

价格10万元以下产品最受欢迎

A级以上新能源车吃到“下乡”红利

◆导报记者 杜杨 莱芜报道

近日,新能源汽车下乡巡展活动(莱芜站)(下称“莱芜站活动”),在莱芜区大润发举行。8月份以来,山东“坚持为汽车消费充‘电’,为乡村振兴添‘绿’”,计划在全省开展30场新能源汽车和充电桩下乡巡展活动。

作为30场巡展活动之一,莱芜站活动举办得相当成功,很多居民不再单纯围观,而是纷纷试乘、频频咨询,咨询的问题也很专业,参展经销商直呼来自乡镇的消费者也很懂新能源汽车。

因为消费者懂行,受访经销商坦言,针对农村市场的营销,便不能局限于“省钱”二字;而未来随着消费的进一步升级,相关市场或在高于入门车型的A级车形成增量。

农村市场愈加活跃

当日的天气不算好,下午甚至下起了小雨,这对于在露天广场上举行的莱芜站活动并不是个好消息。

不过到了傍晚,广场上人气不减反增,这让参会经销商、比亚迪中正集团(下称“中正集团”)的市场部经理刘弘磊松了一口气,“天气没有影响居民的热情,活动集客效果很不错。”他对经济导报记者表示。

中正集团深耕区县、乡镇市场多年,对农村汽车市场,尤其是新能源方面有一定的发言权;而莱芜站活动,正是山东计划开展的30场新能源汽车和充电桩下乡巡展活动之一。

所谓“汽车下乡”,业内首先想到的是2009年印发的《汽车产业

农村消费者越来越摆脱价格的局限性,买车不再只盯“省钱”。入门级新能源汽车依然最受青睐,但应用场景更广的A级车也在迅速占领市场

调整和振兴规划》,该文件明确当年针对小排量汽车的购置税减半,并对农民发放购车补贴。一系列政策直接激活了农村汽车消费市场,市场马上就会活跃起来。”当时便有业内人士如此评价“汽车下乡”。

然而到了2023年,经济导报记者仔细查阅了工信部等五部门印发的《关于开展2023年新能源汽车下乡活动的通知》,以及山东省印发的《2023年山东省新能源汽车下乡活动方案》,并未发现诸如“购置税减半”“购车补贴”等条款;实际上在本次“新能源汽车下乡”活动之初,便有部分经销商表达了谨慎的观点:“没有真金白银的优惠,很难撬动农村市场。”

莱芜站活动的成功,也让经销商从“谨慎”转为“乐观”。“以往针对农村市场的活动,不少居民



“2023新能源汽车下乡活动(山东)启动仪式”现场展示的新能源汽车。

是来看热闹,不太咨询产品;这次莱芜站活动,现场互动频繁,很多居民提的问题体现了其对新能源汽车相当了解。”刘弘磊表示,“现在的农村消费者,更‘懂行’了。”

买车要省钱,更要适合

据刘弘磊回忆,大约在2018年前后,新能源汽车在农村市场还没形成规模,当时居民眼中的新能源汽车,也才脱离“豪华版三蹦子”的印象。

至于当时的营销话术,围绕的中心就是“省”：“就是把每个月的里程折算为电费,再与同类燃油车作对比。”他说。

彼时不光在农村市场,在此前的采访中,很多济南市区的经销商也向经济导报记者反映,2018年前后,消费者特别关注新能源汽车的

度电里程、续航、充电是否便捷等问题,对驾乘体验、功能配置等却不那么关注;销售的工作更像是“扫盲”而非“营销”。

不过相对于城市,农村居民接受新能源汽车的程度明显更快。据刘弘磊分析,这可能与莱芜地区农村越来越完善的基础设施建设有关,“在城区,新开楼盘的停车位充电设施等配套很完善;在乡镇层面,不少变电站都设有公共充电桩;很多新建的村居也设了公共充电桩。”他认为,完善的基础设施缓解了居民的充电焦虑,所以越来越多的消费者开始尝试新能源汽车。

经济导报记者注意到,针对县乡公共充电基础设施建设,以及农村居住区充电基础设施建设,《2023年山东省新能源汽车下乡活动方案》都设置了专门的条款。

既然消费者更“懂行”了,营销方式也必须调整。

刘弘磊表示,现在消费者的关注点,从单品的续航、加速等客观性能,逐步转移到“这款车适不适合我”这类主观问题。“所以我们的销售,也要通过还原消费者的用车场景,把具体的产品代入,从而为其推荐适合的单品。”他举了个例子:“如果消费者买车是为了接送孩子,那么我们会着重推荐海豚、海鸥等小型车,好停好开,不怕复杂路况。”

还原消费者的用车场景,从而为消费者推荐合适的单品,业内专家指出,这也是现阶段新能源汽车销售最大的特点。而具体到农村市场,刘弘磊还注意到,消费者越来越摆脱价格的局限性,买车不再只盯“省钱”,“比方说刚工作的年轻人,在城区和乡镇间通勤,他们往往会

选择功能较为齐全的单品,很少为了追求高性能,而选择低配了。”

A级以上轿车或形成增量

根据中正集团旗下的所有门店的销售数据汇总,包括比亚迪王朝网、海洋网的全部在售单品中,销量TOP1是海鸥,这是一款入门级新能源汽车,售价7.38万元起。

销量排名第二的,是秦PLUS,这是一款A级轿车,售价9.98万元起。

一般认为,农村市场更青睐海鸥这样的入门级小车;然而秦PLUS的热销,多少“丰富”了前述观点。

“我们店有不少客户,在乡镇有门头房、有自己的生意,选车除了家用,偶尔也需要出席些商务场合。这样一来,购车首选便是轿车。”刘弘磊表示。

在秦PLUS之后,售价13.58万元的元PLUS位列第三,这也是一款A级车。

“目前在农村市场,入门级新能源汽车依然最受青睐,但应用场景更广的A级车也在迅速占领市场。”他表示。

此外,刘弘磊还注意到,中正集团不同门店服务的客户,多居住在该门店周围5公里范围内,这与济南市区的情况大相径庭。“这说明农村市场更看重售后服务是否便捷。”他表示。

《2023年山东省新能源汽车下乡活动方案》,提到加快布局售后服务站或流动维修站,农村维修点,以推动售后服务体系向乡镇下沉。

“未来在农村市场,比拼的还是经销商的服务。”刘弘磊如是总结。

古貝春

酒

恭祝全省人民

中秋节快乐



古贝春集团有限公司
GUBEICHUN GROUP CO., LTD.

400 100 9736



扫描二维码 关注古贝春