

# 新能源车购置税减半征收落地在即 小米、理想等车企发布补贴方案

中经记者 陈茂利 张硕 北京报道

随着 2025 年新能源汽车购置  
税“免征”政策进入倒计时，众多  
车企纷纷推出“补贴方案”，以锁  
定潜在消费需求。

近日，继理想、蔚来之后，小  
米汽车宣布针对 2026 年国家新能  
源汽车购置税减半征收推出补贴  
方案。

根据此前发布的政策，新能  
源汽车购置税减免政策将延续至  
2027 年，但减免力度逐步调整。  
2024—2025 年，购置新能源汽车  
免征车辆购置税，其中每辆新能  
源乘用车免税额不超过 3 万元；

## 多家车企发布购置税兜底方案

车企推购置税“兜底”方案与车企自身产能爬坡，交付时间较长直接相关。

近期，包括小米、理想、蔚来  
等在内的多家车企相继推出购置  
税兜底方案，方案核心内容指向  
“今年限时完成锁单、明年开票补  
差额”。

日前，小米汽车发布跨年购置  
税补贴方案。方案指出，在 2025  
年 11 月 30 日 24 点前完成锁单，因  
小米汽车的原因，该锁定配置的车  
辆需在 2026 年完成开票交付，可  
享受跨年购置税补贴。适用车型  
包括小米 SU7 系列、小米 YU7 系  
列、小米 SU7 Ultra 系列，最高补贴  
金额不超过 1.5 万元。

所谓“因小米汽车的原因”，是

## 四季度车市加速放量

“进入第四季度，为了完成全年 KPI，经销商、厂家会加大促销力度。”

随着四季度车市传统冲量期  
到来，厂商与经销商已进入备战  
状态。

“车企和经销商一般会在年  
初设定销售目标。进入第四季  
度，为了完成全年 KPI，经销商为  
了拿到厂家的返点和奖励，会加  
大促销力度。”一位传统车企经  
商告诉记者。

2026—2027 年，购置新能源汽车  
减半征收车辆购置税，其中每辆  
新能源乘用车减税额不超过 1.5  
万元。

这意味着，明年购买发票价  
33.9 万元以上的新能源汽车，需缴  
纳的购置税将超过 1.5 万元。

中国汽车流通协会副秘书  
长郎学红在接受《中国经营报》  
记者采访时表示：“今年车市有  
望实现超预期增长。购置税政  
策退坡有望推动四季度市场表  
现，尤其在 12 月可能出现‘翘  
尾’行情。若四季度车市能够保  
持 5% 的增速，预计全年乘用车  
零售量将达到 2450 万辆，同比增

指因生产、运输等小米汽车责任范围  
内的原因，导致该锁定配置的车辆需  
要在 2026 年完成开票交付的情况。

在理想 i6 上市不久，理想汽车  
便发布“理想 i6 跨年购置税补贴方  
案”——凡在 2025 年 10 月 31 日  
前完成锁单，如因理想汽车的原因，  
需在 2026 年完成开票交付，可享  
受跨年购置税补贴方案。

记者关注到，两家车企均表  
示，购置税补贴会通过尾款减免的  
形式进行补贴。

此外，问界、智己等品牌也纷  
纷跟进，推出了类似政策。

车企推购置税兜底方案与车

长超过 7%。”

车企“自掏腰包”兜底，是车  
企产能爬坡、交付周期长，以及车  
市传统促销期双重推动的结果。

汽车新四化产业研究者、知  
行韬略合伙人杨继刚接受记者  
采访时表示：“从表面看，最近一  
波‘购置税兜底’方案是车企让  
利消费者，实际上是政策变化、  
产能爬坡以及年底冲量叠加的  
结果。像小米、理想等企业，正  
处在新车型爬坡期，库存、现金  
流、生产节奏都需要稳定。通过  
‘购置税兜底’既能稳预期，又能  
提前锁定用户，降低明年政策变  
化带来的波动。”

企自身产能爬坡，交付时间较长直  
接相关。

记者在小米汽车 App 查询了解  
到，10 月 28 日下订小米 YU7，目前  
锁定订单预计交付时间 45—48 周。

理想汽车 i6 车型的预计交付  
时间为 16—19 周，排产已至明  
年。一位理想汽车销售人员向记  
者表示：“‘十一’期间交付订单就  
已排至明年 2 月，每天试驾时间都  
是排满的，订单量持续攀升。”

看到购置税政策调整信息后，  
计划近期购买新能源车的北京某  
公司职员叶聪告诉记者：“最近太  
冷了，想周六日开车带孩子外出。

在倒逼车企加速促销。

10 月，工业和信息化部、财政  
部、税务总局等三部门联合公告  
2026—2027 年减免车辆购置税新  
能源汽车产品技术要求，其中明确  
插电式（含增程式）混合动力乘  
用车纯电动续航里程应满足有  
条件的等效全电里程不低于 100  
公里。

郎学红分析：“明年购置税减



小米、理想、蔚来等多家车企推出跨年  
购置税补贴方案。 陈茂利/摄影

3—5 周的提车时间还能接受。”

在杨继刚看来，车企推出“兜  
底”方案，远非简单的促销让利，更  
是一套应对 2026 年购置税减半征  
收的“防御性策略”。避免交付周  
期长，用户因购车成本增加产生的  
持币观望或流向竞品的风险。

“更深层的逻辑是：车企在用  
金融化的手段做营销，把未来的不  
确定性变成眼前的确定性。说白  
了，这不是‘补贴用户’，而是提前  
抢市场、锁增长、稳现金流。谁  
能率先让消费者‘提前下定’，谁  
就能在 2025 年收官战中赢得主动。”杨  
继刚表示。

半政策提高技术门槛，要求插  
电式（含增程式）混合动力乘用  
车纯电动续航里程不低于 100 公  
里。部分车企未提前预判，需四  
季度集中清理低续航里程库存  
车型，消化已生产的零部件。因  
政策出台较晚，车企赶工生产销  
售以适配新规，短期或推动相关  
车型冲量。”

# 兰博基尼 CEO 史蒂芬·温科尔曼：让产品成为拥有者精神的延伸

本报记者 张硕 北京报道

停泊在黄埔滨江的远望 1 号，  
是我国自行设计建造的第一代综  
合性航天远洋测量船，1977 年 8 月  
下水，1978 年正式投入使用，2010  
年退役后停泊于上海黄浦江畔的  
江南造船厂原址 2 号船坞。这艘  
44 次出征、足迹遍布三大洋逾 44  
万海里的国之重器享有“海上科  
学城”之美誉，如今静静地伫立  
在那里，遥望申江两岸。

近日，黄浦江的微风和流芳溢  
彩中，一辆镶嵌着 20 周年纪念徽  
标的 Revuelto Ad Personam 纪念版  
缓缓驶入位于远望 1 号旁的 KPL 电  
竞

## 保持“意大利制造”基因 深刻理解中国市场

《中国经营报》：入华二十载，你  
也整整见证了二十年，在你眼中，  
变与不变是什么？

史蒂芬·温科尔曼：2005 年以  
来，中国市场已发生巨变。汽车保  
有量从当初约 4000 万辆激增至如  
今超过 3 亿辆的规模，并稳居全球  
第一大汽车市场。因此，中国市场  
对全球所有汽车制造商都产生着  
举足轻重的影响。如今的中国已  
不再是跟随着，而是真正的趋势引  
领者——在诸多领域掌握着行业  
节奏，特别是在电动化、软件工程  
和软件定义车辆等领域。兰博基  
尼作为秉承“意大利制造”基因的  
制造商，我们必须坚守并保持我们  
意式品牌本色。

在过去的二十年里，我们深刻  
认识到中国市场的重要性。我们  
在此开展了许多里程碑式的活动，  
例如早在 2012 年就在北京全球首  
发 Urus 概念车，多年来持续举办  
赛道日活动，并打造了丰富的车主

中心，聚光灯下，这台纪念款车型  
与光影交织仿佛凝结了二十载时  
光。这一刻，不仅是兰博基尼在  
中国市场的成年礼，更是一场关于  
激情与创新、传承与变革的深层  
对话。

“从 2005 年首家经销商落户北  
京，到如今全系混动化车型整装  
待发，我们在这片充满活力的市场  
缔造了一段非凡征程。”兰博基  
尼汽车主席兼首席执行官史蒂芬·  
温科尔曼（Stephan Winkelmann）  
在庆祝兰博基尼汽车进入中国市  
场二十周年庆典上回顾了这个品牌  
在华发展的古往今来。2005 年  
中国第一家兰博基尼经销商店在  
上海开业，这位彼时亲手进行首  
位车主交付的“掌

验项目。值得一提的是，我们在  
2024 年将 Urus SE 的全球首发也  
放在了 中国。

总而言之，中国市场对我们具  
有战略意义。值得庆幸的是我们  
早已意识到这一点。如今，我们  
正通过更多产品发布和品牌活动  
（比如这次庆祝入华二十周年的  
盛典），来持续深化对中国市场  
的投入。

《中国经营报》：如今的中国市  
场环境与十年前已经不同，客户  
的期待和消费模式也在升级。你  
如何看待这种变化？兰博基尼在  
挖掘中国客户潜力方面会有哪些  
新的思路？

史蒂芬·温科尔曼：当前中国  
汽车市场正在进行一场深刻变  
革。中国汽车品牌的成长和快速  
迭代大幅提升了外资品牌的竞争  
难度。我们所在的细分市场向来  
十分小众。若论及超豪华车领  
域，可以将其划分为两类：一类是  
注重性能的车型，另一类则是更  
侧重舒适、适合由司机驾驶的汽  
车。而

舵人”，二十年后站在舞台中央。

在二十周年庆典期间，史蒂芬·  
温科尔曼接受了《中国经营报》  
等媒体记者的专访。“保持稀缺  
性”“人是一切中心”“持续为用  
户创造梦想”，他道出的不仅是  
兰博基尼的造车哲学，也是品牌  
在中国市场深耕二十载的心得——  
让产品成为拥有者精神的延伸。

站在二十周年的节点回望，兰  
博基尼的中国故事是汽车行业一  
部关于激情与创新的叙事诗。但  
温科尔曼的目光已经投向了更  
远的未来：“现在，我们不仅回  
溯历史，更将秉承兰博基尼的澎  
湃激情，加速驶向未来。”

且，市场迭代的方向始终更倾向  
于“司机驾驶”的车型，也就是  
说更偏向舒适型汽车。由于城市  
路况拥堵且高速驾驶机会有限，  
这一趋势仍在延续。

因此，当我们首次推出 Urus  
这样满足日常使用场景的车型  
时，它确实成了一个“变局者”，  
不仅成功开拓了全新细分市场，  
更为我们的销量增长提供了强  
劲动力。

过去三年来，整体市场持续收  
缩，这对我们所在细分市场的规  
模造成冲击。需要认识到，虽然  
中国仍是全球最大汽车市场，但  
增长主要来自入门级车型，超豪  
华车市场规模位居全球榜首，上  
述背景反而让我们在此次调整中  
受影响有限，这在当前环境下成  
为我们的优势。我们相信市场终  
将回暖，尽管复苏可能不会在今  
明两年立即到来。



从 2005 年到 2025 年，史蒂芬·温科尔曼见  
证了兰博基尼入华稳步发展二十载。  
张硕/摄影

## 中国市场拥有全球最年轻的客户群体

《中国经营报》：你曾提到“用  
户买的不仅是车，更是梦想”。在  
入华二十周年之际，兰博基尼如  
何通过品牌活动（如 Giro China 巡  
游、赛道体验）强化与中国客户  
的情感共鸣？如何理解“稀缺性”  
在超豪华品牌中的重要性？

史蒂芬·温科尔曼：稀缺性意  
味着要在新车交付周期与二手车  
保值率之间取得平衡。这种平衡  
极具挑战——尤其在市场下行期  
更显艰难，但这就是我们必须遵  
循的准则。

等待提车的周期越长，二手  
车的保值率就越高。关于品牌  
活动，正如我之前所说，购买兰  
博基尼不仅是拥有座驾，更是  
加入志趣相投的社群。正如您  
提到的中国巡游等体验，以及为  
Urus 车主打造的专属活动——  
比如今年首次引入中国的 Es-

## 力争全年汽车销量3230万辆

“两新”政策的实施，叠加企业新品供给持续丰富，显著拉动汽车  
消费增长。

今年 9 月，工业和信息化部  
（以下简称“工信部”）等八部门  
印发关于《汽车行业稳增长工作  
方案（2025—2026 年）》的通知  
（以下简称《工作方案》）。

《工作方案》提出，2025 年力  
争实现全年汽车销量约 3230 万  
辆，同比增长 3%。其中新能源汽  
车销量 1550 万辆左右，同比增长  
约 20%；汽车出口保持稳定增  
长；汽车制造业增加值同比增长  
6% 左右。2026 年，行业运行保  
持稳中向好发展态势，产业规模  
和质量效益进一步提升。

从 9 月市场实际表现来看，汽  
车产销保持稳健增长态势。中国  
汽车工业协会发布的数据显示，  
1—9 月，汽车产销分别完成 2433.3  
万辆和 2436.3 万辆，同比分别增  
长 13.3% 和 12.9%，产销量增速较  
1—8 月分别扩大 0.6 和 0.3 个百分  
点。

其中，1—9 月，新能源汽车产  
销分别完成 1124.3 万辆和 1122.8  
万辆，同比分别增长 35.2% 和  
34.9%，新能源汽车新车销量达  
到汽车新车总销量的 46.1%。业  
内人士指出，汽车行业整体走势  
与中长期预期相吻合，也为实现

2025 年目标奠定了良好基础。

1—9 月，汽车行业营收、净  
利润也实现一定程度的增长。国  
家统计局发布的数据显示，2025  
年 1—9 月的汽车行业收入 78235  
亿元，同比增长 7.8%；成本 68867  
亿元，增 8.6%；利润 3483 亿  
元，同比增长 3.4%；汽车行业利  
润率 4.5%。

今年 1—9 月汽车行业取得的  
成绩离不开国家推出的一系列政  
策。其中，“两新”政策的实施，  
叠加企业新品供给持续丰富，显  
著拉动汽车消费增长。数据显  
示，截至 9 月 10 日，今年全国汽  
车以旧换新申请量已突破 830 万  
份，相当于每天有超 3 万人申请  
换新车。

全国乘用车市场信息联席会  
秘书长崔东树发文指出，“各地  
大力度推动‘两新’政策落地实  
施，有效释放内需活力，消费品  
以旧换新政策加力扩围，效果明  
显。”

郎学红指出，随着第四批  
“两新”补贴资金于 10 月下发，  
叠加国庆车展、新车密集上市等  
因素，10 月销量环比有望进一  
步提升，甚至可能出现“银九金  
十”的市场格局。

## 经典换代车型将延续插电式混合动力路线

《中国经营报》：从全球市场  
来看，尤其欧洲市场纯电动车需  
求在放缓，保时捷近期已调整战  
略，暂缓推出更多纯电动车型  
的计划。部分车企也不再设定禁  
售燃油车的时间表。请问你如何  
看待这一行业趋势？基于此，  
兰博基尼在电动化战略方面会有  
哪些新的考量？

史蒂芬·温科尔曼：在作出  
全面混动化的战略决策后，兰博  
基尼成为首个，也是目前唯一实  
现全系产品混动化的超级跑车制  
造商。随着 Revuelto、Urus SE  
和 Temerario 三款混动车型布局  
完成，我们已正式达成这一里程  
碑。我们始终密切关注全球发

展趋势。对兰博基尼而言，电动  
化不仅是降低碳排放的技术路  
径，更是提升车辆性能的手段。  
所以电动化兼具双重价值。值  
得一提的是当前全球市场出现  
了一个明显趋势：与早期预测  
相比，纯电动汽车（非插电混动）  
的市场接受度正在放缓，更准确  
地说是需求尚未形成。我们今  
年已作出决定：计划于 2029 年  
推出 Urus 换代车型将延续插电  
式混合动力路线，非纯电车型。  
同时对于品牌第四款车型的规  
划，我们正在评估——是采用  
纯电方案，还是插电混动。这  
项决策将在今年内确定。