

山东汽车

2025 年第 9 期（总第 61 期）

山东省汽车行业协会

2025 年 9 月 30 日

协会活动

2025 第二十四届青岛国际汽车展暨新能源汽车下乡巡展隆重举行

会员动态

山东重工集团数名蓝领匠人获评 2025 年“大国工匠人才”

超大声：一等奖！标杆项目！闭幕式展示发布会

政策法规

工信部等六部门联合部署开展汽车行业网络乱象专项整治活动

“人工智能+交通运输”实施意见印发

行业资讯

从《汽车行业稳定增长工作方案（2025-2026 年）》洞察商用车未来趋势

一篇让人浮想联翩的文件

三大亮点带你看 2025 梁山专用车展新能源引领，全球化布局加速

未来五年，新能源重卡市场谁主沉浮，行业集中度是升是降

中国智驾团队如何闯全球

路透社：中国汽车业为何陷入“赔本赚吆喝”怪圈

协会活动

2025 第二十四届青岛国际汽车工业展览会暨新能源汽车下乡巡展活动（青岛站）隆重举行

由山东省汽车行业协会主办，青岛市商务局、青岛市工业和信息化局、青岛市贸促会指导，青岛日报报业集团、青岛嘉路博文旅科技有限公司承办的“2025 第 24 届青岛国际汽车工业秋季展览会”于 9 月 11 至 15 日在青岛国际会展中心隆重举行。山东省汽车行业协会副秘书长郭金娜、青岛市商务局二级巡视员王志刚、青岛市工业和信息化局交通装备产业处四级调研员丁肖媛等部门领导进行巡馆活动。本次展会以“向新而行·智联无界”为主题，六万平超大面积展会现场，90 余品牌携近千台展车集中展示，二十余品牌新车在现场举行了上市发布会。



本次车展举办时间恰逢“2025 青岛金秋”新车首保消费补贴活动政策颁布，吸引了省内外消费者的广泛关注，五日展期，纳客 35.2 万人次，成交车辆 13000 余台，成交额超过 20.8 亿元，有力的撬动了金秋车市，再次展示了其作为中国五大车展之一的品牌影响力和带动力，成为检验山东乃至中国汽车产业政策成效的重要窗口！

新气象—集团化参展构筑产业生态新格局

本届车展，自主品牌实现集体跃升，呈现出强劲的发展势头，而合资品牌同样以“高规格”姿态回应中国市场，将全系产品带到现场。本届展会最显著的特点是头部车企的全生态展示：比亚迪以“技术·绿色·明天”为主题，完整呈现了王朝、海洋、腾势、方程豹四大品牌矩阵，其现场发布的秦 L EV、方程豹钛 7、腾势 D9 成为焦点



长城汽车则打造了从城市 SUV 到越野硬派的全场景出行生态展区，集结集团旗下哈弗、魏牌新能源、欧拉、坦克、长城炮五大品牌联袂参展；长安汽车、长安启源、阿维塔、深蓝等品牌集结亮相，

展示了长安汽车集团在新能源和智能化领域的全面布局和创新成果。吉利集团、奇瑞集团等也均展现了各自品牌及子品牌产品线近年来的丰富的产品和技术。

新趋势—绿色、智能已成主旋律

作为中国五大国际车展之一，青岛秋季国际车展也在引领并书写着汽车行业日益明显的趋势性变化。目前，绿色、智能已经成为市场的主旋律。本次车展新能源汽车的车型占比超过六成，再次成为新能源技术的“竞技场”：

特斯拉、比亚迪、鸿蒙智行、小米、蔚来、理想、小鹏、零跑、乐道、极狐、阿维塔、岚图、极氪等实力车企带来了重磅车型、黑科技以及最贴近市场的销售政策，传统车企如别克、一汽奥迪、红旗、长安汽车、吉利汽车等亦加速新能源转型，展示了丰富的技术成果。五日展期，到场观众的星图布满了

对新能源汽车探索的足迹。



新方案-车展新技术发布为消费领域注入新动能

青岛秋季国际车展不仅是各大品牌秀实力的战场，也是新技术集中展示的舞台。车展首日，即迎来数十款新车发布的高潮。其中长安启源 A06、吉利银河星耀 8 等迎来了上市后的青岛车展全国首发。补能效率以及里程焦虑依然是当前新能源汽车销售的痛点，不难发现，快充、混动等技术是车展现场首发新车的重要卖点。如此次全国首发的长安启源 A06，是长安在智能化深度探索之后的第一款量产作品，发布会上重点强调了其 800V 的碳化硅高压平台和 6C 闪充技术，可实现 1 秒钟补充 1 公里续

航的充电效率。此外，在青首次亮相的领克 10EM-P 和方程豹钛 7 则突出混动技术和超 1300 公里续航能力，满足消费者长途用车的需求。将最新最实用的技术推向市场、解决汽车应用场景难题一直是青岛秋季国际车展的责任，透过上市的款款新车，我们也可以清晰的看到整个行业车型迭代正在进一步提速，产品的定位也变得更细分、更精准。

组合拳-政企合力、精准触达

一直以来，青岛秋季国际车展都被誉为“费效比最高的国际车展”，是汽车消费的“领航员”和“晴雨表”。本届展会，厂家参展比例超过 90%，他们不仅带来了高规格的展具、运营、一线的车模，也联合青岛各大销售商带来了丰富的让利促销政策。与此同时，政策精准发力，为车展消费注入强劲动能，青岛商务局在展期推出了

“2025 青岛金秋”新车首保消费补贴政策,可与已有的旧车置换等国补、省补同时享受,最高的政策补贴力度可达 3 万元。政府补贴+车企让利+金融支持的三重优惠体系让本届车展成为了车市消费启动的助推器。

24 年来,青岛国际车展(春、秋)不仅引领着长江以北区域汽车消费趋势,也见证了中国汽车产业的变革与创新,以会展为媒探索着汽车产业的转型升级之路。透过车展,可以看到,中国汽车产业走进了“技术突围-消费提振-区域协同”的发展范式。未来,以科技创新为矛,以产业链整合为盾,中国汽车产业正从规模优势向质量优势跨越,必将为全球经济复苏注入“

中国动能”!

五日展期,青岛秋季国际车展亮出了成交 13000 余台,成交额突破 20.8 亿元的亮眼成绩,坚实的市场表现背后,是政企协同的高效推动,也再次印证了“政策+展会”模式对下沉市场激活效应。而青岛秋季国际车展所释放的巨额消费动能,不仅直接拉动了汽车及相关产业链发展,更对提振内需、稳定经济、促进消费起到了成有力支撑。

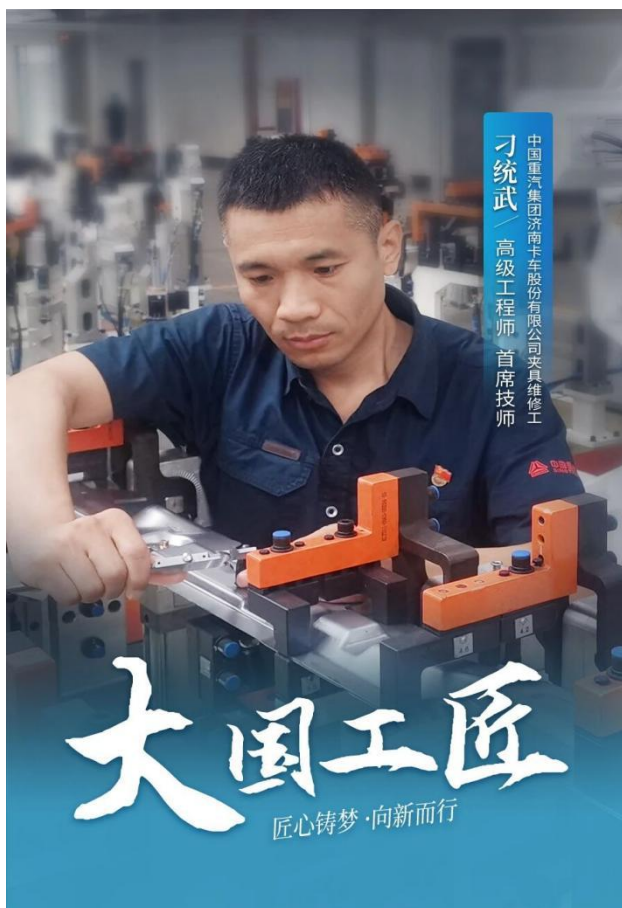
来源:山东省汽车行业协会

会员动态

山东重工集团刁统武、汤海威、蔡嵘、樊凡 获评 2025 年“大国工匠人才”

9 月 23 日至 26 日，以“匠心铸梦 向新而行”为主题的第三届大国工匠创新交流大会暨大国工匠论坛在重庆举办，公布了 2025 年大国工匠人才认定结果。山东重工旗下中国重汽集团济南卡车股份有限公司夹具维修工，高级工程师、首席技师**刁统武**，潍柴控股集团有限公司产品试验中心零部件试验工，首席技师**汤海威**，陕西法士特汽车传动集团有限责任公司机修车间大修电工，特级技师**蔡嵘**，陕西汽车控股集团有限公司车身厂装焊保障车间维修电工，工程师、高级技师**樊凡**光荣入选，受邀参加论坛并展示创新成果，这是继

大国工匠**王树军**获评之后，山东重工又获此殊荣。



刁统武 26 年始终坚守一线，钻研苦练，练就了一身高超的本领，攻克了各种驾驶室焊接技术难题，一双火眼金睛能够在各类工装设计

中见图识错。他运用精湛技艺，开展技术创新，全程参与了 HOWO 驾驶室、T7H 驾驶室、T5G 驾驶室、

“新黄河”驾驶室和 MAX 驾驶室等焊装线的夹具研发焊装线建设。特别是重点参与并主持完成了代表国内最高水平、领先行业的“新黄河”智能驾驶室的研发设计、过程控制分析、生产线规划验证以及驾驶室产品验证及试制生产，为民族重卡品牌的振兴发展做出了突出贡献。曾荣获全国劳动模范、全国五一劳动奖章、全国技术能手等荣誉称号。



汤海威是内燃机及零部件研发试验技术的引领者，也是中国内燃机高温运动件动态测量技术领域的领军人。工作 25 年来，汤海威一直从事内燃机前沿试验技术的研究及应用，他心无旁骛、潜心研究，在内燃机关键热负荷件、运动件、摩擦副等高温运动件测量技术领域实现了重大突破，多项技术属全球行业首创，处于世界先进水平，助力了 50% 以上高热效率内燃机开发，以实际行动和傲人的成绩成为中国内燃机动态测量技术领域和试验技术创新的集大成者，是潍柴工匠创新精神的典型代表。曾荣获“全国五一劳动奖章”“鲁班首席工匠”等荣誉称号。



樊凡 23 年扎根重卡焊接生产一线，熟练掌握工业机器人运维、智能制造等高端技术。参与或主导重要设备技术改造项目，在降低设备故障率、保障运行安全、提高生产效率、电气自动化改造方面成绩显著。她累计研发创新成果 44 项，获省部级以上奖项 5 项，申报专利 10 余项，编制优秀工作标准 10 余份，曾荣获“全国五一劳动奖章”等多项荣誉，展现出一名新时代产业工人的卓越风



蔡嵘扎根设备维修一线，用 14 年坚守诠释了“择一事终一生”

的工匠情怀。入职以来，累计完成设备大修 800 余台次，攻克现场维修疑难问题 600 余项，主导老旧机床改造及功能升级 30 余台。她创新运用雷尼绍激光干涉仪完成 400 余台设备精密检测与补偿，构建起企业设备预防性维修体系，大幅降低了关键设备故障率，成为企业设备稳定运行的“定海神针”。担任企业兼职培训师的她将实战经验转化为教学资源，牵头编写设备维修类教材 400 余份，年授课量达 200 多课时。曾荣获“全国三八红旗手”等荣誉，享受国务院政府特殊津贴。

截至目前，山东重工集团已拥有省级以上人才 247 人，培育大国工匠 5 人、中华技能大奖 2 人、全国技术能手 7 人、国家青年岗位能手 1 人。未来，山东重工集团将进一步大力弘扬工匠精神、劳动精神、劳模精神，厚植企业人才成长

沃土，通过完善技能人才培养体系、搭建创新实践平台、健全激励保障机制，持续激发各类人才创新创造活力，为建设科技领先、绿色发展、世界一流的高端装备跨国集团提供坚实人才支撑。

来源：山东重工 中国重汽 潍柴动力

超大声：一等奖！标杆项目！闭幕式展示发布会

9 月 17 日至 18 日，由中国机

械工业质量管理协会主办的

2025 年全国机械工业第 44 次群众性质量管理成果、质量品牌故事交流活动在甘肃兰州举行。解放青汽公司选手在激烈竞争中脱颖而出，荣获一等奖且被评为标杆项目，其中焊装一车间飞跃 QC 小组《提高 J6F 准备线生产线平衡率》在大会闭幕式上做展示发布。

优秀质量管理小组活动成果

一等奖

焊装一车间

飞跃 QC 小组

优秀质量信得过班组

一等奖

车架一车间

冲孔切割班

向获奖团队致以最热烈的祝贺！此次殊荣，展现了公司员工精湛的专业素养、卓越的创新能力和精益求精的工匠精神，更是公司长期以来深入推进全员质量管理、厚植质量文化结出的硕果。让我们共同以先进为标杆，持续激发创新潜

能，弘扬务实求精的作风，为企业
高质量发展贡献力量！

来源：一汽解放青岛

坚持长期主义，打好“5+2”质量顽疾歼灭战！ 北汽福田召开 2025 年质量大会

9月27日，北汽福田在京召开2025年质量大会，以问题为导向，总结经验，强化质量意识，筑牢质量根基，争创“世界一流企业”。



北汽福田党委书记、董事长常瑞，党委副书记、总经理武锡斌及公司党政领导班子，各价值链经营部门、职能部门、焕星计划、FF计划代表以及部分供应商代表等

2000余人线上线下参会。会议由
党委常委、副总经理陈青山主持。



大会指出，近年来，北汽福田经营质量稳中向好，高质量发展已打开增长空间。为实现争创“世界一流企业”的远大理想，必须加快构建世界一流的质量体系能力与核心竞争力，精准识别差距，突破“三个全面转型”的关键技术瓶颈，构建“意识-设计-标准-流程-体系”

闭环方法论，系统提升产品品质、客户体验与经营质量，为公司高质量可持续发展筑牢根基。质量业务要做好以下重点课题：

一是加强面向全球的质量管理体系能力。

围绕“三个全面转型”要求，以“全球一张质量蓝图”为目标，加快构建覆盖“研发、制造、采购、销售、服务”全价值链、面向全球的预防性质量管理体系，实现全球统一与高效协同。

二是打好“5+2”质量顽疾歼灭战。

必须坚持长期主义，激活全价值链的质量运营能力，推动质量管理水平整体跃升，各项目一把手必须高度重视，公司层面要强化过程管控与监督考核，以强有力的保障措施，坚决打赢质量顽疾歼灭战。

三是全力冲刺“全国质量奖”。

以卓越绩效管理模式的为抓手，统筹推进公司全流程经营质

量改善，将获取“全国质量奖”作为迈向卓越质量管理的重要里程碑，借助科学的质量理论体系、流程优化方法与数字化变革工具，实现产品品质质量与经营管理质量的持续提升。



陈青山作《北汽福田质量报告》，全面复盘公司质量工作，明确质量战略目标，提出重点工作举措，将坚持长期主义，以“5+2”质量顽疾攻关为契机，完善质量体系，升级围绕面向全球的质量管理体系、国际一流的质量标准，实现海外质量、新能源质量、智能网联质量“三个突破”，推进质量管理全面跃升。



大会从“服务能力”“软件开发系统”“新能源质量”“制造质量”等方面，总结重点项目成果，系统部署下一步工作。



近年来，北汽福田持续强化全员质量意识，推进流程变革，强化资源整合，举全公司之力，持续对顽疾项目“挂牌督战”，并于 2025 年 7 月打响质量攻坚“潍坊会战”，扎根一线找问题、协同联动解难题、文化铸魂强根基，力出一孔提升产品质量。会上，武锡斌作质量

警示与问责通报，进一步凝聚全员共识，全面筑牢质量生命线，并再次“挂牌督战”，签发 2025 年质量重大攻关项目。



为表彰先进、树立标杆，大会对公司质量奖、质量先进集体、质量先进班组、质量先进个人代表进行颁奖。同时，大会还举行了质量站会及实物质量现场对标会。



质量是公司的生命线，是公司参与全球竞争的底气。全体福田人将“以客户为中心”，强化质量意

识，以更卓越的质量、更可靠的交付提速“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”，打好“三年跃升行动”攻坚战，争创“世界一流企业”！

来源：北汽福田

Eco-Move Dubai! 中通客车创纪录大单 深入全球高端市场

迪拜，阿拉伯联合酋长国，其高速公路网络被称之为中东地区最先进的交通系统之一，在公共交通绿色转型方面，迪拜也走在了前面。

日前，在迪拜这座现代、开放、充满活力的智慧之都，来自于中通客车的纯电动客车穿梭于现代化的街景中，为当地居民带来全新绿色舒享的驾乘体验，助力迪拜“2050 年净零排放战略”。

时间回溯到 2025 年 2 月，经过与众多国际一线品牌的同台竞技，中通客车成功中标迪拜 91 辆公交客车订单，这是中国客车品牌首次进入迪拜公共交通系统。其中，40 辆纯电动客车的入围，更是成为阿联酋史上最大批量纯电动客车订单。

创纪录的新能源客车大单，仅有一家中国企业入围，足见此次中通客车中标迪拜公共交通大单的含金量，为何是

中通客车，中通客车又何以走向全球？借由此次迪拜出口，我们一块寻找答案。

今年，迪拜道路交通管理局（RTA）签署了总价值 11 亿迪拉姆（约合 3 亿美元）的巨额客车订单，用于采购 636 辆符合欧 6 排放标准的新一代巴士，这其中就有创纪录的 40 辆纯电动客车订单，全部为中通客车包揽。

这一订单的背景源于 2023 年 RTA 启动的净零战略，旨在到 2050 将公交车、出租车和豪华轿车、校车 100% 转换为电动和氢燃料汽车，并将其运营过渡到净零排放车辆，并计划最大限度地减少其在公共交通、建筑和相关设施以及废物管理等关键领域的碳足迹。

正是在这一计划下，迪拜于今年批量采购纯电动客车，实现了公共交通的绿色化、智能化转型。据悉，本次中标的所有车辆均配备先进智能化系统，包括驾驶员行为监控、自动乘客计数和电子驾驶员身份认证等系统，同时提供 WiFi、手机充电接口、自行车架和儿童专座等人性化配置。

从最终中标名单来看，全部为国际行业巨头，而中通客车能从众多同行中脱颖而出，靠的是出色的产品力。

众所周知，迪拜也是一座沙漠之城，夏季气温可达 50℃ 以上，且经常遭遇沙尘暴天气，对电动车的电池热管理、密封性能和冷却系统都提出了极高要求。中通客车此次交付的车辆全部针对海湾地区特殊气候

条件定制，在纯电动客车高温适应性关键技术上实现了突破，使得车辆完全满足海湾地区的运营需求。



以整车热管理为例，在高温条件下整车热管理系统负荷加重，中通客车通过智能算法、数字化等先进技术的应用，让车辆在高温条件下续航、温控等性能表现依然出色，从而斩获了此次大单，这背后实际上正是企业的技术和研发实力在支撑，更是其定制化国际战略的鲜明体现。

作为深耕客车领域五十余载的企业，中通客车是最早布局新能源客车研发与推广企业之一，也是最早开启国际化战略布局的客车企业。在产品技术优势以及国际化战略的双重赋能下，中通客车在海外持续擦亮中国客车“绿色智造”的招牌。

在新能源客车领域，中通客车经过数十年的研究积淀，在动力电池安全防护与整车能量优化技术等方面硕果累累。

凭借可靠的“三电”系统及控制策略，高标准 NVH 优化，一系列辅助智能驾驶技术以及新材料、新工艺的应用，从而满足海外高端客户对于新能源客车能耗、动力性、舒适性以及安全性的高标准与严要求。



每到一个国家，如何在整车可靠性、环境适应性、用户习惯等方面使得产品能够满足需求，考验的是各企业的定制化能力。

中通客车多年来秉持着深耕海外市场，满足用户的个性化、定制化需求的原则，结合当地路况、交通法规、运营需求、乘客习惯等，对产品进行多轮次的适应性开发，凭借着优异的产品性能在与国际品牌的同台竞技中胜出，改写了中国客车以“价格取胜”的刻板印象，转而成为“价值创造者”。

体现在这次迪拜大单中，中通客车通过迪拜技术团队的严格评审就是最好的例证，这足以证明中通纯电动客车技术已完全达到国际顶尖水平，成功跻身全球客车行业“顶级俱乐部”。

这并非中通客车第一次跻身该俱乐部，在中通客车出海的一长串名单中，葡萄牙、新加坡、智利等全球高端市场均位列其中。

越来越多的中通新能源客车也正驶向德国、保加利亚、奥地利等欧洲国家，不仅进一步提升中国新能源客车在全球市场的影响力，而且将助推全球公共交通的可持续发展，打造绿色智慧出行的新样本。

来源：中通客车

卓越质量启新程 ZHI 造未来共前行|青特集团“质量月”启动会议召开

2025 年 9 月 9 日，青特集团组织召开年度质量月活动启动会议。以“卓越质量启新程 ZHI 造未来共前行”为主题，凝聚全集团力量，打响质量提升攻坚战。

本次会议由质量管理部部长颜兴华主持，集团副总裁纪红兴、任春睦、赵官传，以及相关职能部门负责人、子公司总经理、质量副总、质量负责人、车间主任等出席会议，外埠子公司线上参会，实现全集团质量共识同步传递。



本届质量月，是以十五五战略规划实现卓越绩效为目标，以 ZHI 造（智造—质造—制造）为核心实

践路径，复盘过往，部署未来。会上全面复盘了上半年质量工作的成效及不足，同时系统规划质量月系列活动，从氛围营造到理念强化，从专项培训到有奖竞答，从风险控制到先进评比，确保每一项活动能调动员工积极性，将质量理念深入人心。

集团高层领导的参与，不仅彰显了青特对质量工作的重视，更传递出践行“精益管理，追求卓越，零缺陷，满足顾客需求，创顾客首选”质量方针的坚定决心。

接下来，青特集团将逐项开展质量月各项活动，以质量月为起点，让“质量第一”的理念渗透到生产经营每一环节，以卓越质量护航企业发展，与全体伙伴共赴“ZHI造未来”的新征程！

来源：青特集团

喜报 | 凯马汽车成功入选工信部《2025 年 5G 工厂名录》

近日，工业和信息化部正式公布了《2025 年 5G 工厂名录》。经省级推荐、专家评审等工作，山东凯马汽车制造有限公司成功入选 5G 工厂。



近年来，全球数字化转型浪潮蓬勃兴起，5G 工厂和“5G+工业互联网”的应用呈现出前所未

有的活力与潜力。凯马汽车积极响应国家“5G+工业互联网”战略，持续推进企业数字化转型，不断推动 5G 技术在工业互联网领域的规模化应用与创新发展，全面实现了车联网系统 5G 化，支撑车载终端数据实时回传、远程精准监控与智能服务升级，满足新国标对车联网平台的技术要求，同时，还完成全厂区 5G 专网覆盖，实现办公系统、视频会议等关键场景高速稳定连接，显著提升跨部门协同效率。

国民经济大类	名称	建设主体	合作	所在地
	江原航盛电子有限公司 5G 全连接工厂	江原航盛电子有限公司	中国联通	江苏省南京市
	长安汽车“全场景智慧 5G 工厂”	长安汽车重庆长安汽车股份有限公司	中国移动	陕西省西安市
	山东凯马汽车制造有限公司 5G 工厂	山东凯马汽车制造有限公司	中国移动	山东省潍坊市
	康普天博汽车部件制造有限公司 5G 工厂	康普天博汽车部件制造有限公司	中国移动	山东省济宁市
	山东烟台福祿寿有限公司 5G 工厂	山东烟台福祿寿有限公司	中国联通	山东省烟台市
	中原内配 5G 工厂	中原内配集团股份有限公司	中国移动	河南省焦作市
	驻马店中集华骏铸造 5G 全连接工厂	驻马店中集华骏铸造有限公司	中国联通	河南省驻马店市
	广汽传祺汽车有限公司肇庆分公司 5G 智慧工厂	广汽传祺汽车有限公司肇庆分公司	中国联通	广东省肇庆市
	东安机械轻量化生产 5G 全连接工厂	湖北东安机械股份有限公司	中国移动	湖北省襄阳市
	襄阳顺光 5G 全连接工厂	襄阳顺光汽车零部件有限公司	中国联通	湖北省襄阳市
	凯力专用车 5G 智慧工厂	湖北凯力专用汽车有限公司	中国联通	湖北省随州市
	楚帝智联专用车 5G 智慧工厂	湖北楚帝智联安全科技股份有限公司	中国联通	湖北省随州市
	三一智能网联重卡 5G 工厂	湖南汽车制造有限责任公司	中国联通	湖南省长沙市
	嘉士 5G+工业互联网的智能制造系统应用	株洲安能物流有限公司	中国联通	湖南省株洲市
	恒和通新能源汽车连接器 5G 工厂	广东恒和通技术有限公司	中国电信	广东省广州市
	明泰数字制造与工业互联网 5G 全连接工厂	广东明泰金属股份有限公司	中国移动	广东省广州市
	广汽埃安 AION 5G 工厂	广汽埃安新能源汽车股份有限公司	中国联通	广东省广州市
	比亚迪深圳小径 5G 工厂	比亚迪汽车工业有限公司	中国联通	广东省深圳市
	康卓动力 5G 全连接智慧工厂	重庆康卓动力机械股份有限公司	中国移动	重庆市
	康盛工业互联网集成创新 5G 工厂	重庆市北碚区康盛齿轮工业有限责任公司	中国联通	重庆市

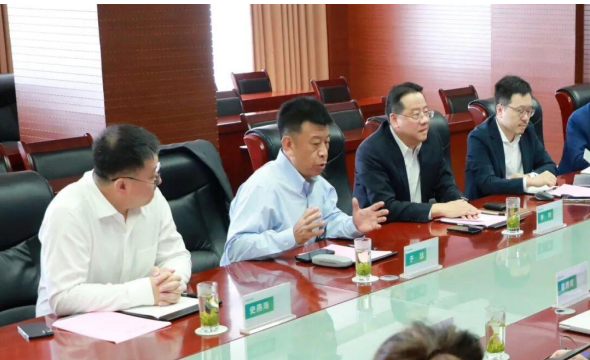
转型升级，构建“车联网+供应+生产+销售+服务”一体化 5G 智慧生态，全力书写赋能汽车产业数字化变革新篇章。

下一步，凯马汽车将进一步深化自动化设备的 5G 互联改造，推动生产全流程向智能化、自动化

来源：凯马汽车

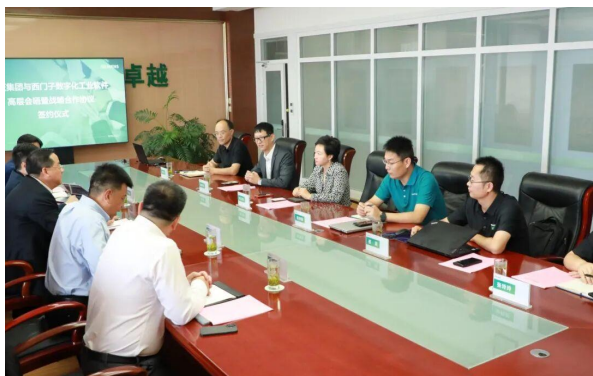
五征集团与西门子数字化工业软件携手共筑制造业数智新标杆

近日，五征集团与西门子数字化工业软件在五征总部签订战略合作协议。双方将在数字化转型进程中协同突破，共同树立制造业数智化新标杆。五征集团总经理姜文娟、西门子大中华区高级副总裁李羚、西门子大中华区副总裁兼 CTO 李志明、五征集团首席信息官颜廷方等领导参加活动。



在签约仪式上，李羚对五征集团的发展历程和取得的成果表达了高度评价，认为五征集团将在新时代利用数字化和 AI 技术跃升到新的高度。他表示，西门子始终坚持以创新为驱动，通过持续迭代升

级和整合工业软件产品,为企业客户提供系统化赋能。五征集团引入西门子全技术栈数字化解决方案,将为产品创新奠定坚实基础,实现在研发、工艺、质量等多环节的效率提升。



姜文娟充分肯定西门子公司对五征集团创新能力所提供的支持,并对其提出的数字主线和工业 AI 技术所带来的潜在价值给予深度认可。她指出,本次签约既检验了双方以往在数字化领域的合作成果,也明确了借助数字化与工业 AI 技术共建数字化企业的战略目标,为双方全面深化合作揭开了新篇章。她表示,当前

市场竞争日趋激烈,企业必须从提高研发效率、加强产品智能化、敏捷响应市场变化等多个层面系统构建新的竞争力,在此背景下,五征集团确立了“质量第一、新能源化、国际化”三大战略目标,并希望西门子深度融入五征集团创新发展中,携手共建行业新典范。



活动当天,西门子一行还深入参观五征集团展厅,全面了解五征集团的企业发展历程、核心产品以及数字化转型成果,实地感受五征集团在数字化与智能制造领域的深厚积累与创新实践。

西门子数字化工业软件隶属于西门子集团，是全球领先的数字化工业软件提供商，承担了新时代赋能制造业的重任，发布了虚实结合的数字化企业解决方案，助力企业数字化转型。随着工业元宇宙及工业 AI 的发布，正在全速进入 AI 时代。

用车、农业装备、环卫装备、现代农业，以及延伸产业环卫工程、农业生态、物流科技等平台型业务协调发展的多元化产业格局。五征集团始终秉持“诚信、协同、创新、卓越”理念，持续推动技术革新与产业升级。

五征集团从 1961 年的五莲县拖拉机站起步，现已形成汽车、农

来源：五征集团

政策法规

工信部等六部门联合部署开展汽车行业网络乱象专项整治活动

为落实国务院常务会议关于切实规范新能源汽车产业竞争秩序部署要求，工业和信息化部、中央社会工作部、中央网信办、国家

发展改革委、公安部、市场监管总局等六部门近日联合印发《关于开展汽车行业网络乱象专项整治行动的通知》（以下简称《通知》），

决定在全国范围内开展为期 3 个月的汽车行业网络乱象专项整治行动。

本次专项整治行动将集中整治非法牟利、夸大和虚假宣传、恶意诋毁攻击等网络乱象,提升涉汽车企业网络乱象处置质效,督促企业规范营销宣传行为,营造良好舆论环境,护航汽车产业高质量发展。重点整治问题主要包括:

一是非法牟利问题。(1) 通过制作虚假图片、视频,捏造故事,炒作和散布涉车企负面话题,恶意解读汽车企业销量波动,攻击汽车企业经营发展战略等,赚取网络流量,获取商业利益。(2) 利用自身话语权和影响力,以“新闻监督”“舆论监督”“科普”等名义,通过以商养测、以测养商、开展商测结合的虚假或不规范测评等方式,获取商业利益,甚至要挟汽车企业提供“保护费”。通过在汽车产品

上市发布和汽车企业融资等重要节点,发布涉企虚假不实信息或负面信息,或在评论区带节奏等,胁迫企业开展商务合作。

二是夸大和虚假宣传问题。

(1) 对汽车、动力电池的性能、功能、质量、销售状况等作虚假或者引人误解的宣传,欺骗误导消费者。(2) 汽车企业操纵机构或评测类账号等搞虚假或不规范测评。引用、捏造虚假数据,选择性披露销售数据,巧立名目发布销量排行等各种榜单。(3) 借助展会、论坛等行业活动及网络营销宣传活动,制造、炒作话题,造成行业及社会不良影响。

三是恶意诋毁攻击问题。

(1) 以遏制、打压竞争对手为目的,诋毁攻击汽车企业或者汽车产品,抹黑企业声誉或者商品声誉,对企业进行恶意投诉。(2) 组织、操纵网络水军、“黑公关”

“黑嘴”及“饭圈”粉丝，联动发布涉汽车企业及企业家的虚假、负面信息，煽动网民情绪，打“口水战”，恶意抹黑竞争对手。（3）汽车企业高管利用自身影响力在网上“拉踩”引战。

《通知》强调，要通过组织企业自查、畅通举报渠道、深入分析研判，根据有关问题线索，强化汽车行业网络乱象处置力度。组织汽车企业、相关网络平台企业认真开展自查，坚决纠正违规行为。引导汽车企业向网站平台、中央网信办违法和不良信息举报中心、企业属地省级网信办举报反映汽车行业网络水军、“黑公关”“黑嘴”及“饭圈”粉丝等网络乱象问题线索。建立快速处置渠道，依法依规关闭并公开曝光一批参与汽车行业网络乱象的媒体账号。深挖网络

乱象背后的公关公司、营销公司等代理方团队及购买其服务的汽车企业，依法打击惩治。

《通知》要求，各地工业和信息化、社会工作、网信、发展改革、公安、市场监管等部门要加强组织领导和协调联动。网络平台企业要深入开展自查自纠，加强对采用生成式人工智能技术等网络水军、“黑嘴”的甄别管控，健全平台涉企侵权信息投诉举报、争议标签、一键关联辟谣内容等产品功能，防止虚假信息误导公众。行业协会要引导行业加强自律建设。汽车企业要深入开展自查，自觉抵制网络水军、“黑公关”“黑嘴”及“饭圈”粉丝等网络乱象。要形成合力，持续净化汽车行业网络舆论环境。

来源：装备工业一司

“人工智能+交通运输”实施意见印发

为深入贯彻党中央、国务院关于发展人工智能的决策部署,全面落实《交通强国建设纲要》《国家综合立体交通网规划纲要》和《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》,加快推动人工智能在交通运输领域规模化创新应用,现提出如下实施意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神,以科技创新为驱动、以场景应用为牵引,在交通运输领域构建人工智能创新链、产业链、资金链、人才链深度融合的工作机制,大力促进人工智能普及应用,助力实现“人享其行、物畅其流”的美好愿景。

到 2027 年,人工智能在交通运输行业典型场景广泛应用,综合交通运输大模型体系落地部署,普及应用一批智能体,建成一批“人工智能+交通运输”标志性创新工程,人工智能成为引领交通运输创新发展的重要动力。到 2030 年,人工智能深度融入交通运输行业,智能综合立体交通网全面推进。智慧交通与智慧物流领域关键核心技术实现自主可控,总体水平位于世界前列,培育一批新产业、新业态,形成较为完备的交通领域人工智能治理体系,引领交通运输高质量发展和高水平安全迈上新台阶。

二、加大关键技术供给

(一) 开展应用技术攻关。着力突破动态场景感知与理解、实时精准定位与导航、面向复杂环境的

自主决策与群智协同等共性技术。组织开展陆路交通基础设施智能化设计、混行立体交通系统智能监测、智能运维与管控方法、交通基础设施灾害智能预警与指挥调度等行业应用技术研究。

（二）加快智能产品创新。加快智能驾驶系统、远程驾驶座舱等产品研发。强化公路高性能夜视监控、结构检测等新技术、新装备研发应用。鼓励无人机、全地形车等新装备的研制。推动智慧列车装备、智慧重载、新一代通信信号装备、列车智能调度系统等铁路装备升级。加强智能船用设备、智能船舶和海上智能搜救装备研发。积极开展智能摊铺和压实机、造塔机、造桥机、智能巡检机器人等施工和维修装备研发。推进智能搬运装卸、仓储配送、智能安检等设施设备的研发。

（三）建设综合交通运输大模型。构建涵盖多种运输方式，贯通基础设施、运输服务、行业治理等业务领域，面向交通运输典型应用场景的综合交通运输大模型，打造“人工智能+交通运输”高质量数据集、算法库、工具链，为建设智能综合立体交通网提供技术底座。

三、加速创新场景赋能

（一）组合辅助驾驶。开展智能驾驶大模型、成套测评技术提升行动，拓展服务场景。支持京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区等地进一步集聚创新资源，依法依规、稳慎推进智能辅助驾驶技术示范应用。围绕大通道货车智能驾驶场景，推动实施技术测试创新。利用高速公路 ETC 门架等既有设施，探索采用多杆合一、多感合一等模式，科学布局车路云协同感知、控制设备与系统，改善公众出行体验。

（二）智能铁路。支持具身智能列车与自主协同控制系统研发，大力推广自感知、自学习、自运行的智慧化、绿色化动车装备，加速列车智能驾驶、群组运行控制、智能供电等技术应用，提升技术装备故障自检测、自诊断、自修复等智能运维能力。加快推进中国智能铁路标准体系优化完善，在通信信号、牵引供电、工程装备、客运服务、运输组织、养护维修、安全应急等方面加速智能示范场景赋能，进一步促进铁路旅客和货物的高效安全运输。

（三）智慧航运。推进港口智能感知网络建设，加快码头设备设施数字化建设、自动化改造、智能化升级，鼓励建设基于“数据大脑”的综合管理系统，加强运营监管与风险防控。推动建设面向全程物流链的“一站式”协同系统，提升国际枢纽海港对外服务智慧化水平。

开展智慧海事监管系统建设，推进区域水上交通组织一体化，加强沿海和内河主要干线水上交通运行监测。推广智能船舶自主航行系统及在海事和航道巡查中的应用，组织开展内河货运船舶自主航行创新工程。推广船闸区域集中控制技术，推进内河高等级航道船闸智慧化升级和多梯级通航建筑物联合调度。完善长江航运相关系统，强化监测预警、运行分析、智能研判，提供全方位、全要素、全时段公共服务。

（四）智慧民航。推动航司航线规划、签派决策、机组排班等智能辅助优化，提升航班运行态势精准感知与扰动情景下的智能恢复能力。推动机场运行保障节点的全流程感知和预警，实现保障资源的智能规划和分配。探索人工智能辅助飞行流量管理、航迹预测等应用场景，推进人工智能技术在空管的

智能化应用。深化生物识别、智能安检等“无感通行”技术应用，强化机场运行安全领域新技术应用。提升行业监管的主动感知、精准识别与风险防控能力，打造民航智慧安全管控体系。鼓励新型航空器产业发展及应用，促进低空民用航空发展。

（五）智慧邮政。加快推动邮政快递基础设施改造升级，打造智能、高效寄递网络。全面推广智能收投设备、智能语音客服，满足多样化客户需求。推进自动化仓库、自动分拣、智能装箱、智能安检等技术应用，实现入库、仓储、包装、分拣、安检全流程智能化。推进智能视频、智能调度等技术应用，实现远程安全监控和设备故障检测。鼓励城市加大场景和路网开放，推动新型快递配送设备规模化应用，推广末端智能配送服务。推广应用通用寄递地址编码，提供标准寄递

地址编码信息，实现信息连通、企业互通、全链贯通。

（六）智能建养。加快建设交通基础设施服役性能智能监测和预警系统，组织实施重大灾害智能管控处置技术创新工程，形成智能监测、预警、响应、管控成套技术方案，逐步实现重点基础设施全覆盖。推广应用轻量化智能路面检测车、桥梁巡检机器人、水下探测机器人、智能疏浚装备等。推进人工智能技术在交通基础设施建设施工、日常巡查、检测监测、病害诊断、技术状况评定、养护决策等应用。鼓励采用智能测量、众源水深等技术，实现道路高精度地图和数字航道自动生成、动态更新。鼓励应用装配式桥梁、码头等工程结构部品部件智能化生产技术，提高工程作业效率。

（七）联程联运与智慧物流。深入推进综合运输服务“一票制、

一单制、一箱制”，推动以电子认证、区块链等技术为支撑的运输电子单证应用，优化贸易便利化环境，提升联程联运服务质量和智能化水平。推动人工智能与枢纽规划、建设、运行管理深度融合，支撑枢纽集群高效协同运行、（近）零排放。加强智慧供应链管理和智慧物流大数据应用，提升物流信息系统资源整合能力。

四、加强核心要素保障

（一）统筹优化算力供给能力。加强行业算力资源统筹，遵循“科学规划、集约共享、弹性扩展”的原则，动态整合企业算力。依托高速公路、港口、交通枢纽等重大交通基础设施，因地制宜强化算力保障。

（二）加快高质量数据集建设。加快国家综合交通运输信息平台 and 综合交通大数据中心一体化建

设。推动产学研用各方深化数据共享，建设高质量人工智能大模型训练数据集。探索建立交通运输公共数据授权运营机制，促进公共数据开发利用，发展数据要素市场。深入实施交通运输领域“数据要素×”行动，支持公共数据和企业数据融合创新应用。

（三）推动泛在网络设施建设。推动人工智能、新一代通信、物联网等技术综合应用，支撑交通基础设施网、运输服务网、能源网与信息网络融合发展。构建行业设施设备实时监测和智能感知体系，实现重大交通基础设施信息自动采集与监测。加快建立 5G、卫星通信、卫星互联网等公共网络和行业专用网络融合的交通数据传输通道，推动交通新型基础设施从“连接提速”到“算力增效”。

五、优化产业发展生态

（一）提升产业生态孵化能力。推动组建交通大模型创新与产业联盟，整合国内人工智能领域头部公司、行业企业、高校院所等创新主体，通过共享算力、共建语料、共训模型，培育开放融合的共赢生态。支持建设人工智能交通运输领域重点实验室、工程研究和技术创新中心等科技创新平台基地，促进技术转化应用。鼓励构建行业人工智能测试场景库，推动建设行业大模型测试验证平台，健全智能化交通运输装备综合检验测试评价体系。组织开展“十百千”创新行动，加速人工智能全面赋能，大力培育交通运输未来产业。

（二）持续完善人工智能治理机制。推动交通运输领域人工智能应用制度与标准体系建设，构建交通运输领域人工智能技术监测、安全评测、风险预警、应急响应体系，加强对关键算法、重要数据的风险

防控。制定交通运输人工智能应用安全指南。实施标准提升等行动。布局交通大模型标准规范体系，建立行业大模型建设指引和准入规范。加快智能驾驶、智慧航运等重点领域标准规范制修订。鼓励企业牵头围绕新产品、新技术、新业态，在生产制造、测试评估、智能交互、运行服务等方面制定标准规范。

（三）加快形成人才聚集效应。加快培养交通运输领域人工智能科技领军人才、卓越工程师和青年科技人才。在交通运输优势学科高校推进建设人工智能科教融汇中心，鼓励开展“人工智能+交通运输”复合型人才培养，探索产学研用联合培养机制，促进教育、科技、人才“三位一体”协同融合发展。

六、保障措施

坚持政府引导、市场主导，建立交通运输人工智能协调发展机

制。加强部际协同、央地联动、政企协作，加大应用场景开放力度，凝聚创新合力。坚持统筹高质量发展和高水平安全，加强人工智能网络和数据安全合规管理，建立应用安全分级分类管理制度，完善伦理审查规则和工作机制，妥善应对人工智能应用潜在风险，建立健全网

络和数据安全保护体系。持续优化市场环境，加快构建适应人工智能应用发展的政策法规体系，培育开放、健康、安全的产业发展生态。加大开放合作，依托政府间双多边对话机制，深化对外交流合作，促进人才、资本、技术等各类要素融合流通。来源：交通运输部

行业资讯

从《汽车行业增长工作方案（2025-2026 年）》洞察商用车未来趋势

2025 年 9 月，工业和信息化部会同公安部、财政部、交通运输部、商务部、海关总署、市场监管总局和国家能源局等 8 部门联合印发《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026 年）》，为未来 2 年汽车产业（含商用车）指明了政策方向与重点任务

虽然该方案覆盖整车产业，但其中关于公共领域电动化试点、燃料电池示范、充换电基础设施和促进进出口等条款，对商用车尤其是中重型商用车的技术路线、监管节奏与商业生态具有直接导向意义。本文从政策解读、技术与补能、法规与场景、国际化与商业模式等角

度，结合近两年商用车相关政策与行业实践，谈对商用车未来的判断与建议。

从稳增长方案看对商用车的政策取向与短中期影响

《工作方案》把“加快新能源汽车全面市场化拓展”“推动燃料电池示范应用”“制定促进换电模式发展指导意见”“优化充换电基础设施布局”“促进汽车出口提质增效”等作为具体举措，这表明中央既要扩大消费也要以供给侧提升引导产业升级。对商用车而言，关键信号是国家希望把公共领域（公交、环卫、城市配送、港口内集卡等）作为率先电动化的切入点，并支持燃料电池在中长途、中重型商用车场景示范，同时通过标准和金融等配套措施推动产业链稳步过渡。

重型商用车电动化的路径与现实进程

近 2 年，零排放中重型商用车市场增长明显：电动重卡和换电方案在短途、短倒（港口、园区、城配）场景率先实现商业化，部分数据和市场观察显示重卡电动渗透在快速上升（行业报告与研究机构均预测未来几年渗透率大幅提高）。电池技术与换电的成本曲线、兆瓦级超充技术以及电网配套成为能否扩展到中长途的关键变量；而燃料电池则在需要快速加注与长续航的中远途或高负载场景保有发展潜力。总体看，商用车电动化将呈“场景优先、路线并行”（充电、换电、氢能）的发展态势。

动力燃料多元化：氢、LNG 与电的共生

《工作方案》明确“推动中长途、中重型燃料电池商用车规模化

应用”，并在能源与财政层面有若干配套（如氢能试点、示范奖励等）。实际进展上来看，国家能源局、财政和工信等部门的系列文件与年度报告显示，氢能产业链和示范项目快速累积；而天然气（LNG）重卡在局部时期曾有政策与市场支持，但电动重卡成本优势和换电网络扩张对其构成竞争压力，导致市场出现分化。短期看，港口、矿山、园区等封闭或短倒场景对氢能或纯电更为友好；中长途的路面则可能在电池容量、换电网络与氢能间进行场景分配。

补能方式：换电与“超充”并行，标准与电网是关键

方案提出“制定促进换电模式发展指导意见”“推动高速公路充换电基础设施建设”“鼓励大功率充电、智能有序充电、兆瓦级充电研究”等对商用车直接利好。行业领先企业与设备商（例如宁德时代/骐骥

换电、CATL 的换电与站网规划）正在快速铺设重卡换电解决方案，且伴随着“车电分离”“电池即服务（BaaS）”等商业模式试点，这对降低运营端 TCO、缩短补能时间具有实证意义。同时，国家标准化和电网配套（兆瓦级直流充电系统标准预研、乡镇充换电覆盖目标）将决定补能网络能否在 2025—2028 年间放量。

油耗与排放法规加严：国七与重型油耗强标推动结构性变革

近 2 年国家在排放与油耗监管上动作明显：生态环境部表示将加快制定国七排放标准（对标欧盟严格管控），而重型商用车辆燃料消耗量限值（GB 30510-2024）已发布并自 2025 年 7 月起实施新阶段更严格的限值。对商用车制造与运营者而言，这意味着技术路径不可避免地向更高效发动机、混合化与电动化、动力系

统集成优化和车队节能管理转型。法规倒逼下，新能源与更高能效的动力方案将获得更明确的市场与政策红利。

重点场景、环保绩效分级与清洁运输推进

方案强调推动公共领域全面电动化先行区试点，并配合生态环境部等推进重点行业绩效分级与清洁运输（对钢铁、矿石、港口等大宗货物运输有明确导向）。实践层面：港口集卡、电动/换电矿卡、矿区纯电无人车队等已在多个示范项目中落地——这些“封闭场景、高频次、重载”天然适合电化或氢化改造，且在环保绩效分级下可获得更宽松的通行与差异化激励政策。政策与示范合力将促使行业优先在这些场景形成可复制经验。

商用车出口与商业模式演进

文件提出“促进汽车出口提质增效”“完善国际营销与售后服务体系”。近年来中国商用车尤其是轻型与中重卡出口迅速增长，企业通过本土化、联合制造与服务网络构建海外竞争力（海关与媒体统计显示出口规模显著扩大）。与此同时，商业模式上出现明显变革：车队运营商、能源服务商与电池供应商间的合作

（BaaS、换电站网络、融资租赁、整车+软件+运维一体化）正在形成新的价值链分工，这有助于降低车主前端购置门槛并提升续运能力，是扩大国内外市场采纳率的重要抓手。

对企业与政策制定者的几点建议

企业端：在技术路线选择上坚持“场景为王”，短期优先向

换电/充电成熟的短途与港口、城配等场景投入；中长期保留氢能技术链路以覆盖长距高负载需求；并积极布局 BaaS、运维与数据服务以降低 TCO 与提升粘性。

政策端：加速换电与兆瓦级充电标准制定，统筹电网改造与规划，完善氢能制储运补贴与示范评价体系；在出口支持上结合标准对接与金融保险工具，推动本地化售后能力建设。

总结：

《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026 年）》既是稳增长的短期政策工具，也是引导汽

车产业高质量转型的路线图。对商用车而言，未来两年将是“以场景驱动的多路线并行期”——短倒与高频场景优先电动化并配套换电与超充网络；中长途则在大电池、换电与氢能三者中通过技术与商业模式博弈确定最佳路径；与此同时，更严格的油耗与排放标准、以及清洁运输与绩效分级制度将加速对传统燃油路线的替代。企业应立足场景、加快技术与服务型商业模式落地；政策则需在标准、基础设施与国际合作方面继续发力，才能把政策红利转化为商用车行业稳健且可持续的增长动力。

来源：商用汽车

一篇让人浮想联翩的文件

“纯电动，高科技？战略物资？要出口许可证来管理？不理解，肯定这里有事。”

《汽车商业评论》就此采访了一些业内人士，不乏有人从正面来理解这份公告。

比如，有车企高管说：“这是防止部分存在生存风险的企业，在海外出售后，导致未来的售后服务、云服务等全部停止，对客户造成不可接受风险，对中国新能源汽车产业在全球发展造成重大风险。”

比如，乘联分会秘书长崔东树认为这次许可证管理有四重目的，比如从源头控制低质产品出海，防止低价倾销，要求企业具备海外服务网络，提升用户信任与品牌形象，以及

保障出口产品合规性与可持续性。

但是，公告表示，申报出口资质的企业条件、管理方式、申报程序、出口许可证申领与发放等，依照的是《关于进一步规范汽车和摩托车产品出口秩序的通知》（商产发〔2012〕318号）。

看起来，这次实施纯电动乘用车出口许可证管理依据的其实是一个现成文件，并非新出台了一个文件。

根据 2012 年的文件，申报出口资质的生产企业应具备的条件包括：汽车、摩托车生产企业应列入工业和信息化部《车辆

生产企业及产品公告》，并具备有效的国家强制性产品认证（CCC 认证）等等；所有产品类别的生产企业须具备与出口保有量相适应的维修服务能力。

倘若如此，这个新政策有什么意义呢？

根据公告，这个自 2026 年 1 月 1 日起正式实施的规定，管理的对象是货物名称为仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN 码）的其他载人车辆。

通知特意提出，参考海关商品编号为 8703801090，那么，它就包括纯电动轿车、纯电动

越野车、纯电动小客车。

10位HS编码+3位CIQ代码(中国海关申报13位海关编码)

10位HS编码+3位CIQ代码	商品信息
8703801090.301	仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN码）的其他载人车辆(纯电动轿车)
8703801090.302	仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN码）的其他载人车辆(纯电动越野车)
8703801090.303	仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN码）的其他载人车辆(纯电动小客车)
8703801090.304	仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN码）的其他载人车辆(低速纯电动四轮车)
8703801090.990	仅装有驱动电动机的具有车辆识别代码（VIN码）的其他载人车辆(其他纯电动乘用车)

针对此疑问，有业内人士告诉《汽车商业评论》，此举除了要规范出口市场，还意味着商务部实现了出口整车产品管理的全覆盖。

自 2006 年起商务部等部门陆续出台政策，对汽车制造企业实施出口资质管理。此次，将纯电动乘用车纳入出口许可证管理，不过是一种弥补空白的常规操作。

中国汽车芯片产业创新战略联盟联席理事长董扬还是看出了其中的积极意义。

他说：“以前有过在国内不具备整车公告资质的企业，也让

生产贴牌的方式出口，这一下就不行了，因为有工信部参加管理。还有就是，如果有企业在海外市场内卷太厉害，那么在审批过程中也可以把关。”

董扬的第一层意思，让人不得不联想到刚刚发布造车计划的追觅科技，它企图通过与汽车设计公司合作，对现有国产车型进行改造并贴牌，出口至海外市场以赚取现金流。

这是要堵了这样企业的后路吗？《汽车商业评论》并不认为这是明智之举。当下社会，商业模式百花齐放，国外让卖，除非是战略产品，否则作为非主流产品，我们对此完全没有必要担心。

董扬的第二层意思是防止内卷外化。这个想法令人振奋，但是有关部门真的能够让在海外市场内卷太厉害的中国玩家

歇手吗？真能卷的玩家，都不会是小玩家，哪里有可能不给它出口许可证？

当然，《汽车商业评论》还是相信，此时监管部门出手实施出口许可证管理，并非是要限制出口，而是要整顿纯电动汽车出口秩序，希望建立起一个更健康、可持续的出口生态。

2023 年，中国一跃超过日本成为世界最大的汽车出口国。

2025 年 1—8 月中国汽车实现出口 494 万辆，同比增速 21%。

但是，隐忧已现，新能源汽车行业价格战也打到异国他乡，已经引起国外同行的忌惮；而且，部分车企一味粗放式地铺设市场，售后服务却拉胯，已经伤害到当地消费者，引发不满情绪。

天津鑫航汽车进出口贸易服务平台董事长杨宏伟告诉

《汽车商业评论》：“如果说国家针对出口有越来越多的法律法规和细则，就证明这个行业会越来越好，因为有标准了嘛。”

不知道 2012 年出台的文件是否规范了中国传统汽车包括带油箱的新能源汽车在海外的经

营秩序，但愿现在的文件能够规范纯电动汽车的出口秩序，让那些在国内大搞内卷的企业老老实实出海。

这真是一份令人浮想联翩的文件！

来源：汽车商业评论

三大亮点带你看 2025 梁山专用车展

新能源引领，全球化布局加速

2025 年 9 月 17-19 日，第二十一届中国（梁山）专用汽车展览会在梁山国际会展中心成功举办。本届展会以“树品牌、铸品质、谋转型”的主题，展览面积达 10 万平方米，其中整车展示面积 6 万平方米，零部件展示面积 4 万平方米，吸引了 600 余

家厂商参展，全景呈现专用汽车产业链上下游生态。



经过 20 余年的发展，梁山专用车展业已成为国内极具影

响力的专业展会，许多参展商连续多年参加。此外，本届展会还出现了不少新面孔，吸引了专用车行业全产业链参与，包括主机厂、专用车以及零部件企业，展品涉及车桥、轮毂、支腿、轮胎、油缸、新材料等专用车生产、研发及装配各个环节，门类齐全、百花齐放。在参观展会的过程中，记者发现了以下几个较为明显的亮点或者说是特征。

亮点一：多品类产品亮相，满足多元市场需求

各式具有创新性的、不同用途的专用车产品是历届梁山专用车展的看点之一。踏入展会现场，仿佛置身于一个专用车的“百花园”。从运输类的厢式货车、半挂车，到工程类的混凝土搅拌车、平板运输车，再到市政服务类的环卫车、消防车，以及特种作业类的高空作业车、清障

车等，几乎涵盖了专用车领域的所有常见车型。



展会期间，中国重汽以主机厂身份参展，并带来了包含豪沃 TX 新能源专用车、汕德卡 G7M 新能源专用车、HOWO 悍将轻卡、汕德卡 G5 专用车等共计 9 款车型。覆盖清障车、随吊车、环卫车、高空作业车等多个领域，全面展示了其在专用车领域丰富的产品线和强大的研发制造能力。



在专用汽车品牌展区天鸿集团、通亚汽车、盛润汽车、烈牛汽车、杨嘉、冠军、广通等企业也都带来了各自的亮点车型。



核心零部件展区聚焦“轻量化、智能化、电动化”趋势，集中展示了高性能车桥、空气悬挂、电控系统、智能传感器、车载空压机、高耐久复合材料零部件等创新成果，凸显中国制造产业链的升级突破。



其中，来自山东临沂的华星科技在展会上首发了 1200 兆帕级半挂车大梁，该高强钢大梁可以有效降低半挂车重量，为挂车企业及终端用户带来更佳的竞争力优势。

正是这些创新的产品和技术，不断推动着中国专用汽车行业的不断发展。这些企业的参与也使得零部件产品种类更加齐全、行业品牌更加突出，全面展现了中国专用车产业链的整体实力。

亮点二：出口型产品强势崛起，全球化布局加速

本届展会的另一个显著特点是出口型专用车产品数量众多，展示了中国专用车产业的国际竞争力。近年来，在政策的扶持下，中国专用车产业走出去的步伐不断扩大，在国际市场上，中国专用车特别是半挂车产品凭

借高性价比和良好的质量，已经在全球市场占据了重要地位。例如，平板运输半挂车、低平板半挂车以及侧帘厢式半挂车等产品已经成为中国专用车出口的主力车型。

除了挂车产品的出口不断增长以外，二手车的出口也成为了近年来梁山当地乃至全国商用车行业的一大增长点。在展会现场，以蚂蚁汽车、蜗牛货车等为代表的二手车品牌也吸引了不少国内外人士的关注和交流。



中国专用车出口市场已经从传统的东南亚、非洲等发展中国家，逐步扩展到欧洲、美洲等发

达国家和地区。梁山县专用汽车产品不仅在国内广泛流通，还远销中东、东南亚、非洲，南美洲等 90 个国家。在参观过程中，记者见到了许多国际观众在现场与参展企业交流洽谈的身影。



值得一体的是，在众多的国际面孔中，除了有以观众身份前来的国际采购团外，展会现场还见到了以展商身份来的专用车上下游企业，侧面反映了当前中国专用汽车产业出口的盛况。

亮点三：新能源化趋势明显，绿色转型加速推进

在“双碳”目标的推动下，新能源成为商用车行业发展的重要方向。此次梁山车展上，底盘产品新能源化趋势十分明显。在现场展出的重卡底盘及牵引车车型中，中国重汽、一汽解放、陕汽、比亚迪、徐工、三一等众多知名品牌的新能源产品成为一大亮点。



新能源底盘产品的大量出现，表明专用车行业正积极拥抱新能源变革，加大研发投入，推动产品向绿色、低碳、智能方向转型升级。

结语

第二十一届中国（梁山）专用汽车展览会以其丰富的展品、多元的技术路线和国际化的视野，展示了中国专用车行业的最新发展成果和未来趋势。展品种类丰富、出口型产品数量众多、新能源化趋势明显，这三大亮点不仅体现了中国专用车行业的实力和活力，也预示着行业未来的发展方向。

在全球能源转型和产业升级的大背景下，中国专用车行业正迎来前所未有的机遇和挑战。面对这些机遇和挑战，中国专用车企业需要坚持创新驱动、绿色发展，深化国际合作，完善产业链配套，不断提升核心竞争力。只有这样，才能在全球专用车市场中占据更重要的地位，为中国汽车产业的高质量发展做出更大贡献。

来源：商用汽车

中国智驾团队如何闯全球？

今年，慕尼黑国际汽车及智慧出行博览会（IAA）的舞台上，一股来自中国的“智驾力量”以前所未有的声势，改写着全球自动驾驶产业的叙事格局。



在这场备受瞩目的行业盛会上，中国智驾企业集体亮相，充分彰显着全球化野心。轻舟智航正式启动全球化战略，与芯片巨头高通 Qualcomm 达成深度合作，同时敲定在德国设立欧洲总部的关键布局。Momenta 宣布将与优步携手，于 2026 年在德

国慕尼黑联合启动 Robotaxi 运营服务。地平线宣布成立欧洲区总部，携手全球顶级 Tier-1 及合资、外资品牌客户共同推进智能驾驶技术的全球落地进程。卓驭科技也宣布正式面向全球发布欧洲战略。

从技术研发的“闭门造车”到全球化生态的“开门共建”，中国自动驾驶企业的“出海”路径正变得愈发清晰。过去，中国企业更多是在国内市场打磨技术、积累数据；如今，它们主动走出舒适区，带着经过本土市场验证的算法、硬件与解决方案，在全球舞台上寻找合

作伙伴，拓展应用场景，也为全球自动驾驶产业的加速落地注入“中国动能”。

全球化：锁定长期生存权的必然选择

中国智驾企业加速推进全球化布局，并非单纯的市场扩张，而是在行业特性与国内竞争格局双重驱动下的战略必然，核心逻辑围绕“规避单一风险、抢占客户资源、突破发展瓶颈”三大维度展开，与车企“出海”“以销量换规模”的路径有着本质区别。

清华大学汽车系博士张抗抗分析，从商业模式来看，智驾企业作为技术供应商，对客户的“路径依赖”与“客户单一性风险”远超车企。

车企“出海”的核心目标是销售车辆、扩大产能与降低成本，而智驾技术的合作具有强绑定属性，一旦某家车企选择了特定供应商的方案，后续的系统适配、算法迭代、数据积累都会围绕该供应商展开，切换合作方不仅需要承担巨额的技术改造成本，还面临研发延误与安全风险。

这种特性决定了智驾企业若仅依赖单一客户，极易陷入“被拿捏”的被动局面，而拓展全球客户能有效破解这一困境：一方面，拿下奔驰、丰田等跨国车企，相当于同步覆盖其全球多个市场的车型需求，客户价值远高于单一国家的本土车企；另一方面，当这些跨国车企进入中国市场时，也更倾向于

沿用已验证成熟的智驾方案，形成“一次合作、全球复用”的长期收益，为企业带来远超“卖一辆车赚一份钱”的稳定性。

国内市场的竞争瓶颈，则进一步倒逼智驾企业将目光转向海外。当前国内智驾市场已呈现明显的“头部集中”态势：合资车企多倾向与 Momenta 合作，国企、央企则以华为方案为主流，留给中小智驾企业的市场空间愈发狭窄。以某智驾企业为例，其技术能力已得到验证，但因早期聚焦 L4 级自动驾驶研发，错失了 L2 级辅助驾驶的市场窗口期，待转向量产市场时，国内核心客户已被头部企业抢占，在国内客户储备不足的情况下，“出海”成为“找出路”的关键选择。

此外，部分企业虽在技术上具备竞争力，甚至已切入大众等车企的核心车型供应链，但面对国内市场的存量竞争，仍需通过全球化布局挖掘增量，避免陷入“国内客户饱和、增长陷入停滞”的困境。

张抗抗进一步强调，更关键的是，智驾行业的“窗口期属性”，让全球化成为企业的“生死竞速”。与车企“后发仍有机会”不同，智驾技术供应商的竞争具有“一次性圈地”特征，每一轮新技术迭代都会催生新的市场格局，一旦错过客户抢占期，后续再想突破难如登天。这种残酷性还体现在企业的抗风险能力上，车企即便销量不佳，仍可通过收缩业务维持独立运营，而智驾

企业若客户量持续减少，不仅会丧失谈判话语权，还可能陷入“订单减少-研发投入不足-技术落后-客户流失”的螺旋下降中，最终面临被收购甚至淘汰的命运。因此，全球化布局对智驾企业而言，既是突破国内竞争困局的手段，更是锁定长期生存权、避免被行业淘汰的战略必需。



技术生态输出成“硬核通行证”

诚然，当中国自动驾驶企业将目光投向全球市场时，其“出海”逻辑从根源上便与整车企业形成了分野：整车企业可依托单一车

型的产品力打开海外销路，而自动驾驶技术作为嵌入汽车产业的“智能大脑”，其价值实现高度依赖全链条的协同支撑。这种属性的差异，不仅决定了自动驾驶企业无法像车企那样以“单品输出”模式立足海外，更推动其从“出海”之初就将“完整技术生态输出”作为核心战略。

从必要性来看，自动驾驶涵盖了感知、决策、执行等多个层面的技术，还涉及与车辆硬件的深度融合以及与交通基础设施的协同。例如，在车路协同领域，仅仅提供车辆端的技术，而没有配套的道路端设施改造与技术支持，车路协同的优势就无法发挥。只有输出完整的技术生态，包括车辆自动驾驶系统、相关硬件设备、数

据处理与管理系统以及与当地交通环境适配的解决方案等，才能在海外市场真正落地生根，形成可持续的商业模式。

再者，构建完整的技术生态有助于提升中国自动驾驶企业在海外的竞争力。通过输出完整技术生态，企业可以打造差异化优势，区别于其他竞争对手。以文远知行与雷诺集团在法国推出的无人小巴服务为例，文远知行不仅提供了先进的自动驾驶技术，还与雷诺在车辆制造、运营管理等方面协同，构建了从车辆生产到运营服务的完整体系，提升了服务质量与运营效率，从而在法国市场站稳脚跟。

小马智行在与全球出行巨头优步的战略合作中，也充分展现了输出完整技术生态的能力。小马智行不仅拥有超 4500 万公里的自动驾驶里程积累，在复杂场景运营方面也经验丰富。其第七代车规级自动驾驶系统，采用 100% 车规级零部件，涵盖固态激光雷达、英伟达 Orin-X 芯片等关键组件，具备 10 年 60 万公里的设计寿命，安全性极高。与优步合作时，依托自身技术，结合优步的全球出行网络、即时需求匹配及支付系统等生态资源，从技术到运营服务，打造了完整的自动驾驶出行技术生态，率先在中东市场落地，并逐步向全球扩展。



出海不“单干” 合作共建是主流路线

智驾企业的特性决定，单打独斗难成气候，唯有携手各方，构建生态，才能在海外市场站稳脚跟。因而，生态共建成为中国智能驾驶企业在海外开疆拓土的关键策略。

智能驾驶技术本身就是一个庞大复杂的体系，涉及传感器、算法、通信、数据处理等多个关键环节，且各环节之间紧密相连、相互影响。一家企业很难在所有领

域都具备绝对优势，这就需要通过生态共建，整合各方资源，实现优势互补。

以芯片与算法的协同为例，芯片提供算力基础，而算法决定了如何高效利用这些算力来实现精准的环境感知与决策。中国的一些智能驾驶企业在算法研发上处于世界前沿水平，能够快速准确地处理海量数据，但在芯片制造工艺等硬件方面可能存在短板。通过与拥有先进芯片制造技术的海外企业合作，双方就能共同打造出更具竞争力的智能驾驶解决方案。

从市场拓展的角度来看，生态共建有助于企业快速融入当地市场。当地合作伙伴更熟悉本地的政策法

规、消费习惯以及交通环境等，这些信息对于智能驾驶企业成功落地产品至关重要。以九识智能为例，其与阿联酋国家邮政集团签署合资协议，在阿联酋设立企业开展 L4 级自动驾驶城市物流服务。九识智能提供先进的自动驾驶系统研发技术，而阿联酋邮政则贡献本地物流网络资源。借助这种合作，九识智能不仅快速进入了中东市场，还精准对接了当地物流配送的实际需求，有效提升了末端配送的效率与品质。

在刚刚落幕的德国 IAA 车展上，生态共建的趋势体现得淋漓尽致。卓驭科技携手德国汽车巨头大众亮相，双方自 2018 年合作以来，已共同打磨两代 IQ.Pi - lot 产

品。卓驭凭借对本土市场需求的精准把握与技术创新力，成功打破“高阶智驾是电动车专属”的行业认知，在燃油车领域应用端到端网络技术。大众则利用自身在质量标准与整车集成方面的深厚底蕴，为产品提供可靠保障。

协同发力 携手整车厂打通全球路

把“完整技术生态输出”作为“出海”核心战略的背景下，与整车企业协同“出海”也成为智驾企业的共同选择。这并非偶然选择，而是对技术落地场景、市场准入门槛与商业价值放大的深度考量。毕竟，智能驾驶系统作为“智能大脑”，若脱离整车这一“躯体”，再完整的技术生态也难以转化为

实际产品；而整车企业虽拥有成熟的生产与销售网络，却需先进智驾技术提升产品竞争力，这种互补性让协同“出海”成为双方共赢的最优解。

业内人士指出，首先，协同“出海”能解决智能驾驶技术的“场景落地”难题。智能驾驶系统需与车辆硬件如传感器安装位置、底盘控制逻辑深度适配，若单独“出海”寻找适配车型，不仅成本高、周期长，还可能因车型规格差异导致技术性能打折。而与整车企业协同，智驾企业可在车辆研发阶段就介入，将系统与整车设计同步推进，确保技术从实验室走向量产车的无缝衔接。

其次，借助整车企业的全球资源，智驾企业能快速突破市场壁垒。海外市场对汽车安全认证、本地化法规要求严苛，整车企业常年深耕海外，熟悉认证流程与法规细节，可帮助智驾企业规避合规风险，节省市场准入时间。

最后，协同“出海”能实现“一次研发，全球复用”的商业价值最大化。当智驾系统与某整车企业的车型绑定后，该车型出口到多个国家时，智驾系统无需重复适配，只需根据当地路况微调算法，即可同步覆盖多区域市场，大幅降低边际成本。

地平线与大众的合作堪称协同“出海”的典范。2023 年，地平线与大众集团达成

战略合作，大众不仅计划在旗下多款车型中搭载地平线的征程系列芯片及配套智驾系统，还将借助自身全球生产网络，让搭载地平线技术的车型出口至欧洲、北美等地。对地平线而言，无需单独开拓海外市场，只需针对大众车型的硬件参数优化算法，就能借助大众的品牌影响力与渠道，将智驾技术推向全球主流汽车市场；对大众来说，通过搭载中国先进的智驾系统，其车型在智能网联领域的竞争力显著提升，有效应对特斯拉、比亚迪等车企的冲击。

掌握话语权 从参与者到规则制定者

值得欣喜的是，在全球智能驾驶产业格局中，中国

智驾企业正加速摆脱“跟随者”标签，逐步成长为规则制定者，核心在于技术研发的深度突破与大规模场景实践的双重支撑。

以地平线为例，其征程系列芯片的研发历经多次迭代，不仅在算力上持续领先，如征程 5 芯片 AI 算力达 128TOPS，可满足高等级自动驾驶对多传感器数据处理的需求，更在车规级认证上实现关键突破，通过 ISO 26262 ASIL-B（D）功能安全认证与 TV 莱茵 ISO/SAE 21434 汽车网络安全认证，成为少数同时满足国际严苛功能安全与网络安全标准的芯片产品。这种对技术标准的严格遵循与突破，让地平线得以进入宝马、大众等国际顶尖车企的供应链。而车企对芯片性

能、安全性的高要求，也倒逼地平线在研发中不断向国际最高标准看齐，进而具备参与甚至影响芯片领域国际标准制定的能力。

与此同时，中国复杂多样的交通场景为智驾技术提供了绝佳的实践土壤，百度 Apollo、小马智行等企业在国内数十个城市开展自动驾驶测试与商业化运营，积累了涵盖拥堵路况、恶劣天气、复杂路口等海量场景数据，这些数据不仅优化了算法的泛化能力，更让中国智驾企业对自动驾驶的安全性、可靠性有了更深刻的认知。这种基于实践的经验总结，使其在参与制定自动驾驶数据安全、场景适配等相关规则时，能提出更具实操性的建议，比如在东盟地区牵头起

草《自动驾驶数据安全白皮书》，正是将国内数据安全管理的实践经验与东盟地区的数据监管要求相结合，形成了兼顾安全性与产业发展的规则方案。

而规则制定者的身份，又为中国智驾企业“出海”赋能。当企业参与制定国际标准或通过权威国际认证时，其产品相当于获得了“全球通行证”。如中国在东盟地区推动《自动驾驶数据安全白皮书》落地，不仅让当地政府与企业认可中国在数据安全领域的管理理念，也让中国智驾企业在该地区的合作中掌握更多主动权。百度在与东盟国家开展自动驾驶项目合作时，可依据白皮书内容制定数据采集、存储与传输方案，减少因规则不

明确导致的合作摩擦，同时还能吸引当地企业围绕中国主导的规则开展配套研发，形成以中国智驾企业为核心的产业生态，进一步巩固其在该地区的市场地位。

开疆不易 风险四伏如何突围

中国智驾企业“出海”虽在规则制定与技术输出上取得突破，但仍需直面多重风险与挑战，张抗抗认为，其中地缘政治风险堪称最大不确定性。

当前中欧关系虽处于相对平稳阶段，欧洲因本土智驾技术研发进度缓慢、成本高企，对中国智驾产品的“性价比”需求强烈，部分欧洲车企甚至通过股权合作、团队引入等方式深化与中国企业的绑定，然而，这种合作

基础易受地缘关系波动冲击，若未来中欧关系出现摩擦，或将导致已进入供应链的企业面临合作中断风险。

更复杂的是，欧洲车企为兼顾美国市场，可能主动寻求“双供应商”策略：在采用中国智驾方案覆盖欧洲及其他地区市场的同时，另行寻找符合美国法规的本地或第三国供应商，这会直接削弱中国企业的供应商地位。

除地缘政治风险外，数据合规与安全审查也是中国智驾企业“出海”的重要挑战。尽管中国在东盟牵头制定《自动驾驶数据安全白皮书》，但欧洲等地对数据跨境流动、隐私保护的法规更为严苛，如欧盟《通用数据

保护条例》（GDPR）要求数据处理需获得用户明确授权，且核心数据需本地化存储。智驾系统运行中产生的实时路况数据、用户驾驶习惯数据若未符合当地法规，可能面临高额罚款与业务暂停风险。

此外，市场竞争加剧与本地化适配难题也不容忽视。随着全球智驾赛道玩家增多，欧洲本土企业如 Mobileye 与欧洲车企的深度绑定，美国科技公司如特斯拉、谷歌 Waymo 正加大对欧洲市场的投入，这意味着中国企业需面对“性价比”之外的品牌认知与用户信任度竞争，因此需投入更多资源进行市场培育与品牌建设。

同时，不同地区的交通场景、用户习惯差异要求技术进行深度本地化调整，如北欧的冰雪天气对传感器抗寒性能的要求，东南亚的复杂路况对算法适应性的考验等，若本地化改造不到位，可能导致技术落地效果不佳，影响市场口碑。

在全球智驾产业变革中，中国智驾企业走出了一条从技术输出、生态共建到协同“出海”、标准制定的特色路径。未来，中国智驾企业需在巩固技术与生态优势的同时，精准应对风险，持续深化全球合作，方能在全球智驾赛道上站稳脚跟。

来源：中国汽车报

中国货车电动化的机遇和挑战： 补能短板、技术多元

2025 世界新能源汽车大会有关《货车零排放及基础设施协同发展论坛》这部分，对于中国的货车电动化做了比较深入的总结。

我们根据目前的论坛内容，也做一些跟踪和摘录。

货车电动化，是可以推动中国交通运输的绿色格局的重要关键部分，毕竟货车虽然少但是排放高。自 2025 年起，新能源商用车市场保持强劲势头，中重型货车电动化进程在全球遥遥领先。

政策红利、基础设施升级和技术创新合力加速了这一转型，但长途运输的技术壁垒、补能网络的短板以及政策协调的滞后，仍是产业跃升的绊脚

石。



Part 1

货车电动化的市场与政策

中国货车电动化的腾飞，离不开市场的广阔舞台。

2025 年 1 至 8 月，新能源商用车销量已逾 50 万辆，同比增长逾五成，渗透率稳破 30%。细分市场中，中型货车电动化率达 20%，重型货车更飙升至 23%，自卸车和牵引车在局部区域甚至超过 30%。

货车电动化的发展，源于政策牵引与场景需求的契合：城市物流、环卫、渣土车等短途高频线路，成为电动货车渗透的“沃土”，续航与补能需求清晰明了，为规模化落地铺平道路。

出口领域同样可圈可点。

前 8 个月，商用车出口总量超 65 万辆，同比增长近 10%，新能源车型异军突起，中国货车品牌在本土的强势，还逐步叩开国际大门，出口增速仍逊于内需，主要受海外补能设施匮乏和认证壁垒拖累。

政策层面，则是电动化进程的“定海神针”。

自 2013 年起，柴油货车淘汰浪潮释放海量空间，仅国四及以下中重型车的替换，就为新能源车型注入强劲动能。《全面建设美丽中国意见》等文件，更勾勒出跨省零排放货运通道的宏

图，将电动化从试点推向全国战略。

地方实践则更接地气。

◎ 深圳港口泥头车电动化领跑全国，港区电动重卡占比已逾三分之一；

◎ 京津冀借绩效分级，驱动钢铁、水泥企业主动拥抱电动货车。

这些举措，超越单纯补贴，更多通过环保刚性和产业重塑，铸就长效动力。

当然，政策执行并非一帆风顺。

◎ 商用车“双积分”机制迟迟缺席，削弱了企业的创新冲动。

◎ 区域间推进节奏也参差不齐：经济发达城市在重型货车电动化上竟落后于环保高压的工业重镇。

电动化成功，不仅靠资金，更需环境治理与运输结构优化

Part 2

技术突破与基础设施

在技术路线方面，纯电与氢能是两大主流方向：

◎ 纯电货车在 200-300 公里中短途运输场景中已具备规模化推广的条件，技术成熟度较高，适配于城市物流、环卫和短途矿区运输等场景。以深圳为例，电动泥头车的普及率超过 80%，这类高频短途运输正是纯电的最佳应用领域。

◎ 氢能技术则在长途与重载运输中展现潜力。2024 年，一汽解放 15 升重型氢气发动机下线并进入示范运营，运行里程超过 2 万公里，标志着氢能重卡开始进入商业化探索阶段。同时，氨氢融合发动机等新技术的突破进一步降低了氢能应用成本。

氢能在技术路径上具备长续航与快补能的优势，但受限于

氢气制取和加氢成本，目前尚未具备大规模替代条件。

智能电动半挂车的出现展现了新的创新方向。

通过智能牵引销和电驱桥实现主挂协同驱动，这类产品能降低油耗 50%、运输成本 20%，并缩短 TCO 回收周期至 1.1 年，体现了电动化与智能化结合的潜力，是技术创新的突破口，也是未来物流运输体系升级的关键环节。

在基础设施方面，中国已建成全球规模最大的货车补能网络。截至 2024 年底，350 千瓦以上的大功率公用充电桩超过 12 万个，远超欧美市场。

但问题在于，真正能够服务重卡的充电桩比例有限，部分设施因选址不合理而无法满足实际需求。深圳的例子再次说明问题，虽然建成数以万计的充电

桩，但专为电动重卡服务的站点不足 30 个，港区的补能仍是瓶颈。

零排放货运廊道的建设为解决长途补能提供了思路。

目前全国已有 40 多个廊道项目落地，涵盖充电、换电与加氢等多种技术路线。在京津冀地区，氢能廊道已实现天津港至北京宜家的运输应用，换电廊道则服务于砂石料运输。

通过廊道化运营，新能源货车能够在固定线路中实现高效补能，从而提升了长途运输电动化的可行性。

技术多元化为电动化拓宽赛道，纯电、氢能、智能半挂各司其职。

但设施不均与标准脱节，掣肘规模落地。未来，补齐这些“硬件”，将释放电动化潜能，提升效率与经济性。

小结

中国货车电动化已经进入由政策驱动转向技术与市场共同推动阶段，未来的发展关键在于两方面：一是继续通过政策优化推动行业标准统一与激励机制完善，形成全国范围的协同效应；二是加快技术与基础设施的融合创新，尤其是在长途干线运输与跨区域运营中，解决续航、补能和成本问题。

来源：陶烟烟 芝能汽车

未来五年，新能源重卡市场谁主沉浮，行业集中程度是升是降？

在“双碳”战略的持续推动下，中国新能源重卡市场正经历着一场波澜壮阔的产业变革。从 2019 年的 5034 辆到 2024 年的 8.2 万辆，在市场需求和技术创新的交织下，市场规模呈现指数级增长。

市场销量盘点：巨头格局从萌芽期已然奠定

回望过去，纵观 2019 年至 2024 年新能源重卡市场的发展历程，一个显著的特征是行业始终保持着较高的市场集中度，新能源重卡领域从起步阶段就伴随着较高的技术、资本和政策门槛。

2019年至2024年，新能源重卡销量表									
年份	第一名	销量	市场份额	第二名	销量	市场份额	第三名	销量	市场份额
2019年	比亚迪	2853辆	56.67%	开沃汽车	1006辆	19.98%	中联重科	394辆	7.83%
2020年	东风公司	586辆	22.37%	比亚迪	383辆	14.62%	宁通集团	336辆	12.83%
2021年	三一集团	1497辆	14.33%	宁通集团	1477辆	14.14%	汉马科技	1168辆	11.18%
2022年	远程商用车	2837辆	11.32%	三一集团	2611辆	16.74%	徐工汽车	1871辆	11.12%
2023年	徐工汽车	5373辆	15.73%	三一集团	5327辆	15.59%	远程商用车	3616辆	10.58%
2024年	徐工汽车	1.44万辆	17.51%	三一集团	1.41万辆	17.25%	一汽解放	9490辆	8.65%
备注：数据引用自第一商用车网，卡车之友网制表									

2019 年，新能源重卡市场尚处于萌芽期。比亚迪以 2853 辆的销量独占鳌头，市场份额高达 56.67%，开沃汽车和中联重科紧随其后。TOP3 企业合计市场份额达到 84.48%，TOP5 企业更是占据 91.36% 的市场份额，呈现出明显的头部效应。

然而市场总是充满变数，2020 年，行业受疫情影响和市场调整，全年销量回落至 2619 辆，但集中

度特征依然明显与此同时,行业格局发生剧烈变动。东风公司以 586 辆跃居首位,市场份额为 22.37%,比亚迪滑落至第二位,市占率 14.62%,宁通集团则跻身前三,市占率 12.83%。这一年中,集中度仍然维持在较高水平,传统车企开始发力新能源领域,市场竞争日趋激烈。



2021 年市场迎来爆发式增长,总量突破万辆大关。三一集团以 1497 辆(市占率 14.33%)夺得冠军,宁通集团以 1477 辆

(14.14%)紧随其后,汉马科技以 1168 辆(11.18%)位列第三。TOP3 企业合计市占率为 39.65%,虽然

相比 2019 年有所下降,但仍显示出头部企业的主导地位。这一年的集中度变化反映出新进入者开始崭露头角,具有工程机械背景的企业开始显露出强劲竞争力,但市场仍然由少数几家企业主导。

到 2022 年,市场集中度再次提升。远程新能源商用车以 2837 辆(11.32%)登顶,三一集团以 2611 辆(16.74%)位居第二,徐工汽车以 1871 辆(11.12%)跻身前三。TOP3 企业合计市场份额达到 39.18%,TOP5 企业集中度更是超过 60%,在新能源车企与传统工程机械企业的竞争中,这一市场再次向头部企业集中。



2023 年，行业集中度进一步提升。徐工汽车以 5373 辆

（15.73%）首次问鼎，三一集团以 5327 辆（15.59%）紧随其后，远程新能源商用车以 3616 辆

（10.58%）保持第三。TOP3 企业合计市场份额达到 41.9%，TOP5 企业集中度接近 60%，显示出明显的寡头竞争特征，行业开始进入“强者恒强”的发展阶段。

2024 年，新能源重卡市场迎来爆发式增长，总量跃升至 8.2 万辆。徐工汽车以 1.44 万辆的业绩稳居榜首，三一集团以 1.41 万辆紧随其后，一汽解放以 9490 辆跻身前三。值得注意的是，前三强企业市场份额合计超过 45%，前五强占比突破 64%，市场集中度达到新高。这一时期，具有工程机械背景的企业已经确立领先优势，传统车企也在加速转型，行业寡头竞争

格局全面形成。



这六年的数据清晰地表明，新能源重卡市场从发展初期就具有高度集中的特征，而非经历从分散到集中的过程。这种特殊的市场结构源于行业本身的技术密集型特性、较高的准入门槛以及政策导向的影响。

巨头制胜之道：传统企业如何实现弯道超车

在新能源重卡行业发展过程中，徐工汽车的表现堪称典范。从 2020 年仅销售 258 辆到 2024 年登顶行业第一，成功绝非偶然。早在 2018 年，当大多数企业还在观望时，徐工汽车就已经开始布局新能

源重卡研发并逐步过渡到只生产新能源车。这种前瞻性的战略眼光,让徐工汽车在后续的市场竞争中占得先机,也为整个行业的发展方向提供了重要参考。

2019年至2024年,新能源重卡TOP5名单及市场份额表			
年份	市场总量	TOP5份额	销量TOP5企业(按销量高低从左至右依次排列)
2019	0.55万辆	94.67%	比亚迪、开沃汽车、中联重科、宇通集团、北京华特林装车
2020	0.26万辆	72.23%	东风公司、比亚迪、宇通集团、汉马科技、徐工汽车
2021	1.04万辆	57.08%	三一集团、宇通集团、汉马科技、东风公司、上汽红岩
2022	2.51万辆	60.90%	远程新能源商用车、三一集团、徐工汽车、宇通集团、东风公司
2023	3.42万辆	61.18%	徐工汽车、三一集团、远程新能源商用车、宇通集团、东风公司
2024	8.2万辆	64.51%	徐工汽车、三一集团、一汽解放、中国重汽、东风公司
备注:数据引用自第一商用车网,卡车之友网制表			

更为重要的是,徐工汽车巧妙地将其在工程机械领域的优势转化为市场竞争力。依托集团在重载领域的技术积累和品牌信誉,徐工的新能源重卡很快获得了市场认可。同时,其地处徐州的地理位置优势也不容忽视,位于苏鲁豫皖四省交界的战略要地,让徐工汽车能够快速辐射中国重卡消费的核心区域,这种区位优势为企业节省了大量物流成本,提高了市场响应速度。

三一集团的崛起同样令人瞩目。这家工程机械巨头将其在电动化领域的技术积累完美迁移到重卡领域,特别是在电驱系统和能量回收技术方面形成了独特优势。更值得称道的是,三一创新性地推出“电池银行”模式,通过车电分离降低用户购车门槛,这种商业模式创新极大地推动了市场普及,也为行业创新发展提供了新思路。

面对新势力的强势崛起,传统重卡企业也在积极求变。一汽解放凭借在燃油车时代积累的技术底蕴和客户基础,正在新能源领域全力追赶。2023 年,一汽解放研发投入占比达到 3.5%,高于行业平均水平,显示出传统巨头转型的决心和力度。

东风公司和中国重汽则选择了差异化竞争路线。东风在混合动力重卡技术方面独树一帜,而中国

重汽依托潍柴动力的技术支持，在燃料电池重卡领域布局较早。这些传统车企虽然面临“船大难掉头”的挑战，但在资金实力、生产能力和售后服务网络方面的优势明显，这些优势将在未来的市场竞争中发挥重要作用。

未来战局：存量竞争时代，谁将主宰下一个五年？

展望未来，新能源重卡市场的寡头竞争格局将进一步强化。从经济学规律而言，任何行业到了一定的阶段，寡头垄断效应不可避免。此外，由于新能源重卡行业资金技术门槛高，头部企业也会凭借着规模效益，能在竞争中取得一定的优势。从商用车行业发展的历史来看，不论重卡、轻卡还是客车行业，都存在类似的现象。

在新能源重卡行业的未来，技术研发能力、成本控制能力、场景

解决方案能力和售后服务网络将成为决定企业成败的关键因素。

《卡车之友网》认为，短期内，在政策利好、市场逐渐回暖的大好形势之下，众多企业群雄逐鹿，在看不见硝烟的商业战场上，不排除会有新企业杀出重围赢得大好生机。但长期看，新能源重卡市场呈现集中度高的现象将会越发明显，这其中，一定会有更多如一汽解放一般的老牌商用车企业的身影。

《卡车之友网》同样认为，对于传统车企来说，如何加快转型速度并发挥现有资源优势则是当务之急；对于新势力企业而言，如何保持创新活力并扩大规模优势是首要课题。在这个过程中，那些缺乏核心技术、资金实力或场景应用能力的企业最终将逐步退出市场，行业洗牌会加速进行。

值得注意的是,随着换电模式的推广和续航里程的提升,新能源重卡的经济性将进一步提高,这也必将会加速替代传统燃油重卡的进程。同时,智能网联技术与电动化的融合,也将为行业带来新的增长机遇和创新空间。

变换的背后是技术创新、商业模式和市场策略的全面较量。在变革的时代之下,唯有那些能够准确把握市场趋势、持续创新并快速应变的企业,才能在这场激烈的市场竞争中笑到最后。

说到底,如今的新能源重卡市场竞争已经进入深水区,行业头名

来源: 卡车之友网

路透社：中国汽车业为何陷入“赔本赚吆喝”的怪圈？

在成都。在这座拥有 2100 万人口城市的郊区,有一家购物中心的展厅里,陈列着一排提供“非常”折扣的新车。

到访者可以从大约 5000 辆汽车中选择。国产奥迪 5 折。一辆中国品牌的七座 SUV 售价约为 22300 美元（折合人民币

15.85 万元），比标价低 60% 以上。

这些超级折扣是由一家名为 Zcar（竹子买车）的公司提供的,该公司从汽车制造商和经销商那里批量购买汽车,之所以能给到如此优惠的价格,是因为中国有太多的汽车。

多年的补贴和其他政府激励政策，旨在推动中国成为全球汽车大国和世界电动汽车的领导者。毫无疑问，中国汽车制造商已经实现了这些目标，甚至超过了目标——这就产生了问题。

路透社经过一系列调查发现，由于受政府政策影响，而非消费端需求影响，中国国内汽车品牌的产量，已经超出了这个全球最大汽车市场的吸纳能力。业内高管表示，这导致几乎所有汽车制造商都不可能实现盈利。中国电动汽车的起价不到 1 万美元，但在美国市场，仅有几款售价低于 3.5 万美元的电动汽车在售。



上个月公布的一项行业调查显示，大多数中国经销商也赚不到钱，因为很多都堆满了过剩库存。经销商的应对措施是，大幅降价。一些零售商为未售出的汽车批量登记并投保，这样一来，汽车制造商就可以将汽车记录为“已售出”，同时经销商还有资格获得工厂回扣和制造商的奖金。

这些多余的车辆被批量卖给像竹子买车这样的灰色市场交易商手中。一些车在抖音等社交媒体网站上以甩卖的形式出现。另一些则被重新命名为“二手车”——尽管它们的里程表上没有任何里程——运往

海外。还有一些最后被遗弃在杂草丛生的汽车墓地。

许多行业数据和分析师表示，这些非常规做法是市场严重供过于求的征兆，且预示着一场潜在的洗牌，映射出中国房地产市场和太阳能行业的动荡。

它们都是源于政府的政策，优先考虑提高销售和市场份额——从而服务于就业和经济增长的更大目标——而不是盈利能力和可持续竞争。地方政府向汽车制造商提供廉价土地和补贴，以换取生产和税收承诺，从而成倍增加了全国的产能过剩。

澳大利亚宏观经济评论员鲁伯特·米切尔（Rupert Mitchell），曾在一家中国电动汽车初创公司工作。他说：“当中国政府下达指令，说这

是一个战略性产业时，每个省份的负责人都想建汽车工厂。最终的结果是，推动现有的汽车行业加倍投资。”

本文讲述了即使在中国汽车行业崛起为世界强国之际，供过于求是如何削弱中国国内汽车市场的。为此，路透社查阅了数千份汽车销售清单、数百份政府文件、官方媒体报道、法庭文件和消费者投诉。记者同时还采访了 20 多位业内人士，包括经销商、买家、分析师和制造业高管。

01

价格战仍然在继续

路透社称，中国品牌在推出新车型方面远远超过外国竞争对手。然而，推动汽车制造业爆炸式增长和创新的政府政

策，同时也在导致整个国内销售链的双输交易。

这场酝酿中的危机，对中国经济的影响更大，因为汽车行业及相关服务约占中国国内生产总值（GDP）的十分之一。美国和欧洲官员曾担心中国进口商品价格低廉，中国政策制定者此前否认美欧对于中国产能过剩的说法。但近几个月来，中国誓言要遏制电动汽车和太阳能等行业的价格战。

中国汽车行业的过剩令人震惊：根据咨询公司盖世汽车研究院的数据，中国汽车制造商去年生产 2750 万辆汽车，而其目前的生产能力是去年的 2 倍。这一问题在汽油车领域尤为严重。过去几年，由于中国政府鼓励使用电动汽车，汽油车的需求大幅下降。



与此同时，随着公司和地方政府的涌入，电动汽车工厂的数量激增。咨询公司艾睿铂（AlixPartners）预测，到 2030 年，中国 129 个电动汽车和混合动力汽车品牌中，只有 15 个在财务上可行。

中国的价格战已进入第三个年头。一些分析人士认为，唯一的出路就是让许多汽车制造商倒闭。但许多中国官员反对这种严厉的政策，因为可能会带来大规模裁员和消费者支出下降的风险。

世界大型企业联合会
（Conference Board）中国研

究中心首席经济学家张宇涵认为，这让汽车制造商和地方政府陷入了恶性循环，“它们相互助长，相互加强，这可能会使市场陷入恶性循环”。

受影响的不仅仅是中国汽车制造商。据中国汽车工业协会数据，今年前 7 个月，外国品牌占中国汽车销量的 31%，而 2020 年这一比例为 62%。海外政府，尤其是欧洲政府，担心廉价中国制造汽车的涌入会毁掉他们的国内产业。美国几乎禁止了中国汽车的进口。

02

竞相引进电动汽车工厂

如今市场混乱的种子，是早期在不经意间埋下的。早在 1990 年代，中国的政策制定者就希望让中国成为电动汽车崛起的领航者。电动汽车将是自内燃

机发明以来汽车行业最大变革之一。

2009 年，中国推出了一项计划，鼓励汽车制造商生产电动汽车，鼓励消费者购买电动汽车，并提供数十亿美元的补贴。

到 2017 年，电动汽车还没有起飞。那一年，中国政府官员起草了一份汽车制造政策蓝图。这份 1.3 万字的文件——《汽车工业中长期发展规划》——概述了到 2025 年每年生产 3500 万辆汽车的目标，大约是美国年销量记录的两倍。

中国一直在努力应对过热的房地产行业，并开始抑制过度投资。对于一直依赖卖地和房地产税收的地方政府来说，汽车制造蓝图成为了另一个及时的替代经济支柱。

2017 年的计划促使地方政府竞相吸引电动汽车制造商。中国汽车工业协会数据显示，截至去年，中国已接近这一目标，生产了逾 3100 万辆汽车。

这场竞争在中国各地形成了一种模式：地方政府向汽车制造商提供优惠，并要求它们实现产量和税收目标。汽车制造商通常更关注实现这些目标，而不是扭亏为盈。随着时间的推移，可能在其他市场已经失败的制造商，有时会得到地方政府的支持，因为地方政府对它们的生存有既得利益。

押注于正确的汽车制造商可以获得巨大回报。2021 年，安徽省长丰县政府用廉价的土地吸引了汽车巨头比亚迪。作为回报，这个以制作传统烧饼为主要产业的小镇得到了比亚迪的大型工厂。

安徽省长丰县：全力打造世界级新能源汽车城

《人民日报》（2025年03月12日 第 16 版）



2023 年，也就是比亚迪在长丰投产后的一年，该县的经济增速比全国高出 9.1 个百分点。去年，这一比例仍高出 5.6 个百分点。

今年 3 月 12 日，《人民日报》刊文称赞长丰的显著增长，并称比亚迪是主要引擎。

安徽发布的通知显示，与比亚迪项目有关的两名长丰市委官员在 2024 年获得了晋升。

两名官员目前都为合肥市政府工作。

2022 年，智能手机制造商小米开始在北京亦庄区购买土地，用于建设电动汽车工厂。土地销售文件显示，到 2024 年，该公司以比其他公司购买工业用地的平均价格低 22% 的价格，购买了价值超过 206 个足球场大小的土地。文件显示，北京市要求该厂在满负荷生产的情况下，年收入至少要达到人民币 470 亿元。

小米告诉路透社，它遵循了公开招标程序，并没有获得土地的折扣或奖励。根据北京市政府公布的招标信息，小米是唯一的竞标者。

“甜味剂”继续流转。

今年 6 月，广州发布了一份政策文件，称该市希望培育最多 3 家“新能源汽车”制造

商，其中包括纯电动汽车和混合动力汽车，每家公司每年生产 50 万辆汽车。

作为回报，广州每年将奖励每家在 3 年内新建生产线并生产 10 万辆汽车的汽车制造商，高达 5 亿元人民币。

政策文件显示，在 2023 年至 2025 年间，至少还有 6 个地方政府出台了吸引汽车制造商增加产量的政策。

今年 5 月，中国有关部门开始敲响汽车价格战的警钟，警告称竞争不可持续。今年夏天，还质疑为什么每个省份都竞相投资电动汽车和人工智能等少数几项技术。

03

车企不敢踩刹车

产能过剩导致销售目标过于雄心勃勃的问题，并非中国独有。

2000 年代初，通用汽车、福特和克莱斯勒有太多的工厂生产太多的汽车，最终关闭了十多家美国工厂。

但行业分析师和前高管表示，在中国，实现销售目标和扩大市场份额的压力更大。分析师、汽车制造商和供应商最近一直在用“内卷”这个词，来形容竞争变得自我毁灭，并催生了不规范的行为。

中国最大的卡车制造商之一三一重卡董事长梁林河表示，中国的汽车制造商被迫继续销售和生 产，即使是在严重亏损的情况下，因为这种做法可以确保现金流，而现金流对生存至关重要。

“这就像骑自行车一样：只要你一直踩着踏板，你可能会感到筋疲力尽，但自行车却可以保持直立。”梁林河说。



随着亏损的增加，许多汽车制造商加快了步伐，一些行业分析人士越来越多地谈论汽车行业的洗牌。最近几个月，电动汽车品牌哪吒在其母公司进入破产程序后，停止了运营。去年，中国科技公司百度和汽车制造商吉利的合资企业极越汽车裁员并宣布重组，原因是竞争激烈。

不过，3 位业内人士和 2 位分析师对路透社表示，突然的冲击不太可能发生：整合可能需要数年时间，地方政府可能会支持陷入困境的汽车制造商，以遏制影响。

“中国的产能过剩是一个系统性问题，”卡内基中国研究中

心高级研究员迈克尔·佩蒂斯（Michael Pettis）表示。

小鹏汽车首席执行官兼联合创始人何小鹏在 2023 年预测，到 2030 年，每家汽车制造商每年需要销售 300 万辆汽车才能生存下去，只有 8 家公司能幸存下来。小鹏去年销售了 19 万辆汽车。

一些大公司正在达到或接近这一水平（300 万辆），它们似乎将在洗牌中受益。今年 1 月，吉利表示，希望到 2027 年每年销售 500 万辆汽车，比去年的 220 万辆销量增加一倍多。一个行业领导品牌也为 2025 年设定了雄心勃勃的目标，尽管其扩张速度在放缓。今年 8 月，该公司季度利润出现三年多来的首次下滑。

据路透社本月报道，该品牌内部已经缩减了最初 550 万辆的销售计划，目前预计至少将达到 460 万辆。

大多数汽车制造商的销量，只有这些数字的一小部分，而且仍在提高产量——至少有 3 家是在政府官员的要求下。

去年，随着长安、东风和一汽等国有汽车制造商在电动汽车竞赛中落后于民营同行，有人提出，希望国有企业扩大市场份额和产量，而不是专注于盈利能力。

今年 7 月，长安表示，希望到 2030 年新能源汽车的销量翻两番。董事长朱华荣在 7 月 30 日的新闻发布会上表示：“我们将努力成为全球十大世界级汽车品牌。”

04

“市场将会完蛋”

江苏省一位退休经销商陈克云（音译）表示，大量涌入的新车，使得经销商更难盈利。

4 位不愿透露姓名的交易商认同他的观点。

陈克云说，这些问题——比如经销商亏本出售新车，然后把它们批量卖给贸易商，后者把这些车当作零里程的“二手车”出售——这些都植根于中国的“以生产为导向”的工业模式。他认为，汽车制造商忽视了真实的需求水平，但却不断扩大产能，提高销售目标，迫使经销商增加库存。

中国汽车流通协会 8 月份的一项调查发现，只有 30% 的经销商盈利。

今年 6 月，河南、四川和长三角的经销商团体公开表达了他们的不满。“我们敦促汽车制造商，制定符合市场实际的销售指导政策，”河南省汽车工业商会在一封致未指明的汽车制造商的公开信中表示，“如

果销售渠道崩溃，市场就完蛋了！”

陈克云说，大型经销商通过超额购买库存，来达到汽车制造商的销售目标，并获得工厂回扣。

江苏的一位经销商表示：

“如果你已经成功销售了本月目标 20 辆中的 16 辆，那么在本月的最后一天，你将如何处理剩下的 4 辆？”即使他以“跳楼价”出售这些车，也意味着他有资格获得约人民币 8 万元的奖金，这将使他接近盈亏平衡。一位行业人士认为，经销商的售价比成本低了 20%。

路透社今年 7 月报道称，哪吒和另一品牌近年来夸大了销量，其中哪吒的销量超过 6 万辆。并称汽车制造商甚至在汽车出售之前，就安排了汽车

保险，这样这些汽车就可以正式计入月度销售目标。

记者无法联系到哪吒的母公司合众新能源置评，该公司正处于破产管理阶段。



近日，我们关注到部分媒体关于“0公里二手车”相关不实报道，在此，我们进行以下澄清：

首先，极氪积极响应并支持国家号召，持续与行业伙伴一同共建公平透明的营商环境，坚决反对“销售0公里二手车”等破坏行业秩序的行为。经调查，报道中涉及的车辆均为可正常销售的展车。为确保展示期间的安全，展车虽已投保交强险，但未开具零售发票，也未在任何车管所进行新车注册登记或上牌，其法律属性始终属于未注册的全新商品车。

其次，由于展车通常存在3-5个月的库龄，因此会根据商品车的展示历史或库龄时间进行折扣明示销售。购买的消费者，同样享有新车首任车主的全部用车权益。这种新能源展车折扣销售模式，属于正常商业行为，与“二手车”交易存在本质区别。

极氪将保障消费者知情权和选择权放在首位。在消费者下定页面，我们已明显标注车辆性质，切实维护消费者合法权益。对于任何涉嫌侵害消费者权益、违背诚信经营的行为，极氪始终秉承零容忍态度。关于报道中所提及的部分终端销售现象，极氪也已在第一时间成立了专项小组对相关问题进行彻查改进，并将持续提升消费者的购车体验。

极氪发布澄清声明，称相关汽车已经投保了强制性交通保险，以确保它们在展示期间的安全，而且在出售给买家时，它们是合法的新车。

经销商和分析师说，全行业虚报销售数据，大部分涉及已投保并已售出的零里程二手车。经销商和贸易商通常会将

这些二手车出口，或者通过灰色市场在国内销售。

今年6月，4个地区经销商组织称汽车制造商的激励措施，是“迫使经销商伪造销量的变相方式”，但没有指明是哪家汽车公司。



流入直播销售

在成都那家购物中心，一位王姓小伙子骑着摩托车，手拿自拍杆，在屋顶停车场上穿行，为社交媒体拍摄视频。王是竹子买车的直播主持人，倒卖经销商卖不出去的新车。

包括王在内的主播在抖音等平台上进行直播。王最近告诉他的125万粉丝，竹子买车是四川省最大的零里程二手车销售商。他说，这些折扣通常在3月、6月、9月和12月推

出，“这时，经销商急于达到汽车制造商为现金回扣设定的季度或年度销售目标”。

“没有卖不出去的车，只有价格不合理的车。”王在 7 月份的一次直播中说。



竹子买车营销总监周燕（音译）对路透社表示，由于部分汽车是直接从汽车制造商处批量购买的，因此该公司的销售折扣很大。

当路透社 6 月份访问成都时，直播者正在兜售一批通用的雪佛兰 Malibus。周燕表示，竹子买车已经从上汽通用那里

收购了 3000 多辆 Malibus，每辆售价低于 1.4 万美元，远低于 2.4 万美元的指导价。

通用汽车对路透社表示，“授权经销商是我们汽车销售的唯一官方渠道”，而竹子买车“与上汽通用没有任何关联”。该公司拒绝详细说明。

竹子买车随后对路透社表示，其子公司购买了 3428 辆 Malibus，主要用于批发给经销商，但未说明经销商是谁。但补充说，他们提供“流行的、引人注目的车型来吸引顾客到我们的门店”，并且经常亏本销售。该公司对 Malibus 的交易此前从未被报道过。

路透社采访时，一些奥迪的售价为半价。奥迪拒绝对竹子买车的做法发表评论，但强调称，它不支持灰色市场交易，这损害了其汽车的长期价值。

06

僵尸车墓地

一些未售出的新车最终会被扔进汽车墓地。

地方政府一直在努力清理废弃的汽车停车场，因为它们消耗土地并造成环境危害。

还有一些汽车最终会长期挂在拍卖网站上，包括电子商务巨头阿里巴巴旗下的拍卖网站。许多项目没有买家。路透社对阿里巴巴上市信息的调查发现，今年有 5100 多辆某品牌新车的拍卖通知，且已经投保和注册，而 2024 年只有 61 辆。

中国的法院也一直在为违约经销商的新车和未售出的汽车举行拍卖。2024 年 4 月，在阿里巴巴的一份广告中，日本汽车制造商的某合资企业生产了一批 94 辆汽车，广告中显示

了停放在室内的车辆照片。其中一辆白色新车沾满了污垢，前排座位上铺着塑料布。

深圳一家法院下令的另一项清理行动，涉及一个品牌 2018 年生产的近 2000 辆汽车，目前该品牌由某集团全资拥有。此前未被报道的法庭文件显示，这些车辆停放在成都、广州和比亚迪在深圳的工厂，此前买家、叫车公司贵州黔西在 2020 年与该品牌就回扣和未指明的合同事宜发生纠纷。

直到 2023 年，法院才将这些车辆拍卖。法院指定的评估人员发现，这些车几乎没有人开过，车内也是全新的。他们被遗弃在不同地方，包括一个杂货店旁边的地方，村民们在那里晾衣服。

随后，这些汽车很快出现在社交媒体平台上。直播者以

低至 9000 美元的价格出售这
些车辆，大概是原价的四分之
一。

来源：帮宁工作室