费者在签订合同时没仔细阅读条款,导致后期出现问题后,无法维护自身合法权益。

行业未来: 透明化能否重构购车生态?

专家表示,“一口价”模式正在重塑汽车销售的规则,但其可持续性仍面临挑战。短期内,它确实降低了比价成本,尤其受到年轻消费者的青睐。然而,行业乱象仍未根治——某二手车平台检测师发现,部分经销商将运输中发生剐蹭的运损车翻新后纳入一口价体系,利用“免谈判”心理加速出货,这类车辆虽不影响使用,但残值率会降低10%—15%。

另外,要真正实现价格透明化,还需要构建系统化的支撑。例如,特斯拉的直营模式通过全国实时价格查询系统,消除了地域价差;比亚迪等车企则通过将增值服务(如充电桩安装、电池检测)纳入“一口价”,替代单纯的价格竞争。

未来,汽车行业可能出现两极分化:头部品牌通过“真透明”建立信任,而尾部玩家则可能陷入“假一口价”的恶性循环。只有当价格、车况、服务三重透明成为行业标准时,消费者才能真正实现“闭眼购车”的理想体验。

近期,固态电池技术取得突破的消息层出不穷,全球汽车产业技术革命或迎来关键转折点。眼看固态电池技术将成为新能源汽车领域的“超级加速器”,各大车企纷纷加码布局,试图在这场技术革命中抢占先机。与此同时,固态电池的崛起,也给燃油车市场带来了前所未有的挑战。新能源汽车的未来已来,而燃油车的“落幕”是否也已临近?

张雪 秦文杰 济南报道

固态电池竞赛开启 主流车企抢跑布局

如果说燃油车消费者最关心的是发动机,那么电动车消费者最关心的可能就是动力电池了。在这个“得电池者得天下”的电动化时代,固态电池的发展,或许将打破新能源车的“里程焦虑”。据不完全统计,目前已有37家主流车企加入固态电池量产布局。

在国务院《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》指引下,固态电池产业化进程较预期提前三年进入爆发期。据工业和信息化部最新数据显示,截至本月,我国固态电池产业累计投资规模已突破2800亿元。固态电池技术的革新,正重塑行业竞争格局,并深刻影响消费者的购车决策。

可以说,固态电池凭借其高能量密度、快速充电能力和卓越的安全性,被视为下一代动力电池的“王炸”。

如今,全球车企纷纷加入这场技术竞赛。比亚迪计划在2027年启动全固态电池的示范装车,2030年前实现大规模商业化;广汽埃安也宣布将在2026年实现固态电池的装车。

长安、丰田、宝马等车企也不甘示弱,纷纷公布了自己的研发和应用时间表。这场“抢跑”竞赛,不仅将加速固态电池的商业化进程,也将推动新能源汽车市场迈向新的高度。

固态电池续航长充电快 缓解消费者“里程焦虑”

在新能源汽车市场蓬勃发展的当下,消费者的选择变得更加复杂,更关注续航里程、充电速度和安全性。

记者在济南东部一家新能源品牌4S店,采访了正考虑购车的孙先生,他表示:“如果固态电池能够实现快速充电和长续航,我会毫不犹豫地选择新能源汽车。”

然而,记者在走访另一家传统燃油车品牌店时,一位来看车的消费者则对记者说:“虽然固态电池听起来很

诱人,但目前的高成本和充电设施的不完善,让我有些犹豫。”显然,这种“纠结”反映了当下消费者的普遍心理:既对新技术充满期待,同时又要考量实际用车全周期,左右权衡。

固态电池的出现,无疑为新能源汽车注入了一剂“强心针”,其能量密度可达到现有锂离子电池的两倍,续航里程有望突破1000公里,甚至达到1500公里。同时,固态电池的充电速度更快,能够在短时间内完成充电。

此外,固态电池的低温性能优异,即使在零下30摄氏度的环境下也能正常工作。这些优势,让新能源汽车在寒冷地区更具竞争力,也为消费者提供了更可靠、更便捷的出行选择。

燃油车市场 面临前所未有的挑战

固态电池的崛起,被视为燃油车市场的“终极挑战”,新能源汽车在续航和便利性上逐渐接近甚至超越燃油车。

随着全球环保意识的增强和相关政策对新能源汽车的支持,燃油车的市场份额可能会进一步被挤压。

然而,绝大多数汽车行业专家和部分消费者认为,燃油车并不会在短时间内被完全替代。一方面,燃油车在驾驶体验、售后服务、耐用性、安全性乃至保值率等方面仍具有优势;另一方面,消费者对新能源汽车的接受度和充电基础设施的完善程度尚需时间提升。

因此,不少专家认为,尽管固态电池为新能源汽车带来了巨大优势,但燃油车市场仍有与之共生共存的空间。

总之,固态电池技术的突破,为新能源汽车的发展按下了“快进键”,也为燃油车市场带来了前所未有的挑战。尽管固态电池的商业化仍面临成本和技术的双重考验,但其带来的高续航、快速充电和高安全性,将极大地推动新能源汽车市场的发展。

未来,新能源汽车与燃油车或将持续保持“共生共存”的关系,但固态电池的发展,无疑将成为推动汽车行业变革的重要力量。



▲众多新能源车企开始发力固态电池。
(资料片)