

新能源汽车“以旧换新”政策的传导效应研究

孙博诗

辽宁经济职业技术学院，辽宁沈阳

摘要：本文聚焦新能源汽车“以旧换新”政策，结合产业发展背景与政策演进历程，构建“直接效应—间接效应—引致效应”的财务效应传导框架，剖析政策对消费者、企业及关联产业的多层级影响。同时，分析政策传导中存在的执行成本、补贴套利、地区差异等“摩擦”与漏损问题。提出优化财务激励工具、健全旧车评估交易体系、推动“政策-金融”联动、构建全生命周期闭环模式等建议，为提升政策精准性与可持续性、促进产业高质量发展提供理论与实践支撑。

关键词：新能源汽车；以旧换新；传导效应

Research on the Transmission Effect of the New Energy Vehicle “Trade-in” Policy

Boshi Sun

Liaoning Economy Vocational and Technical College, Shenyang, Liaoning

Abstract: This paper focuses on the new energy vehicle “trade-in” policy. Combining the industrial development background and policy evolution process, it constructs a financial effect transmission framework of “direct effect - indirect effect - induced effect” to analyze the multi-level impacts of the policy on consumers, enterprises and related industries. Meanwhile, it examines the “friction” and leakage problems in policy transmission, such as implementation costs, subsidy arbitrage and regional differences. The study proposes suggestions including optimizing financial incentive tools, improving the used car evaluation and trading system, promoting “policy-finance” linkage, and building a full-life-cycle closed-loop model, aiming to provide theoretical and practical support for enhancing policy accuracy and sustainability, and advancing the high-quality development of the industry.

Keywords: New Energy Vehicles; Trade-in Policy; Transmission Effect

1 背景与意义

近年来，我国新能源汽车产业实现跨越式发展。2024年我国新能源汽车产销分别达1288.8万辆、1286.6万辆，同比增长超34%，新车销量占比40.9%。2025年前10月产销均突破1300万辆，同比增长超32%，市场占比达46.7%，产业规模与技术水平居世界领先。为落实“双碳”目标，2023年以来中央多次提出鼓励新能源汽车以旧换新，作为稳定汽车消费、推动产业转型的重要举措[1]。该政策通过财务激励降低消费门槛，契合市场需求升级逻辑。但当前产业进入高质量发展新阶段，传统燃油车存量积压、新能源汽车渗透率提升放缓、动力电池回收体系不完善等问题凸显，在此背景下，深入研究该政策的传导效应具有重要现实紧迫性。

2 政策演进

我国汽车“以旧换新”政策的演进可分为三个阶段：燃油车为主阶段（2010-2015年）、新能源试点阶段（2016-2023年）、深化优化阶段（2024年至今）。在第一阶段，国家层面以旧换新政策主要针对传统燃油车，新能源车有单独购置补贴，但未明确纳入以旧换新体系。第二阶段，新能源汽车的补贴下调，“以旧换新”政策主要由地方探索实施。2022年9月，商务部等17部门印发《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》，鼓励有条件地区开展汽车以旧换新，加快老旧车辆淘汰更新。2023年7月，商务部等17部门联合印发《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》，明确要求“支持新能源汽车以旧换新，鼓励各地出台地方性补贴政策”，进一步细化政策实施路径。第三阶段，国家开始重新整合以旧换新与新能源车补贴，逐渐形成全国统一政策体系。2024年4月，商务部等7部门联合印发《汽车以旧换新补贴实施细则》，对满足条件的“以旧换新”个人消费者，给予一次性定额补贴1万元。2024年8月，新能源汽车以旧换新补贴从1万元提高至2万元。2025年1月，商务部等8部门办公厅发布《关于做好2025年汽车以旧换新工作的通知》，扩大了可申请补贴的“旧

车”的范围。同时，完善了汽车置换更新补贴标准。置换新能源乘用车补贴最高不超过1.5万元。

3 传导路径分析

3.1 第一级传导：直接财务效应

直接财务效应是政策对目标主体产生的即时性、直接性财务影响，主要表现为政府财政资金向消费者与整车企业的直接转移，以及关联产业的直接收入增长。资金流向方面，中央与地方财政补贴通过消费者置换行为，间接支持新能源汽车生产企业与经销商；消费者则凭借旧车置换折价补充购车资金，减少财务支出。关联产业中，旧车回收量增长提升回收企业销售收入，动力电池回收企业通过拆解再生获利[2]。直接财务效应是政策最基础的效应形式，为后续的间接效应与引致效应提供了前提条件。

3.2 第二级传导：间接与引致财务效应

3.2.1 产业链纵向传导

产业链纵向传导是指政策的直接财务效应沿着新能源汽车产业链上下游扩散，对上游零部件供应商、中游制造企业、下游服务企业产生的间接财务效应。

（1）上游（电池、材料）：需求扩大与投资激励效应

新能源汽车生产企业的销量增长与现金流改善，直接带来零部件采购需求的扩大，上游电池、电机、电控等零部件供应商的订单量显著增加，销售收入与利润同步增长。同时，订单增长带来的预付款改善，缓解了上游企业的资金压力，为技术研发与产能扩张提供了资金支持。此外，政策推动的新能源汽车高端化、智能化趋势，激励上游企业加大对高能量密度电池、智能驾驶芯片等核心技术的研发投入，提升产品附加值，形成长期竞争优势。

（2）中游（制造）：产能利用率提升与成本摊薄效应

新能源汽车生产企业的规模化生产，不仅降低了自身的单位成本，还通过产业链传导影响中游制造企业（如汽车零部件加工企业、组装企业）。中

游制造企业的产能利用率与下游整车企业的产量密切相关，整车企业的销量增长提升了中游企业的产能利用率，降低了单位固定成本。同时，中游企业的规模化生产还可提升生产效率，降低单位变动成本，形成成本优势。

（3）下游（充电、服务）：保有量增长与持续性收入效应

政策带来的新能源汽车销量增长，直接推动了新能源汽车保有量的提升，为下游充电服务、售后维修、金融保险等企业带来持续性收入。充电运营商通过新建充电桩、提升充电效率等方式拓展业务，销售收入持续增长。售后企业通过提供专业化维修服务获得稳定收益；新能源汽车的购车贷款、保险产品需求增长，金融机构与保险公司的业务规模不断扩大。下游服务企业的收入增长形成了产业链的闭环效应，进一步完善了产业生态。

3.2.2 市场横向扩散

市场横向扩散是指政策的直接财务效应在不同市场之间扩散，对传统燃油车市场、二手车市场及金融保险等配套市场产生的间接财务效应。

（1）对传统燃油车市场的替代效应

新能源汽车“以旧换新”政策通过激励消费者置换新能源汽车，对传统燃油车市场产生显著的替代效应。一方面，政策导致传统燃油车的需求减少，销量下滑，燃油车生产企业的销售收入与利润受到冲击，部分企业被迫调整产品结构，加大新能源汽车研发投入；另一方面，传统燃油车的存量置换加速，导致二手车市场上燃油车的供给增加，价格下跌，进一步降低了燃油车的市场竞争力。替代效应推动了汽车市场的结构优化，加速了燃油车向新能源汽车的转型进程。

（2）对新能源汽车二手车市场的激活效应

随着首批新能源汽车进入置换周期，政策带来的旧车回收量增长为二手车市场提供了充足的车源；同时，政策推动的旧车评估体系完善与信息透明度提升，降低了二手车交易的信息不对称，提升了消费者对新能源汽车二手车的接受度。新能源汽车二手车市场的活跃，不仅为消费者提供了更多

的置换选择，还形成了“新车销售—二手车流通—回收再利用”的良性循环，进一步放大了政策的财务效应。此外，二手车市场的活跃还带动了金融、保险等配套服务的发展，如二手车贷款、二手车保险等产品的需求增长，形成市场横向扩散的叠加效应。

4 “摩擦”与“漏损”分析

政策财务效应的传导过程并非完全顺畅，由于多种因素的影响，部分财务效应会出现衰减，形成“摩擦性”漏损。

4.1 政策执行漏损

政策的实施需要政府投入大量的人力、物力、财力用于补贴审核、流程监管、评估体系建设等，这些执行成本会占用部分财政资金，导致实际到达消费者与企业的补贴资金低于政策名义补贴金额，降低了政策的实际激励效果。

4.2 补贴套利漏损

部分市场主体利用政策漏洞进行补贴套利，如通过虚假置换、旧车重复回收等方式骗取补贴资金，导致财政资金流失，政策效应被扭曲[3]。例如，部分回收企业与消费者串通，将不符合条件的旧车伪装成符合条件的车辆进行置换，骗取补贴；部分企业通过“先卖后买”的方式，将新车出售给关联方后再进行置换，套取补贴。补贴套利行为不仅导致财政资金浪费，还破坏了市场公平竞争环境，影响了政策的整体效果。

4.3 地区差异漏损

我国东中西部地区的经济发展水平、产业基础、消费能力存在显著差异，导致政策的财务效应在区域间传导不均衡[4]。东部地区经济发达，财政补贴力度大，消费能力强，政策效应显著；而中西部地区财政补贴力度小，消费能力弱，政策效应相对有限。此外，中西部地区的回收体系与充电基础设施不完善，也制约了政策财务效应的传导，导致部分地区的政策效果未得到充分释放。

5 政策实施优化建议

5.1 优化激励工具设计，提升政策精准性

从“普惠性补贴”向“精准性激励”转变。一是调整补贴方式，从购置环节补贴转向使用环节补贴，将补贴与新能源汽车的使用里程、能耗水平等挂钩，鼓励消费者长期使用新能源汽车，提升补贴资金的使用效率。二是引入碳积分激励机制，将“以旧换新”与碳积分交易相结合，对参与置换的消费者与企业给予碳积分奖励，碳积分可在碳市场交易变现，形成市场化的激励机制，降低财政补贴压力。三是差异化补贴标准，根据不同地区的经济发展水平、消费能力、产业基础等因素，制定差异化的补贴政策，重点支持中西部地区与农村市场，促进区域均衡发展。

5.2 健全评估交易体系，降低交易成本

完善的评估与交易体系是保障“以旧换新”市场健康发展的基础，应从三个方面入手健全体系：一是制定统一的旧车评估标准，由行业主管部门牵头，联合行业协会、科研机构等单位，制定新能源汽车旧车评估国家标准。二是提升评估机构的专业性与公信力，加强对旧车评估机构的资质认证与监管，鼓励第三方评估机构参与市场竞争。三是完善旧车交易平台，建立全国统一的新能源汽车旧车交易平台，实现旧车信息共享、在线评估、异地交易等功能，降低交易成本，提升交易效率[5]。

5.3 推动“政策-金融”联动，放大杠杆效应

充分发挥金融工具的杠杆作用，推动政策与金融深度融合，形成“财政补贴+金融支持”的组合激励体系。一是鼓励金融机构推出专项金融产品，针对新能源汽车以旧换新推出低利率、长期限的置换贷款，或为消费者提供旧车折价与贷款贴息相结合的金融服务，缓解消费者资金压力。二是发展绿色汽车金融，支持金融机构发行绿色金融债券，募集资金用于新能源汽车以旧换新的金融支持，扩大金融资金供给。三是建立风险补偿机制，政府设立新能源汽车以旧换新金融风险补偿基金，对金融机

构的不良贷款给予一定比例的补偿，降低金融机构的信贷风险，鼓励金融机构加大支持力度。

5.4 构建全生命周期闭环商业模式，实现财务价值最大化

围绕“生产-消费-回收-再利用”全生命周期，构建闭环商业模式，提升产业的整体财务价值。一是落实生产者延伸责任制度，要求新能源汽车生产企业承担旧车回收与动力电池再生利用的主体责任，形成“谁生产、谁回收、谁受益”的机制。二是推动产业链协同发展，鼓励新能源汽车生产企业、回收企业、材料企业等建立战略合作关系，形成一体化的回收利用体系，提升资源回收率。三是培育循环经济产业园区，在新能源汽车产业集聚地建设循环经济产业园区，整合旧车回收、拆解、零部件再制造、材料再生等环节，形成产业集群效应，降低物流成本与生产成本，提升产业的整体盈利能力。

6 结论

本文分析了新能源汽车“以旧换新”政策的传导机制及过程中可能存在的漏损问题，为未来政策优化提供理论依据，助力新能源汽车产业高质量发展。

致谢

本研究承蒙辽宁经济职业技术学院科研处与财经学院的立项资助（LJZKY-2025-YB-06），并获得省财政厅、省税务局、省审计厅等相关处室提供数据与业务指导；辽宁大学、东北财经大学多位匿名评审专家在传导机制搭建中给予宝贵建议；团队成员协助完成文献整理、调研分析。谨向所有贡献者致以诚挚谢意。

本研究系辽宁经济职业技术学院院级课题项目（课题名称：新能源汽车行业“以旧换新”政策的财务激励效应研究（LJZKY-2025-YB-06））。

参考文献

[1]庞天舒. 以旧换新促进汽车产业多重目标实现[J]. 汽车纵

- [1]孙博诗. 新能源汽车“以旧换新”政策的传导效应研究[J]. 中国能源, 2024(05): 24-27.
- [2]侯伟胜. 以旧换新“换”出汽车市场新增量[J]. 商业观察, 2025, 11(24).
- [3]周景彤, 范若滢, 杨悦斐. 消费品以旧换新政策实施效果与建议[J]. 中国国情国力, 2025(08).
- [4]陈剑. 浙江省以旧换新政策实效评估与优化路径[J]. 预算管理, 2025(08).
- [5]周海川, 孟山月, 李白鹭, 赵洋. 消费者参与汽车以旧换新面临的挑战和应对建议[J]. 中国能源, 2024, 46(10): 20-28.

