

单车最高可补贴1.5万元 车企花式营销冲刺年销量目标

中经记者 方超 石英婧 上海报道

“购买所有阿维塔车型，现在都可以享受跨年购置税补贴方案，最高补贴1.5万元。”

日前，江苏苏州一家阿维塔汽车销售门店销售经理宋雯（化名）向《中国经营报》记者介绍，上述购

密集掀起“补贴潮”

高达1.5万元的单车补贴，已悄然成为各大汽车品牌线下门店促销引流的方式之一。

“现在下订蔚来ES8，如果因为蔚来原因交不出车的话，蔚来兜底购置税补贴。”日前，浙江杭州某蔚来门店销售经理朱皓（化名）向记者表示，“上述购置税补贴政策目前只针对ES8车型，因为该车型订车周期差不多到明年4月份。”

朱皓进一步向记者介绍，如蔚来ES8车型40.68万元，“今年购买需要缴6000元购置税，明年购买则需要缴纳的数额为21000元”，但若现在下定、明年提车，叠加蔚来推出的“兜底购置税补偿”政策，消费者“购置税缴纳情况还是跟今年一样”。

无独有偶，日前，在江苏一家极氪汽车销售门店，销售经理刘浩（化名）也指着店内的极氪车型向记者表示，极氪近期推出了全系车型跨年购置税补贴方案。“比如说我们的极氪001焕新版、焕新极氪7X等热门车型，若在今年年底前无法完成交付，就可以享受购置税补贴。”

记者注意到，极氪汽车推出的跨年购置税补贴方案主要内容为，2025年11月30日24点前锁单的订单，若因极氪原因导致用户车辆在2026年开票交付，“极氪将提供购置税差额部分兜底，用户无须承担因购置税政策变化而产生的额外成本”。

而消费者关注的补贴金额，极氪汽车方面此前表示，以用户的订

置税补贴政策于新款阿维塔12上市之际对外推出，但消费者需要在“今年12月31日之前订车”。

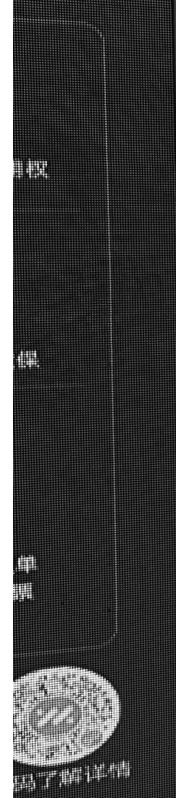
除了阿维塔外，记者不完全统计发现，自10月以来，已有智己汽车、极氪汽车、别克汽车、东风奕派、悦达起亚、奇瑞汽车、小米汽车等十多家车企推出跨年购置税补贴方案，其中，

不少车企推出的方案在订单锁单时间、最高补贴金额等方面相似，如补贴金额最高不超过1.5万元。

大手笔推出补贴政策的另一边，车企也在加速新车上市步伐。零跑Lafa5、智己LS9等一系列车型正式开启预售或上市。

“车企通过推出购置税‘兜底’

政策可以消除消费者顾虑，确保订单不流失。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者表示，除了“抢单”外，在当下激烈的市场竞争中，车企推出购置税“兜底”政策也意在形成自身的差异化竞争优势，通过“主动出击策略，以减少政策退坡对自身销量的影响”。



多家车企近日推出购置税补贴政策，图为江苏无锡一家智己汽车门店的促销宣传。

单在2026年与2025年分别需缴纳的购置税的差额为基准进行计算，最高不超过15000元。

无独有偶，除了极氪汽车外，东风奕派、奇瑞汽车等多家自主品牌车企也已陆续发布购置税“兜底”政策，此外，上汽奥迪、别克、悦达起亚等合资品牌近期也官宣加入“补贴大军”。

以上汽奥迪为例，其针对奥迪E5 Sportback推出跨年购置税补贴计划。上汽奥迪方面表示，11月30日前抢先下单，如因非用户原因导致车辆在2026年交付，即可享受至高15000元的购置税补贴。上汽奥迪方面同时强调：“该计划覆盖

目前在售的奥迪E5 Sportback全系车型。”

即日起至11月30日期间，各省市“以旧换新”补贴政策暂停之日起，悦达起亚将依据当地原补贴标准。”记者日前从悦达起亚方面获悉，该品牌对购买EV5的用户实行最高15000元的补贴兜底。悦达起亚方面强调：“确保无忧享受政策红利。”

记者发现，在消费者关注的补贴金额、锁单时间等方面，不少车企推出的政策基本相似，多为最高补贴15000元，锁单时间则为11月30日24时前。

不过，记者也注意到，各家车企推出的购置税“兜底”政策，覆盖范围多为旗下热门车型。如东风奕派方面就表示，购置税补贴方案适用车型包括东风奕派旗下符合2026年减征购置税新能源汽车技术要求的产品，别克购置税补贴政策则针对别克至境L7车型。

热销车型才有购置税“兜底”政策，卖得差的车怎么样呢？在记者日前实地走访中，一位汽车行业销售人士向记者直言：“像我们店一些非热门车型，都是现车，现车根本不需要政策刺激，您今天付款，明天我就能开出发票交车。”

方超/摄影



购车需求或提前释放

当下推出真金白银的补贴政策，或影响车企明年初的销量表现。

受到外界关注的是，车企“砸下”真金白银、推出购置税“兜底”政策的原因何在？

在业内看来，这与购置税减免政策、车企争夺份额等因素息息相关。如在购置税政策方面，在2024—2025年期间，消费者购买新能源汽车，免征车辆购置税，每辆新能源车免税额不超过3万元，而对购置日期在2026—2027年期间的新能源汽车，则减半征收车辆购置税，其中，每辆新能源汽车减税额不超过1.5万元。

“车企兜底首先是要应对政策的变化。”章弘向记者表示，车企推出购置税补贴政策还有其自身存在交付周期的问题，有些热门车型交付周期长。“消费者锁单后可能无法在今年内提车，而为了避免由此导致的订单流失，车企选择主动承担购置税差额。”

除此之外，多位行业人士向记者介绍，车企当下推出的购置税补贴政策，最重要的一点仍是“争夺市场份额”。在记者走访线下门店的过程中，有汽车销售人士向记者直言：“目前已是11月份了，不少品牌年度目标完成率还差一大截，再不‘拼一把’，年度销量就会很难看。”

公开信息显示，在今年前10个月，相较不少完成率刚过半的车企，吉利汽车、零跑汽车、上汽集团等车企年度目标完成率较高。以吉利汽车为例，今年1—10月，吉利汽车累计销量247.7万辆，同比增长44%，目前全年销量目标达成率83%。

在业内看来，当下车市竞争尤为激烈，车企若不主动出击，

将在宣传、销售等层面陷入“被动”。章弘向记者表示，车企推出的购置税“兜底”政策，是希望通过“主动出击”，减少购置税政策退坡对自身销量的影响。章弘同时也认为，车企推出购置税补贴政策，或会带来加剧车企资金压力、生产成本抬升等挑战。

值得注意的是，在车企通过推出购置税补贴政策抢夺年底订单之时，该销售策略是否会影响车企明一季度的销量也引发外界关注。

“根据我们测算，2026—2027年，30万元以上和以下销售价格的车型，需要新增缴纳的购置税金额占总销售价格的比例分别为5%以下和5%。”华源证券研报认为，“从补贴影响的面积角度来看，预计90%的低价格带车型消费者对补贴退坡的感知都将比较明显，补贴退坡将较为确定地影响明年的总量需求。”

不过在记者近期走访中，不少品牌销售经理对此并无担心，有销售经理向记者直言：“不需要考虑那么多因素，相关政策就是如此规定的，我们只需要关注本年度的销售情况。”

“对明一季度的销量会有影响，购车需求提前透支可能性较大。”章弘同时认为，通常而言，每年1—2月份为销售淡季，在政策退坡影响下，部分车企可能面临订单下滑压力。

章弘还指出，推出购置税补贴政策也会给车市竞争格局带来影响，相较头部车企，“尾部品牌或因补贴无力、产能不足等问题，面临更大销售压力，市场集中度可能进一步提高”。

春风动力站在“十字路口”

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

以主营摩托车起家的浙江春风动力股份有限公司（603129.SH，以下简称“春风动力”）正站在转型的十字路口。

“作为春风动力忠实的长期投资者、CFMOTO和ZEEHO的双料车主，真心希望公司发展越来越好，市值攀升更为稳健。但是这次控股股东和一致行动人为到了不到10亿元的减持，间接导致公司市值大跌超80亿元（峰值估算），后续有没有计划为股东们带

来更好的回报？”在2025年第三季度业绩说明会上，一位投资者向春风动力抛出了上述问题。

投资者的提问引起了外界的关注。而在不久前，春风动力对外发布公告称，其全资子公司CFP收到美国海关与边境保护局（CBP）的《行动通知》，要求对其从中国进口的UTV/SSV产品（包括UTV与SSV车型）进行归类调整，并追溯补缴税款。截至2025年10月23日，CFP收到的相关账单累计金额达1932.87万美元。

对于税款计提与业绩影响，

春风动力相关负责人在给《中国经营报》记者的书面回复中表示：“该归类调整属于2025年度新增事项，公司基于谨慎性原则做好财务安排，把预计补缴税款计入当期损益。该事件属于一次性的，不会对公司未来的生产经营、财务状况及长期发展产生实质性影响，由于涉及的账单金额及申诉结果存在不确定性，具体影响以公司后续公告为准。公司2025年1—9月归属净利润14.15亿元，该税款对公司的财务影响预计很小。”

业普遍性的关税政策冲击，维持业务稳定。”

记者注意到，公司挑战并非仅来自美国市场，春风动力在欧洲市场此前也面临着变数。自5月31日起，春风动力与其合作伙伴KTM在五个欧洲关键市场的代销合作画上了句号。

对于上述变故背后的原因和所带来的影响，春风动力上述负责人告诉记者：“KTM代理春风欧洲五国的时间很短，本次与KTM终止欧洲五国代销协议，是我们基于自身发展战略规划及欧洲市场实际情况，主动推进的重要决策。目前相关代理商已完成有序切换，不存在自建昂贵渠道以及大量营销成本的情况。从长远来看，此次调整对公司是一次积极变化，能够进一步提升欧洲市场的竞争力，为后续业务发展筑牢根基。总结来说，本次的调整是一次积极的动作，对春风品牌在欧洲独立运作，成长等等，都会有非常多的积极影响。”

上述负责人还表示，除墨西哥、泰国基地的产能布局外，公司正推进美加墨协定认证，同时通过优化全球供应链、提升海外基地本地化率等方式进一步降低关税成本。“依托产品力升级与全球化运营优势，公司能有效抵御行

押注“电动两轮”谋破局

作为全地形车与中大排量摩托车领域的领军者，春风动力在巩固燃油车基本盘的同时，也在战略性拓展电动两轮车业务，意图将其打造为继传统优势板块后的第二增长曲线。

今年4月，春风动力宣布加码核心制造能力，拟在浙江省桐乡市建设“年产300万台摩托车、电动车及核心部件研发配套生产基地项目”。据悉，上述项目由全资子公司浙江极核智能装备有限公司负责实施，总投资额预计约35亿元，资金来源于公司自有或自筹资金。

极核（ZEEHO）是春风动力旗下的新能源电动摩托车品牌。在强敌环伺的电动两轮市场，春风动力如何平衡销量与利润，避免“增量不增利”的窘境，已成为其严峻

考验。

春风动力上述负责人告诉记者：“电动出行的赛道是一个绝佳赛道，也是有规模效益的赛道。极核一方面以差异化价值应对行业竞争，积极打造‘高颜值、高性能、高智能化’产品，避免低价竞争，保障盈利空间；另一方面，通过规模化采购、供应链协同及产能爬坡，持续摊薄单位成本，缩小与传统业务的盈利差距，形成‘规模增长+利润释放’的良性循环。”

“在达到规模效益的前期，公司战略取舍还是追求市场份额和品牌势能，虽然短期会有一定的利润端压力，但是作为长期战略投入，相信未来会有更广阔的发展空间。”谈及公司将如何平衡“冲量”和“保利”之间的关系，上述负责人

高管减持行为引关注

“2025年前三季度公司营收与净利润同比均增长约30%，全地形车新品放量、极核电动业务快速突破，已构建清晰的第三增长曲线；国内摩托车新品迭代与海外市场拓展稳步推进，各项业务成效显著，管理层对公司长远发展充满信心。”春风动力上述负责人告诉记者。

被问及如何把握市场结构性机会时，春风动力上述负责人指出：“当前的行业趋势正朝着有利于春风的方向发展：全地形车领域，春风凭借其全球布局与研发实力，将持续提升市场份额；在摩托车市场方面，随着春风品牌在海外加速突围及国内中大排量市场的稳定表现，行业格局正不断深化；而在电动出行领域，具备技术领先与合规优势的品牌，将赢得最大的结构性增

长机会。公司已构建起协同效应明确的品牌矩阵：CFMOTO涵盖四轮全地形车、两轮摩托车，深耕动力运动高端市场；GOES作为四轮实用型品牌，与CFMOTO形成差异化补充；ZEEHO则聚焦高端电动出行。三大品牌精准覆盖不同细分需求，共同形成竞争合力。”

对于2026年的发展规划，上述负责人称，公司初步规划2026年延续稳健发展态势，核心依托全地形车海外份额提升、摩托车国内外市场同步拓展、ZEEHO电动业务规模化放量。

基于公司稳健的基本面，外界对春风动力高管减持行为提出了疑问。比如在9月18日，春风动力控股股东及一致行动人抛出减持计划。对此，上述负责人告诉记者

表示，“新国标的落地也将为极核带来市场拓展契机，规范化市场环境为具备技术实力与合规优势的品牌腾出更大空间。”

记者注意到，春风动力今年的盈利质量随规模扩张也同步提升。从基本面来看，春风动力前三季度营收为148.96亿元、归母净利润为14.15亿元，同比分别增长30.10%、30.89%。

对于公司的表现，春风动力上述负责人告诉记者：“公司所处行业拥有广阔的发展前景和市场容量，我们坚定看好行业赛道的长期发展。后续，公司将继续推进‘全球化、电动化、智能化’战略，通过深化海外产能布局、拓展多元市场等举措，进一步拓宽增长边界，释放发展潜力。”

者：“公司自上市以来，控股股东的持股总体保持稳定，彰显了对企业长期发展的信心，本次控股股东减持是个人财务安排，且采用大宗交易方式，对二级市场影响小，与公司经营、盈利前景无关。”

在2025年第三季度业绩说明会上，春风动力董事长兼总裁赖民杰也对此解释道：“公司股东本次减持系基于其自身资金安排作出的决策，该事项不会影响公司日常生产经营、核心业务布局及未来发展规划。公司与全体股东一样，始终期盼股价能客观反映公司内在价值。二级市场股价波动受宏观经济、行业周期、市场情绪等多重复杂因素影响，短期走势并非公司经营实力的唯一体现。对于公司而言，做好企业经营是市值管理的核心与根本。”

多元化战略布局应对出海变数

以自身确定性应对外部政策不确定性。”

春风动力在杭州以及泰国、墨西哥的产能布局，已成为其应对外部政策不确定性的一个缩影。据悉，三者间灵活的产能调配能力，实现了生产计划的动态优化，是保障供应链稳定的核心优势。

谈及海外基地的布局，春风动力上述负责人阐释了背后逻辑：“海外基地布局的核心是构建多点支撑的全球化制造体系及风险对冲体系，公司提前布局了墨西哥和泰国基地，相对生产基地单一的企业，应对中美贸易风险更具优势。海外的产能提前布局，目前来看，战略意义已经显现。”

上述负责人还表示，除墨西哥、泰国基地的产能布局外，公司正推进美加墨协定认证，同时通过优化全球供应链、提升海外基地本地化率等方式进一步降低关税成本。“依托产品力升级与全球化运营优势，公司能有效抵御行