

实探佛山车市：以旧换新政策加速落地

中经记者 陈靖斌 佛山报道

在佛山一家比亚迪4S店内,前来看车的消费者络绎不绝,展厅内销售人员不断被围住,关于“国补”的询问此起彼伏。“现在以旧换新到底能补多少钱?”“我这辆老车还能不能享受补贴?”一名中年消费者边看车边向销售询问。

“国补是指你要报废旧车,

汽车置换补贴双重加码

多重政策利好显效,车市销量持续回暖。

近日,关于全国多地暂停汽车置换补贴申请的消息引发市场关注。事实上,这一政策并未叫停。国家相关部委已及时澄清,当前以旧换新工作仍在有序推进中。

据悉,按照党中央、国务院部署,国家发展改革委、财政部、商务部等部门正持续推动“两新”政策加力扩围。2025年,中央将全年安排3000亿元国债资金用于消费品以旧换新,并在1月和4月已下达两批共计1620亿元,用于支持各地落实一、二季度相关工作。接下来,还有1380亿元资金将于三、四季度分批下达,确保政策效能延续全年。

《中国经营报》记者走访市场也发现,汽车置换补贴并未暂停,反而在多地呈现“国补+厂补”双重加码态势,叠加地方支持政策,正在持续点燃消费者热情。

“2012年6月30日以前的报废车辆可以享受国家报废补贴,之后则以置换补贴为主。比如在广东,置换补贴可达1.9万元,厂家还会叠加补贴5000元,另外再加上旧车评估价格。”小鹏汽车一位销售人员向记者介绍。

从中央到地方,以汽车置换为抓手的促消费政策接连落地。鼓励绿色智能升级的方向也日渐明确,不仅拉动了传统燃油车更新换代,更为新能源汽车市场注入新活力。

焕购新能源汽车才能拿到2万元补贴;如果是普通置换,只能拿广东省的9000元补贴。不过省补和国补只能二选一,再加上我们厂家自己额外提供的4000元补贴,你这辆旧车换新车,最多可以拿到1.3万元。”销售人员一边熟练讲解政策,一边翻出资料供客户参考。

这并非个例。《中国经营报》

记者现场观察发现,不少消费者就是冲着这轮“国补+厂补”组合拳而来,整个展厅弥漫着一股“买车正当时”的热潮。

从数据上看,这一波补贴政策对车市拉动作用十分明显。根据商务部发布的数据,截至5月31日,汽车以旧换新补贴申请量已达412万份。乘联会按月节奏估算,仅5月单月,申请量就达到123

万辆,环比4月的109万辆增长了13%。换句话说,5月市场上近七成的私人购车用户,都是以旧换新政策的直接受益者。

补贴政策落地后,不仅让老车换新车的计划变得更实惠,也让新能源汽车市场迎来了又一轮爆发式增长。随着“国补”红利逐步释放,4S店内的热度,或许只是市场全面回暖的一个缩影。



记者走访的比亚迪4S店。

陈靖斌/摄影

响应政策号召,各大车企也纷纷推出更具吸引力的补贴政策。例如,比亚迪、小鹏汽车在享受国家补贴的基础上,分别推出额外的厂家让利活动;赛力斯则通过官方置换平台,给予问界M9车主3万元尾款减免,其余鸿蒙智行车型则可享受2万元尾款优惠。

多重政策利好显效,车市销量持续回暖。乘联会最新数据显示,6月狭义乘用车零售预计达200万辆,同比增长13.4%、环比增长3.2%。其中,新能源乘用车零售量预计突破110万辆,市场渗透率首次突破55%,再创新高。

乘联会指出,这一增长主要得益于国家政策扶持、产品竞争力提升以及消费者对新能源汽车接受度的持续提高。新能源头部品牌通过降价、增配等策略加速“跑马圈地”,而传统合资品牌则在转型过程中压力加剧,市场分化趋势日益明显。

具体到企业表现,比亚迪6月第三周销量达到8.34万辆,较第二周的7.02万辆进一步增长,创下二季度周销量新高。有望在6月实现40万辆的单月销量,强势收官上半年。

问界在同一周也交出亮眼客

卷,销量达1.09万辆,环比增长9%;小鹏汽车则实现0.85万辆销量,较前一周增长32.8%。

“从去年下半年起,以旧换新政策对汽车市场的提振作用愈加显著。”小鹏汽车相关负责人对记者表示,“从我们的销量结构来看,置换购车已占据非常大的比例,不仅包括小鹏的老用户,还有大量燃油车车主选择换购新能源汽车。”

小鹏汽车方面还透露,为响应国家促消费号召,公司已对X9、G9、G6、P7+等主力车型推出多样化置换支持方案,整体置换率持续走高,进一步带动销量增长。

从“执行端”到“创新源”：跨国车企押注“中国速度”

中经记者 陈茂利 张硕 上海报道

面对中国市场引领电动化、智能化浪潮,跨国车企正在从“总部主导研发”向“中国先行”模式的转型,将中国市场从“执行末端”升级为“创新源头”。

日前,来自德国汽车工业协会、梅赛德斯-奔驰、通用汽车、华晨宝马、舍弗勒、麦格纳、诺贝丽斯、英飞凌、路博润等机构与跨国企业代表在2025全球新能源汽车合作发展(上海)论坛现场分享了跨国车企在华发展的战略再定位与实践经验。

《中国经营报》记者在论坛现

跨国车企“以中国速度”创新

“中国速度”“在中国、为世界”等词汇在论坛分享中高频出现。多家跨国车企及零部件巨头纷纷表态,将加速在华创新研发,以中国成果赋能全球市场。

舍弗勒集团董事长舍弗勒中国区首席执行官张艺林现场分享:“外企常常遇到总部的掣肘比较多,做决定比较慢的问题,中国速度正在倒逼全球变革,比如自动驾驶、电驱领域的新项目往往都是中国先拿,然后再跟总部分工。中国市场要求速度快,成本低,在市场需求倒逼下,一些项目推进的速度比以前提高。”

一家美系车企负责人在现场表示,中国汽车市场不仅全球规模最大,而且电动化、智能化转型的速度远超预期,同时在生态系统、关键技术、供应链等方面的地位也发生了根本性的变化。公司将会拓宽加深在中国的战略,持续与合资伙伴

场关注到,不少跨国车企及跨国零部件企业提及要“以中国速度加速创新研发”“在中国、为世界”。

梅赛德斯-奔驰(中国)执行副总裁冷炎在论坛现场向记者分享,“未来,梅赛德斯-奔驰将与中国合作伙伴共同在华追加投资140亿元人民币,进一步丰富乘用车和轻型商务车的本土化产品阵容,继续以中国速度加速在中国的落地”。

冷炎表示:“目前,中国汽车电动化和智能化应用走在世界的前面,在这样的大背景下,奔驰不断加强在中国的电动化、智能化领域的投入,为客户带来极致豪华和可持续的核心体验。”

共同打造创新成果,重新构造产业链价值,将“在中国、为中国”战略升级为“在中国、为全球”。

冷炎也在发言中特别提到:“奔驰将以‘中国速度’,加速产品在中国的落地。”无独有偶,梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司高级执行副总裁、梅赛德斯-奔驰中国研发与采购负责人庄睦德(Drummond Jacoy)在5月底举办

的2025(第三届)未来汽车先行者大会发言时也多次提到:“以中国速度加速创新。”

庄睦德表示:“今年是梅赛德斯-奔驰中国研发20周年,成为梅赛德斯-奔驰集团在德国以外最强大的研发团队,以北京和上海研发中心为‘创新双引擎’,结合全球研发网络的共创力量,奔驰正在以‘中国速度’加速创新。”

记者了解到,梅赛德斯-奔驰中国研发团队在集团创新中扮演

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟在论坛上表示:“鼓励在华跨国企业深化本地研发、生态融合,推动‘在中国、为世界’的战略转型。”

华晨宝马汽车有限公司政府事务政策及法规总监管杨武表示,作为长期的战略目标,宝马始终保持高强度研发投入,2023年研发投入达90亿欧元。同时,在中国,宝马建立了德国以外最大最全面的研发体系,并以全球标准在中国开展本地化测试,德国汽车工业协会(中国)首席代表兼总经理张琳向记者表示:“‘追赶中国速度’是跨国企业



越来越多的跨国车企加大在华研发投入。图为戴姆勒中国研发中心。 本报资料室/图

的角色愈加重要,主导更多创新项目,包括全新虚拟助手的多项语音交互功能、新一代智能辅助泊车系统以及下一代后排娱乐系统,并将推向全球市场。

张琳表示,VDA对70家会员企业(覆盖整车、Tier1及中小企业)的调研显示,尽管2024年跨国

里的‘中国速度’不是指工作时间的强度,而是指新技术的快速迭代和应用。”

法国标致雪铁龙龙前研发工程师、浅觉深知咨询公司创始人陆盛贻在接受记者采访时表示:“跨国车企在中国市场正进入一个关键的战略转型期,其核心挑战在于适应由中国市场和中国车企引领的电动化、智能化变革速度。过去,跨国车企普遍采用‘总部主导,中国市场本土化执行’的模式。经过几年发展,跨国车企发现,中国本土车企的创新和市场反应速度远超预期,跨国车企正积极加速本土化创新,以跟上中国市场步伐。”



越来越多的跨国车企加大在华研发投入。图为戴姆勒中国研发中心。 本报资料室/图

车企及零部件企业在华利润普遍下滑,但几乎所有企业仍保持正向利润。在这一背景下,近70%的企业明确计划在2025年及以后加大对华投资,其中超过78%的企业将投资重点聚焦于研发领域,跨国企业在华合作已进入以“研发2.0”为核心的合资合作2.0时代。

车市回暖与结构分化并存

头部车企如比亚迪、吉利凭借规模优势与供应链整合能力,能有效对冲补贴退坡和原材料涨价带来的成本压力。

随着以旧换新政策的深入推进,汽车消费市场正被快速激活。商务部最新数据显示,自2024年该政策实施以来,累计补贴申请量已突破1000万份,消费活力明显回升。更环保的新能源车型、更先进的智能配置,正成为消费者更新换代的关键驱动。

数据显示,截至5月31日,全国以旧换新补贴申请量达412万份,单5月新增申请量即达123万份,环比增长13%。换言之,当月约七成私人购车者直接受益于政策扶持,显示政策落地效应正在加速释放。

在政策拉动下,乘用车市场持续升温。据乘联会统计,5月狭义乘用车零售达193.8万辆,同比增长13.7%。进入6月,尽管部分区域补贴资金阶段性吃紧,但“末班车效应”正被经销商用作刺激消费的营销手段,进一步推升市场情绪。

面对政策红利和季度冲刺的双重驱动,车企与经销商纷纷加大终端促销力度。调研显示,6月中旬全国车市平均折扣率达到24.8%。头部车企零售目标同比增长15%,环比增长4%。预计6月狭义乘用车零售量将达200万辆,同比增长13.4%、环比增长3.2%。其中,新能源汽车预计零售达110万辆,渗透率提升至55%左右,展现出新能源转型的强劲动能。

尽管国补显著拉动产销,但市场内部正出现明显分化。乘联会数据显示,6月前8天全国乘用车零售同比增长19%,但环比下降12%。部分经销商反映,到店客流下滑超过30%。不过,中高端车型销售表现亮眼。数据显示,30万元以上高端车型的销量占比已提升至28%,显示高净值人群对价格不敏感,正在成为拉动中高端市场增长的重要力量。

头部车企如比亚迪、吉利凭

借规模优势与供应链整合能力,能有效对冲补贴退坡和原材料涨价带来的成本压力。然而,二线品牌在价格战与成本双重挤压下生存空间收窄,市场份额较去年同期下滑3.2%。

与此同时,经销商库存压力正逐步显现。中国汽车流通协会调研显示,部分门店库存周期已超2个月,远高于健康水平(1.5个月)。叠加6月高温来袭,车市传统淡季特征显现,预计终端到店量将持续承压。

知名战略定位专家詹军豪在接受记者采访时指出,目前以旧换新新政节奏稳健,补贴覆盖广泛,带动效应初步显现,但仍可从精细化设计与执行效率层面进一步优化。

他建议,在政策设计上可采用分区分级策略:如对新能源车型给予更高补贴,向经济欠发达地区加大支持力度;在执行端,应简化补贴申报流程,提升数字化审批效率,缩短消费者等待时间。同时,通过多渠道宣传提升政策知晓度,建立反馈机制,确保政策灵活调整与高效落地。

在詹军豪看来,下一步补贴资金应在拉动消费与引导新能源汽车普及之间实现平衡。一方面,加大对新能源汽车购买的直接补贴力度;另一方面,资金应更多向充电基础设施薄弱地区倾斜,优化使用环境。同时,对新能源技术研发企业给予支持,推动关键环节自主可控和产业升级。

他强调,以旧换新不仅撬动了消费,也带动了产能释放。车企应顺应政策导向,优化产品布局,加大新能源车型的研发与供应。与此同时,要加强与政府联动,协同推进政策解读与落地,提升用户购车体验,实现“政策激励”与“产品供给”的良性互动。

重金加码中国研发

“未来,梅赛德斯-奔驰将与中国合作伙伴共同在华追加投资140亿元人民币。”冷炎在现场表示,梅赛德斯-奔驰在中国市场将持续投入。

公开资料显示,过去10年,梅赛德斯-奔驰与合作伙伴共同在中国投资超1000亿元人民币。

“近5年来,我们在国内研发投入超过105亿元人民币。2021年,我们在北京启用了新建的中国研发技术中心,配备先进的电驱、电池、NVH实验室,研发领域覆盖前沿设计、电动出行、整车测试等。2022年,我们在上海成立了梅赛德斯-奔驰上海研发中心,聚焦智能互联、自动驾驶、软件及硬件开发和大数据应用等领域。”冷炎介绍。

“随着上海研发中心新大楼于今年4月正式启用,梅赛德斯-奔驰在中国的本土研发已正式进入以中国创新引领全球风潮的新阶段。”冷炎分享。据了解,2025年,奔驰将继续拓展“油电同智”的多元化产品矩阵,超过10款全新及改款产品将于2025年年内上市。

其中,奔驰将陆续投产中国专属的全新纯电长轴距CLA车型。冷炎分享:“在福建生产的纯电CLA,是奔驰MMA平台的首款量产车型,搭载800V高压系统,行业领先的两挡变速箱,电池到车轮的能量转化率高达93%,百公里电耗仅12kWh。”

除了推动乘用车电动化转

型,冷炎透露,为加快轻型商务车的电动化转型,将在福建生产基于VAN.EA平台的国产全新纯电MPV。“在今年的上海车展上,梅赛德斯-奔驰全球首发了全新纯电动概念MPV车型Vision V,这也是我们电动化转型的重要一步。”

在智能化方面,梅赛德斯-奔驰与中国的知名科技公司开展合作。其中,与腾讯达成战略合作,加速自动驾驶技术在中国市场的研发与应用;联合高德地图,为客户提供个性化智能导航服务;与火山引擎展开合作,共同探索大规模生成式AI及大数据技术的创新应用。

除了加大智能化方面投资,奔驰也在夯实充电网络。记者了解到,梅赛德斯-奔驰与宝马集团在中国成立的合资公司将于2026年年底前在中国建设至少1000个具备尖端技术的超级充电桩,并实现约7000个超级电动桩的规模布局。

杨武在现场表示,作为长期的战略目标,宝马始终保持高强度研发投入,2023年研发投入达90亿欧元,创历史新高,集中在“新世代”产品架构、电池技术、自动驾驶等前沿方向。在中国,宝马建立了德国以外最大最全面的研发体系,并以全球标准在中国开展本地化测试,他建议出海同行关注两点:一是如何整合国内外生态圈资源;二是如何在海外建立高质量本地化生态圈。