北京青年报 BEIJING YOUTH DAILY

失控事故频发VS降价引发抢购

特斯拉缘何在质疑声中销量大涨

2021年的第一天，特斯拉送上元旦“大礼包”，宣布正式开售国产Model Y，价格最高降价16.51万元。这份“大礼包”直接引爆销售市场，一度造成特斯拉官网宕机。甚至有消息称，在特斯拉发布降价公布后的10小时内，Model Y订单已超10万辆。

对此特斯拉销售人员告诉《北京青年报》：“10小时订单超10万的数据应该是被夸大了，不过Model Y降价后预订和试驾确实很火爆。尤其是元旦小长假期间客流量达到顶峰，顾客就连上车体验都要排队，甚至有消费者直接在线上‘盲订’抢购。”

然而，令人不解的是，一边是特斯拉的火爆销量，另一边特斯拉却屡屡被曝车辆“失控”。

Model S“失控”闯入居民楼，Model X“失控”撞墙，Model 3“失控”闯入商场洗手间，关于特斯拉“失控”的新闻层出不穷，据媒体公开报道，2020年特斯拉在中国共发生11起“失控”事故，轻则车辆损伤，重则致人死亡。特斯拉火爆的市场表现，让人很难将其与频繁的“失控”事件相关联。

1月4日，一辆特斯拉Model 3在山东临沂泰盛广场发生事故，疑“失控”闯进卫生间

价格一降再降：Model Y提车等5个月

虽然，国内近年来在政策的积极引导下新能源市场迅速崛起，传统车企向电动化转身，多家造车新势力应运而生，但即便如此，特斯拉的市场地位仍难以撼动。

如威马汽车创始人、董事长兼CEO沈晖所说：“目前市场上主要的几家中国电动车品牌一个月加起来的销量才能和特斯拉抗衡，毕竟特斯拉是一家拥有18年历史的企业，而中国电动车初创企业普遍只有5年左右的市场经验。”

数据显示，2020年的1–11月，中国乘用车总销量为1750万辆，其中新能源汽车销量约为96.3万辆，占比大约6%。2020年1–11月，特斯拉仅一款累计销量为111645辆，在中国新能源汽车市场上获得了12%的市场份额，位列国内纯电动汽车销量榜首。

特斯拉市场火爆的背后，是其国产化成本得以控制后，通过降价打开了消费者的“味蕾”。

自特斯拉成功国产化后，Model 3曾五次降价，从曾经51.6万元的进口价格，降至24.99万元。在2020年，特斯拉Model 3不仅在高端电动汽车月度销量排行榜上名列前茅，甚至在豪华汽车销量榜单中呈现赶超BBA（奔驰、宝马、奥迪）之势。

如今，特斯拉中国正式发售国产中型SUV Model Y长续航版和Performance高性能版两款车型，官方指导价分别为33.99万元和36.99万元。值得注意的是，国产Model Y的降价幅度超过Model3，与之前官网上预售的进口车型相比，一次性下调了14.81万元—16.51万元。

降价带来的影响直接体现在终端市场。特斯拉销售人员告诉《北青报》：“现在Model Y销量火爆，元旦期间下单的用户在3月份能提到车。而如果现在下单，预计需要等到5月份以后才能提车。”

值得一提的是，和以往不同，此前Model 3每次降价后特斯拉都会表明态度称国产化率目标已经基本实现，未来继续降价的可能性不大。分析认为Model Y未来的降价空间更大。据特斯拉规划，后续Model Y还将推出单电机后驱入门版，市场预计价格有望低于30万元。

对此，特斯拉销售人员表示：“其实，包括燃油车在内降价是大势所趋。所以，特斯拉也不排除后续继续降价的可能，但是价格与配置相辅相成，如果价格下调就意味着产品配置也会做相应的调整，在特斯拉国产化后，零部件及电池的成本都在下降。”

通过一降再降的价格策略，收获了一批又一批用户，特斯拉也被业界称作“价格屠夫”。

分析指出，特斯拉降价的底气，是国产化进程逐步推进带来的毛利率提升。2020年三季度特斯拉的毛利率为23.5%，而同期蔚来、理想、小鹏的毛利率分别为12.9%、19.8%、4.6%。

另外，有观点认为特斯拉在国内的价格策略与其签订的对赌协议有关。公开资料显示，特斯拉曾与上海市政府签订对赌协议：上海超级工厂从2023年底起，每年须纳税22.3亿元，如果不能达成这一条件，则必须归还相应土地。同时，特斯拉未来5年还必须在上海工厂投入人民币140.8亿元的资本支出。

分析认为，特斯拉借助品牌及价格双重优势来增加销量，可进一步完成与政府的对赌协议及提高市场占有率。同时，特斯拉作为自动驾驶的领先企业，车辆的销量决定了案例和数据库的容量，也决定了自动驾驶程序的先进性，所以特斯拉会选择调价增加销量的措施。

事故一升再升：“失控”系驾驶员操作失误？

随着特斯拉销量增长，关于特斯拉发生交通事故的报道也相应增加。特斯拉车主遇到的“突然失控”、“自动加速”国内并非个案也并不鲜见。针对此类问题，特斯拉也于日前做出回应。

2019年12月，有请愿者以特斯拉“意外加速”为由向美国国家公路交通安全管理局（简称：NHTSA）递交了一份请愿书，要求NHTSA以特斯拉存在突然意外加速为由，召回自2013年至今生产的所有特斯拉Model S、Model X、Model 3，涉及车辆总数高达66.2万辆。

据了解，在请愿者提交的文件中，共向NHTSA列举了共232项非重复投诉，其中有203起发生了车祸。

2020年1月13日，NHTSA缺陷调查办公室在接到请愿后，对请愿书进行了分析和相关的评估，以决定是否展开正式的调查。

2021年1月9日，NHTSA公布了缺陷调查办公室（ODI）对特斯拉进行有关“突然意外加速”的调查概要：在审查了可用数据之后，缺陷调查办公室因未获取到特斯拉“突然意外加速”的足够证据，驳回了一份对66.2万辆特斯拉汽车进行正式调查的请愿书。

调查结果显示：在请愿者所引用的每一个案例中，证据表明，意外加速事故均是由于踏板使用不当造成的，并没有证据表明加速踏板总成、电机控制系统或刹车系统存在任何可能造成上述事故的故障，也没有证据表明车辆设计因素会增加踏板误踩的可能性。

1月9日，特斯拉对外事务副总裁陶琳也发布微博称，246个特斯拉失控加速案例全部都是驾驶员踩错踏板造成的。

近日，一辆“失控”的特斯拉突然冲进位于山东临沂泰盛广场的一处厕所，并将洗手台撞坏。涉事司机强调是车辆“失控”造成了此次事故，并表示当时车辆无法踩动刹车。

对此特斯拉官方回应称：经过对数据和现场的分析，该车辆在行驶中驾驶员突然大幅度转向同时踩下了制动踏板，再加上事发路面存在积水，车辆急转弯时车速过快且路面湿滑最终造成了事故。

关于消费者可能对事故造成的顾虑，特斯拉销售人员强调：“特斯拉配备类似‘黑匣子’的行车记录器，事故发生后可以调取传感器数据。”

针对特斯拉官方的回应以及NHTSA的调查结果，有观点质疑：如果特斯拉那么多起车辆“失控”都是由于踩踏刹车踏板不当所引起，那么为何车主容易踩错踏板，这其中特斯拉是否本身就存在设计不合理的因素？未来特斯拉在产品制造过程中是否应当进行改进？

另外，业内分析人士认为，特斯拉之所以经常曝出失控新闻，可能和电动车的加速快和智能化也有关系。好比此前屡次发生的电动车“自燃”事件，部分汽车生产企业为了追求电池密度，缩减产品安全测试周期，最终让车辆安全埋下隐患。

消费者坦言：特斯拉是买得起的“高档车”

针对特斯拉出现的产品“事故”，特斯拉Model 3车主王先生告诉《北青报》：“电动车事故本来也不新鲜，我觉得这可能是因为新能源汽车技术发展还不够成熟，但这恰恰是我最终决定购买特斯拉的原因。”

“这是一个被动的选择”，王先生解释说：“纯电动车充电麻烦，冬天不能长时间开空调，甚至还有车辆自燃，这些我都清楚。但因为连续几年都没能摇号拿到燃油车指标，所以只能购买电动车。而在有限的选择条件下，相比年轻的造车新势力，以及许多传统车企油改电的模式，个人认为特斯拉的技术要更成熟一些，毕竟特斯拉已经成立了18年。”

从市场层面来看，由于传统燃油车限购确实给特斯拉创造了有利条件。相关资料显示：目前，新能源乘用车主要在限购特大城市需求较强，2020年纯电动乘用车在特大城市，占到总销量42%。

值得一提的是，除了被动选择电动车的族群，还有一部分消费者被特斯拉的品牌力所吸引。

特斯拉Model 3车主刘先生表示：“第一次接触特斯拉是在2017年，当时开过公司的Model S，接触了一段时间发现，特斯拉在软件智能，自动化驾驶程度，动力性能方面确实不错。但当时Model S价格太高，所以一直等到前年Model 3国产才出手。”

“我觉得特斯拉最成功的地方在于它在一定程度上影响了不少人对豪华车的看法。在我看来相比传统豪华车的厚重感与品质感。特斯拉的未来感可能更令年轻人喜欢”，谈到用车感受时刘先生表示：“和Model S一样，最大的问题是冬天续航缩水，不过好在公司有充电桩，所以续航问题能克服。”

美国汽车金融公司Capital One曾做过研究，发现人们对“豪华”的感知已经发生了变化，“科技”现在成了关键词，而不是“皮革”或“配置”，而这正是特斯拉产品的优势。比如Model 3几乎都配备了自动驾驶软件，允许车辆自动变道，甚至在车库或车位中响应召唤并驶出，随着软件的升级，还将拥有越来越多的科技功能，这对于同级的传统豪华品牌来说是难以实现的。

分析认为，目前在中国市场，国产化的特斯拉Model 3、Model Y已经进入了一个非常有竞争力的价格区间。其中，Model 3在免除购置税并算上新能源车补贴以后售价不到30万。这一价格能够笼络一大批有经济基础的中国中产阶层消费者。

鲶鱼效应：传统豪华品牌承压

马斯克反复提及的一个概念：“特斯拉要造所有人都买得起的电动汽车。”

也就是说，未来伴随特斯拉的成本控制，其产品降价已是大势所趋。对消费者来说这或许是个好消息，但如果特斯拉通过规模的提升、价格的下降实现了良性的循环，那对国内的汽车业来说却是实实在在的压力。

在近期Model Y大幅下调售价后，业界对国内几家新势力企业表示担忧。

小鹏汽车CEO何小鹏在其朋友圈表示：这一次友商在元旦的降价我们挺有信心，连内部电话会都没有开，数据也完全证明，降价已经证明仅仅是营销的方式而已，而且还肯定是双刃剑。

蔚来汽车李斌表示：“有的车企是按成本来定价，因此价格会越来越低。但是，蔚来从一开始就考虑了未来的很多因素，我们不会让先买蔚来的车主吃亏。这也是蔚来前两年毛利率亏损比较高的原因。”

由此看来，两家造车新势力创始人对Model Y降价的反应平淡。

不过不知是巧合还是回应，在Model Y降价当天，小鹏汽车在其官方微信宣布与大疆孵化的Livox览沃科技达成合作，并将在今年的量产车型上使用Livox为其定制的车规级激光雷达；1月3日，蔚来汽车正式推出官方二手车NIO Certified，宣布通过自营方式运营官方二手车，为二手车用户提供高质量服务。

在全国乘用车联合会秘书长崔东树看来：特斯拉此次降价，对造车新势力的影响并不是特别大，这是因为造车新势力的产品，相对于特斯拉来说，有更多鲜明的自身的标签，有更多的特色。

未来，受特斯拉波及更大的恐怕是老牌豪华车企乃至传统燃油豪华车型。

中信证券指出，国产特斯拉Model Y降幅超市场预期。其价格已明显低于BBA同级别燃油车，预计2021年中国销量有望超18万辆，中长期稳态销量有望超40万辆。中国电动化供应链制造能力领先、成本优势明显，特斯拉国产化后加速本土零部件采购，Model Y国产化后将推动产销量增长。

国产Model Y与同级别车型比较

项目	Model Y	宝马X3	奔驰GLC	奥迪Q5L
尺寸（长×宽×高mm）	4750×1921×1624	4717×1891×1689	4764×1898×1642	4753×1893×1659
轴距（mm）	2890	2864	2973	2908
油耗/电耗	13.9kwh/100km	7.9L/100km	8.1L/100km	7.5L/100km
储物空间（L）	/	/	/	/
0-100km/h加速时间（S）	5.1	8.9	8.4	8.6
最高时速（km/h）	217	210	213	210
续航里程（km）	594	/	/	/
厂商指导价（万）	33.99-36.99	38.98-47.98	39.78-58.78	38.78-49.8

崔东树认为，此次降价之后，特斯拉Model Y与奥迪Q5L、奔驰GLC、宝马X3的竞争价格关系应该会发生明显的逆转。特斯拉Model Y的价格相对具有一定的优势，会获得更多的豪华车消费群体的购买热情。“尤其是在特大城市，由于牌照的优势，Model Y会有更好的表现。”

而且，中国市场很有可能成为特斯拉的主战场。Wedbush证券分析师丹·艾维斯（Dan Ives）在一份研究报告中表示，与在美国和欧洲销售的车辆相比，特斯拉在中国销售的Model 3有着更高的利润率，2022年初时，来自中国的销量可能会占到该公司全球总销量的40%以上，而当前这一比例大约为20%。

艾维斯还表示：“2021年和2022年中，中国可能会出现令人惊讶的需求，而特斯拉上海超级工厂将成为其主要的竞争优势。”

另外，特斯拉在资本层面的表现同样值得关注。

根据特斯拉公布的2020年三季度财报，公司第三季度实现收入87.71亿美元，同比增长39%；其中汽车业务收入76.11亿美元，同比增长42%；公司实现净利润3.69亿美元，同比增长146%；归属普通股东净利润为3.31亿美元，连续第五个季度取得盈利，并创历史新高。

同时，2020年年末，特斯拉股价已站上700美元，全年累计涨幅743%，市值达6756亿美元。

分析认为，连续向好正向的经营状况说明特斯拉已经完成了由“烧钱”到“赚钱”的转变，而其在资本市场的强势表现也将使得其未来融资渠道更加多元化，为其技术研发创造资本储备。

回顾特斯拉的发展历程，早期的特斯拉通过高举高打的方式，凭借Model S、Model X两款百万级车型树立起自身豪华高档新能源车的身份。不难看到，包括BBA乃至保时捷在内的豪华品牌，每每发布新车都会被大众将其与特斯拉做横向比较，可见特斯拉对消费市场的影响力。

接下来，在积累了相当的品牌认知度后，特斯拉又借助更贴近大众市场的Model 3、Model Y两款产品，以连续降价的方式降维打击市场，让消费者产生二三十万就能购买百万级豪华品牌的感知。

从市场营销的层面来看，特斯拉是成功的。不过，接二连三的“失控”事故也应当引起特斯拉的重视，无论是产品质量问题还是设计缺陷存在的隐患，都应当正视并解决。否则，今天越来越多的销量，就可能变为明天汹涌的讨伐声浪。况且，BBA也在加速自身纯电汽车国产化的步伐。

至于特斯拉频频降价的做法，短期来看会带给国产电动车企竞争压力。但长期看来，中国作为全球新能源汽车的重要市场，特斯拉频繁降价等一系列动作也能起到良好的宣传作用，从而带动电动汽车潜在客户群体逐步扩大，将对市场上大部分电动汽车产品和企业产生积极影响。

文/张宇豪

下载北京头条App
让现在告诉未来

编辑/李东颖 张宇豪 美编/黎倩 责校/项战