视觉中国 图

在新能源汽车的领域里，传统豪华品牌正在放下身段。

11月16日起，老牌豪华车企梅赛德斯-奔驰正式对旗下部分EQ车型（即新能源车型）的厂商建议零售价进行下调，降价幅度从5.07万元至22.97万元不等。

具体来看，奔驰EQE的4款车型售价分别下调5万至5.07万元，调整后价格区间为47.8万至53.43万元；EQS的4款车型售价分别下调20.46万至23.76万元，调整后价格区间为84.5万至131.4万元；AMG EQS 53的2款车型均降价19.86万元，调整后售价为148.6万和154.7万元。

对于此次下调价格的原因，奔驰官方表示，“我们不断洞察市场趋势、收集市场反馈、聆听客户需求，在发展中不断汲取宝贵经验，以灵活调整市场运营策略来匹配不断变化的市场需求。”

有意思的是，针对老车主，奔驰也给了一定弥补，在11月16日之前购买这两款车型的用户，奔驰官方可以根据购车发票价与现价之间的差价，给消费者提供专属的补贴方案。

这一补偿方案也被不少人解读为“买贵退差价”，不过澎湃新闻记者向一位奔驰售后人员了解到，目前并没有收到相应的方案或通知，不确定具体补偿形式。

业内普遍认为，奔驰此番大幅降价，为的就是拉动销量，尽管有不少观点认为，降价后的奔驰EQ系列依然存在不小的价格调整空间。

豪华光环难掩销量窘境

据梅赛德斯-奔驰发布的最新财报，今年第三季度，奔驰全球汽车销量为52万辆，同比增长20%。其中，新能源汽车总体销量为7.59万辆，同比增长23%，占总销量的近15%。

而中国市场仍是奔驰最重要的市场之一。第三季度，奔驰在中国的销量为20.68万辆，远超欧洲的15.27万辆和北美的8.32万辆。

在中国这样一个新能源汽车大国，电动化显然是奔驰绕不开的话题。然而无论是从新能源车型增速，还是从新能源车销量占比来看，奔驰都已经落后于中国市场上的许多竞争对手。

2022年10月26日，湖北恩施，宣恩县一处电动汽车充电桩，电动汽车在充电。视觉中国 图

与传统燃油车时代豪华品牌稳定的市场地位不同，在新能源转型浪潮之下，新能源赛道上的豪华品牌正在进行深度洗牌。特斯拉、蔚来、理想等车企所受到的关注已经远高于传统豪华品牌。

美团创始人王兴就曾公开表示，过去三十年中国高端车市场的领导者一直是德系的奔驰、宝马和奥迪，接下来两三年要看理想、蔚来、华为。

值得注意的是，在高端新能源赛道中失意的不只是奔驰，BBA三巨头中的另外两家——宝马、奥迪也都在新能源领域挣扎着。

早在去年1月，宝马就对纯电动车型iX3进行降价，并对此前购买该车型的车主提供了一定的补偿。降价之后，iX3销量有了起色，但月销量仍在一千辆左右，与造车新势力的不少车型都有着颇大差距。

奥迪旗下新能源车型e-tron系列在市场上几乎成为“小透明”，在国产之后降价一度达到十几万元，仍无人问津。销售人员透露，目前e-tron车型在销售终端折扣力度颇大，部分车型售价为指导价的八折左右。

新能源车市场面临挑战

其实早在奔驰之前，已有多家新能源车企下调售价。10月下旬，特斯拉全系国产车型降价1.4万-3.7万元不等，此后再度追加高达8000元的“限时保险补贴方案”，之后多家车企选择跟进。

特斯拉降价的第二天，华为与赛力斯合作的AITO问界汽车旗下M5及M7车型均开始降价促销，付尾款时可直接减免8000元。

此外，小鹏汽车也针对老款车型进行购车权益结构调整，有部分车型售价出现小幅度下降；福特电马直接官宣下调Mustang Mach-E全系车型售价，降幅2万-2.8万元。

在车企纷纷促销、降价的背后，其实中国车市都经历了不小的挑战，“金九银十”并未如期而至。

据乘联会11月8日消息，2022年10月乘用车市场零售达到184万辆，同比增长7.3%，环比下降4.3%，这也是自2013年以来首次出现“金九银十”环比下降的特征。其中，新能源乘用车零售销量为55.6万辆，同比增长75.2%，环比降幅为9%。

零跑汽车相关负责人在近日的财报电话会议上透露，包括零跑在内的众多新能源车企，都正在经历订单量下滑的挑战。

乘联会秘书长崔东树日前表示，新能源车，尤其是新势力品牌的商超店，正面临着商场客流下降的挑战，在销量方面大幅承压。他表示，这些品牌需要及时采取集客和促销措施，会推出小型优惠活动，但不会出现大范围的降价行为。

此外，乘联会方面还呼吁，中国车市仍需要政策给予持续的促消费支持，以应对世界经济波动带来的不确定性。