

春节购车遇“政策换挡” 车企掀促销热潮能否迎来“开门红”

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

进入2026年，车市迎来政策与市场的双重“换挡”。1月1日起，新能源汽车全额免征购置税政策退坡为减半征收，与此同时，国家及地方新一轮“以旧换新”补贴陆续启动，以消费券、保险补贴等形式刺激购车需求。

车企“组合拳”应对短期波动

各家车企的促销策略极具针对性，上演了一出精彩的“攻防战”。

面对上述“政策换挡”带来的挑战，国内各大车企的应对可谓迅速而多元。根据市场定位与战略目标的不同，各家车企的促销策略极具针对性，上演了一出精彩的“攻防战”。

颜景辉表示：“在2025年年底政策尚未生效时，已有部分车企通过‘厂家补差’方式提前行动，旨在稳定2025年第四季度及2026年1月的销量。进入2026年，在‘政策换挡’与‘以旧换新’补贴提前启动的双重背景下，车企密集推出‘组合拳’式促销。从短期营销目标看，这首先是为了确保关键销售节点的表现，力保1月及一季度‘开门红’。由于2月受春节长假影响显著，1月作

但相关数据显示，目前国内市场仍处于调整期。

乘联分会数据显示，1月1—11日，全国乘用车市场零售同比下滑32%，环比下降42%。面对挑战，各大车企并未重蹈简单降价的价格战覆辙，而是迅速打出一套涵盖金融方案、用户权益、服务保障等多维度的“价值组合拳”，

为销售完整月份，其表现对一季度乃至上半年整体销量至关重要。因此，当前举措的首要目的是对冲政策变化带来的短期市场波动，稳固季度销售基本面。”

1月初，上汽大众宣布，1月31日前购买其燃油车型，可享受至高2000元新年限时红包、全系动力总成终身质保、限时特价6.98万元起、金融礼至低0首付0利息，以及至高15000元以旧换新补贴。上汽奥迪也推出购车福利：截至1月31日，购买奥迪E5 Sportback 可享10000元购置税补贴，并可选择获赠原厂充电墙盒（含安装）或5000元选装基金。

其他合资品牌亦积极跟进。比如，东风本田于1月14日通过官

试图在稳定销量的同时，构建新的竞争壁垒。

对于2026年开年车市掀起促销热潮的背后原因，汽车行业资深分析师、资深顾问梅松林告诉《中国经营报》记者，这是在新政策、新形势下企业采取的市场积极应对策略，也是带有进攻性的进取策略。“能经受过去几年市场价格战

方公众号发布购车促销活动，包括“购置税礼”，购置税补贴最高5000元；“置换礼”，置换补贴最高4000元等。

豪华品牌阵营亦反应迅速，纷纷“亮剑”。宝马中国在2026年年初宣布对旗下多达31款车型的官方指导价进行下调，此举迅速成为行业焦点，引发了市场的广泛关注与热议。

对于不同品牌采取的促销措施，惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁告诉记者：“本轮开年促销主要为对冲短期政策退坡的举措，但不同类型品牌面临的挑战不尽相同。”

杨菁补充道：“对合资品牌而言，2025年第四季度由于各地以旧

洗礼，还能进一步提供购车优惠给消费者的厂家，要么是真有实力借此抢占市场，要么是打肿脸充胖子也要保销量。”

中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉向记者分析道：“自2026年1月1日新能源汽车购置税减免退坡以来，为应对这一行业变化，各大车企已采取了多元化策略。”

换新补贴政策调整，燃油车销量超预期下滑。虽然2026年以旧换新政策得以延续，但新能源汽车购置税补贴减半征收政策将提高消费者购车成本，因此合资燃油车企降价促销主要为了平稳一季度销量走势。豪华燃油车品牌如宝马的官降则体现了品牌在定价和销售模式上的转变，由此带来的对经销模式的优化和对经销商的支持有利于品牌可持续的经营和品牌价值的维系。新能源汽车品牌近期促销或旨在平滑购置税和国补退坡带来的短期影响，同时抵御传统燃油车降价带来的竞争。除了现金补贴以外，一些品牌在用户权益、金融政策上有额外调整空间，形成‘促销组合拳’。”

促销策略呈现结构化差异

本轮的“促销组合拳”呈现出差异化、结构化的特征。

“此前都是有利率的，3年0息的金融政策是近期才推出来的。”小米汽车销售顾问向记者表示，目前小米YU7全系车型均已覆盖这一3年免息权益，该政策截止时间暂未明确。

特斯拉的权益以金融、服务、颜色费用减免形式体现。“‘7年超低息’是本月月初推出的政策，在行业内比较少见，主要是为了应对购置税政策而制定的。它指的是贷款期限最长可延至7年，且利率低至千分之五。如果贷款10万元，一年的利息仅需500元。特斯拉实行的是全国统一售价。实际上，免息或低息这类金融方案，也是一种变相的降价。”一位特斯拉销售顾问向记者

介绍，“此外，还有5年0息方案可供选择。目前还有一项车漆减免政策：正常情况下特斯拉只有灰色是免费颜色，其他颜色选配价在8000元—12000元不等。”

上述销售顾问表示：“通过‘老带新’活动，所有付费颜色均可直接减免8000元。也就是说，原本8000元的颜色相当于免费，而1.2万元的颜色也只需补4000元差价即可。”

记者也随机走访了上海乐道（ONVO）品牌门店，门口的宣传海报上“换电车型喜迎2026年购置税政策专项利好”的字样格外醒目。乐道汽车针对旗下L60与L90两款车型推出专项限时购车政策，核心内容包括购置税专项减免、多重购

车权益及到店首次试驾有礼等。

销售顾问告诉记者，选择“租电”模式可进一步享受购置税优惠。即在购置税减免5%的基础上，由于电池采用租用方式购买，其对应部分无需缴纳购置税，可再省至高3805元。

“如果全款购车或两年免息贷款，可在车价中直接减免5000元。”上述销售顾问告诉记者，“因为蔚来在静安区缴税，在上海开具发票并提车的话，还可申请静安区的地方补贴。”

“本轮的‘促销组合拳’呈现出差异化、结构化的特征，各企业均依据自身的产品定位、服务体系与金融能力等核心优势来设计策略，而非进行同质化的价格比拼。这反映

出行业竞争正从单一的‘价格战’向多维度的‘价值战’演进。这种策略不仅为企业后续的营销活动预留操作空间，也表明前期对价格内卷的治理政策已初见成效。”颜景辉告诉记者，“它有助于引导市场避免陷入恶性价格竞争，保护行业整体盈利能力和创新投入，推动产业竞争回归到更健康、更可持续的轨道，即围绕产品、服务、金融和用户体验等构建体系化优势。”

实际上，记者走访上海多家品牌门店也发现，与过去直接官降不同，如今销售人员更热衷于向客户讲解金融方案、服务包和隐藏福利，引导客户算一笔购车背后的“综合价值账”。



1月初，特斯拉推出“7年超低息”的金融政策。

夏治斌/摄影

短期促销难解转型难题

惠誉预计2026年车市“反内卷”措施会进一步深化和加强落实。

尽管促销密集，但市场反应尚显谨慎。乘联分会数据显示，1月1—11日，全国乘用车市场零售32.8万辆，比去年同期下降32%，较上月同期下降42%。乘联分会也提到，由于全额免征购置税政策刚截止，因此1月的零售偏弱也是完全正常的。随着各地的补贴细则和补贴通道全面启动，市场会逐步好起来的。

谈及本轮车市促销带来的影响，颜景辉告诉记者，在当前以旧换新政策与节前传统购车需求的驱动下，配合车企的多元化促销，预计将对春节前的汽车消费产生积极的拉动作用，有助于释放前期积压的需求。然而，促销热度的可持续性，特别是能否延续至一季度之后，仍需观察后续市场环境。“从长远看，车企应着力构建不依赖短期价格刺激的可持续竞争力。这包括继续深化基于自身特点的差异化策略。在金融方案、服务价值和用户体验上构建护城河，从而在稳定销量的同时，维护品牌长期价值与财务健康，实现高质量发展。”

不过，对于车市这一轮促销潮，梅松林告诉记者，中国消费者有春节前买车的习惯。现在厂家推出的一系列促销活动并不能有效助推提振消费，而更多的是减少消费者购车的“堵点”或“痛点”。“相比于去年，大

多数消费者的购车成本并没有减少，尤其是只关注裸车价格的购车者。除非是直接官降，否则不太会影响到品牌形象，对财务影响也有限。不得不采取直接官降的品牌，只能是两害相权取其轻，眼前的销量比长期的品牌价值更紧急。”

同时，梅松林告诉记者，简单直接降价的空间有限：一是经过几年的价格战洗礼，裸车已普遍无价可降了；二是来自各方呼吁停止价格战的压力。因此，继续简单降价的策略行不通，只有从价值上面下功夫：既要让意向客户感受到切切实实的优惠，又要最大程度上减少厂家的边际成本。

对于今年国内车市的走势，杨菁告诉记者，总体而言，“政策换挡”后，今年国内车市需求下行压力较大，新能源汽车销量增速亦将明显放缓，车市竞争仍将呈现白热化。然而，惠誉预计2026年车市“反内卷”措施会进一步深化和加强落实，同时新能源汽车供应链成本呈现上行压力，因此今年车企降价竞争空间有限。在政策细则进一步明确之前，一季度或为各汽车品牌降价竞争的最后窗口期。“进入二季度后，除了继续推出新车型、提升产品力以外，各车企或侧重于采取多元化宣传和促销手段、提升用户体验等策略来保持市场竞争力。”

汽车业IPO版图“变局”：智能细分赛道撑起“半边天”

中经记者 方超 石英婧 上海报道

在IPO市场整体回暖的大背景下，汽车行业正在其中扮演愈发重要的角色。

德勤中国资本市场服务部预计，截至2025年12月31日，中国内地A股市场将有114家汽车行业公司上市，融资人民币1296亿元。而在港

股方面，德勤直言，2025年香港IPO市场强劲反弹。

《中国经营报》记者注意到，在2025年的A股与港股IPO市场中，涵盖主机厂、自

动驾驶等领域的汽车企业，是重要参与者。博泰车联、车联天下、魔视智能等智能化企业也在2025年上市或申请上市，而这些企业，几乎撑

起了2025年汽车行业IPO的“半边天”。

“新能源汽车行业的竞争已进入核心技术比拼的深水区。”中国汽车流通协会专家

委员会委员章弘向记者表示，IPO会加速形成头部效应，“上市企业可通过融资扩大规模、优化技术，进一步巩固头部地位。”

A股汽车业IPO占比达三成

新能源汽车渗透率持续提升的情形下，汽车上下游企业的上市步伐也在加快。

安永数据显示，2025年，A股IPO预计较2024年实现新股发行数量与融资规模的小幅增长，而在2025年上市的IPO企业中，有三成左右属于汽车行业上下游企业，与汽车零部件、汽车电子系统的企业。

而在港股市场，汽车企业的上市则更受市场瞩目，纵观2025年港股市场，奇瑞汽车、岚图汽车、阿维塔等多家主机厂申请或成功登陆港股市场，引发外界高度关注。

以奇瑞汽车为例，2025年9月25日，奇瑞汽车在香港联交所主板正式挂牌上市，奇瑞汽车董事长尹同跃当日表示：“此次港股上市，是奇瑞迈进国际资本市场的重要一步。”

无独有偶，岚图汽车的港股上市之旅，也格外引人注目。公开信息显示，2025年10月2日，岚图汽车正式向香港联交所递交上市申请。与其他主机厂港股IPO方式不同，作为东风汽车集团股份有限公司（以下简称“东风集团股份”，00489.HK）子公司的岚图汽车，将

以介绍上市方式登陆港股。

最新信息显示，今年1月13日，东风集团股份发布公告，通过吸收合并方式将东风集团股份私有化、东风集团分派岚图股份及撤销集团上市地位的建议，已获得国家发展改革委、商务部及国家外汇管理局的批准、备案或登记以及与合并相关的其他适用政策批准，就此达成一项合并先决条件。

“岚图汽车上市体现了东风公司对岚图汽车发展的支持，也展现了东风公司向新能源转型的坚定决心。岚图汽车只是东风公司新能源汽车布局中的一个代表，恰好站在了历史的关键节点上。”岚图汽车董事长、党委书记卢放此前表示。

此外，2025年11月27日，阿维塔提交港股上市申请书。公开信息显示，截至递交申请前，阿维塔已完成四轮融资，累计募集资金超190亿元，但阿维塔科技总裁陈卓此前表示，“融资不是阿维塔赴港IPO最重要的目的”，对于IPO进展，阿维塔方面向记者表示：“以官方信息为主，官方会在关键节点进行信息释放。”

除了主机厂外，2025年，车联天下、魔视智能、图达通等智能化

企业也纷纷申请上市或成功上市。而这些企业多集中于自动驾驶、激光雷达、智能座舱等新兴领域，如2025年9月26日，魔视智能递交港股上市申请，国泰君安国际、国信证券（香港）为联席保荐人。

“魔视智能选择在此时递交上市申请，主要基于行业发展窗口期、自身业务阶段及资本市场环境的综合考量。”魔视智能方面向记者表示，与其他排队上市企业相比，该公司差异化竞争优势则体现在技术实力、商业化能力及市场定位的独特布局上。

对于汽车上下游企业掀起的上市热潮，章弘向记者表示，这与政策支持、汽车市场持续增长及资本青睐等因素密不可分。章弘直言，新能源汽车渗透率快速提升，市场空间巨大，“企业通过上市融资来扩大生产规模、满足市场需求”。

章弘还表示，在汽车“新四化”快速发展的大背景下，相关企业需要通过上市融资获取资金投入研发，以保持技术竞争力。他同时认为，投资者看好汽车行业的未来发展前景，而这“推动了企业上市的积极性”。

开启智能化“军备竞赛”

在集体冲刺资本市场的另一边，不少汽车上下游企业仍处于亏损境地。

记者注意到，相较A股市场，2025年不少自动驾驶、智能座舱等企业集体冲击港股上市。章弘分析称，A股对股权清晰度、企业连续盈利等要求较为严格，“港股市场对企业的盈利要求相对宽松，且实行注册制，审核流程相对简便”。

如在市场关注的盈利性方面，车联天下、魔视智能、图达通等仍处于亏损境地。以车联天下为例，2022—2024年，其收入分别为3.69亿元、22.98亿元、26.56亿元，而同期的净亏损额分别为5.14亿元、2.01亿元、2.53亿元。

不仅如此，2025年上半年，车联天下净亏损进一步扩大至2.62亿元。车联天下此前回复记者称：“公司于往绩记录期间实现了业务持续增长，但处于亏损状态。”

而在魔视智能方面，2022—2025年上半年，亏损金额分别为2.004亿元、2.280亿元、2.335亿元及1.117亿元。魔视智能方面此前向记者解释称：“公司在招股书

中披露了两个口径的亏损额，一是根据IFRS准则计量，于往绩记录期间，公司净亏损合计为7.74亿元；其二是于往绩记录期间，公司累计调整亏损净额为5.57亿元。”

在业内看来，不少企业面临亏损仍执着冲刺港股IPO的背后，既是为了应对行业竞争的“补充弹药”之需，亦是为了积极抢占智能化制高点，构筑自身的技术护城河。

如在车企高度重视的自动驾驶方面，岚图汽车表示，我们坚持自主开发和开放合作，持续推动鲲鹏智驾系统L3级有条件自动驾驶，同时，其也将与华为有条件自动驾驶领域深化合作。

而车联天下在给记者的回复中表示：“根据公司招股说明书内容，公司拟将所得款项净额约50%用于智能网联汽车解决方案的研发。”魔视智能则表示：“于往绩记录期间，公司研发投入占收入的比例分别为108.4%、97.7%、44.9%与44.5%，反映了我们平台化研发框架的效益，使我们能够稳步巩固我们的技术实力。”

对于不少企业将智能化作为IPO募资的核心投资方向，章弘向记者表示，“智能驾驶和智能座舱是汽车智能化的核心方向，随着新能源汽车渗透率提升，消费者对智能驾乘体验的需求激增”，其同时认为，在技术加速迭代的大背景下，“智能驾驶和智能座舱技术更新迅速，企业需持续投入研发以保持竞争力”。

更值得注意的是，不少在港股上市的中国汽车上下游企业，正谋求通过港股平台进一步走向全球市场。

如岚图汽车在招股书中表示，其在中国销售汽车，并出海欧洲、中东及中亚等海外市场。岚图汽车表示：“我们计划在不久的将来拓展更多海外市场，以把握快速增长的新能源汽车需求。”

“港股市场吸引了国际机构投资者和南向资金，相关企业上市后可提升国际知名度、品牌影响力，吸引更多海外合作伙伴和客户。”章弘同时认为，汽车上下游行业相关公司还可通过上市募资，“投入更多资源用于合规体系建设，降低出海风险。”