

豪车市场变天,90万元起征消费税

有消费者疯狂抢单也有车企及时应对

7月17日,财政部、税务总局联合发布了关于调整超豪华小汽车消费税政策公告,将此前“零售价格130万元(不含增值税)及以上”车型征收的额外消费税门槛下调至90万元。这也意味着,以后买超过90万元豪车的时候,也要交一笔“豪车税”了,税率为全额的10%。

政策发布后几乎没有缓冲期,新规定自2025年7月20日起执行,这意味着同样一款豪车,新规后可能就要涨价十几万元。

不少消费者赶在新政执行之前抢购保时捷、奔驰、宝马品牌里价格过百万的车型,这让4S店的销售顾问应接不暇。还有车企推出补贴税费等兜底政策,全额补贴豪车税。

这次的豪车税政策下来,对哪家公司影响最大?目前看来,其实不是诸如劳斯莱斯、宾利那些顶着奢侈品牌,而是本来日子就不好过的传统超豪华“保时捷们”。

有分析指出,此前超豪华车消费税起征点为零售价格130万元,而此次调整后,消费税起征点下探至90万元(含税开票价格为101.7万元),即受影响的是开票价格为101.7万~146.9万元区间的新车。

以一辆含税价150万元的车型为例,减去13%增值税后不含税价大概在132.7万元,消费者需额外承担10%的超豪华小汽车的消费税,即需要额外支付13.27万元。

影响最大的品牌是保时捷、奔驰等定位高端又走量的品牌,其次还有丰田埃尔法、威尔法、路虎揽胜等车型。

保时捷作为百万级豪华车市场的标杆品牌,在此次消费税调整中首当其冲。7月18日,记者联系销售,他表示:“这两天店里都快忙疯了,销售接待、咨询、定车等工作量激增。有销售称自己一天卖掉了4台车,目前现车资源极度紧张,有的展车都卖掉了。”

其次,这次的新政对于超豪华汽车的界定范围更明确,要求也更严格。公告中明确规定了车辆类型为包括各种动力类型(含纯电动、燃料电池等动力类型)的乘用车,以及中型商用车的车辆都要纳入征收范围。也就是说,不管是燃油车、纯电、混动甚至氢能,只要超过了起征门槛统统按“超豪华”加征消费税。

当下,国内自主车企在新能源汽车上弯道超车,品牌集体“向上”的环境下,已经有不少国

产车型被纳入了“豪车税”的征收范围。比如仰望的U8、U9车型,以仰望U8豪华版计算,指导价109.8万元,新车不含增值税的价格为97.17万元,这也意味着,从7月20日开始,购买仰望U8新车需要额外缴纳9.7万元税费。

除此之外,还有尊界S800的顶配车型,红旗的部分“国”系列车型也都被纳入征税范围。

值得一提的是,尊界S800唯一受到影响的星耀行政版,指导价为101.8万元,按照10%的税率计算,购买顶配需要多花小十万。不过尊界官方应对也非常及时,表示在7月19日23:59:59前下定(无需锁单)的用户,不受豪车税影响。

为了应对新政策,日前捷豹路虎中国宣布,即日起到7月31日,消费者在授权经销商处购买指定车型并开具发票后,即可享受豪车税全额补贴政策,新增的裸车相关消费税将由厂家全额承担。

据报道,乘联分会秘书长崔东树公开表示,超豪华车消费税新规的施行,属于对征税范围正常合理的调整。“超豪华车的数量仅占整体车市规模的千分之一左右,对一般消费者而言没有任何影响。”崔东树表示。

本报记者 王增益

猛士M817打通城野生活边界



“风华正猛——猛士M817技术发布暨新车预售”近日在武汉举行。活动上,猛士M817同步开启预售,新车提供两个版本,其中猛士M817 Pro版预售价32.99万元,猛士M817 Max版预售价35.99万元。

硬核于外,奢享于内。进入车内,猛士M817先锋机甲座舱的横平竖直、中轴对称设计极具未来感,搭配金属脉冲按键、飞机旋钮、家族标志性门把手,营造出沉浸式的未来科幻氛围;内饰91.2%软包包覆,人体与座椅接触面大面积选用Nappa真皮,皮质细腻,顶棚及后备厢采用高档绒质面料,触手皆豪华;殿堂级丹拿18扬声器音响、256色无极氛围灯将出行的仪式感拉满,让感官体验再升级;-6℃至50℃智能冷暖冰箱,远离繁华也能畅享冰饮和热饮,让高品质体验不打折。

全域通达,是猛士对越野的终极诠释。猛士M817“磐石底盘”采用同级唯一的VMC智能底盘域控技术,能实现纵向、横向、垂向三个方向的全域协同控制,智能协调动力、制动、转向、悬架,形成“团队作战”,发挥最强实力;150mm上下可调空气悬架,抬高无惧沟沟坎坎,降低畅行全国车库;同级领先的900mm最大涉水深度,堪比陆地“冲锋舟”;CDC连续阻尼可变减振器,0.02秒极速响应,毫秒级调整软硬;同级唯一双向20°后轮转向角度,可实现最小转弯半径5.2m,狭窄空间“一把过”;最小3.5米转弯半径的原地掉头功能,畅行小巷无压力,原地转个身,一转天地宽。

猛士智能越野全地形系统,让小白轻松上手,老炮爱不释手。猛士M817搭载猛士智能F锁,遇到打滑锁止快,智能精准分配轴间、轮间动力,单轮可脱困,从容征服交叉轴、沙梁等极限路况;6D IMU车身姿态感知技术,车身姿态看得见,爬坡过坎更有底气;智能红外夜视系统在120米距离内能精准识别车辆、行人及动物目标。夜间、雾霾、扬尘等极端天气行车更安心。更重要的是,整车支持9种驾驶模式,轻松驾驭雪地、深雪、泥地、岩石、沙地、涉水等场景,AUTO模式支持一键智能越野,小白秒变越野老炮;越野专家模式支持个性化越野自定义,为资深玩家带来更纯粹的越野乐趣。

本报记者 孙侠

潘展乐成为仰望U7形象大使



7月21日,比亚迪在深汕工厂举行第1300万辆新能源汽车下线仪式,超级四电旗舰轿车仰望U7作为下线车型亮相。2025年上半年,比亚迪汽车销量稳步攀升:今年1—6月,比亚迪国内销量超211.3万辆,同比增长31.5%;同期海外销量47.2万辆,同比增长128.5%。凭借在市场上的亮眼表现,比亚迪稳居全球新能源汽车销量第一,成为全球首家达成第1300万辆新能源汽车下线的车企,铸就全新里程碑。

同日上午,仰望汽车官宣,巴黎奥运会男子100米自由泳冠军、世界纪录保持者潘展乐正式成为仰望品牌旗舰车型U7形象大使,同时也是比亚迪第1300万辆新能源汽车仰望U7车主。

自问世以来,仰望汽车的极致技术、产品实力与品牌价值广受高端消费者认可,360集团创始人周鸿祎、新东方教育集团董事长俞敏洪、知名导演和编剧王朔歌、知乎创始人周源都陆续成为仰望车主,再加上潘展乐成为仰望U7车主并担任形象大使,印证了仰望已成为企业家及社会名人的购车首选。随着“仰望朋友圈”不断壮大,品牌高端化战略持续深化,市场认可度稳步攀升,充分彰显其在高端汽车领域的硬实力与日益稳固的市场地位。

仰望U7作为全球首款超级四电旗舰轿车,搭载云辇-Z、易四方等极致技术,开创新能源汽车四电时代,更凭借超强性能、超灵敏驾控、超稳车身姿态控制、超高安全上限四大优势,好坐更好开,带来前所未有的操控新体验,正重新定义高端汽车价值。

比亚迪第1300万辆新能源汽车成功下线,体现了国内外市场及用户对比亚迪的青睐和信任。在高端消费市场,仰望作为中国首个销量突破一万台百万级汽车品牌,技术实力与品牌价值广受认可。仰望的持续向上突破,不仅代表中国品牌在高端汽车领域完成历史性跨越,更展现了新能源时代中国汽车冲击高端的竞争力与产业自信。

本报记者 王增益

试驾 smart 精灵#1 灵动与性能交响

在繁华喧嚣的都市中,车辆川流不息,每一辆车都像一个独特的音符,共同奏响城市的交通乐章。而smart精灵#1,无疑是其中最灵动、最具活力的那个旋律,它以独特的魅力,在都市的舞台上演绎着一场灵动与性能的精彩交响。走吧,跟随记者的脚步,一起试驾这款车。

当smart精灵#1穿梭在都市的大街小巷,它那小巧玲珑却又不失大气的外观瞬间成为众人瞩目的焦点。其设计灵感源自于对都市生活的深刻洞察,将时尚、科技与灵动完美融合。

车身线条流畅而圆润,宛如灵动的舞者,在城市的建筑间轻盈舞动。独特的贯穿式LED前大灯,犹如一双锐利而明亮的眼睛,在夜晚点亮时,散发出迷人的光芒,为车辆增添了新颖的科技感与未来感。而悬浮式车顶设计,则让整车看起来更加轻盈飘逸,仿佛随时都能腾空而起,穿梭于都市的云端。

走进车内,smart精灵#1的内饰设计同样令人惊艳。简约而不失时尚的中控台布局,搭配高品质的材料和精致的工艺,营造出一种舒适而豪华的驾乘环境。12.8英寸的中控大屏,犹如一个智能的魔法窗口,集成了车辆的各种信息和功能,操作流畅便捷,让驾驶者能够轻松掌控一切。座椅采用了人体工程学设计,提供了良好的支撑和舒适性,即使长时间驾驶也不会感到疲惫。



悬架系统对路面颠簸的过滤也比较到位,能够有效地减少震动和噪音,为驾乘人员提供一个舒适安静的驾乘环境。

smart精灵#1不仅是一辆拥有灵动外观和操控的车辆,更是一辆集科技与智能于一身的未来座驾。在它的身上,科技与性能交织出一曲美妙的交响乐。

智能驾驶辅助系统是smart精灵#1的一大亮点。它配备了L2+级智能驾驶辅助功能,包括自动泊车、遥控泊车、拨杆变道、自动紧急制动等。在试驾过程中,自动泊车功能给记者留下了深刻的印象:只需按下按钮,车辆就能自动识别车位,并精准地完成泊车动作,整个过程无需驾驶者进行任何操作,大大减轻了驾驶者的停车压力。而拨杆变道功能则让高速驾驶变得更加轻松和安全,只需轻轻拨动转向灯拨杆,车辆就能自动判断周围环境,完成变道操作。

智能座舱也是smart精灵#1的一大特色。它搭载了高通骁龙8155芯片,配合smart OS全场景数字生态车机系统,操作流畅且功能丰富。四区域语音识别唤醒功能能让车内每一位乘客都能轻松控制车辆的各种功能,无论是调节空调温度、播放音乐还是查询导航信息,只需说出指令,车辆就能迅速响应。此外,车机系统还支持豆包AI大模型追问作诗等功能,为驾乘人员带来了更多的娱乐和互动体验。

对于家庭用户来说,smart精灵#1不仅仅是理想的交通工具,更是一种生活态度的象征。它代表着年轻、时尚、自由和环保,与都市人的生活方式完美契合。

对于年轻的上班族来说,smart精灵#1的小巧车身和灵活操控能够让他们轻松应对都市的早晚高峰拥堵,节省通勤时间。同时,其时尚的外观和智能的配置也能满足他们对品质生活的追求,让他们在驾驶过程中感受到科技带来的便利和乐趣。

对于家庭用户来说,smart精灵#1虽然车身小巧,但内部空间却十分宽敞。2750mm的轴距为后排乘客提供了充裕的腿部空间,即使是长途旅行也不会感到拥挤。此外,车辆的后备箱容积也比较大,能够满足家庭日常出行的行李存放需求。

在环保方面,smart精灵#1作为一款纯电动车型,零排放的特点让它成为了都市环保出行的首选。它不仅能够减少空气污染,还能降低能源消耗,为城市的可持续发展作出贡献。

smart精灵#1以其灵动的外观、卓越的操控性能、先进的科技配置和环保的理念,成为都市中的一颗璀璨明星。15万元不到且良好的性价比,无论是日常通勤还是周末出游,smart精灵#1都能成为都市生活的理想伙伴,陪伴都市青年开启一段段美好的旅程。

本报记者 孙侠

极氪把小众车卖成了全球爆款

中国豪华品牌极氪汽车近日公布一组数据,猎装车车型累计下线突破30万辆。根据IHS全球乘用车销量数据显示,在2021年极氪进入猎装车市场之前,全球猎装车全年销量仅6.2万辆,2024年全球猎装车销量近15万台,销量增加142%。其中极氪占据70%份额,相当于每卖出10台猎装车,就有7台来自极氪。这一数据远超保时捷、奔驰等传统豪华品牌,也意味着极氪已成为全球猎装车销量第一品牌。

旅行车源于轿车、猎装车源于超跑。猎装车起源于19世纪英国贵族的狩猎需求,最初是在高性能跑车底盘基础上打造的车型,它保持跑车基因,通过加长尾部和掀背设计拓展载物空间,形成“优雅线条+实用尾厢”的标志性特征,是豪华车领域的独特存在。

2021年前,猎装车作为欧洲豪华品牌的传统领地,长期以来由保时捷Panamera Sport Turismo、奔驰CLS Shooting Brake等车型主导,市场规模有限,也一直被视为“小众奢华”的代名词,是“极小部分人的体验”。

然而,极氪001的横空出世打破了这一刻板印象。作为全球第一款新能源猎装车,也是全球第一款将空气悬架、电动门等超豪华体验带入30万以内市场的汽车,一经推出就成为明星产品。作为全能猎装车的开创者,凭借其原创猎装设计、超跑性能、SUV通过性、旅行车大空间等“一车顶四车”的极致产品力,以及装上激光雷达的“公路坦氪”安全口碑,极氪001于2024年登顶国内25万元以上



纯电市场销量冠军,超过轿车和SUV。

数据显示,极氪猎装车用户中,近40%为原BBA(奔驰、宝马、奥迪)车主,极氪猎装产品力已成功吸引传统豪华车消费者。

业内人士认为,极氪的30万台猎装车下线,意味着中国开始出现自己的汽车文化。在全球汽车工业的发展历程中,一个成熟的汽车市场往往伴随着独特的汽车文化,它不仅仅是交通工具的普及,更是审美偏好、生活方式和细分需求的集体表达。

欧洲有旅行车(Wagon)文化,日本有K-Car文化,美国有肌肉车和皮卡文化,而中国汽车市场在经历了“从无到有”的规模化阶段后,如今正迎来“从有到精致”的文化塑造期。极氪猎装车30万辆的下线成绩,是这一进程的关键注脚。

据了解,极氪猎装车车主是一群懂车玩车、有颜有品、享受生活的“生活家”,代表着中国社会快速发展中涌现的年轻中产力量。他们讲究务实与品质并重,注重性价比与实际需求,同时追求个性化体验,兼顾理性与悦己的平衡。

在用车选择上,除了考虑极致的性能和安全,同样看重原创设计和独特审美。在最近的第25届中国专利奖评选中,极氪001以原创猎装美学,获得“中国外观设计金奖”。坚持原创、拒绝“套娃”的极氪,成为这群年轻中产的选择。

公开数据显示,2021年起,自驾游出行人次占国内旅游总人次的比例逐年增加,有观察指出,国产新能源车、猎装车等细分市场爆发是重要原因,猎装车的普及催生了猎装旅行文化,对旅游产业有带动作用。

此外,和欧洲猎装车起源于狩猎文化相似,极氪猎装车的热销,还踩中了近年来情绪经济的风口。兼具了功能性和设计美学的猎装车,某种意义上为年轻中产群体提供了情绪价值。

随着中国新能源品牌的崛起,全球汽车市场的格局正在被改写。极氪猎装车30万辆的下线成绩,是中国汽车品牌在全球高端市场的一次“弯道超车”。

目前,极氪猎装车已出口至欧洲、中东等市场,并计划进一步扩大海外布局,跻身全球高端车格局。

本报记者 王增益