

微电轿占据“C位”的背后：热销不只是因为便宜

国内新能源车市场在2020年经历了太多突变与转折，在新年到来之际，新能源车企业也陆续公布了在2020年的成绩单。

其中，最瞩目的莫过于有“韭菜工厂”之称的特斯拉，以近五十万辆的销量遥遥领先；国内部分造车企业销量虽不及特斯拉亮眼，但相较往年也极为出色：蔚来、小鹏的销量较2019年增长超过一倍，广汽埃安也在2020年度拿下6万辆销量。

值得注意的是，传统车企中的上汽通用五菱，以17万辆的销售量杀出重围，登上了2020年国内新能源汽车销售的榜首。

五菱之所以成功，旗下有着“中国K-Car”、“全民代步车”之称的宏光EV mini功不可没。它在正式上市之后，曾一度将销量榜首位的Model 3按在地上摩擦了几个月，绝大部分消费者购买它的因也相当简单——足够便宜。

低价微电轿正成为部分造车企业支撑销量、打开C端市场的中流砥柱，更是车企年度KPI的保障，这股势头是否会成为2021年的新能源车市场主流？

“原本还以为，今年店里的（销量）业绩要完不成了。”

受疫情影响，国内大部分汽车4S店、二级汽贸店于2020年2月底、3月初开始陆续恢复营业。张铭所在的新能源4S店更是在3月中才开出了第一单。

根据乘联会统计的数据显示：2020年前五个月，狭义乘用车累计销量为24万辆，同比下滑44.9%。各车企、4S店、汽贸店一片哀鸿，而遭遇补贴退坡的新能源汽车更是雪上加霜。

张铭告诉懂懂笔记，他所在的新能源4S店位于深圳龙岗，是该品牌在深圳最大的店。尽管品牌官方在2020年春节后采取了大力度降价措施，但截至2020年6月底，销量也仅完成了既定目标的不到十分之一。

“没想到从10月份开始，销量开始飙升，顾客报复性购车消费，让我们也看到了希望。”张铭发现，相比往年的第四季度，店内售出的车型几乎都是促销力度大、车价便宜的A0级，新能源A级车、纯电SUV几乎无人问津。

按理说，纯电动A0级微车价格便宜，销量可观本无可厚非，可往年畅销的A级、纯电SUV今年却不香了。大量顾客上门首选

便是A0级微电轿，“前两天做年终总结时我们看了一下，全年销售的A0级车占了全部销量的85%左右。”

而在深圳信义汽车城的另一家品牌新能源4S店，懂懂笔记同样看到门店将品牌旗下唯一一款A0级纯电微车摆在了入门位置，可谓占足了C位。一位李姓销售经理称，今年店里之所以能完成全年的销量目标、顺利拿到奖励，全是靠这款“大功臣”。

“这台小车2020年卖了将近400辆，销量集中在第四季度，平均每月出30余辆。”李经理回忆，这款车于2018年底上市，之前的官方指导价一直是7万元，算上优惠落地也要7.3万元左右。

但2020年改款后终端开始推优惠价，落地只要6万元左右。看到微电轿的销量可观，4S店更是发动了所有的销售人员，在下半年集中精力销售该款车型。对于品牌方要求4S店要搭售、消化其它紧凑级新车、纯电SUV，销售基本上都是置之不理。

“只要顺利达成销量目标，4S店拿到厂家返利、销售拿到公司奖励，其它的都再说了。”李经理告诉懂懂笔记，车城内的好多家新能源4S店，在2020年度走量“撑考核”的车型，几乎都是价格低、实用的纯电A0级微电轿。

从乘联会发布的2020年11月销量数据中可以看到，纯电动汽车的销量排行榜中，奇瑞小蚂蚁、欧拉黑猫（即原R1）的销量分别同比增长246.91%与372.91%，前11月累计销量，均突破了三万辆大关。

那么，是什么原因让新能源纯电动A0级微车成为销量的担当呢？

没必要考虑“保值率”

“咱先不说燃油还是纯电，A0级微电轿的驾驶感，其实真心不舒服。”

作为一名新能源汽车资深销售员，张铭很了解纯电A0级微车的优缺点。他告诉懂懂笔记，目前市面上的纯电动微车，车身长度都在4米，宽度在1米7以内，尺寸并不算太大，空间都不属舒适。

常规的纯电A0级微车，一般只能搭载4名乘员，后备箱空间更是小到忽略不计，加上A0级微车的轴距通常在2米5左右，日常路面驾驶会出现较为明显的前后起伏，驾乘感受上不可能愉快。

“而且与三缸汽车的抖动一样，微车轴距短造成舒适性差是物理无法克服的局限。”相比其它级别新能源汽车而言，纯电A0级微车的最大的优点是价格便宜，十分亲民，“最便宜的纯电紧凑车也要十万，但现在A0纯电通常只要四、五万元。”

加上如今购买新能源汽车的消费者都有较为理性的消费观，知道纯电动汽车在落地之后都会面临保值率低的问题。

张铭以所在4S店销售的纯电动车型为例：一款A0级微车一年保值率为75%，三年为36%；而紧凑级车型第一年为75%，第三年49%。差别在于，纯电A0级微车的落地价仅为6万元，紧凑级落地价将近11万。

“同样开了一年，微车车主只损失了一万五，紧凑级车主损失了将近三万块钱，很多消费者自己就能把账算明白。”他告诉懂懂笔记，尽管紧凑级别新能源汽车三年保值率普遍比A0级微车要高，但同样用了三年，微车车主的损失却比紧凑级车少将近两万元左右。

如果车主在经济能力一般的情况下追求一步到位，购买了一款售价几十万元的纯电动SUV，使用三年后折旧损失更大。

即便是纯电动汽车里保值率比较高的特斯拉Model 3，三年保值率也仅有59%，“车主开上三年，折旧损失会高达将近十万元，当然不在乎的高收入人士另说。”

“对于普通家用车主而言，不能不考虑纯电动汽车保值率低的问题。”张铭强调，正因为家用车主普遍在乎汽车保值率的问题，因此即便在购买传统汽车时，也会选择购买保值率高的日系品牌，更何况是新能源车。

在当下新能源尤其是纯电动汽车三年保值率普遍偏低的情况下，越来越多的车主会考虑买实用、便宜的A0级纯电动微车，以避免折旧率居高不下所造成的损失，“去年（2020年）我和好几位买纯电微车的顾客聊过，都是类似的消费心理。”

那么，为了避免保值率低造成“肉疼”的情况，众多车主选择购买一款空间小、驾乘体验并不舒适的纯电动微车，只是为了满足基本代步需求吗？

基本通勤是不是刚需？

“首先，你要了解顾客买（纯电）微车的真实需求是什么？”

当聊及廉价新能源微车能否满足车主用户的出行需求时，李经理笑着说道：对于

一线城市、限行城市有刚需出行诉求的消费者而言，如何花最少的预算得到绿牌，满足限行条件才是当务之急。

“至于驾乘感是否舒适，空间是否宽敞，已经不是这部分消费者首要考虑的问题了”，在他看来，价格低廉、优惠力度大、通过性好的微型电动汽车，恰好满足刚需通勤车主“朴素”的需求。这也是在2020年，许多理性车主选购微电轿的主要原因。

“我有好几位顾客，在（惠州）大亚湾、（东莞）凤岗置业，但在深圳市区上班。”李经理表示，没有私家车，对于“双城生活”的上班族而言可谓相当不便，“别说双城族了，深圳市内有很多上班族每天通勤时间，也要一个多小时以上。”

因此，有通勤刚需的上班族，最“朴素”的想法便是拥有一台“粤B”牌照的汽车，但牌照竞拍已经四、五万元，摇号更是遥遥无期。因此，几万元的A0级微车便是最佳选择——满足限行要求，缩短通勤时间，避免疫情下挤公车、坐地铁产生的风险。

“最基本的诉求就是，车子能上牌、不限号，有四个轱辘、上下班能跑就足矣。”

除此之外还能够遮风挡雨，路上能听听音乐、广播，绝对是最超值的通勤工具，“至于空间，他们根本不考虑，要么是年轻人首台车，要么是上班族家里的第二台车。”

对于众多年轻用户、上班族而言，廉价的微电轿有如小城市里的电动自行车般方便，而且花费有限的资金即可买到，满足限行、遮风挡雨，即便保值率低开着也并不心疼。李经理指出，这或许是纯电动微车销量暴涨的根本原因，而且这股势头会持续很长一段时间。

由此可见，在新能源汽车保值率偏低的现状下，价格是左右普通消费者选择“代步车”的关键点。即便是誉为“韭菜工厂”的特斯拉，旗下车型经历了多次大幅跳水的降价之后，仍有大量消费者在“骂声”中蜂拥至线下门店，抢购新上市的Model Y。

在纯电动车续航、技术短期内难以出现巨大变数的当下，推出一款满足消费者最低预算的“全民代步车”，将会不断渗透至私家车消费领域，抢占下沉市场，拓展刚需用户的规模，尤其是在限行大势的影响下。毕竟，不在乎纯电动汽车保值率的“土豪”仍是少数，对吧？

中国单月出口额创历史纪录！背后有一张5美元发全球的快递网络

这是一场伟大的反转。

2020年11月，中国外贸出口总额1.8万亿，增长14.9%，单月出口金额创下有记录以来的新高，单月增速也是近20个月以来最高。

最早遭受新冠疫情影响的中国，最先走出阴霾并向全球输出产品和服务。从整个2020年三四季度的外贸出口数据表现，就能看出，中国正在努力引领世界对抗疫情带来的经济衰退。

外贸出口不断刷新纪录的数据背后，是中国全球物流网络基建的更上层楼——同一个跨境包裹，美国联邦快递收费100美元，中国快递却能做到5美元发全球。一百年前晋商“货通天下”的畅想，如今已是“货通全球”。

在中国双循环战略下，由中通、圆通、申通、韵达、百世、4PX等民营快递担当主力的跨境物流网络，犹如“第二条高铁网络”，将经济动能源源不断的交互输送的世界的每一个角落，帮助中国跨境贸易动起来。

空桑古城的线上奇迹：七成菏泽制造卖全球

万里之外的欧洲与美洲，恐怕几乎没有几个人知道在中国有一个叫菏泽的城市，但他们的餐桌上很可能有来自菏泽的农副产品，家里用着菏泽制造的小商品。

虽然四千年前被称为空桑的菏泽之地孕育了中华第一个见诸史书的始祖母华胥，但在如今的山东，菏泽并不属于经济发展水平高的城市。不过，眼下的菏泽正在通过连通世界的网络，快速提升其城市经济的活力。

2020年1-11月份，菏泽市跨境电商实现交易额7.9亿美元，同比增长14.7%，逐渐成为菏泽市出口的主要推动力。截至目前，菏泽市有340余家企业通过阿里巴巴等平台出口，较去年新增40家。

菏泽市以淘宝村为原点，爆发出数字经

济的强大增长力。至今，菏泽拥有18万家电商企业、57万从业人员、51个电商园区，GDP冲进全国百强。

中国单月出口额创历史纪录！背后有一张5美元发全球的快递网络

现在，菏泽已经从货通全国升级到货通全球。对于很多从事外贸的海外商人而言，现在山东菏泽就如同义乌一样，是一座商品贸易的宝藏城市，而且都不用造访这座城市，通过线上就可以源源不断的交付订单。

要知道，“菏泽制造”的七成由跨境电商卖到全球，而跨境电商背后，是一张国内外快递物流公司与菜鸟携手搭建的跨境包裹网络。这张网络的国内部分，由中通、圆通、申通、韵达、百世、4PX等快递公司负责揽收和头程运输；国外部分，100多家物流伙伴，通过数智技术，把不同国家的物流环节连接在一起，配送范围可至全球224个国家和地区。

200多个跨境仓库、300多条跨境专线、每月近200架次包机，把中国到重点国家的物流时效从70天提升到10天以内，这就让菏泽以及全国其他地区的商品，可以在不断缩短的时间内，被派送到海外的任何一个用户家庭。

这就是菏泽成为“线上义乌”的奥秘所在。类似菏泽这样的地方，全国还有很多，在义乌之外，揭阳、临沂、廊坊、保定等新兴电商城市正在快速兴起。中国完备的产业带生产能力正在全球发力，不仅做内销，也做出口，填补全球产能的空缺。

被物流撑起来的出口生意：5美元送全球

与国内淘宝9块9包邮一样，物流成本是决定跨境电商商家生死存亡的关键因素。因此，能否帮助商家把成本降下去，速度提起来，决定着跨境物流的生死。

美国《时代》周刊报道，目前，0.5公斤的包裹从上海送抵伦敦一般需要5天，价格需

要100美元。但菜鸟能够用5美元的价格送达，未来甚至希望把价格降到3美元。

与一般人印象中只有高价值商品才能搭乘包机不同的是，这张网络通过智能合单技术，让很多5块钱、10块钱包邮的质优价廉商品如手机壳、牙膏挤压器、马桶盖等，也搭乘了包机，为中小商家提供了全新的出口物流方案，将跨境物流的价格降到极致。

基于智能技术，同一个消费者在同一个周期内的不同订单经过整合，可以组成一个大包裹发出，并由平邮线路升级到航空直达线路。送达时间可以缩短一半，商家的包邮成本不会有任何增加，且避免了以往因为没有物流详情而带来的赔付纠纷。

这也让海外消费者减少了等待时间，并且免去多次收取包裹的麻烦。一名俄罗斯网红发现自己购买的5个订单被合成了一个包裹，他在社交媒体发布视频称，“中国人发明的合并包裹太神奇了”。

俄罗斯“剁手党”的魔怔劲儿一点不比李佳琦的拥趸差。

出口商人陈鹏很乐意战斗民族也开始热衷买买买，尤其是买中国的商品。由于俄罗斯轻工业发展不足，大量生活用品需要依赖进口，同时，这个国家的消费者也普及了网购习惯，已有90%的消费者日常在线购物。

在俄罗斯“剁手族”所偏爱的商品中，小玩具、小件工艺品等品类较为热销。因此，陈鹏在俄罗斯近年来“专攻”机壳生意，通过阿里“速卖通”，一年卖出数万个手机壳。

然而，随着平邮持续涨价，一个手机壳送到俄罗斯仅物流成本就要10块钱，都赶超手机壳的成本了，邮费一个月都能亏到十来万，这怎么能接受？

这张跨境包裹网络紧急搭建的全新跨境电商线路“超级经济专线”，将发货俄罗斯的物流价格降到4元，让陈鹏10块钱的生意起死回生。

海外仓与包机航线：中国跨境包裹量已成全球前列

12月21日，国家邮政局中国快递大数据平台实时监测，一件从湖北黄冈寄往湖南长沙的快递包裹成为了2020年第800亿件快件，创造了中国快递史上的新纪录。

要知道，前面几个月，我们可是摁下过经济运转的“暂停键”的。但800亿还不是中国快递的全部。

在全球化上，中国快递物流行业的运力保持高速增长，来自国际物流行业数据显示，仅菜鸟跨境物流每天的运输量，已经与联邦快递、DHL、UPS旗鼓相当。

跨境快递速度之快，也让越来越多的海外消费者惊叹。2020年双11，35岁的马德里居民亚历杭德罗，半天就收到了自己网购的中国商品，这件商品就是从菜鸟位于西班牙的海外仓直接发货。

依托这一物流体系，物流成本的压缩和时效的提升，让中国制造的优势再次得到了体现。许多中小企业实现了逆势增长。

正是基于中国快递在全球所搭建的物流设施，包括民营快递企业、通关企业、海外仓、eWTP的E-Hub、海外配送伙伴等，由此而形成全球智能物流骨干网，为2020年出口物质量井喷提供了相匹配的配送效能。

中国快递行业在全球化布局的持续投入，让“地球村”这一理念落地，从以往的线上全球信息连接升级为线下全球商品快运连接。

被誉为“第二条高铁网络”中国快递的平价与便捷，在保障内需市场的强大消费需求之外，也直接提升了海外消费者在跨境电商平台的复购率，给中国企业带来更多订单。

快递物流行业从服务中国到连接世界，目之所及，仍在肆虐的全球疫情导致各国经济停摆，对于中国这一唯一保持正增长的主要经济体商品需求将加速增长。