

油电分化下的“金九银十”

9月13日,北京商报记者走访各大车企终端门店发现,当前行业呈现鲜明的结构性分化:燃油车抢抓窗口期扩大优惠力度、加速消化积压库存,以脉冲式促销冲刺销量;新能源市场则保持终端优惠平稳,将旺季重心转向新品密集投放。

油电车型策略错位发展之下,今年车市9月行情形成库存出清与新品迭代并行的旺季格局。业内人士指出,“金九银十”期间车企集中促销属于“脉冲式窗口冲刺”,目的是冲量清库存,而非“价格战”的开端,行业价格体系仍相对稳定。下一步,燃油车仍将以降价清库存为主要动作,新能源车竞争重心则将转向新品力打造与海外市场拓展。



刺”,目的是冲销量、清库存,并非全面“价格战”的开端,整体价格体系仍相对稳定。

市场分化加剧 9月有望温和修复

燃油车与新能源车型9月促销策略出现差异,背后是国内车市结构性分化的持续加剧。9月8日,乘联分会发布的数据显示,8月国内乘用车市场呈现“总量弱修复、环比走强、结构极致分化”的运行态势。

具体来看,“燃油深度降温、新能源强势领跑”成为市场主线。8月燃油车全线收缩,零售同比下降超40%。与此同时,新能源渗透率持续突破新高,8月新能源零售100.5万辆,同比下降10.1%,环比增长5.7%,渗透率达65.2%。

对于9月车市整体表现的预期,中国汽车流通协会指出,9月,汽车市场受补偿性消费需求释放、新车集中投放以及传统销售旺季预期等多重因素推动,市场环比有望延续温和修复。

当前车市油电促销策略分化,核心源于两类车型截然不同的市场基本面。北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪表示,受整体燃油车市场持续萎缩影响,多数传统品牌库存压力高企,四季度作为其冲刺全年销量的关键节点,降价让利仍是主流选择。相比之下,新能源行业基本面更为稳健,车企不再依赖大幅降价走量,而是以新车迭代、产品力升级为核心竞争手段,通过新品叠加权益抢占市场。

经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,“金九银十”的车市需求整体处于平衡状态。由于油价上涨,国内燃油车基本放弃了与新能源车的直接竞争,转而去稳固高端市场,但高端市场如今竞争也逐渐白热化。此外,受原材料价格上行影响,车企普遍面临利润率承压问题,在智能化领域拥有自研能力的企业,将更有机会守住利润率。

纪雪洪则指出,燃油车未来仍将以降库存存为主要运营动作;新能源车竞争重心则转向新品力打造与海外市场拓展。“即便行业利润微薄,为完成全年销量目标,年末燃油车或将再度迎来集中让利行情。”

北京商报记者 简雨薇

新能源加速上新 终端优惠基本持平

今年9月,多家新能源车企释放多重优惠,但优惠力度与8月基本持平。北京商报记者走访发现,新能源车型的销售、优惠高峰,往往集中在新车首发阶段,而非传统的9、10月旺季。

智己汽车在9月1日—30日推出了“金秋焕新季”活动,提供5年0息、10000元置换礼等优惠,智己销售人员介绍,本轮活动优惠力度与8月基本持平;小米汽车在9月1日—10月7日期间,针对SU7车型给出了至高6.1万元的权益,与8月保持一致,但在9月10日—19日,针对YU7、SU7、SU7 Ultra全系现车,额外给出赠送4K云台摄像头的优惠。

理想、乐道等品牌9月优惠力度同样与前期保持一致。“直营模式下,车辆价格和优惠

均由品牌统一制定,理想的价格体系较为稳定,优惠高点一般出现在新车首销期,其余时段品牌权益基本没有变动。”北京一家理想汽车门店销售人员向北京商报记者表示。

9月作为传统车市旺季,也成为新能源车企集中推新的关键窗口。据不完全统计,9月共有10余款全新或换代新能源车型上市。北京商报记者在上述理想门店了解到,理想i6新款即将上市,现款车型已停止接收新订单,仅剩少量现车可售,现车价格未有调整。9月2日,全新一代理想MEGA正式上市,并同步发布老车主复购权益;9月16日,全新理想i9也将迎来正式发布。

此外,9月7日,小米澎湃正式上市,并于当月12日开启交付。澎湃全系推出四款车型,售价20.99万元起,首销期至高可享8.1万元限时权益;小鹏G9L则将于9月17日正式上市,预售期间,提供1000元意向金抵3000元购车款以及多项选配减免福利,小鹏销售人员表

示,首销窗口期基本是该车型购车优惠力度最大的阶段。

燃油车脉冲式冲刺 库存加速出清

燃油车阵营将本次“金九银十”作为消化存量现车的重要窗口期。一位捷豹路虎经销商向北京商报记者表示,对于部分燃油车而言,“金九银十”仍是全年优惠力度、销量最大的时间节点,尤其在库存压力之下,针对现车的优惠也在提升。以路虎卫士110为例,该车型的官方最低起售价已从79.99万元下调至64.8万元,终端门店仍有优惠空间。

北京一家路虎门店销售人员向北京商报记者表示,门店主要在售三款車型:路虎揽胜、揽胜运动版和路虎卫士,9月现车优惠均较8月有所上调,门店销量同步明显增长,其中路虎卫士110终端优惠较上月增加约2万元。

此外,北京一家凯迪拉克4S店销售人员表示,燃油车CT5、XT5的库存现车,可在原有优惠基础上再让利3万—4万元;而近期上市的全新XT5 PHEV采用“一口价”模式,全国终端优惠统一,没有额外让利空间。

9月初,上汽奥迪针对部分燃油车推出了限时官方一口价:A7L限时26.28万元起,较原官方指导价直降15.59万元;Q6限时27.98万元起,降幅达18.78万元。上汽奥迪销售人员透露,上述优惠主要针对库存车,“车辆的生产时间一般在半年到一年之前”。

除燃油车型外,特斯拉也在“金九银十”之际,针对现车推出了尾款减免活动。9月7日,特斯拉中国宣布:9月30日前下单并提走现车,Model 3全系现金激励5000元,Model Y全系现金激励10000元。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)秘书长崔东树指出,9月各品牌集中促销属于“脉冲式窗口冲

Market focus

AI健康的新解法

人人向往拥有稳定可控的健康状态,可现实之中,多数人的健康管理往往止步在体脂秤上跳动的数字,以及收藏夹里堆着的养生文。如今,亚健康普遍存在,睡眠紊乱、体重反复困扰着大量普通人。

埃森哲调研数据显示,国人对健康的关注度达到87%,已经超过事业、财富,成为生活的首要诉求。但旺盛的健康需求与有限的专业认知之间,仍横亘着一道难越的鸿沟。

今年,在2026 Inclusion·外滩大会上,火爆的健康产业发展见解论坛同样印证了这一点,会上蚂蚁阿福宣布,目前,阿福App用户数已达1.5亿,用户单日健康咨询人次近2000万,其中,275万网友用阿福减重超500万斤。

在业内看来,健康管理的破局,在于降低用户主动健康管理的门槛,培养起用户的高频使用习惯。现在,AI正承担起这份角色,它提供了普通人管理健康的新方式,也带动健康产业链发生变化。

一场爆满论坛 AI健康迎来风口

9月10日,健康产业发展见解论坛还没开场,会场人流便蜂拥而入。会场座位迅速满座,两侧过道、后排空地也很快被晚到的参会者填满。

“全场爆满,大健康果然关注度高!”不少参会者纷纷感慨,今年外滩大会这场健

康主题论坛竟然“一座难求”。

从参会者讨论来看,如今,不少家庭购置多款健康监测设备,设备测出一堆身体数值,但普通用户却很难读懂背后的信号;想要减重、调整睡眠,用户需要一套可以长期坚持、改变生活行为的个性化指引。

巨大的市场需求摆在眼前,AI健康,正在迎来风口。

正如乐刻运动创始人、首席执行官韩伟在会上谈及,AI有望成为健康管理的一个关键变量。AI不会替代教练,而是帮助教练提供个性化服务,真正做到“一人一面”。他认为,科学减重一亿斤的过程中,一定会直接或者间接带动健康消费的发展,“用户更健康了,产业也发展了”。

会上,蚂蚁集团副总裁、蚂蚁健康事业群总裁张俊杰登台演讲。在他看来,健康管理最大的痛点恰恰就是“知易行难”,阿福希望变成每个人主动管理健康的帮手,让健康状态看得懂、被关心、管得好。

基于此,阿福宣布,将健康管理从体重拓展到运动、饮食、睡眠、心理五大场景,并在App首页新增健康入口,更方便个人与家庭主动做健康管理。

在健康板块,用户绑定手表手环等健康硬件,或日常记录饮食等信息,就可以看到体重、睡眠等十余项健康动态,获得直观的健康状态评分与个性化的分析和健康建议。

北京商报记者体验阿福App发现,新首页的服务找起来更方便了:清楚地展示阿福对话框、健康、就医这三大服务入口。

用户既可以打开对话框,与AI通过语音或文字对话,自动调用健康、就医板块的各类服务,也可以点击相应板块直达服务。

一场减重行动 从仪器测量到行动改变

论坛期间,阿福“科学减重一亿斤”行动的数据也引发关注:275万网友在阿福打卡,通过“健康AI+健康硬件”的融合服务,累计已减重超过500万斤。蚂蚁阿福的最新用户数也达到了1.5亿。

这场全民减重源于今年6月底蚂蚁阿福发起的“科学减重一亿斤”健康行动,提供1分钱体脂秤、升级AI运动饮食分析能力、上线减重挑战赛。

其中,来自四川的一名男士为了拍出好看的婚纱照,通过阿福App领取了智能体脂秤,并用阿福定制运动、饮食等计划。在阿福App打卡47天,他瘦了25斤。而这并非个例,参与“科学减重一亿斤”的用户中,超5万人减重10斤以上,超过8万人的BMI指标从超重/肥胖状态变为正常。

这组数据背后折射出的,正是亿万普通人对于轻量化、健康管理的真实渴求。

会上,北京商报记者来到科技展览馆“未来健康中心”区域进行了体验。拍摄一份餐食并询问阿福,系统很快识别出食物名称、热量和营养结构,并给出调整建议。当用户连接体脂秤、手表手环、CGM(动态血糖仪)、血压计、睡眠设备等硬件,阿福会

结合其饮食、运动、睡眠、报告和用药记录,提供连续的健康解读与提醒。

“我面对的不是一个冰冷的体重秤,而是把健康管理拆解成吃饭、睡觉、运动、就医等真实生活片段。这份细微的‘接地气’,是我坚持下去的动力。”一名现场观众向北京商报记者感叹道。

“科学减重”的风,也吹到了食品餐饮领域。阿福联合薄荷健康升级“AI拍饮食”后,不少餐饮企业积极跟进健康饮食,广东餐饮企业上线减脂早茶,老乡鸡、张亮麻辣烫分别在杭州、哈尔滨的门店落地阿福“AI拍饮食”功能,进店人数和门店订单均实现提升。AI和线下餐饮联动紧密的地区,减重效果也更佳。数据显示,阿福全国减重排行中,广东和浙江网友的减重斤数位居前二。

从被动行动到主动转变,再到体系化的健康理念形成,主动健康管理“润物细无声”地进入了普通人的生活日常。而这,正是阿福的愿景。

跳出单一产品 预见产业的增量空间

在这场辐射大众的健康管理中,AI+智能硬件成为主动健康管理的基础设施。产业端已经发生实实在在的变化。最早和阿福App实现打通的家用医疗器械品牌鱼跃,今年上半年CGM业务实现了翻倍以上的增长,也是当前增长最快的品类。此外,鱼跃还联合阿福推出了联名CGM。

“鱼跃已经服务了3亿家庭,但家用医疗器械的渗透率还很低,行业增长空间很大。”鱼跃医疗副总经理于才皓指出,过往行业存在“患病后购买”和“三分钟热度”等问题,重“测量”缺“管理”,AI解读和陪伴恰恰补足了管理这一环。用户购买的不再是一台设备,而是看得懂、可持续的健康服务。

当前,我国不少健康细分产业的增速已相当亮眼。国家税务总局的数据显示,2025年一季度,仅智能健康监测设备的销售收入就同比大增了41.6%。2025年全年,我国健康咨询服务的销售收入同比增长11.7%。

北京大学公共卫生学院副主任马德福表示,《“健康中国2030”规划纲要》提出,我国健康服务业总规模要从2020年的8万亿元达到16万亿元,实现翻倍。“AI+智能硬件+服务”的协作模式,让健康产业发展的想象力变得更大、天花板更高。

在外滩大会上,蚂蚁阿福也联合合作伙伴启动了“健康管理生态计划”:将持续联动智能硬件、健康食品、运动营养等合作伙伴,合力推进“全民科学减重一亿斤”,让更多人建立主动健康管理的生活习惯。

健康既是个人家事,亦是社会大事。当大众被健康焦虑所困扰时,AI平台、硬件厂商等一众行业“先行者”,一直在努力寻找健康管理的更优解,沿着一众参与者的探索轨迹,AI健康产业的路线日渐清晰,在业内看来,后续,亿万普通人的主动健康生活,有望打开全新的想象空间。

北京商报记者 刘四红 董晗萱