

长城观察

燃油车量价齐跌 产业转型路在何方?

□本报记者 闫思宇 武新杰 李雪莹

今年4月,全国乘用车零售数据显示,新能源渗透率首次突破60%,燃油车零售仅71万辆,同比下降32.2%。

一场燃油车量价齐跌的浪潮,正席卷汽车市场。

5月19日,记者走访石家庄汽车产业园,探访本地燃油车市场情况。

市场销量大幅下滑 燃油车陷降价潮

石家庄汽车产业园区内,降价海报随处可见。

“现在卖一台亚洲龙,亏1.3万到1.5万元,价格已经到冰点了,客户还等着再降。”嘉华丰田4S店总经理黄丽珠告诉记者,今年以来,店内燃油车优惠持续放大,部分车型优惠接近7万元。

“销量却上不去。”黄丽珠说,去年4月,店内燃油车销售82台,今年4月仅77台;去年5月销售128台,今年5月截至19日只销售了50台。

维德吉利4S店的情况同样不乐观。销售总监王楠说:“热门车型优惠2000元左右,但销量照样跌。”今年4月店内燃油车销售63台,去年同期销售120台,销量下滑近腰斩。更棘手的是库存,店里压着370台现车,相当于5个月的销量,资金被牢牢套住。“完不成厂家任务拿不到返利,卖车就是亏。”

别克、奔驰也被卷入降价潮。别克君威指导价15.98万元,如今一口价10.69万元,叠加1000元抵7000元油补,价格跌至历史最低。销售主管马少帅明确表示:虽然近期活动让客流,成交量环比上涨30%,但整体相比去年同期仍然下滑。

奔驰老款B级综合优惠超10万元,落地价不到40万元,汇世之星奔驰4S店销售经理庞宝成告诉记者,今年4月燃油车销量70余台,较去年同期销量下降20%以上。“从业13年,奔驰B级这个价格我从未见过。”

销量下滑的同时,成交周期也逐渐拉长。

“成交周期从7天拖到半个月,



市民在展厅了解车型价格。

本报记者 李雪莹 摄



扫码看视频

第一次进店就买车的顾客,从去年四成降到现在一成多。”庞宝成说,持币观望已成普遍现象。

展厅里,记者也真切感受到了这份谨慎。

准备购车的贾女士直言,自己对比了多家品牌才过来:“重点看价格实不实在、售后服务到不到位,车是大件,不能马虎。”

手握20万元购车预算的李先生,道出了大多数普通买家的心态:“从去年9月观望到现在,价格确实吸引人,但不着急用车,还能再等等、再看看。”

不过,并非所有消费者都只盯着价格。正在看车的张先生就表示,自己对价格并不敏感:“我平时主要接待客户用,燃油车开出去更稳妥、更有面子,商务接待首选燃油车,更彰显实力。”

定价、服务再加码 应对新能源冲击

“这么好的车,价格降了这么多,怎么就是没人买呢?”黄丽珠满心不解。

带着这个疑问走访调研后记者发现,燃油车陷入量价齐跌困境,核心原因正是新能源车型的强势冲击。

石家庄市民杨先生去年把燃油车换成了新能源车,他告诉记者,往市区通勤百公里耗油8升,每日出行30公里,每月油费要六百多元;现在开电车跑相同路程,每月电费还不到一百元。悬殊的用车成本,让不少家庭购车群体纷纷转向新能源市场,即便燃油车频频降价,也难吸引客源。

压力面前,经销商没有坐以待毙,纷纷调结构、改定价、做服务,在夹缝里找生路。最明显的变化是向新能源倾斜。丰田目前新能源车占比仅一成,正在加快布局;吉利燃油与新能源六四开,持续加码电车;奔驰纯电月销仅七八台,计划下半年推动油电均衡;别克直接做到油电各占一半,按客户需求双线推荐。

另一大突破是把价格“摆到桌面上”。别克全面推行“一口价”,厂家统一最低价,取消线下议价。销售主管马少帅说:“一口价就是让客户别再纠结价格,专心看车。以前不同区域优惠不一样,现在全国透明,客户更放心。”

比降价更管用的,是把服务做进客户心坎里。

奔驰直接把服务搬到客户身边:上门谈单、上门试驾、丰富交车仪式,不用客户跑门店,在家就能完成看车、议价、试驾全流程;别克推出6小时60公里超长深度试驾,交车标配鲜花、拍照留念,强化仪式感。

多家4S店都在强化售后维保、增值服务,试图用售后利润对冲新车亏损。黄丽珠也坦言,丰田现在只能靠售后服务勉强盈利:“不卖车亏,卖车也亏,只能靠售后价值链撑着。”

转型不可逆 出口稳大盘

对于燃油车的未来,河北省汽车工业协会会长裴建杰给出了理性判断:燃油车市场份额下滑是长期趋势,但绝不会被替代。

他分析,国际油价波动、家用通勤场景变化,叠加新能源车配套完善、成本优势凸显,多重因素共同挤压燃油车生存空间。

针对当前市场压力,裴建杰对经销商提出两点明确建议:一是主机厂应主动调整排产计划,不盲目压库,优先保障经销商库存健康度;二是推动服务转型,依托燃油车庞大的售后存量市场,4S店要从“卖车思维”转向“用户运营思维”,用售后利润对冲新车销售亏损。

“燃油车未来不会一降再降,市场会随着油价、消费观念的变化逐步企稳。”裴建杰认为,车企与经销商应主动变通,同步布局新能源车型,优化油电销售结构,“只有紧跟市场变化、灵活调整策略,才能在产业转型中站稳脚跟。”

值得关注的是,国内市场承压的同时,出口成为行业稳增长的关键支撑。

根据中汽协最新数据,4月汽车出口90.1万辆,同比增长74.4%;1—4月累计出口312.7万辆,同比增长61.5%,保持高速增长。依托“一带一路”,河北长城、长安等企业的燃油皮卡、商用车在俄罗斯、中东、拉美等市场订单充足,出口大幅增长有效弥补了国内销量缺口。

百姓看联播

村支书化身主播

“我们这儿的樱桃都是自然生长的,个个圆润……”

“西瓜皮薄肉多、籽少、沙甜……”

5月19日,在成安县天琛农业园区,36名村党支部书记化身主播,直播推介本土农产品。这是成安县“我的家乡我代言”直播竞赛的第四期。从4月21日起,全县计划每周举办一场,239个村的党支部书记将轮番上阵。

一年前,“面对镜头不知道说啥”还是很多村支书的共同难题。2024年,邯郸市启动“一品一播”行动后,成安县迅速响应,组织专业团队下沉到村,手把手教村支书直播运营、话术打磨。从不敢播、不会播,到如今侃侃而谈,田间地头、鸭棚梨园都成了直播间。

一组数据也见证着“一品一播”带来的改变:道东堡镇曲村党支部书记任永国直播带货以来,累计营业额突破50万元;辛义乡西阳寺村党支部书记张合军,打造的西阳寺品牌通过直播被更多人看见,村里日均客流量达200余人;漳河店镇中甘罗村的咸鸭蛋,半小时就卖出200多单。

本次直播竞赛以新增粉丝、观看人数、点赞量三项数据为核心考核指标,综合评定参赛成绩,既考验基层干部的直播实操能力,更推动优质农产品走出乡村、走向更广阔市场。

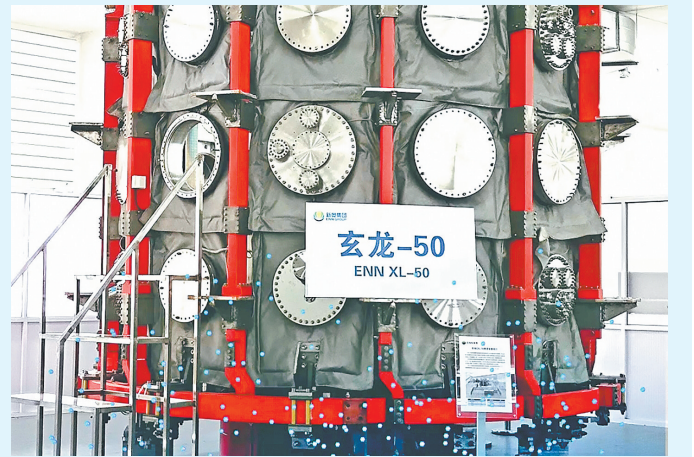
成安县西彭留村党支部书记侯艳伟说:“以前咱们的好东西藏在地头没人知道,现在通过直播,我们能面对面给全国网友介绍家乡的农产品和文化,不仅拓宽了销路,更让我们学会了用新媒体服务群众,干劲更足了!”

手机变成新农具,直播变成新农活。成安县的村支书们,正用一场场云端擂台赛,为乡村振兴添把火。

(记者 许艳艳) 扫码看视频



廊坊有个“人造太阳”



“人造太阳”四个字,听起来就很科幻。但在廊坊,一家叫新奥的民营企业,真就把这事儿干起来了,真正在“造太阳”的是“玄龙-50U”。

天上不就有太阳吗?为啥非要自己造一个?说白了,天上的太阳虽然免费,但咱们管不了它。阴天下雨,日出日落,都不由咱们说了算。自己造一个,才能想用就用。他们选的路叫“氢聚变”。国际上大多走难度较低的“氘氚路线”,他们偏挑最难的。为啥?

新奥聚变副总工程师杨圆明介绍,如果研发成功的话,未来的发电成本预期会非常低,而且这些原料几乎是无限的,发电也不会有污染,非常清洁。专业人士预测,如果能成功,一度电也就六七分钱,发电效率能从现在的五六成直接翻到九成以上。

“去年一个比较大的进展,就是我们实现了一兆安的等离子体电流放电,一兆安放电也标志着我们的装置进入了这个大装置的行列,在国际上也是比较领先的。如果再细分到球形环,那我们是最好的一个参数,在国际上是最好的。”新奥聚变实验首席科学家石跃江博士介绍。

更牛的是,“玄龙-50U”的核心部件全部国产化,成本降了三分之二,安装调试周期从三年缩到了十个月左右。五年前,这种参数只出现在国家顶级实验室的图纸上,这回,咱河北的企业,真把“人造太阳”照进现实了。

(记者 高航) 扫码看视频



“拆”出商业新版图

——访北京海江控股集团有限公司董事长刘海江

□本报记者 郑佳洵

新冀商故事

很难想象,面前这个穿着工装、朴素低调的人,不是一线技术工人,而是手握全国多个石化循环产业项目的创业者。

更让人意外的是,10年前,他还是个守在清华大学教室门口的旁听生,凭着一股求知若渴、不服输的韧劲,闯出了属于自己的新天地。

刘海江,80后,北京海江控股集团有限公司董事长,土生土长的沧州人。26岁那年,他毅然踏入石化设备拆解、危废处置这一小众行业。这份满是锈迹油污、高危辛苦的工作,常被

外人误解为“拆旧设备、收废品”。可在在他看来,石化工业是国之基石,老旧装置拆解、危险固废处置、资源循环再生,是很少有人愿意干却万万不能缺的刚需领域。

刘海江立志将企业打造成全国性石化循环与安全服务企业,这个目标,他整整走了十年。

如今,刘海江在上海、惠州等全国多地布局产业基地。“要么是在各地的指挥中心,要么是在项目现场,要么是在学习的路上。”刘海江的这句话,正是他十年深耕的真实写照。

全国布局的底气,源于他敢于攻坚高危项目、靠技术破局的实力。

别人不敢接的活,他接;别人不愿

啃的“硬骨头”,他啃。百余米高的火炬塔,拆解时稍不留神就可能引发闪爆,作业空间狭窄难以转身,他带着团队,在现场蹲守4个月,24小时轮班值守,靠着精准操作与严谨防控,一点点拆解、一步步推进,最终安全高效完成拆解任务。

他靠技术护安全,潜心研发5G远程机械臂、消防坦克等智能装备,将作业人员从高危环境中“摘”出来。

事业越做越大,刘海江肩上的社会责任也愈发沉重。他没有止步于工程拆解和固废循环,反而依托多年成熟的石化智能装备技术,跨界投身应急救援领域,组建起专业化应急救援队伍。这在石化拆解行业内

并不多见,作为深耕公益救援的民营企业力量,公司每年还专门拿出1000万元资金,投入公益救援与安全保障。

一次,某地化工厂突发爆燃,刘海江带着团队星夜驰援。抵达现场后,公司研发的侦察机器人率先穿越毒烟探路,红外热成像设备精准锁定险情点位,工作人员快速规划出安全救援路线,全程远程操控、科学处置,最终实现救援零伤亡。“那一刻,所有的辛苦都有了意义。”刘海江谈及此事,眼中满是坚定。

锈迹之下,是老旧设备的重生,是绿色发展的担当,更是一位新冀商的赤诚初心。



扫码看视频

楚艳钢:把汽车电磁“玄学”磨成硬核科技

□牛琪 马书广

感恩奋进 双争有我

“我的工作,就是给汽车‘戴口罩’‘穿铠甲’。”面对亲友对自己职业的好奇,长城汽车股份有限公司技术中心整车测试部性能测试科的楚艳钢,总能用这样生动的比喻给出答案。

“戴口罩”,是严格管控车辆的电磁发射,不让汽车成为干扰外界的“移动干扰源”;“穿铠甲”,则是守护车辆在复杂电磁环境中,让上百个电气系统精准稳定运行,不“死机”、不误动作,为用户出行筑牢看不见的安全防线。楚艳钢口中的工作,正是汽车行业里看不见、摸不着,却被不少人称为“玄学”的电磁兼容(EMC)领域。在他看来,这份工作的使命,就是用科学的方法与工具,拨开“玄学”的迷雾,将其转化为可理解、可设计、可验证的科学体系。

这份信念,支撑着楚艳钢在EMC领域深耕16载,从一名门外汉成长为

全国五一劳动奖章获得者,用匠心与坚守,为长城汽车筑起一道坚实的“电磁安全屏障”。

故事的起点,始于2010年。刚结束车间实习的楚艳钢,被领导一句“知道EMC吗?”改变了人生轨迹,让当时对EMC只有三个字母认知的他,毅然踏上了这条从零起步的探索之路。

彼时,长城汽车的EMC领域刚起步,成熟经验几近空白,而楚艳钢心中的执念,却在童年记忆的触动下愈发坚定——小时候家住机场附近,飞机低空掠过会让电视布满雪花,雷雨天气母亲总要催促楚艳钢关掉电视插头,那种被无形力量干扰的烦恼,让他暗下决心:一定要让汽车摆脱这种“看不见的打扰”。

为了这份执念,楚艳钢开启了长达7个月的密集调研。至2017年底,

长城汽车电磁兼容性开发流程体系、整车/零部件EMC技术标准体系及电磁兼容性设计评审体系相继落地。

早期,国内外整车EMC标准主要关注车辆对外发射强度和抗外界干扰能力,但楚艳钢和团队发现,整车内部上百个电子系统之间的相互干扰,同样影响车辆性能,而这一问题,当时尚无现成的评价方法。楚艳钢团队创新性研发出“3E-CAP”系统间EMC测评方法,成功破解了这一长期困扰整车研发的行业痛点。此后,他们又针对复杂建模与非线性物理特性持续优化,基于“最严工况法”完成技术升级,让“3E-CAP”既好用又精准,大幅提升了测试效率与普适性。

他带领团队系统研究电子电器系统的电磁发射特性、电磁波与人体的相互作用机理,耗时10多年构建起长城汽车自主的电磁健康研发标准与测评模型,并将其深度融入每一款新车

型的开发全流程。

作为高级工程师,长城汽车EMC性能开发测试业务负责人,楚艳钢主持组建了公司EMC性能开发测试团队,搭建起完善的研发流程与技术标准体系;作为全国无线电干扰标准化技术委员会D分会委员、业内多领域专家,他参与、主持了10余项国家标准的编制工作;作为技术带头人,他拥有2项授权发明专利,发表4篇技术论文,6次荣获“技术先锋”“技术精英”等称号。

从一名普通测试工程师,到全国五一劳动奖章获得者,16载春秋,楚艳钢的成长之路有从容也有跌宕,但他对工匠精神的理解愈发深刻:“不放过0.1dB的干扰,不辜负每一位用户的信任。”他常说,工程师不能只做标准的执行者,更要做标准的守护者,要有“钻劲”,敢于直面问题,把“玄学”磨成“科学”;要有“韧劲”,敢于为难自己、拷问标准的严谨性;要有“闯劲”,敢于破除旧规,自己立标准、建体系。

(上接第一版)高技术服务业投资增长47.2%。中创新航51GWh动力电池及储能电池系统邯郸基地建设项目和景发新能源(沧州)有限责任公司远景二期绿电直供新能源装备制造项目等项目拉动作用明显。

“科技创新和产业创新深度融合,未来产业加快布局,新质生产力有力支撑投资增长,高技术产业投资增长加快。”林文分析认为。

促进民营经济发展相关政策措施扎实推进,民间投资活力持续释放。全省民间投资增长4.0%,比上年同期加快2.3个百分点,拉动全省投资增长1.8个百分点。受腾讯怀来瑞北云数据中心等项目拉动,信息传输、软件和信息技术服务业投资增长1.2倍。

消费品市场较快增长 以旧换新类商品持续增长

“1—4月,河北深入实施提振消费专项行动,提质增效实施消费品以旧换新,持续释放消费潜力,有力推动消费市场较快增长。”省统计局贸易外经处处长郭敏英表示。

数据显示,1—4月,全省限额以上单位实现消费品零售额1792.2亿元,同比增长10.1%。

以旧换新类商品持续增长。

汽车类商品零售额小幅增长。1—4月,全省汽车类商品零售额同比增长3.4%。其中,新能源汽车销售同比增长9.3%,增速比一季度加快2.2个百分点,拉动比一季度提高0.3个百分点。

数码家电类商品零售额较快增长。计算机及其配套产品零售额同比增长178.9%;家用电器和音像器材类商品零售额同比增长40.5%,其中能效等级为1级和2级的商品、智能家用电器和音像器材类商品零售额分别同比增长114.0%和42.8%;通讯器材类商品零售额同比增长13.8%。上述三类商品拉动限额以上商品零售额增长3.7个百分点,占全省限额以上单位消费品零售额比重为11.5%。