

增值税下调引发豪车降价潮

近日,财政部和税务总局联合下发了《下调增值税税率的通知》,制造业等行业增值税税率将从17%降低至16%。紧跟国家增值税税率下调,多家车企公布了旗下车型的官方降价方案。

奔驰率先宣布“官降”。奔驰在官方降价的文件中称:“2018年5月1日起相应下调在售车辆的厂家建议零售价,根据国家相关法律法规,汽车产品终端零售价格由梅赛德斯授权经销商制定”。据了解,奔驰旗下各车型价格降幅在1000-32000元之间,其中梅赛德斯-AMG车型最大降幅超过32000元。

紧随奔驰,林肯汽车同步调整了在华全系车型的市场指导价,降价车型包括林肯MKC、林肯



MKX、全新林肯领航员Navigator、林肯大陆Continental。林肯在降价通知中表示:“2018年5月1日起,购买林肯车型的消费者将享受到增值税税率调整后带来的实

惠。”同时,捷豹路虎宣布旗下捷豹和路虎两大品牌在中国市场的所有在售车型将调整指导零售价,最大降幅达2000元。

面对豪车降价潮,宝马也不甘落后。5月2日,

宝马(中国)和华晨宝马联合宣布:自新增增值税率正式实施之日起,全面下调在中国所销售的汽车产品和摩托车产品的厂家建议零售价。”相关资料显示,此次宝马宣布调价的产品范围不仅涵盖宝马品牌、MINI品牌和摩托车品牌的全系车型,同时也包含了进口与国产全部车型。宝马(中国)相关负责人告诉北京商报记者:“经销商方面已经做过通报,降价幅度在1000-32000元之间,他们也都是按照降价政策执行。”

虽然反应速度不及奔驰和宝马,但奥迪也在上周宣布,旗下A5、S5车系部分车型的官方指导价有所下调,下调幅度在40000-60000元之间。

此外,针对税率下

调,保时捷中国官网也更新了车型价格,旗下Macan、Cayenne、Panamera、911等车型均有不同程度的价格调整,降幅在5000-35000元不等。

在全国乘用车联席会秘书长崔东树看来,从降价幅度来看,此次豪华车企向消费者让利的行为更多是一种姿态,因为增值税率降低1%所提升的利润空间总计也只有0.8%左右,对消费者需求的刺激作用十分有限,但是众多车型降价的确给消费者带来了实惠。

值得关注的是,此次降价涉及的汽车企业多是外资高端品牌,自主品牌和合资品牌几乎没有跟进。

对此,业内普遍认为,由于自主品牌和合资品牌的大部分车型利润

水平仍然较低,如果完全采取降价的措施,短期内对企业会有所帮助,但未来价格再优惠或冲量之后,汽车在销售端的空间余地将更加小。随着增值税税率的下调,汽车产业链各个环节的成本都会有所下降,后续汽车企业在车价的让利空间也将更大一些。

同时,国内进口车降低关税已成为定局,如果政策落地时关税降幅较大,则国内自主品牌和合资品牌的中高档车型将受到豪华车企切实的威胁,并且豪华车企也一定会像此次降价行动一样出现新的降价潮。届时,中高端车市的竞争会进一步加剧。”崔东树说。

北京商报记者 蓝朝晖
实习记者 濮振宇/文
李燕/制表

· 快递 ·

劳斯莱斯SUV库里南640万元起售

北京商报讯(记者 蓝朝晖)劳斯莱斯旗下首款SUV车型-Cullinan近日全球首发。首批车交付车型的定价约为640万元,五座版起售价约为720万元,四座版起售价约为780万元。

劳斯莱斯库里南是当今市场上充分兼具功能性、家庭性和驾驶乐趣的惟一超级奢华SUV。劳斯莱斯库里南的独特设计不仅体现劳斯莱斯汽车的极致奢华,也让劳斯莱斯库里南成为首款真正的“三厢”SUV。

劳斯莱斯首席执行官托斯顿·穆勒·乌特弗斯表示:“我们的客户不希望他们的生活和生活方式被受限,或是做出妥协。我们的客户是新的开拓者,对他们而言重要的是人生体验中的冒险精神和大胆无畏。这种生活态度呼唤一辆‘无处不可及的顶级奢华’汽车——这正是劳斯莱斯汽车的风范。我们的库里南应运而生。”

广汽发布新能源概念车Enverge

北京商报讯(记者 钱瑜)日前,广汽集团在北京车展上国内首发首款针对北美市场研发的新能源概念车Enverge,并发布企业文化全新战略理念——广汽哲学及文化口号。

广汽新能源概念车Enverge百公里加速时间仅为4.4秒,NEDC工况下车辆续航里程可达600km。Enverge搭载组合充电模式,不仅可以在350kW常规快充功率下充电10分钟即可行驶400km,还可通过无线充电模块多样化解决充电难题。此外,广汽集团继2017年4月发布品牌全新战略和品牌口号后,陆续推出一系列品牌升级措施,并于今年确定了新阶段的发展目标:在2027年即公司成立30周年之际,争取进入世界企业100强;在2037年即公司成立40周年之际,成为具有全球竞争力的世界一流企业。

2017年,广汽集团年产销均首次突破200万辆,同比增长超21%,增速相当于行业水平的7倍。

比亚迪欲夺回燃油车市场份额

北京商报讯(记者 刘洋)近年来被打上“重新能源,轻燃油车”标签的比亚迪,面对燃油车型销量逐步下滑的局面,欲重新夺回市场份额。近日,比亚迪汽车销售有限公司副总经理李云飞对北京商报记者表示,从去年推出宋MAX车型开始,比亚迪已经进入调整期,未来比亚迪燃油车将进入新时代。

数据显示,去年比亚迪新能源车销量达11.36万辆,同比增长13.4%。同时,比亚迪也成为国内首

家新能源车累计销量超30万辆的车企。然而,燃油车型销量上的持续低迷,使得去年比亚迪整体销量并不理想,销量同比下滑17.5%。

对此,李云飞表示,现在消费者购买新能源车时,能够首先想到比亚迪。但是,在购买燃油车时,很多情况下根本不会想到比亚迪,比亚迪的燃油车型并未进入消费者的购买清单内。由于新能源车已经成为未来汽车市场发展方向,同时在该领域实现弯道超车有

利于公司品牌提升,因此近年来,比亚迪将精力和资源主要投入到新能源车上。”他坦言。

据了解,近年来比亚迪的燃油车投放节奏,基本保持一年一款。同时,比亚迪在市场策略以及整体品牌传播策略上也未向燃油车倾斜,导致销量增速放缓。

事实上,在新能源车与燃油车产品比例失衡的背景下,从去年开始,比亚迪方面已经开始重新回归并发力燃油车领域。去年9月,比亚迪推出

宋MAX车型,作为重回燃油车市场的首款车型,该车型主打MPV市场。比亚迪宋MAX上市以来,已经连续6个月销量破万辆,目前累计销量已经超过8.5万辆。

李云飞透露,宋MAX是比亚迪“造车新时代”推出的首款车型。“造车新时代”首先是国际化,不论设计、调校还是品质,都将由国际大师进行打造。同时,今后比亚迪在同一平台上,将打造燃油、插电、纯电不同动力模式。

吉利博越试驾体验会北京站开启

北京商报讯(记者 刘洋)5月12日,2018款吉利博越媒体试驾体验会在北京开启。2018款博越作为吉利博越的年度改款车型,坚持以“客户为中心”的初衷,以打造“更好看、更好开、更智能”的智能互联精品SUV为核心理念,树立起中国智能互联SUV的新标杆。

2018款吉利博越相比老款车型,主要在外观、内饰以及配置上进行

了升级调整,提升了产品力。外观方面,新款博越整体变化不大。前保险杠下部由原来的“玉如意”造型改为大尺寸梯形进气口搭配左右两侧四边形的仿散热口设计。

此外,高配车型还会换装一套全新样式的19英寸轮圈,新车还针对7英寸液晶仪表盘的样式进行了微调,视觉上和屏幕两侧显示区域的融合度更高。中控显示屏两侧

的按键也由物理方式变成了触控式,新款博越的车机将搭载全新的吉客智能生态系统。

在安全配置上,新车会配备自适应巡航、盲点监测以及360度全景影像等。另外,新款博越也进行了一些实用性的升级,比如在前排中控台两侧的储物格以及后排出风口下方分别增加了USB电源口,这样一来,车内的USB数量总共有6个,

能完全满足乘客需求。

可以预见,在2018款博越的带动下,全面转型新能源与互联网科技的吉利汽车也将以更强劲的竞争优势开启在SUV市场新一轮增长。



更多视频请扫二维码