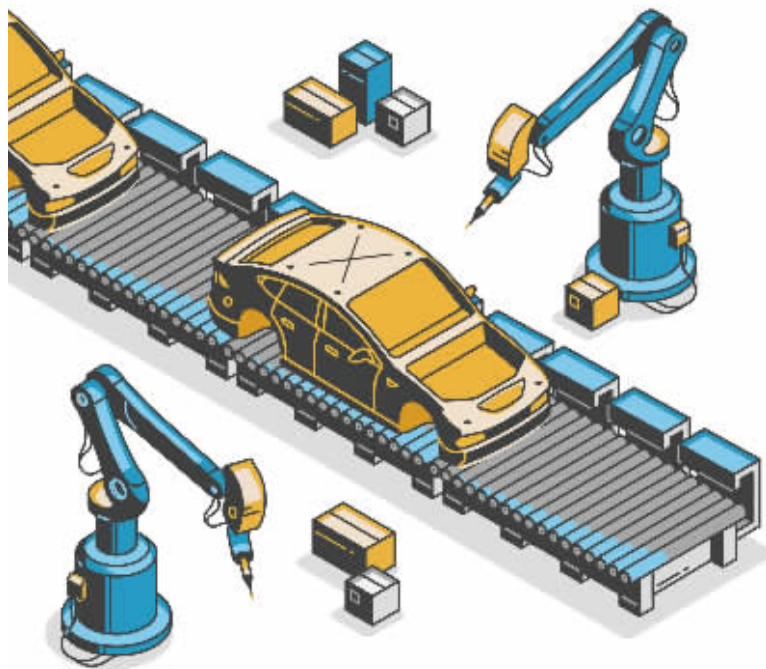
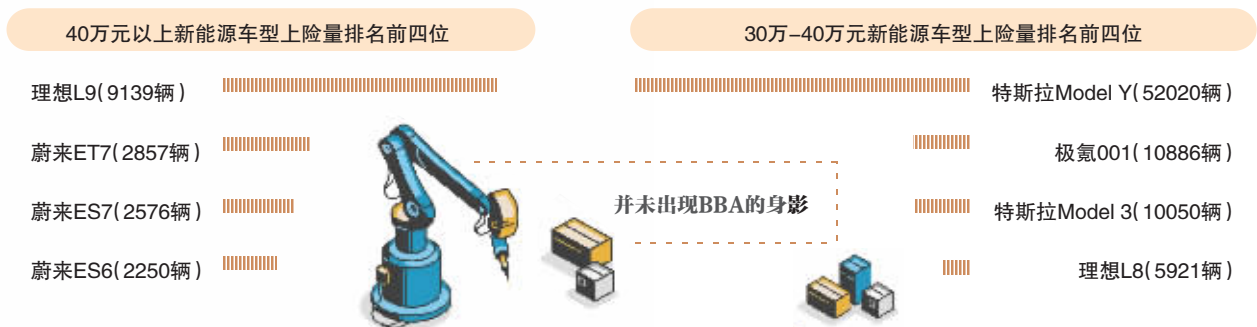


# 品牌or降价 BBA的电动困局



凯迪拉克LYRIQ官降6万元,被认为挑起高端品牌新能源车价格战,但在BBA(奔驰、宝马、奥迪)面前,凯迪拉克只能算小打小闹。北京商报记者走访市场了解到,BBA的电动化车型在终端早已开出高优惠,纯电车型降幅多在10万元以上。其中,宝马iX车型经销商直接开出23万元的现金优惠,奥迪纯电车型则7.7折优惠。国内新能源车市内卷下,作为一线豪华品牌的BBA,正陷入“不降价卷不动”的困局中。

去年11月交强险新车上险销量一览



## 优惠10万起步

今年时间过半,BBA纷纷亮出“年中考”成绩单。其中,今年上半年,宝马在华纯电动车型销量同比增长283%,达到约4.49万辆,iX3和i3两款车型销量均超过2.1万辆。反观,今年上半年蔚来汽车销量为5.46万辆;小鹏汽车销量为4.14万辆。一时间,“BBA新能源车开始反攻?”“豪华品牌反超造车新势力?”等话题被网友热议。

然而,高销量增长背后,BBA在终端市场的价格早已失守。宝马官网显示,旗下在售纯电动车型包括i3、i4、iX3、iX、i7等,但在终端市场其电动车型则有不同程度的优惠。“目前纯电动车型均有现车,iX3与i3数量最多,优惠力度也大。”一位宝马4S店销售人员表示,目前店内iX3与i3的现金优惠均能超10万元,如果通过置换购车还有6000元置换补贴并且赠送充电桩。据了解,宝马i3官方指导价为35.39万-41.39万元,iX3官方指导价为40.5万-44.5万元。上述销售人员称:“算上现金优惠和置换补贴,一辆i3到手价预计为24

万-25万元左右,如果确认订车,价格还有再商量的余地。”

不过,北京商报记者发现,宝马iX3和i3并不是店内优惠最高的车型,进口车型宝马iX终端优惠已超20万元。一位宝马经销商负责人表示,店内的iX车型现金优惠23万元,iX xDrive 40款车型价格优惠后裸车价降至51万元。

不仅宝马,奔驰和奥迪的纯电动车型在终端市场同样优惠不少。一位奔驰4S店销售人员表示,目前EQE轿车优惠能到7万元,EQB车型如果选择分期购车,现金优惠也能到9万元,落地价在27万元左右。

相比奔驰和宝马,奥迪部分车型则直接给出6折优惠。“目前店里奥迪Q4 e-tron车型优惠能给出7.7折,31.71万元的创境版落地价为25.69万元。”一位一汽奥迪4S店销售人员称,如果购买奥迪e-tron车型更加划算,最近优惠已加大至6折,现金优惠超22万元。

## 躲不开的内卷

BBA新能源车型优惠持续处于高位,与

其面对的市场竞争压力不无关系。

在北京商报记者走访的过程中,“市场太卷,不降价卖不动”已成为BBA经销商的口头禅。今年初,随着特斯拉掀起价格战,为保证自身产品的价格优势,比亚迪、小鹏等车企纷纷跟进降价。随后,新能源车市上从送保险到现金优惠,“明降暗降”未曾停止。尽管在官方指导价上BBA未现明显调整,但自主品牌与造车新势力品牌的价格波动无疑挤压着BBA的生存空间,经销商也坐不住了。

一位宝马汽车经销商负责人坦言:“今年市场太卷了,高优惠也是为提升销量,我们给出的是现金优惠,造车新势力等品牌送保险的政策都是一口价。”一位奔驰的经销商告诉北京商报记者:“都挺卷的,对于消费者而言买车比较合适,但对经销商来说卖纯电动车都不挣钱甚至赔钱。”

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为,补贴退出及去年底车市销量提前透支,市场压力在今年便已显现,随着市场竞争激烈程度提升,让纯电动车型售价不低、销量不高的各BBA经销商承受更多压

力,为尽快清理库存回笼资金,降价也成为无奈选择。

“店内奥迪e-tron均为去年6-7月生产的车型,所以优惠能给到6折。”上述一汽奥迪4S店销售人员告诉北京商报记者,现在买e-tron最划算,官方指导价58.58万元的e-tron臻选型优惠后售价不到37万元。

## “放下架子”寻出路?

除今年车市价格压力外,BBA纯电动车型竞争力不足也成为卖不动的原因之一。

在电动化方面,BBA可谓“起大早赶晚集”。2007年,宝马便启动“Project i”项目,开始研发新能源技术;2009年,奥迪发布e-tron纯电动高性能跑车;2010年,奔驰与比亚迪成立腾势品牌。

不过,BBA与合资品牌同样都将转型先期放在“油改电”车型上,这也让其在市场竞争中慢了半步。同时,在新能源汽车市场起步初期,消费者将主要购买力集中在中低端车型,这也让售价过高的BBA车型的存在感不高。

# 北京房产中介拟强制公示收费标准



7月19日,北京市住建委对《北京市房地产经纪机构、住房租赁企业备案管理暂行办法(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)公开征求意见,其中,针对市民反映强烈的收费不规范、未明码标价等问题,《征求意见稿》对信息公示的有关要求作了进一步明确,要求企业在经营场所、网络服务端的醒目位置公示备案证明、服务内容和标准、收费事项和标准等信息。对于收费标准调整,本次并没有涉及。

求意见稿》并没有涉及。

地产分析师严跃进表示,《征求意见稿》是对房地产经纪机构、住房租赁企业备案方面的进一步细化,谁有资格、如何查询等均得到明确,是加强和完善行业管理的纲领性规范文件。相比于“公示”,大家可能更关心收费标准问题,其实这方面住建部等两部委在此前已经发文明确“要合理降低中介费用”。

今年5月,住建部和市场监管总局联合发布《关于规范房地产经纪服务的意见》(以下简称《意见》),对于备受关注的二手房中介费问题,《意见》明确要求,合理确定经纪服务收费。房地产经纪机构要合理降低住房买卖和租赁经纪服务费用,鼓励按照成交价格越高、服务费率越低的原则实行分档定价。引导由交易双方共同承担经纪服务费用。

值得一提的是,《意见》中也提出,房地产经纪机构应当在经营门店、网站、客户端等场所或渠道,公示服务项目、服务内容和收费标准,不得混合标价和捆绑收费。

## 规范和提高备案门槛

《征求意见稿》也规范和提高了中介机构备案的门槛。

根据《征求意见稿》,房地产经纪机构、住

房租赁企业应当自领取营业执照之日起30日内,通过北京市房屋租赁管理服务平台,申请办理备案。

备案条件包括,首先要有规定的经营场所,同时要建立房源查验、身份查验、档案保存、安全保障、从业人员、投诉处理、定期检查等内部管理制度。此外,未被纳入失信被执行人员名单及北京市企业信用信息网经营异常名录和严重违法失信名单,法定代表人、主要业务负责人及分支机构实际负责人未被纳入失信被执行人名单和行业从业人员信用黑名单,才具备备案条件。

如果是中介机构,《征求意见稿》还增设了几个门槛,比如要具备4名(含)以上房地产经纪专业人员,其中至少2名为房地产经纪人员,法定代表人和主要业务负责人(总经理或同等职位人员)应为房地产经纪专业人员;分支机构具备2名(含)以上房地产经纪专业人员,且分支机构实际负责人(店长或同等职位人员)应为房地产经纪专业人员。

为避免遇到“黑中介”,《征求意见稿》也明确了公众查询途径,市、区住房和城乡建设或者房屋主管部门、行业协会通过门户网站、政务新媒体等渠道公示经纪机构、租赁企业的备案信息供公众查询。

北京商报记者 王寅浩

关注

Market focus

## 医美机构们“焦虑”了

日前,北京市卫健委会同市市场监管局联合印发的《北京市医疗美容服务合同(试行)》示范文本再提美容医疗机构“不得制造容貌焦虑”,而在2021年11月,国家市场监管局发布的《医疗美容广告执法指南》中就提到,要打击制造“容貌焦虑”。

通过将容颜与成功等积极评价相关联是此前医美机构获客比较容易的方式。小曾(化名)在咨询医美项目时,对方向其表示“你下巴短,打一针三庭就标准了”。很多消费者都有类似的经历,小杨(化名)此前在接受医美项目时,机构工作人员描述其大小眼,提到做双眼皮项目可以改善。这是让她少有的容貌焦虑时刻。

“美丽具有社交属性,当发现身边朋友变美丽了,部分女性的内心会产生波动,通过制造心理洗脑,让‘容貌焦虑’具有一定的可及性。”北京君都律师事务所高级合伙人、生命科学与健康医疗法律部主任张文波分析认为,制造“容貌焦虑”确实能带来一定的客流量。

这些“容貌焦虑”的话术在美容医疗机构官微也曾有体现。2019年10月,美莱在官微推送《整得好看了不起啊》一文,提到“长得好看的人一直被世界偏爱,无论在哪里都能受到优待”。2018年10月,华韩医疗下属分院成都悦好医学美容医院在“去颈纹抗衰老”的微信推送中,用“颜值已经成为第一生产力”等话术进行了宣传。

不过,北京商报记者发现,这些文章目前均已被删,美莱公众号的第一篇文章始于2022年4月。目前伊美尔公众号的第一篇文章发表于2020年,成都悦

好医学美容医院的第一篇文章发表于2022年。

《医疗美容广告执法指南》中曾明确提到,重点打击违背社会良好风尚,制造“容貌焦虑”,将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联等情形。在国家严管医美行业后,机构们闻风而动。

“明显感受到了监管,不知道接下来是不是还会有政策,每天战战兢兢的。”某医美机构相关人士向北京商报记者透露道。

看懂研究院研究员张雪峰对北京商报记者曾分析,通过“整形可以改变人生”来诱导人们进行医美消费,把容貌不佳与“懒惰”“贫穷”等负面评价因素强行关联,抓住了人们想要“不劳而获”的心理,同时打击医美消费人群的自信心,“软硬兼施”,最终目的是通过容貌分化消费群体,而资本方渔翁得利。

这次换医美机构们“焦虑”了。张文波告诉北京商报记者,随着监管不断趋严,机构在宣传方面需要更正规,无法再像以前那样揽客,新增流量几乎枯竭。在存量模式下,潜在消费者选择趋向于头部品牌的医美机构或者医生属性很强的主打单品医美项目的医生IP团队。“今年大部分医美机构日子不好过,但头部品牌、医生IP模式的机构日子相对好过些。”

医美机构的“苦”日子,从财报可以窥见一二。2022年,华韩医疗净利腰斩,同比下降53.62%至4177.26万元;朗姿股份2022年净利同比下降90.73%至1607.59万元。北京商报记者 姚倩