

山东汽车

2026 年第 02 期 (总第 66 期)

山东省汽车行业协会

2026 年 2 月 28 日

协会活动

山东省汽车行业协会应邀参加山东省激光产业促进会成立大会

会员动态

山东重工三家企业获评国家高新技术企业认定

砺三十 志一流 | 时代事业部 2026 年一季度营销大会顺利召开

乘势而上启新程 捷报频传开门红——解放青汽公司 1 月份取得亮眼业绩

政策法规

国家市场监管总局发布《汽车行业价格行为合规指南》公告

行业资讯

中汽协发布《关于重点车企供应商货款账期承诺落实情况的调研报告》

一图读懂《道路机动车辆产品准入审查要求》

商用车行业合规升级大考

商用车出海误区与渠道破局策略

2026 格局与趋势 | (下): 汽车制造商痛失定价权

美国通过自动驾驶法案

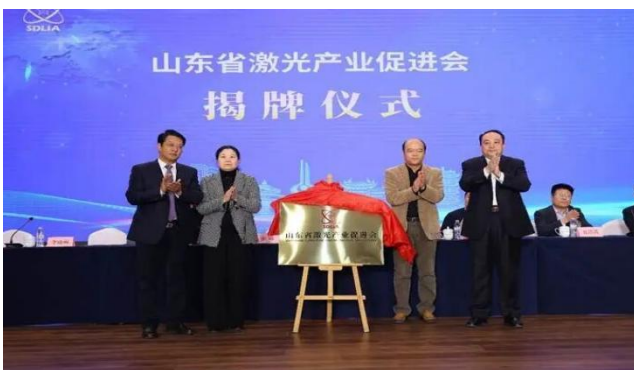
欧盟发布: 汽车行业技术竞争力研究与创新联合愿景

协会活动

山东省汽车行业协会应邀参加山东省 激光产业促进会成立大会



2026 年 2 月 3 日，山东省汽车行业协会应邀参加了山东省激光产业促进会在济南召开的成立大会。来自省内外行业主管部门、科研院所、协会及行业代表企业等 200 多位嘉宾及会员齐聚一堂，共贺促进会成立，共话产业发展，凝聚行业合力。



山东省社会组织管理局副局长

李晓梅出席会议并宣读批复，首任会长汲佩德、山东省社会组织总会会长王安忠、中国机械工业联合会副会长李奇、山东省工信厅二级巡视员李英峰等嘉宾先后致辞，并共同为促进会成立揭牌。他们的致辞充分肯定了促进会成立的意义及必要性，并对促进会的发展提出了殷切期望和要求。强调其梁纽带作用和政产学研金服用协同发展合力。在推动产业链上下游协同、搭建相关交流平台，突出优势，合作中共赢。



汲佩德会长在致辞中表示,以创建一流社会组织为目标,五大主要职责使命,为赋能产业和经济社会高质量发展贡献应有的力量。

会议期间,中国光学学会光学情报专委会秘书长、中国科学院特聘研究员叶茂,中国焊接协会激光专委会秘书长韩伟分别作精彩分享;工业母机产业投资基金高级投资经理高东发表《工业母机基金助推产业高质量发展》主题报告。

山东省激光产业促进会的成立受到了社会各界的广泛关注和支持,在短短一个月内首批会员单位数量已突破 200 家,涵盖了产业链各环节和“政产学研金服用”各领域,覆盖

了全省 14 个地市,21 家国家、省、市级友好协会及历城区政府等单位发来贺信。各会员单位纷纷表示将进一步明确“进”的方向,凝聚“会”的力量,做好“促”的文章,为“光电同辉,智耀前程”这一愿景目标共同努力。

来源:山东省汽车行业协会

会员动态

山东重工 3 家企业获评国家高新技术企业认定

近日,全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室公布对山东省认定机构 2025 年认定报备的第一批和第二批高新技术企业备案名单,山东重工集团旗下潍柴重机股份有限公司、潍柴电力设备有限公司、重汽(济南)车桥有限公司成功通过认定,正式获评国家高新技术企业。

国家高新技术企业认定是对企业自主创新能力、科技成果转化水平及综合发展实力的国家级权威认证,更是企业培育新质生产力、抢占产业发展制高点的重要支撑。此次三家企业同时获评,彰显了山东重工集团在核心技术研发、产业化应用及培育新质生产力等方面的系统化实力。



未来,山东重工将持续发挥“链主”责任担当,加大研发投入力度,加速科技成果产业化应用,不断提升核心竞争力,充分释放新质生产力活力,以更多高质量科创成果赋能产业能级跃升,为山东乃至全国高端装备制造业高质量发展注入强劲动能。

来源: 山东重工资讯

砺三十 志一流 | 时代事业部 2026 年第一季度营销大会顺利召开

2 月 10 日，时代事业部 2026 年第一季度营销大会隆重召开。北汽福田职能副总裁、诸城厂区党委副书记、时代事业部党委副书记、纪委书记、工会主席戴松高，时代事业部常务副总裁、时代营销公司总经理、领航业务总裁刘刚及事业部领导班子成员、时代海外本部、时代营销业务人员共计 580 余人齐聚一堂，复盘 2025 年时代营销战绩，安排部署 2026 年重点任务及年度目标，为新一年时代营销工作吹响冲锋号角。会议由时代事业部时代营销公司常务副总经理、新能源业务总裁刘永强主持。



会上，刘刚作《营销业务运营评估及 2026 年重点工作安排》报告。报告指出，2025 年时代营销各业务业绩全面向好，但经营方面仍有不足。同时，报告明确了 2026 年营销工作进军路径及一季度“开门红”作战蓝图，对各业务新产品推广、库存组合、渠道开发、分网战略、能力提升、边贸业务突破、服务商售车、租赁模式研究等方面进行了详细安排，为各业务线全年工作提供了根本遵循、指明了前进方向，进一步坚定了全体营销将士攻坚克难、再创辉煌的信心与决心。

戴松高主持大会表彰、2026 年度目标宣誓及授旗仪式，会上对 14 个战绩卓著的营销战区授予“销售贡献奖”荣誉称号。

大会明确 2026 年时代营销六大业务线的销售目标，新能源、海外、祥菱、领航、瑞沃、循环车业务负责人依次上台庄严宣誓，刘刚为六大业务负责人授旗。战旗承载责任与使命，誓言凝聚信心与力量，时代事业部全体营销人员将全力冲刺年度目标，誓夺 2026 年时代营销“全年红”。



时代事业部组织部高级经理王传明宣贯岗位标准化设置规范，帮助全体参会人员清晰掌握岗位要点，为后续统一工作标准、提升工作效率、确保目标达成奠定坚实基础。

刘永强作总结讲话，号召时代事业部全体人员将事业部战略规划转

化为实际行动，以艰苦奋斗的精神、高效务实的作风，攻坚克难、奋勇争先，将宏伟愿景变为美好现实。

此次一季度营销大会，既是复盘总结会，更是凝心聚力、动员誓师的大会。站在新起点上，时代事业部全体营销将士将践行“敢闯、敢试、敢赢”核心价值观，深耕市场、精准发力，全力以赴冲刺 2026 年销售目标，以工作实绩为时代事业部成为“全球规模领先的轻微型商用车生态企业”、北汽福田争创“世界一流企业”注入强劲动力。

来源：北汽福田新时代

乘势而上起新程 捷报频传开门红-- 解放青汽公司 1 月份取得亮眼业绩

2026 年，面对更具挑战的任务目标，解放青汽公司以“起步即冲刺”的奋进姿态全力开拓。1 月份，解放青汽公司实现整车生产 1.6 万辆，同比增长 70%；销售 1.6 万辆，同比增长 29%，以产销两旺的强劲开局为完成全年目标奠定了坚实基础。

01

战略领航 谋定后动明航向

开年伊始，青汽公司高位统筹、精准布局，先后召开党委扩大会、经营计划研讨会等一系列重要会议，全面拆解年度目标任务，细化落地举措，以强项目制推动重点工作层层递进。各单位快速响应，将任务分解到岗、责任明确到人，形成上下联动、全员聚力的攻坚格局，为全年工作开好局、起好步筑牢组织根基。

02

产品为本 多维发力筑优势

青岛中重型车产品线锚定年度经营目标，从产品策划、开发、质量等维度明确 12 项年度重点工作，聚焦平台升级、法规适配、新能源竞争力提升等关键领域，完成开发任务 296 项，立项质量攻坚任务 80 项，确保重点工作扎实推进。轻型车产品线坚守客户与市场导向，紧盯年度销量目标，深耕细分场景，推出针对性产品组合，实行“一市场一策略”精准开拓，新能源轻型车聚焦零售与租赁双线发展，优化资源配置、完成资源储备，全力保障订单交付，实现稳健开局。

03

营销突围 精准施策拓市场

青岛中重型车营销中心采取“线上+线下”双线联动策略，结合区域

市场特点，通过线下活动、特色福利及非价格促销政策，有效促进线索转化与销量提升。轻型车营销中心深化“调结构、控价格、扩渠道”等策略，重点推进新产品导入，发布针对性促销政策，打造核心渠道，全方位拉动终端销量增长。

04

产能提质 高效协同保交付

生产体系围绕“保交付、提效率”核心目标，1 月份日产能成功突破 700 辆，圆满完成月度任务，其中小卡园区实现日产与质量双提升，新能源生产效率稳步提高；工程技术部全力推进项目节点，有序推进小卡园区产能爬坡，多个车型项目试制验证与工艺准备也按期开展，为后续量产筑牢基础；采购体系则强化保供与质量管理，主动化解零部件供应难题，联合产品线与供应商开展商谈，为公司“开门红”提供了坚实有力的支撑。

05

党建引领 凝心聚力强保障

解放青汽公司全面贯彻落实一汽解放党委扩大会精神，深入开展两级形势任务教育工作，引导全体员工悟形势、明方向、勇担当；围绕一汽解放“1347”总体工作思路及解放青汽公司“112233”工作部署、质量攻坚等全年重点任务，全面推进线下阵地建设，累计更新 300 余处，积极营造干事创业的浓厚氛围；公司同步启动“查保促”安全生产活动，通过开展暖冬慰问、发放棉马甲、开展“面心实”恳谈会及员工慰问等举措传递组织关怀；后勤部门还以“聚合力·开门红”为主题开展美食日活动，以美食为媒介拉近员工距离、凝聚团队力量，激励全员以积极昂扬的心态投入后续工作，为新征程注入强劲动力与坚定信心。

2026 年首月，解放青汽公司旗开得胜，实现开门红。解放青汽公司全体员工将继续保持奋进姿态，以

“开局精彩”带动“全年出彩”，在行业变革与市场表现中续写高质量发展新篇章。

来源：北汽福田新时代

硬核实力 荣誉满载！ 青特车桥获头部主机厂多项重磅奖项

实力加冕 载誉前行

青岛青特众力车桥有限公司获

在近期多家头部主机厂相继召开的年度商务大会上，青特车桥板块凭借扎实的产品力和卓越的服务表现，赢得了行业的高度认可。旗下多家企业协同发力，在多个重要奖项评选中斩获佳绩——从象征深度互信的“最佳合作伙伴奖”，到代表前沿创新的“科技引领奖”“开发贡献奖”，再到体现服务价值的“服务领先奖”“价值贡献奖”等，累计荣获的十余项重磅荣誉，全面印证了青特车桥在技术研发、质量管控、客户协同与前瞻布局上的综合竞争优势。

热烈祝贺

得一汽解放 2025 年度价值共创奖



青岛青特众力车桥有限公司获
得北汽福田 2025 年度质量领先奖



青岛青特众力车桥有限公司获得北汽福田 2025 合作共赢奖



青岛青特众力车桥有限公司获得远程 2025 优秀伙伴奖



青岛青特众力车桥有限公司获得北汽重卡 2025 最佳合作伙伴奖



潍坊青特车桥有限公司获得一汽解放 2025 年度科技引领奖



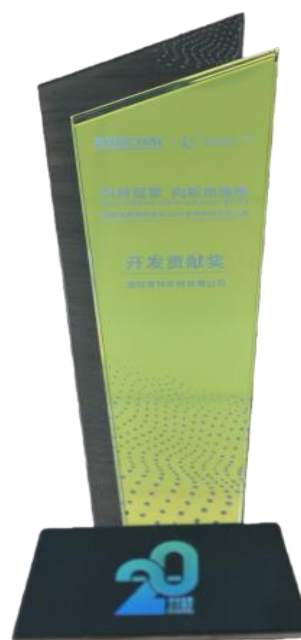
潍坊青特车桥有限公司获得北汽福田 2025 年度卓越质量奖



潍坊青特车桥有限公司获得潍柴新能源商用车开发贡献奖



潍坊青特车桥有限公司获得北汽福田 2025-2026 年度携手共赢奖



长沙青特车桥有限公司获得北汽福田 2025-2026 年度服务领先奖



长沙青特车桥有限公司获得长沙超级卡车工厂突出贡献奖



北京青特车桥有限公司获得北汽福田价值贡献奖



面对行业电动化与智能化的变革趋势，青特车桥将继续坚持以创新驱动发展，深化与主机厂的战略协同。未来，集团将持续聚焦客户需求与技术升级，在巩固传统优势的同时，加快布局新能源及智能底盘领域，以更高品质的产品与服务，为行业发展注入持久动力。

来源：青特集团

政策法规

国家市场监督管理总局发布 《汽车行业价格行为合规指南》公告

国家市场监督管理总局
公告

2026 年第 10 号

市场监管总局关于发布《汽车行业价格行为合规指南》的公告

《汽车行业价格行为合规指南》已经 2026 年 2 月 9 日市场监管总局第 3 次局务会议通过，现予公告，自发布之日起施行。

市场监管总局

2026 年 2 月 11 日

汽车行业价格行为合规指南

第一章 总则

第一条 为进一步规范汽车行业价格行为，维护汽车市场价格秩序和公平竞争，保障消费者和经营者的合

法权益，引导汽车生产和销售企业加强价格合规建设，促进行业高质量发展，根据《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》《关于制止低价倾销行为的规定》《规范促销行为暂行规定》等法律法规规章，制定本指南。

第二条 在中华人民共和国境内进行汽车生产、新车销售活动时发生的价格行为，适用本指南。

本指南中汽车生产企业主要指汽车整车生产企业以及零部件生产企业。汽车销售企业主要指汽车品牌授权经销商、代理商以及汽车贸易商等。

第三条 汽车生产和销售企业应当遵循依法合规、公开透明、平等自愿、诚实守信的基本原则，价格行为要符合法律法规规章及相关政策要求。

第四条 汽车生产和销售企业要围绕国家战略，在发展经济、扩大就业、改善民生、科技创新等方面发挥作用，积极承担社会责任，促进汽车行业高质量发展。

第五条 汽车行业相关协会在政府部门指导下，建立健全行业规范，加强行业自律，推动行业价格合规建设。

第二章 汽车生产企业价格行为

第六条 汽车生产企业建立以生产成本为基础、市场供求为导向的定价策略，对所属整车及零部件销售、金融服务等环节实行全链条价格行为管理，确保价格行为规范。

第七条 汽车整车生产企业应制定清晰明确的返利政策，以合同等方式与经销商事先约定。

第八条 汽车整车生产企业要尊重经销商自主定价权，在合作中遵循公平交易、平等协商的原则。

第九条 汽车整车生产企业之间以及汽车零部件生产企业之间，实施下列价格串通行为存在重大法律风险：

（一）固定或者变更整车及零部件价格水平；

（二）固定或者变更价格变动幅度；

（三）约定采用统一的价格计算标准；

（四）其他价格串通行为。

第十条 汽车生产企业除了依法降价处理积压商品外，以排挤竞争对手或者独占市场为目的实施下列价格行为，存在重大法律风险：

(一)整车及零部件的出厂价格低于其生产成本;

(二)采用高规格、高等级充当低规格、低等级等手段变相降低价格,使实际出厂价格低于其生产成本;

(三)通过采取折扣、补贴等价格优惠手段,使实际出厂价格低于其生产成本;

(四)进行非对等物资串换,使实际出厂价格低于其生产成本;

(五)通过以物抵债,使实际出厂价格低于其生产成本;

(六)采取多发货少开票或不开票等方法,使实际出厂价格低于其生产成本;

(七)通过多给数量、批量优惠等方式,变相降低价格,使实际出厂价格低于其生产成本;

(八)在招标投标中,采用压低标价等方式使实际出厂价格低于其生产成本;

(九)采用其他方式,使实际出厂价格低于其生产成本。

汽车生产企业生产成本包括制造成本和由管理费用、财务费用、销售费用构成的期间费用。

第十一条 在汽车供应链出现供需严重失衡问题时,汽车零部件生产企业成本未显著变化,无正当理由大幅度提高价格,扰乱市场秩序,存在较大法律风险。

第十二条 汽车生产企业提供相同的汽车产品或者服务,对具有同等交易条件的经销商、贸易商,不得实施价格歧视。

第十三条 汽车生产企业应当规范“付费解锁”功能的收费行为。

(一)对于有免费期的功能,销售时应当告知免费期限、后续收费标准等内容,免费期结束前应再次提醒消费者;

(二)对于需收费的差异化增值功能,销售时应当明确告知,未明确告知的差异化增值功能不得收费。

第十四条 汽车生产企业直接向消费者销售的,其价格行为适用本指南第三章关于汽车销售企业的规定。

第三章 汽车销售企业价格行为

第十五条 汽车销售企业销售商品或者提供服务时,按照以下规定进行明码标价:

(一)在经营场所以显著方式进行明码标价,标明所售汽车名称、销售价格、计价单位、型号、生产厂商及主要配置、标准参数等信息。有可选零部件的,要标明可选零部件的名称、价格、规格、产地等内容。不能现场交付车辆的,要在交易前明确告知交付时间;

(二)采用标价签(含电子标价签)、标价牌、价目表(册)、展示板、电子屏幕、商品实物或者模型展

示、图片展示以及其他有效形式进行明码标价;

(三)商品或者服务项目较多的,可以同时采用电子查询方式进行明码标价。无法一次性在经营场所醒目位置全部公示的,应当告知消费者便捷获知明码标价详细内容的方式或者途径;

(四)通过网络等方式销售汽车的,应当通过网络页面,以文字、图像等方式进行明码标价,涉及相关零部件或者产品配送的,还应当标示配送方式、运输费用、支付方式等内容;

(五)如果颜色、产地、工艺、规格和品牌等对价格有影响的,要明确标示。根据不同交易条件实行不同价格的,要标明交易条件以及与其对应的价格;

(六)不得在标价之外加价出售商品或者提供服务,不得收取任何未予标明的费用。商品或者服务价格发

生变动时,经营者应当及时调整相应标价。

前款第一项中销售价格是指汽车销售企业自主制定的价格,并非厂商指导价。

第十六条 汽车销售企业开展促销活动,要遵守以下规定:

(一) 在显著位置公示促销规则、活动期限、适用范围等;

(二) 真实标明折价、减价基准;

(三) 通过积分、礼券、兑换券、代金券、预付款等折抵价款的,应当以显著方式标明计算的具体办法;

(四) 开展补贴活动的,应在显著位置标示补贴对象、补贴方式、参与条件、起止时间等信息。

第十七条 汽车销售企业应当规范向消费者赠送购物券、礼品、优惠待遇等商品或服务(以下简称赠品)的行为。

赠送商品要展示实物样品或者图片信息,如实标明品名、数量、规

格型号等。赠送服务要标明服务项目、内容、次数等。赠品的价格或者价值能标尽标,且所标示的价格或者价值应当真实有依据。确有合理理由的,赠品可以不标示价格或者价值。赠品兑换带有附加条件的(如使用范围、兑换地点等),要明确公示。

第十八条 汽车销售企业收取与汽车销售相关服务费用,应当为消费者提供相应服务,实施以下行为存在法律风险:

(一) 只收费不服务,减少服务内容或者降低服务标准;

(二) 将同一服务内容标示在不同的服务项目中重复收费;

(三) 将应由自身承担的义务以其他服务名义收费。

第十九条 汽车销售企业利用以下虚假或者引人误解的价格手段诱骗消费者,存在较大法律风险:

(一)使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息;

(二)使用虚假的“市场价”“厂商指导价”“市场参考价”等被比较价格进行宣传;

(三)虚假标示“限时降价”“清仓价”等,降价促销时标注的被比较价格高于同一经营场所本次促销前七日内的最低成交价格;

(四)以贷款购车、购买保险等作为价格附加条件的,未在交易前告知或未显著标示;

(五)无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺,对汽车价格、赠品价值、售后服务费用等作出承诺但未兑现;

(六)通过低价宣传吸引消费者,实际无相关产品销售;

(七)通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时,拒不按约定折抵价款。

第二十条 汽车销售企业除了依法降价处理积压商品外,以排挤竞争对手或者独占市场为目的实施下列价格行为,存在重大法律风险:

(一)销售商品的价格低于其进货成本;

(二)采用高规格、高等级充当低规格、低等级等手段变相降低价格,使实际销售价格低于其进货成本;

(三)通过采取折扣、补贴等价格优惠手段,使实际销售价格低于其进货成本;

(四)进行非对等物资串换,使实际销售价格低于其进货成本;

(五)通过以物抵债,使实际销售价格低于其进货成本;

(六)采取多发货少开票或不开票等方法,使实际销售价格低于其进货成本;

(七) 通过多给数量、批量优惠等方式, 变相降低价格, 使实际销售价格低于其进货成本;

(八) 在招标投标中, 采用压低价等方式使实际销售价格低于其进货成本;

(九) 采用其他方式, 使实际销售价格低于其进货成本。

第二十一条 汽车交易平台经营者(以下简称平台经营者)依法履行平台主体责任, 按照以下要求规范平台内经营者的价格行为:

(一) 平台经营者应当尊重平台内经营者的自主定价权, 不得利用服务协议、交易规则、技术手段或其他方式, 对平台内经营者的商品或者服务价格进行不合理限制或者附加不合理条件, 不得强制或变相强制平台内经营者参与价格促销活动;

(二) 平台经营者发起、组织价格促销活动, 发现平台内经营者在促销活动中存在价格违法风险, 应当立

即采取警示、暂停或者终止服务等必要处置措施予以纠正并保存相关信息。

市场监督管理部门依法对平台内经营者开展价格监督检查和调查处理时, 平台经营者应当积极配合, 提供必要的信息、技术支持和协助。

第二十二条 平台内经营者展示的价格显著低于厂商指导价或者市场价格水平时, 鼓励平台经营者及时提醒平台内经营者依法合规经营, 同时提醒消费者可能存在交易异常风险。

第四章 合规建设

第二十三条 汽车生产和销售企业可以根据需要建立内部价格合规管理机制, 协调和监督企业价格合规管理工作, 开展价格风险识别与预警, 组织价格合规审查和风险处置等。

第二十四条 汽车行业内部价格合规管理机制包括但不限于以下内容：

（一）价格决策机制。汽车生产和销售企业建立健全价格决策制度，明确价格决策的权限、程序和责任。对于重大价格调整、新产品定价等事项，通过集体决策等方式进行；

（二）销售合同管理机制。销售汽车、零部件及相关产品应以书面合同为依据，合同中应明确项目、标准、金额、付款方式及时间等内容。合同签订前，应向交易对象详细说明付款金额和方式，合同签订后，应按照合同约定履行义务；

（三）内部监督检查机制。汽车生产和销售企业根据规模、业务范围、风险状况等情况，建立相应的价格合规内部监督检查机制，定期对企业经营中价格行为的合规情况进行评估；

（四）价格应急处置机制。遇到价格突发事件时，及时启动应急预案，积极稳妥处理，并按规定向市场监管部门报告情况；

（五）价格风险防控机制。对可能出现的价格违法风险进行评估，对重点领域、重点环节价格风险进行防控，从源头上预防价格违法行为发生；

（六）价格合规培训机制。建立价格合规培训制度，定期对员工进行培训，提高合规意识和能力。

第二十五条 汽车生产和销售企业要加强价格合规管理，做到制度完善、权责清晰、风险可控，推动形成优质优价、良性竞争的市场秩序。

第五章 附则

第二十六条 本指南由国家市场监督管理总局负责解释。

第二十七条 汽车行业相关行业协会可以参照本指南，制定本行业的实施细则。

第二十八条 本指南自发布之日起施行。

来源：国家市场监督管理总局

中华人民共和国工业和信息化部公告

中华人民共和国工业和信息化部公告

2026 年 第 1 号

根据《道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法》（工业和信息化部令 第 50 号）、《关于修改〈新能源汽车生产企业及产品准入管理规定〉的决定》（工业和信息化部令 第 54 号）等相关规定，我部修订了《道路机动车辆生产企业准入审查

要求》和《道路机动车辆产品准入审查要求》。现予公布，自 2027 年 1 月 1 日起施行。

附件：1. 道路机动车辆生产企业准入审查要求。（略）

2. 道路机动车辆产品准入审查要求。（略）

来源：工业和信息化部

行业资讯

中汽协会发布《关于重点车企供应商货款账期承诺落实情况的调研报告》

关于重点车企供应商货款账期承诺
落实情况的调研报告

去年 6 月，全国 17 家重点车企积极响应落实国务院修订后的《保障中小企业款项支付条例》，陆续作出

“供应商支付账期不超过 60 天”的公开承诺。近期，我会对 17 家车企践行承诺情况进行了调研分析。

调研结果显示，绝大多数重点车企已把账期压缩至 60 天内，平均账期约 54 天（比去年同期缩短约 10 天），其中平均账期低于 50 天的企业有 4 家。支付方式上，15 家企业全部采用现金或银行承兑汇票，个别企业使用商业承兑汇票，2 家企业使用应付账款电子凭证并承诺将逐步取消，现金支付比例超过 50% 的有 5 家，超过 70% 的有 2 家。中小企业优惠上，17 家重点企业对中小企业账期自货物交付验收起算，从验收到付款“全流程”不超过 60 天，有 14 家企业对中小企业实施额外优惠政策，2 家企业对中小企业货款 100% 现金支付，5 家企业允许资金紧张的中小企业申请提前支付货款。

所有重点车企均高度重视账期承诺落实工作，不少企业成立专项工

作组负责推进，出台专门的制度性文件，建立承诺落实长效机制，并已完成包括存量合同在内的账期调整。部分企业进一步优化财务流程、完善信息化系统，做到定期自动付款，减少由于人为操作造成的延误。部分企业将起算日由挂账日改为交货验收日，结算频率由月结改为旬结，优化流程提升结算效率。多家企业准备超百亿规模专项资金改进货款账期。

需要说明的是，调研所指的账期时间是从账期起算点（验收、对账等）到企业付款（现金、银行承兑汇票等）的时间，具体可参考我会去年 9 月发布的“汽车整车企业供应商账款支付规范倡议”。有些分析报告基于企业财报中营业成本和应付账款数据计算得到货款账期（ $365 \text{ 天} \times \text{应付账款} / \text{营业成本}$ ），由于“营业成本”不包括未售出的产品成本、“应付账款”将承兑票据计算在内，所以计算结果可能高于实际情况。当前，企业在结

算支付环节使用银行承兑汇票是一种行业惯例，一般承兑期不超过 6 个月，由于银行承兑汇票信用等级高、流动性好，供应商普遍也可接受。

我们也注意到，部分车企在供应商货款支付上还存在一些问题，需要持续推动解决。如，账期起算点存在货物交付验收、集中对账、发票收迄、装车验证等不同方式，虽然名义上都为 60 天账期，但供应商从交货到收到货款的时间差异较大，过程管理不够规范，存在变相延长账期情况；少数企业以缩短账期为由要求供应商下调产品价格或接受其他不合理条款，等等。

我会将持续跟踪重点车企账期承诺进展情况，督促车企严格、及时履行账期承诺，加强行业自律工作，共同维护公平、诚信的市场环境，推动构建高效协同、互利共赢产业链供应链生态。欢迎社会各方对重点企业账期承诺落实情况进行监督，如发现存在落实不到位或其它相关问题，可及时向我协会反映，监督反馈渠道如下：

电话：010-63979900-9001

邮箱：hyzl@caam.org.cn

中国汽车工业协会

2026 年 2 月 12 日

来源：中国汽车工业协会

一图读懂《道路机动车辆产品准入审查要求》

一图读懂

《道路机动车辆产品准入审查要求》

为深入贯彻党中央、国务院决策部署，进一步加强道路机动车辆产品准入管理，提升产品质量安全水平，推动产业持续健康发展，工业和信息化部组织修订了《道路机动车辆产品准入审查要求》（以下简称《产品审查要求》），自 2027 年 1 月 1 日起施行。

01 名词术语

乘用车

货车

客车

专用车

摩托车

挂车

汽车及汽车底盘

车辆主要技术参数

智能网联汽车(ICV)

在线升级(OTA)

主要修订内容:

更新六大类车型及汽车底盘定义，增加智能网联汽车、在线升级(OTA)定义。

02 技术要求

汽车及挂车类产品适用标准

主要修订内容:

修订后共包含 6 部分 152 项标准，其中一般安全 37 项，主动安全 25 项，被动安全 27 项，节能环保 17 项，新能源 44 项，智能网联 2 项。

摩托车类产品适用标准

主要修订内容:

修订后共包含 4 部分 38 项标准，其中一般安全 10 项，主动安全 18 项，被动安全 2 项，环保节能 8 项。

03 其他要求

01

车辆产品参数
标称值允差范围要求

02

货车载质量利用
系数要求

03

运输类汽车总
质量要求

04

产品结构特征
要求

05

特种作业车辆
技术要求

06

罐式车辆技术
要求

07

厢式运输车辆
技术要求

08

仓栅式运输车
辆技术要求

09

自卸式运输车
辆技术要求

10

封闭式货车技术
要求

11

低平板半挂车
技术要求

12

随车起重运输
车技术要求

13

集装箱运输车
辆技术要求

14

装备“可提升
桥”的车辆技术
要求

15

多用途货车技术
要求

16

旅居车辆技术
要求

17

清障车技术
要求

18

专用车乘员核
载技术要求

19

轻型货车技术
要求

20

客车技术
要求

21

小微型载客汽车
技术要求

22

小微型面包车
技术要求

23

强制性检验有
关规定

24

电动摩托车产
品要求

25

可靠性技术
要求

26

智能网联汽车
及在线升级
(OTA)技术要求

27

新技术、新材
料、新工艺要求

28

商标管理技术
要求

29

检验项目特殊
要求

30

摩托车最大设计
车速的补充
要求

31

三轮汽车的补
充技术要求

主要修订内容:

- 增加汽车产品可靠性试验要求;
- 加强产品尺寸允差、载质量利用系数要求;
- 明确商标管理技术要求;
- 增加多用途货车等 11 类产品技术要求;
- 优化检验检测过程管理;
- 加强对采用新技术、新材料、新工艺产品的应用评估;
- 提出智能网联汽车管理有关要求。

04 产品主要技术参数

汽车部分



主要修订内容:

汽车部分修订后车辆基本特征参数共 42 项,其他参数 875 项。

摩托车部分



主要修订内容:

摩托车部分车辆基本特征参数 35 项,其他参数 314 项。

相关参数将根据行业技术发展情况及相关管理要求动态调整。

05 车辆产品同一型号和同一型式(新增章节)

同一型号:

生产企业对具有不同配置但基本特征没有明显区别的产品统一编制的产品型号。

同一型式:

按照某一标准规定的技术要求,能够被认定为具有相同技术特性的系统或部件。

视同判定:

不同车辆产品系统或部件判定为同一型式的过程。

基础车型:

视同判定中被视同的且已经实际检验的车型。

判定技术条件:

汽车及挂车产品、摩托车产品和三轮汽车产品的同一型号和同一型式判定技术条件参考《产品审查要求》附件。

公众号: 商用汽车

来源:工业和信息化部

商用车行业迎合规升级大考

日前,工信部发布 2026 年第 1 号公告,明确修订后的《道路机动车辆生产企业准入审查要求》与《道路

机动车辆产品准入审查要求》(以下简称《企业审查要求》和《产品

审查要求》) 将于 2027 年 1 月 1 日起全面施行。

此次新规修订立足产业发展实际,从研发能力、生产制造、质量管控、合规管理 4 大维度强化要求,这既是加强行业监管、保障产品安全的重要举措,也是引导产业转型升级、实现高质量发展的关键抓手。新规落地实施,也将对商用车行业尤其是货车、挂车领域产生深远影响。

01

提升货车行业准入红线

作为《道路机动车辆生产企业及产品准入管理办法》(工业和信息化部令第 50 号)的配套文件,《企业审查要求》和《产品审查要求》自 2019 年施行以来,有效支撑准入审查与监督管理工作,为汽车产业高质量发展奠定重要基础。

然而,随着汽车行业电动化、智能化、网联化转型持续深化,产业生态不断演进、产品形态日益多元,加

之汽车产业政策标准体系逐步完善,现行企业及产品准入审查要求已难以完全适配行业发展新形势,优化升级势在必行。此次修订立足顺应产业变革、健全管理体系、保障消费者权益 3 大核心考量,进一步优化准入审查标准,压实企业主体责任,为汽车产业转型升级提供有力支撑。

具体来看,修订后的《企业审查要求》共 163 条,根据不同车型类别的发展特点和生产方式变化,通过“提高、补充、优化”3 方面措施,对相应条款进行调整。一是提高智能化、网联化相关能力要求,明确网络安全、数据安全、软件升级等通用标准,切实强化企业产品安全质量和售后服务保障能力;二是补充企业集团下属企业相关能力要求,进一步提升准入管理效能和行业资源利用水平,助力企业做优做强;三是整合补充新能源汽车、新能源特种作业车底盘企业准入审查要求及货车上装委托加

装管理规定,同时优化调整部分生产设备与研发能力要求。

《产品审查要求》则调整更新《汽车及挂车类产品适用标准》和产品信息技术清单,明确车辆产品可靠性试验要求,提高产品尺寸误差、关键零部件等安全指标,加强网络安全、数据安全、软件升级等管理规范,进一步筑牢车辆产品安全底座;整合优化产品同一型号、同一型式判定条件、商标使用、检验检测等技术与管理规定,明确准入技术审查标准;加强对新技术、新材料、新工艺产品的应用评估,细化安全性、可靠性测试要求与运行监测机制。

中汽卡车兄弟俱乐部创始人杨金国表示,此次准入审查要求的系统性修订,既精准对接商用车行业的发展需求,又通过制度完善落实安全与质量责任,这将进一步规范行业竞争秩序,推动商用车产业向高端化、智能化、绿色化迈进。

02

货车挂车领域迎来深度调整

此次新规中,针对货车、挂车的专项条款优化堪称“重头戏”。作为商用车领域的主力军,货车与挂车行业长期存在研发能力弱、产品质量参差不齐、改装乱象频发等问题,既扰乱市场秩序,更威胁道路交通安全。新规通过对生产资质、委托加装、安全标准、智能化能力等核心环节的精准施策,推动行业从野蛮生长迈向规范升级。

以货车领域为例,由于物流运输场景多元(如冷链、大件运输),车辆出厂后常需加装货箱、冷藏设备、液压尾板等上装部件。此前,部分整车企业为降低成本,委托无资质机构改装,甚至默许擅自改动车辆核心参数,导致整车尺寸超标、结构强度不足、制动性能下降。新版审查要求针对性破解这一难题,明确规定整车企业对货车委托加装的质量和安

全责，严格审核上装企业资质，严禁委托无资质机构作业，同时禁止任何企业擅自改变车辆核心技术参数。这一制度设计不仅有效规范货车改装市场，从源头遏制不合规改装带来的安全隐患，还将推动整车企业与上装企业建立更紧密的协同合作机制，实现研发、生产、加装一体化管控，全面提升行业发展水平。

在安全要求层面，新规大幅提升货车可靠性、安全性标准，倒逼车企聚焦发动机、变速器等核心部件升级，并将新能源货车纳入智能化、网联化能力管控范围。对此，有业内专家认为，这既是对电动化、智能化趋势的响应，更是通过技术门槛提升，淘汰低成本、低质量产能，引导企业向高效、安全、节能、智能方向突破。

对挂车行业而言，新规实施将有望破解长期存在的“散、乱、差”困境，推动行业迈入标准化、规范化发展新阶段。商用车行业专家任诗发表

示，长期以来，挂车行业因准入门槛低、小型企业扎堆，存在生产工艺简陋、检测能力缺失等问题，车架强度不足、制动系统不合格、轻量化设计不规范等现象频发。新规首次将挂车生产企业纳入与货车同等的严格管控体系，要求企业必须配备冲压、焊接、涂装、总装等核心生产设备，确保生产工艺达标；同时明确车轴、制动系统等关键零部件需符合统一技术标准，企业需建立挂车质量追溯体系，实现生产数据与零部件来源可查；优化适用标准，进一步提高车辆尺寸误差、承载能力、制动性能等核心安全指标，全方位筑牢产品安全底线。

03

洗牌提质加速高质量发展

新规实施是我国道路机动车辆产业高质量发展的重要里程碑，标志着商用车行业监管从事前准入把关全面转向覆盖产品全生命周期的安

全能力管控。这既是行业洗牌的催化剂，更是提质升级的风向标，将有力推动商用车行业从规模扩张向质量提升稳步转型。

在任诗发看来，新规实施的短期调整阵痛不可避免，但长期规范发展红利值得期待。对挂车与货车相关企业而言，若不加大技术投入、改进生产工艺、提升产品质量，终将被行业淘汰；而随着落后产能逐步出清、行业秩序持续规范，优质企业将获得更广阔的发展空间，进而提升我国商用车行业整体竞争力。

这一趋势在货车行业或将更为凸显。作为商用车领域的核心板块，货车行业尤其是轻型货车领域，长期存在部分企业依赖低成本、低标准、低质量参与市场竞争的现象。新规实施后，研发、检测、可靠性测试等一系列硬性准入门槛的提升，将倒逼这类企业退出市场；而具备较强研发与检测能力、拥有规范生产流程的企

业，将凭借合规优势持续抢占市场份额，推动行业市场集中度进一步提升。

“更深层次的影响在于全链条协同升级。”杨金国表示，新规彻底打破整车企业重生产、轻研发的发展逻辑，推动其构建研发、生产、售后的闭环能力；同时，底盘与上装的界限逐渐模糊，软件定义车辆功能的趋势愈发凸显，服务型功能（如故障预警、运力优化）的重要性持续提升。在供应链端，关键零部件企业需深度参与整车同步开发，并建立售后直连能力；检测与第三方服务机构则迎来新机遇，需加快构建覆盖准入全流程的服务链条，为企业提供合规支撑。

更为关键的是，新规正推动商用车行业从交通工具生产向软硬一体化服务转型。卖车+卖服务将成为主流商业模式。这种业态变革，既是高质量发展的必然要求，也是我国商用

车产业迈向全球价值链中高端的重要一步。

来源：中国汽车报

商用车出海误区与渠道破局策略

在全球化浪潮下，中国汽车企业正从“产品出海”向“品牌出海”加速转型。海外渠道作为连接品牌与当地市场的核心枢纽，其质量直接决定企业出海的深度与广度。本文从“谋、找、谈、选、留”五大维度，拆解海外渠道开发的核心逻辑与实操方法，为行业同仁提供参考。

一、谋定而后动：前期准备筑牢出海根基

海外渠道开发绝非“盲目撒网”，而是基于精准研判的系统性工程。前期准备的核心是“明确方向、确立规则、备足弹药”，避免因准备不足导致渠道水土不服。

（一）精准匹配：市场与商品的双向适配

不同国家和地区的市场差异巨大，脱离本地实际的渠道布局终将失败。

首先需完成“市场诊断”：通过 OICA、UN Comtrade 等平台获取目标市场的中重卡年销量、主销场景（如长途干线、矿山重载）、马力段分布，例如赞比亚矿区重载需求集中在 420-520 马力，而欧洲城市配送以 350-420 马力为主；

同时需摸清法规政策壁垒，包括排放标准（Euro II-VI）、进口关税、认证要求（如 COC 证书），避免因合规问题延误落地。

商品适配是渠道成功的关键，需从三个维度实现“车对路”：

技术参数匹配,如东南亚山区需强化悬挂承载能力,中东地区需适配高温环境的散热系统;

价格与 TCO (全生命周期成本) 匹配,通过测算燃油经济性、维修成本,突出与竞品的性价比优势,例如某牵引车在年均保养成本节省 15%;

上装适配,确保车型与当地挂车、罐体接口兼容,满足法规尺寸与重量限制。

(二) 确立原则: 明确渠道开发的核心准则

渠道开发需坚守四大核心原则,确保方向不跑偏。

一是“合作共赢”,保障经销商利润可见(透明返利)、风险可控(库存与技术支持)、成长可期(新品与推广支持);

二是“持续可控”,建立“销量、配件周转、CSI”三大月度 KPI 看板,及时预警纠偏;

三是“本地化适配”,根据区域特性选择渠道模式,如欧洲采用特许经销、拉美推行“直营 + 二级网”、东南亚以联合代理为主;

四是“流程可复制”,将所有环节简化为“初筛 - 深谈 - 签约”三步,以工具驱动执行。

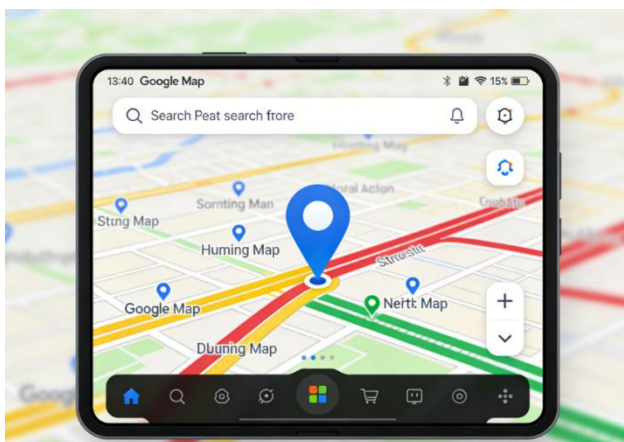
(三) 备足弹药: 工具与物料的系统化准备

高效的渠道开发离不开完善的工具包与物料包。

工具包应包含渠道信息采集表(记录名称、地址、联系方式等核心字段)、市场与产品适配分析表、潜在渠道优先级排序表,实现信息收集、分析、筛选的全流程可视化;

物料包需涵盖双语公司简介、产品单页(主销车型配置、适用场景)、招商册(合作模式、政策支持)、成功案例(同区域客户案例)及双语名片,为后续沟通奠定基础。

二、精准寻源：线上线下联动 锁定优质渠道



潜在渠道的寻找需坚持“线上筛选 + 线下深挖”相结合，既要扩大覆盖面，又要保证精准度，避免无效投入。

（一）国内阶段：线上远程高效锁源

出国前的线上沟通核心是“筛出高意向对象”，提升海外拜访效率。

1 利用 AI 工具精准搜索（通过 Gemini、GPT 等输入关键词，如“List heavy truck dealers in Zambia”，快速获取经销商名单及联系方式，交叉验证信息准确性）；

2 Google 地图定位追踪（输入“heavy truck dealer Lusaka”等

中英文关键词，直接定位当地 4S 店、修理厂，利用“附近搜索”功能扩展同城渠道）；

3 国际品牌官网反查（通过 Scania、Volvo 等品牌的“经销商定位器”，获取其授权经销商信息，这类伙伴具备成熟的汽车运营经验）；

4 社交媒体深挖（在 Facebook 关注经销商主页与行业群组，在 LinkedIn 对接“Sales Manager”等决策层，发送合作意向）。

（二）当地阶段：线下实地深度挖掘

到达目标市场后，需依托本地资源弥补线上信息的局限性。

重点对接六大类机构：

银行及金融机构（如 Zanaco 银行），其车贷客户多为经销商或大型车队；挂车厂与改装厂，这类企业直接对接物流公司，可引导客户优先选择；品牌底盘；

大型运输与物流公司,部分兼具销售业务,熟悉本地优质经销商;

二手车商与配件经销商,二手车商掌握新车供应商信息,配件销量与当地汽车保有量正相关;

保险公司与燃油供应商,其大客户多为车队或经销商,可实现资源互换。

线下挖掘时,需实时记录渠道信息,同步使用优先级排序表,根据合作意愿、销售能力、市场覆盖度评分,确定优先拜访顺序,提升执行效率。

三、高效建联：以信任为桥实现意向突破



洽谈是渠道开发的核心,需兼顾“专业度”与“本地化”,既要展

现品牌实力,又要精准解决对方顾虑。

(一) 远程建联：提前铺垫筛选意向

出国前通过邮件、LinkedIn、WhatsApp 等渠道发送双语物料。

邮件主题需简洁有吸引力,如“Potential Partnership - Dongfeng Trucks in Zambia”,正文简述品牌背景与合作意向,邀请对方线上沟通或线下会面。

沟通后进行分类标注:回复积极的标记为高优先级,需要更多资料的及时补充案例与价格对比表,无兴趣的暂时搁置,避免海外拜访做无用功。

(二) 商务礼仪：尊重差异建立好感

商务礼仪是建立信任的基础。

着装方面,男性着深色西装、领带,女性穿职业套装,中东等保守地区需加披肩;

守时方面，提前 10 分钟到场，对拉美、中东客户预留 15 分钟弹性时间；

沟通时准备双语名片，避免在穆斯林国家讨论酒类或用左手递物，坐姿切勿让脚底朝向对方。细节之处的尊重，往往能为合作加分。

（三）现场洽谈：精准施策直击需求

首次会面建议控制在 30-60 分钟，核心是“建立信任、挖掘痛点、展示价值”。

开场用 5-10 分钟自我介绍，简述品牌全球布局（如某产品出口 100 多个国家、600+ 服务网点）与当地支持能力（配件 72 小时送达、本地银行融资合作）；

中间环节突出差异化优势，从配置、价格、售后三方面对比竞品，用数据说话，如“某品牌 465 马力牵引车最大扭矩 2200Nm，较某品牌高 700Nm，矿区爬坡更稳健”；

最后 10-15 分钟倾听对方痛点，用开放式问题引导表达，如“您最近一次批量采购的交车时间是多久？”“与其他品牌合作中遇到哪些问题？”，并总结复述需求，承诺带来针对性解决方案。

针对不同类型渠道，需采用定制化策略：

面对竞品经销商，先认可其市场资源，再用产品补位与增量利润吸引合作；

对接高端品牌经销商，突出品牌产品的性价比与中端市场覆盖能力；洽谈大型车队，重点展示 TCO 优势与配件保障；

沟通卡车服务站，从“整车 + 售后”双利润模型切入，提供销售培训与展车支持。

遇到异议时，需灵活应对，如对方担心售后保障，可回复“我们会提供首批备件储备和驻场技术支持，确保第一批客户售后零延误”。

四、严格筛选：多维评估锁定长期伙伴



渠道质量决定合作成败，优质渠道能快速打开市场，劣质渠道则可能损害品牌口碑。需建立“硬性指标 + 软性指标”的双维度评估体系，实现科学决策。

（一）硬性指标：夯实合作的硬件基础

硬性指标聚焦“实力保障”，包括资金与资产、设施与运营能力。资金方面，核查对方近 1-2 年销量（年销量稳定 ≥ 150 台为优）、单批最大采购量（ ≥ 20 台为优）、自有物业情况（展厅 / 维修厂自有更稳定）及银行授信额度；

设施方面，实地查看展厅面积（ $\geq 500 \text{ m}^2$ 为佳）、维修工位数量（ ≥ 6 个为宜）、配件库存结构（常用件、易损件齐全），评估团队配置（核心岗位满编且流失率 $< 10\%$ ）与数字化水平（使用 CRM/DMS 系统）。

（二）软性指标：考量合作的潜力与诚意

软性指标聚焦“长期价值”，包括客户与市场资源、服务能力、投入意愿。客户资源方面，关注核心客户数量（ ≥ 5 家大型车队为佳）、区域覆盖能力（覆盖半径 $\geq 200\text{km}$ 更佳）、行业人脉（与行业协会、港口有长期合作）；

服务能力方面，核查售后响应时间（常规维修 ≤ 24 小时、提供 7 $\times$ 24 紧急救援为优）、配件周转周期（补货 ≤ 7 天）及客户口碑（无重大投诉）；

投入意愿方面，评估对方是否愿意设立独立展区、配备专属团队与库

存,是否有明确的市场推广计划与培训配合度。

（三）量化评分：科学决策避免主观臆断

采用 100 分制量化评分体系，资金与资产（25 分）、设施与运营能力（20 分）、客户与市场资源（20 分）、服务能力（20 分）、投入与发展规划（15 分），总分 ≥ 80 分为优质渠道，70-79 分为合格渠道， < 70 分予以淘汰。通过量化评估与交叉验证，确保筛选结果客观公正。

五、长效维护：赋能共赢保障渠道稳定



渠道开发不是“一锤子买卖”，长期稳定的合作需要持续赋能与精

细化维护,实现“签约 - 成长 - 共赢”的良性循环。

（一）保障利润：稳定价格体系与收益空间

利润是渠道留存的核心动力。需与经销商共同设定目标毛利率（不低于 8%），在合同中明确区域价格政策，防止跨区域冲货；

建立市场价格监测机制,实时跟踪竞品促销动态,通过短期返利、金融贴息等限时支持应对竞争,避免恶性价格战；

通过透明返利政策、年度奖励等方式，保障经销商合理利润，实现“品牌与渠道共成长”。

（二）强化赋能：提供培训与市场支持

持续的支持是渠道能力提升的关键。

销售培训需涵盖产品亮点、竞品对比、客户需求识别技巧；

售后服务培训包括故障诊断、配件库存管理、客户回访技巧；提供定制化宣传物料（横幅、海报、社交媒体模板），联合参与当地展会及大客户推介会；

配件保障方面，常用配件库存周转控制在 30 天内，急件实行直发机制，确保 72 小时内送达，避免因缺货影响客户体验。

（三）持续沟通：预防流失风险

建立“月度线上会议 + 季度现场走访”机制，每次沟通后形成会议纪要，列出 3-5 个具体行动项，专人跟进落实；

建立经销商风险预警表，监测销量、资金状况、竞品动向、售后满意度等关键指标，当销量连续两个月下滑 $\geq 20\%$ ，立即启动专项支持计划；

设立年度优秀经销商评选制度，结合荣誉与物质奖励，提升渠道忠诚度，探讨产品线扩展等长期合作方向。

结语

海外渠道开发是一项“慢工出细活”的系统工程，既需要“谋定而后动”的精准规划，也需要“灵活应变”的实操能力，更需要“长期主义”的合作心态。对于中国车企而言，海外渠道的核心竞争力不在于网点数量，而在于本地化适配能力、伙伴赋能水平与信任关系深度。未来，只有坚持“以市场为导向、以伙伴为核心、以共赢为目标”，才能在全球市场中搭建起稳定高效的渠道网络，让中国汽车品牌真正扎根海外、走向世界。

来源：AMV 汽车经纪人协会

新能源重卡的 2026：风往哪吹



场景从根据地向干线

前五年，新能源重卡的故事写在港口、矿山、钢厂、搅拌站。路线固定、补能可控、环保压力直接，这是电动重卡最早站稳脚跟的地方。

2026 年的增量，不在这里。

煤炭运输最先撕开口子。鄂尔多斯到天津港、榆林到曹妃甸，这些曾经被燃油车垄断的干线，今年开始批量出现 600 度电重卡。不是试点，是车队级置换。原因简单：电比油便宜，跑一公里省一块五，跑越多省越多。

快递紧随其后。两轴载货车带电量摸到 350 度，四轴车突破 400 度。2025 年还在试水，2026 年已成必争之地。

卡智汇物流与三一重卡 SE636 电动牵引车，跑通了苏州到天津近

电动物流

凝聚物流电动化转型的核心力量



场景一线

新能源重卡，风向已经变了！

新能源重卡，风向已经变了！

2025 年的数据出来，争论可以停了。

新能源中重卡卖了超 20 万辆，最后一个月搅拌车八成新车是电的，自卸车接近一半。

这不再是蓄力，是已经起跑。

2026 年往哪儿跑？从各家企业年会释放的信号和开年的终端反馈来看，几条主线已经很清晰。

1200 公里的零担运输,从 2025 年 10 月稳定运行至今。

各大年会上的展车也在印证这个判断。解放 16 款牵引车电量全系 400 度起;重汽重点展区部分 5 款牵引车,3 款上 600 度;欧曼干脆只展 600 度车型;陕汽 14 款牵引车,500 度以上占一半。

600 度不再是大电量的标签,而是干线物流的入场券。



动力电驱桥从选配将变标配

电驱桥的好处,行业背了三年:效率高、结构紧凑、布置灵活、自重轻。

2026 年,这个问题不用再问了。

解放展出自研电驱桥总成,搭载 4 款整车;重汽两款自主电驱桥,额定功率分别达到 220 千瓦和 150 千瓦;东风展出 3 款电驱桥整车;陕汽 5 款电驱桥牵引车、3 款电驱桥载货车;福田 11.5 吨级电驱桥已装车欧曼银河与卡文 Beacon。

从前瞻布局到自主标配,电驱桥只用了不到两年。不是理念突然通了,是干线场景逼的。中长途对能耗极度敏感,电驱桥用更短的传动路径,帮用户把每一度电都折算成里程。

同样被重估的还有功率。

2025 年武汉车展,500 千瓦还是性能标签。2026 年年会,500 千瓦以上电机在 6×4 牵引车和重载自卸产品中占比超过 80%。



重汽推出的汕德卡三电机电驱桥车型，峰值功率 825 千瓦，换算马力就是 1122 马力。但更能说明问题的是额定功率，6×4 牵引车额定功率平均已跨过 380 千瓦。

马力竞赛不是目的。但爬坡不降速、满载不焦虑，是用户愿意买单的底气。



补能从二选一到组合拳

2025 年，行业还在争超充还是换电。

2026 年，这个问题被解构了。

欣旺达 2C 电芯配合华为超充电桩，20 分钟从 10%到 80%不再是 PPT 参数。兆瓦级超充的落地速度，比大

多数人预想的更快。



但年会上同样密集亮相的是另一条路线：大电量加小增程。

不是替代纯电，是补位。北方主销市场的反馈很直接：大功率充电桩普及速度在加快，但远未形成网状覆盖。干线物流不能等桩铺完再跑车。

同时，增程器不再被视为过渡方案，而是特定场景下的现实解。油电、气电、醇电，多条腿走路。

这说明，补能技术路线不再是排他赛，是组合拳。

更重要的是，充电生态的主导权正在转移。欣旺达、中创新航们不再只出现在电池供应商列表里。它们在年会上和主机厂并排出场，共同定义

补能方案、参与整车开发。主机厂做车，电池厂做芯，华为做桩，三家从上下游变成三角协同。

这不是一家企业的技术突围，是整个补能体系的重构。



成本那道还没跨过去的坎

2025 年新能源重卡渗透率超过 20%，数字很漂亮。

但跑过终端的人都知道，这背后是港口、矿山、搅拌站，这些场景有环保硬约束，有固定补能点，对购车成本的容忍度更高。2026 年要打的仗，在中长途干线、城际快递、绿通运输。这些场景的用户没有环保指标压着，只算一笔账：电车比油车贵那十几二十万，多久能省回来？

主机厂没在等。

解放、东风、重汽、陕汽、福田，没有一家把成本下降的希望全押在供应商价格战上。自主电驱桥、自主控制系统、自主整车平台，2026 年

已经批量装车。降本不一定非要自建三电全链，把核心 Know-how 攥在自己手里，同样能撕开利润空间。

更值得注意的，是模式侧的突围。

购车成本敏感，那就别买车。

2025 年下半年开始，租赁、车电分离、运力承包、里程付费，这些在工程机械领域跑通过的模式，正在被移植到重卡赛道。用户不背电池成本，只付使用费；主机厂保留资产所有权，靠运营赚全生命周期收益。2026 年开年，多家主机厂和第三方运营商已经开始批量投车。

电池那头也在动。宁德时代、欣旺达、中创新航正在做同一件事：从供应商变成生态共建者。电池厂与主机厂的边界正在溶解。成本压力没有被消灭，但被分摊进更长链条、更多参与方的协同里。

那道关于成本的坎，正被从四面八方同时叩击。



竞争从单品冠军到体系能力

2025 年，行业还在热衷于评选“单品之最”：最轻的牵引车、充电最快的重卡、销量最好的产品。

2026 年，这些标签还在，但已经不足以定义一家企业的竞争力。

轻量化还在精进。东风柳汽乘龙翼威把 400 度电 6×4 牵引车自重压到 8.8 吨，载合轻量侠 600 度电车型控制在 10.6 吨以内。每一公斤的减重，都是用户的有效载重空间。



充电也在提速。兆瓦级超充把补能时间压进 20 分钟，双枪 2000 安培稳定输出。

但这些亮点，正在从展台上的惊艳沉淀成行业的基本功。

2026 年的竞争，不是比谁手里攥着更多单项冠军，而是比谁能把这些单项能力整合成一套可规模复制、可场景适配、可持续迭代的系统。

新能源重卡的故事，已经从“谁能做到”切换到“谁做得更系统”。



不再被追问行不行

回顾 2025 年，行业还在收集亮点。

但是，2026 年，这些亮点正在被消化成基线。

厂家年会 PPT 上的趋势判断，中长途渗透、电驱桥普及、补能路线多元化。正在变成终端市场的真实订单。

那些曾经被认为“还需要等几年”的场景，今年已经有人跑通了；那些曾经被视为前瞻布局的技术，2025 年已经装车交付了。

数据不会骗人。2025 年的销量不是峰值，是站住了。

这是一个临界点。当增量市场里每两辆新车就有一辆是电动时，关于行不行的争论就已经结束了。用户不再问新能源重卡能不能替代燃油车，而是问哪个品牌的产品更适合我的线路、回本周期更短、残值更有保障。

问题的层级变了。

展台上的明星会换，年会的主题词会变，技术参数会被下一代产品超越。

但一个不再需要被追问“行不行”的时代，正在驶来。

来源：电动物流世界

适配重卡需求：智能底盘的三大优势

随着车辆电动化、智能化技术的快速发展，新能源重卡市场正迎来爆发式增长。作为整车的核心系统，汽车底盘正逐步从传统的机械结构，演进为集线控响应、域控集成与智能调节于一体的综合性平台。

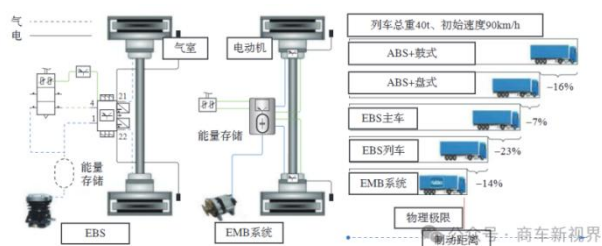
重卡的运营场景对底盘有着极高的要求：干线物流平均车速高，车辆需持续应对长距离行驶、雨雾沙尘等复杂气候、山区坡道等多变路况。高频次、高负荷的运输任务，又让运

营成本与效率成为物流企业的核心关注点。而驾驶员长期的长距离驾驶，也对驾乘体验与行驶平稳性提出了更高需求。智能底盘围绕多工况行驶安全性、全生命周期经济性、长距离驾驶舒适性三大技术优势，实现重卡竞争力的全方位升级。

筑牢安全防线，多维度降低安全风险

重卡因质量大、车速高，一旦发生事故后果往往尤为严重。针对干线

物流长距离疲劳驾驶、复杂气候下视线受阻、山区长下坡制动热衰减等典型风险。重卡智能底盘从主动预防、及时响应、失效保障三个维度，提升车辆安全性。



EBS 与 EMB 系统对比

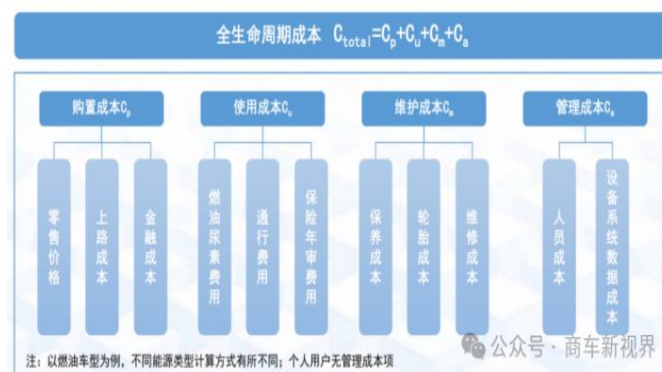
来源：中国汽车工程学会-《电动汽车智能底盘技术路线图》

依托智能感知和线控机构，智能底盘可实现自动紧急制动、车道居中保持、盲区检测预警等主动安全功能，从而提前识别风险、规避事故，从源头降低驾驶失误引发的安全隐患。相较于传统液压控制，智能底盘的执行机构由电信号操控，响应速度大幅提升，加上控制器的集中化设计，有效缩短通讯延迟，让车辆面对突发状况时能快速做出反应。同时，智能底盘打造了全链路冗余设计，覆

盖感知决策、控制执行、通信电气等关键部件，即便出现单点失效，备用系统也能及时接管，确保车辆始终处于安全行驶状态，全面提升行车安全性与系统可靠性。

赋能降本增效，优化全生命周期成本

经济性方面，商用车作为生产工具，全生命周期成本（TCO）始终是企业关注的焦点。重卡在干线物流中通常承担高频次、高负荷的运输任务，其经济性直接关系到运营企业的盈利能力。智能底盘从能耗优化、效率提升、成本管控三个方向发力，为物流企业降本增效，助力全生命周期经济性的提升。



商用车全生命周期成本

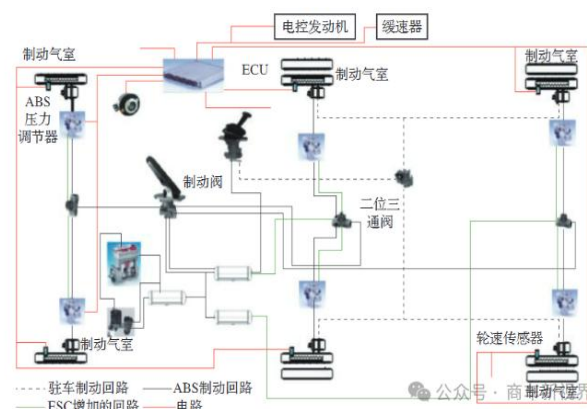
来源：中国商用车专项评价规程（1.0 版）

基于线控架构与智能算法,智能底盘能实现精准动能回收、动态扭矩分配等功能,最大化降低整车运营能耗,为新能源重卡有效延长续航、减少电耗成本。同时,智能底盘支持自适应巡航、车道保持等智能辅助驾驶功能,可大幅节省驾驶员的精力,有效提升单车运输效率。底盘的集成化设计让关键部件的状态监测、故障预警更易实现,助力车辆及时维护,减少非计划停运现象的发生;随着技术的普及,智能底盘自身的购置与维护成本也会逐步降低,从而进一步降低车辆的全生命周期成本。

升级驾驶体验, 兼顾驾驶舒适与平顺

舒适性的提升,是智能底盘适配重卡运营场景的重要补充。重卡驾驶员长期处于长距离、高强度的驾驶状态,复杂路况带来的车辆振动极易加剧驾驶疲劳,甚至对车辆和货物造成损坏。智能底盘从驾驶舒适性和行驶平

顺性出发,让重卡驾驶更轻松,货物运输更平稳。



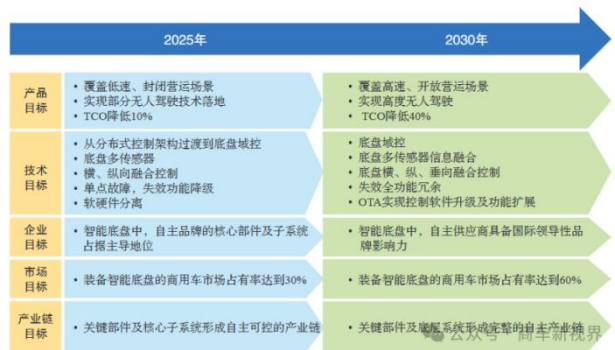
半挂车稳定性控制系统结构示意图

来源: 中国汽车工程学会-《电动汽车智能底盘技术路线图》

借助线控悬架和车身姿态感知技术,智能底盘可根据路况实时调节悬架的刚度与阻尼,主动抑制车身颠簸,有效缓解驾驶员的驾驶疲劳。其摒弃传统机械液压连接的设计,让操控指令的传递更平顺,转向、制动的操作手感更柔和,能有效减少驾驶过程中的顿挫感,提升操控体验。同时,智能底盘的集成化与智能化设计,能结合车辆载重、行驶车速、路面状况,动态优化整车操控策略,在提升驾乘舒适性的同时,保障货物运输的稳定性,减少颠簸带来的货损风险。

落地仍需打磨，智能底盘迈向全链路赋能

当前，重卡智能底盘技术正逐步从概念验证阶段迈入商业化应用阶段，其在安全性、经济性、舒适性三大维度的技术优势与重卡干线物流长距离、高负荷的运营场景高度适配。但从行业规模化落地与高质量发展的需求来看，重卡智能底盘的技术打磨仍有进一步提升的空间，核心部件的可靠性与耐久性、多源传感器的感知融合精度、智能算法的场景适配性等方面仍需持续优化，以更好地匹配重卡高强度、全工况、高效率的运营要求。



商用车智能底盘总体路线图

来源：中国汽车工程学会-《电动汽车智能底盘技术路线图》

展望未来，随着线控化、集成化、智能化技术的深度融合与迭代升级，重卡智能底盘将逐步向高度集成、可进化、广连接的智能移动平台演进，其功能与价值也将从单一的整车性能提升，延伸至全链路物流运营赋能。

对行业企业而言，需从被动跟进技术转向主动拥抱智能化升级，重点培育数据分析和应用能力，通过优化驾驶行为、实施车队精细化管理等手段，充分挖掘智能底盘在安全保障、能效提升与全生命周期成本优化方面的潜力。只有将技术赋能与运营模式创新紧密结合，才能推动重卡在干线物流场景中实现真正的高质量、可持续发展。

来源：商车新视界

2026 格局与趋势 I（下）： 汽车制造商痛失定价权

从 2021 年到 2025 年，中国汽车产业利润的螺旋死亡现象，困扰着几乎国内每一个汽车制造商。

1 月 30 日，特斯拉宣布：加州弗里蒙特工厂 Model S 和 Model X 生产线即将停产，之后改为生产 Optimus 擎天柱机器人工厂。

不到一周后的 2 月 5 日，李想在晚宴上笑着大谈“全公司都在用 Open Claw，连财务都大幅度提升了效率，我们也在打造硅基家人。”随后他用超高语速，对 Claude Code、Deepseek 和千问的优劣与渊源如数家珍，聊 AI 的权重，远超过汽车。

特斯拉和理想的旁侧，外有丰田打造 T-HR3 映射机器人，内有小鹏在做人形机器人和飞行汽车……，这种颠覆式换新的背后，A 面是创新与转型，B 面是汽车制造商陷入利润陷

阱，他们都在苦苦寻找新的业务增长点，以及支撑股价的新叙事。

随着 2025 年特斯拉净利润同比减少 46%，经营利润率从 2024 年的 7.2% 跌至 4.6%（美国汽车利润率约为 7-8%），即便强大如特斯拉，在激烈的电动化和智能化竞争大潮中也只能勉强比内卷极致的中国汽车行业高出 0.5% 的利润率，这无法支撑起马斯克的雄心。

从 2021 年到 2025 年，中国汽车产业利润的螺旋死亡现象，困扰着几乎国内每一个汽车制造商。价格战白热化、成本刚性上涨、产业链利润分配失衡、产能过剩与电动化转型阵痛，五大核心因素叠加，形成了增产不增收的行业怪圈。

根源是汽车制造商痛失定价权，甚至连特斯拉和“蔚小理”这些造车

新势力龙头都难以置身事外。争夺汽车定价权的身影，昨天是博世、采埃孚、电装、MOBIS、利星行……，今天则变成宁德时代、华为、英伟达，明天可能还会加上 OpenAI、宇树科技、xAI 的名字。

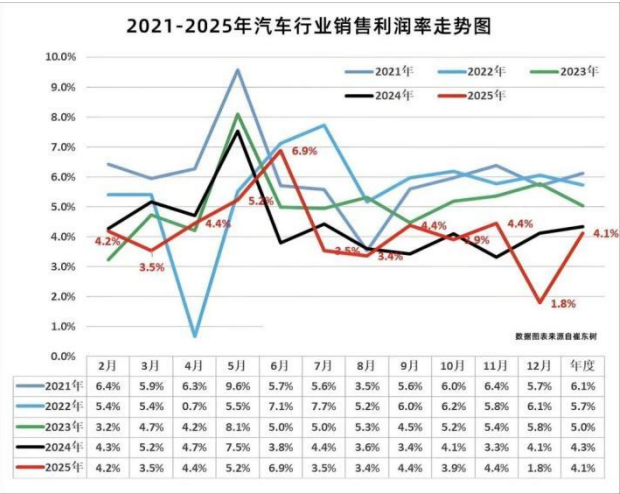
汽车的江湖，从来不缺少斜刺里杀出的一柄柄利刃。只有那些能活到最后的，方为英雄史诗的真正主角。

01 三重利空击穿汽车行业利润

“2025 年汽车行业收入约 11.18 万亿元，同比增长 7.1%。利润率锁定在 4.1%，也持续低于下游工业 5.9%的水平。”

1 月 25 日，乘联会发布的 2025 年汽车行业利润数据，创下 2015 年以来的十年新低。这显著低于装备制造业 5.5%的利润率水平；12 月单月利润率进一步跌至 1.8%的历史极值，行业陷入增产不增利困局。细化来看，12 月行业收入同比下降 0.8%，成本反而上升 0.8%。一正一反的“剪

刀差”，最终剪出了 1.8%的冰点利润率。



自 2022 年特斯拉率先大幅降价以来，价格战已从新能源领域全面蔓延至燃油车市场，形成全品类、全价位的竞争红海。2025 年 177 款车型官方降价，全年新能源车均价降幅 11%，12 月旺季降幅升至 14.7%，燃油车全年降幅 8.9%；政策退坡加剧年底促销，部分车型最高降价 9 万元，终端售价持续下探直接侵蚀毛利率。

新车调价	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年						2025年 汇总	环比	
						1季度	2季度	3季度	10月	11月	12月		12月	25年
常规	60	28	67	58	78	14	10	19	4	8	1	52	1	-26
混合动力	4	2	2	4	18	3		3		2	1	9	1	-9
插混	4	7	24	17	31	9	9	9	3	5		30	0	-1
增程式		1	4	7	14	3	5	4	1	2		13	0	-1
纯电动	23	25	100	97	78	25	17	29	6	2	2	73	-1	-5
总计	91	63	197	183	219	54	41	64	14	19	4	177	1	-42

三大利空要素击穿汽车利润率：

成本端增速超过营收：2025 年行业营收增长 7.1%，但成本同比增长 8.1%，产业链单车收入同比降 1.6 万元、毛利润被持续挤压；上游碳酸锂价格 2025 年同比涨幅达 83%，动力电池等核心成本大幅攀升。

产能利用率低于健康阈值：2025 年汽车行业整体产能利用率 73.2%，持续低于 75% 的健康线，合资车企产能利用率仅 40%-60%，边缘车企低至 10% 以下，固定成本分摊效率低，库存高企推高促销费用。

汽车产能利用率								
季度/年度	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
1Q	80.7	78.3	56.9	78.5	72.1	72	64.9	71.9
2Q	81.4	76.2	74.6	74.2	69.1	73.3	73	71.3
3Q	79.6	76.1	77.6	70.5	75.7	75.6	73.2	73.3
4Q	77.9	78.5	80.5	75.5	73.2	76.9	77.2	76
年度	79.9	77.3	72.4	74.7	72.7	74.6	72.2	73.2

转型投入处于高投入低回报期：汽车行业在三电、智驾、智舱等领域高强度研发，叠加海外工厂建设、充换电设施布局，折旧摊销与当期费用持续增加，利润被大规模转化为长期技术资产，暂未形成盈利回报。

2025 年的中国汽车市场，繁荣背后是分裂，4.1% 的平均利润率折射出尖锐的矛盾：当全球第一的时代荣耀遇上史上最低的盈利能力，这道光环的背后，代价是什么？

首当其冲是经销商。2025 年中国汽车经销商行业迎来近八年最严峻的亏损潮，数据显示：上半年经销商亏损比例达 52.6%，较 2024 年扩大了 10.9 个百分点；仅 29.9% 实现盈利。前三季度亏损率进一步攀升至 55%，全年预计超 58% 经销商亏损，约 2000 家 4S 店退网离场。



供应商则呈现“两极分化、整体温和改善”的格局，与下游经销商的全面亏损形成鲜明对比。供应商上市公司 2025 年上半年营收同比增长 15.7%，毛利率 18.2%，基本和全球供应商的 18.64% 同一水平线，净利

率 6.1%，核心特征是：上游芯片与新能源核心部件盈利丰厚，中游传统零部件受价格战挤压严重，龙头企业凭借规模与技术优势强者恒强。

燃油车时代，中国汽车主机厂（OEM）凭借硬件制造优势、品牌沉淀与渠道掌控力，牢牢占据产业链核心，主导终端定价权与利润分配规则。上游供应商只需按照主机厂的设计图纸完成零部件生产，利润分配被牢牢锁定在产业链末端，毛利率长期维持在低位。

但随着电动化与智能化浪潮席卷，汽车产业的核心价值从硬件制造转向软件定义，智能驾驶与智能座舱成为决定产品竞争力和终端定价的关键，掌握核心技术的上游供应商迎来话语权的爆发式提升。

罗兰贝格每年都会发布《全球汽车供应链核心企业竞争力白皮书》，以去年发布的 2025 版来看，中国百强零部件企业 2024 年净利润率为

8.5%，其中新能源板块以 19% 一骑绝尘，作为对比，发动机板块仅 5%。



这是汽车行业诞生 100 多年来一次深刻的利益链重构，新汽车时代改变一切，产业链盈利开始逐步向以宁德时代为代表的动力电池行业、引望为代表的智能方案提供商转移。

智能化企业以软件、芯片、算力构建核心壁垒，电池巨头掌控成本命脉，叠加 OEM 制造环节价值被持续稀释，传统主机厂的定价主导权逐步旁落，陷入增收不增利、技术被捆绑的双重困境。这场权力转移的本质，是汽车产业从机械产品向智能移动终端转型中，价值链条的根本性重构。

02 ICT 瓦解汽车定价权

2026 年初，赛力斯港股招股书披露的一组数据引发行业震动：2025 年上半年，赛力斯向华为支付采购费用达 200 亿元；三年半合作期间，赛力斯累计支付 750 亿元采购费，占总收入超三成。这一数字远超传统车企对单一供应商的采购比例。

與主要供應商的關係

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們向往績記錄期間各年度／期間的五大供應商的總採購額分別為人民幣139億元、人民幣154億元、人民幣722億元及人民幣352億元，分別佔有關年度／期間我們總採購額的34.7%、36.9%、51.9%及57.9%。同期，我們向往績記錄期間各年度／期間的最大供應商的採購額分別為人民幣58億元、人民幣72億元、人民幣420億元及人民幣200億元，分別佔有關年度／期間我們總採購額的14.5%、17.4%、30.2%及33.0%。我們從該等供應商採購汽車零部件、服務、軟件和設備等。詳情請參閱「業務－客戶及供應商－供應商－與主要供應商的關係」。我們可能受到該等供應商相關的集中度和交易對手風險。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們依賴我們的供應商提供與我們車輛相關的原材料、零部件、軟件和服務等。」

华为哪些业务会从赛力斯收费？

与赛力斯等汽车品牌相关的板块包括终端业务（鸿蒙智行）、智能汽车解决方案业务（以下简称“车BU”）/引望（智能化技术）、数字能源业务（电驱动）、云计算业务（云）。按照 2024 年赛力斯入股引望的独立财务报告，2024 上半年，引望最大客户推断为赛力斯，贡献销售金额 66.1 亿元。

这意味着，2024 年仅仅车 BU 就从赛力斯拿走百亿元；鸿蒙智行以及其他华为业务，分享了 2024 年 420 亿中的其他部分，包括按整车售价收取 10%的分成（含 2%技术授权费、8%销售服务费）。

切换到单车维度，按 2025 年上半年 14.7 万辆问界交付量计算，赛力斯每卖出一辆车就有 13.6 万元流向华为体系。作为旗舰的问界 M9，如果计入品牌和专利授权等费用，单车流向华为的成本高达 22 万元。

难怪赛力斯毛利率虽高达 29.4%，但 2025 年粗略估算单台车净利润约为 1.9-2.0 万元（问界销量 43 万辆，净利润预计约 81-88 亿元）；基于 1700-1800 亿的营收预期，净利润率也就被拉到 5%左右的水平。

2024 年 1-6 月				
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例	是否为关联方
1	客户 A	661,372.92	63.38%	否
2	客户 B	96,952.07	9.29%	否
3	客户 C	95,163.31	9.12%	否
4	客户 D	49,382.12	4.73%	否
5	客户 E	41,985.74	4.02%	否
合计		944,856.16	90.55%	-

当赛力斯依托华为实现逆袭的佳话定稿,新的疑问伴随着争功与分利而来:这是科技巨头的技术霸权,还是汽车产业智能化转型的必要成本?是赛力斯的依附生存,还是双方深度绑定的价值共赢?

答案不可避免要从汽车产业的价值分配逻辑切换找起。传统汽车的功能与体验在出厂时即定型,而智能汽车通过 OTA 升级实现持续进化,软件迭代能力直接决定产品生命周期价值。消费者为智能体验付费的意愿,已远超过主机厂品牌的认可。偏偏,当前近七成主机厂依赖华为、Momenta、卓驭科技、地平线等 ICT 企业的智驾和座舱方案,核心技术的自主能力缺失。

“软件定义汽车”打破了传统汽车硬件固化的属性,让软件成为决定产品体验、迭代速度与核心竞争力的核心要素;“芯片定义汽车”则为软件落地提供底层载体,车规级芯片的

性能直接决定软件功能的上限;“算力定义汽车”更是将算力转化为智能体验的核心生产力,算力规模与调度效率直接挂钩高阶智驾、智能座舱的落地能力。三者形成的生态闭环,而掌握这一闭环的科技企业,正从上游深度渗透,逐步夺取产业定价话语权。

芯片与算力定义汽车,进一步收紧对主机厂的技术枷锁。车规级高端芯片(如 Orin-X、Thor、征程 6)被英伟达、地平线等少数企业垄断,占智能汽车硬件成本的 15%-20%,直接锁死主机厂的成本底线与定价空间。

当一辆智能汽车的核心竞争力从发动机、底盘转向智能驾驶算法、座舱交互体验,曾经“主机厂主导、供应商配套”的行业牵引模式彻底松动,以智驾、座舱为核心的上游核心供应商,从幕后配角走向舞台中央。华为、英伟达、Momenta 和地平线等

玩家不再满足于之前行业链条里面传统的“配角”地位。



凭借豪华品牌定位的赛力斯，能够从这种价格权力重新分配中各得其所，但是整个行业并非如此。2025 年数据显示，核心供应商的盈利能力早已碾压多数主机厂，英伟达 2025 年 Q3 毛利率 73%，一颗智驾芯片的利润堪比一辆中端电动车的整车利润，而多数主机厂纯硬件毛利率已跌至个位数。

更深刻的变化在于，上游供应商不再被动接受需求，而是主动定义技术标准、主导合作模式，甚至反向决定主机厂的产品路线，成为价值链分配的实际主导者。回顾华为车 BU/引望过往五年来的发展历史，就可以看

到智能化革命对汽车行业价值链分配的强渗透变化趋势。

分部项目	ICT 基础设施		智能汽车		数字能源		智能汽车		其他业务		合计
	业务 人民币千元	其他业务 人民币千元	云计算业务 (注)	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	
营业收入	365,452,776	322,363,837	38,555,809	67,159,123	28,157,878	23,145,373	949,834,796				
分部利润 / (亏损)	80,018,428	71,305,348	(2,884,006)	9,962,581	5,542,848	(93,155,798)	730,789,201				
分部资产	162,090,699	66,737,606	32,782,063	18,281,265	17,220,810	993,118,603	1,290,211,066				
总负债							745,029,843				
其他重要项目：											
1. 折旧与摊销	2,571,278	2,071,593	7,559,263	497,660	408,928	18,477,521	31,586,243				
2. 资本性支出	2,973,494	1,362,185	8,862,174	1,003,344	484,577	46,209,523	60,905,297				
3. 固定资产、无形资产及商誉减值损失	13,978	1,073	71,543	1,513	19,640	459,885	567,532				

分部项目	ICT 基础设施		智能汽车		数字能源		智能汽车		其他业务		合计
	业务 人民币千元	其他业务 人民币千元	云计算业务 (注)	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	业务 人民币千元	
营业收入	349,547,965	241,856,722	35,473,489	54,586,202	4,584,631	11,488,410	697,547,449				
分部利润 / (亏损)	75,666,397	38,278,047	(5,156,353)	6,299,169	(5,006,498)	(12,671,577)	97,407,185				
分部资产	158,938,488	46,506,547	28,010,694	16,442,661	8,126,157	1,005,581,043	1,263,604,590				
总负债							756,028,803				
其他重要项目：											
1. 折旧与摊销	2,439,324	2,010,991	7,182,680	352,265	451,480	17,832,571	30,269,311				
2. 资本性支出	2,225,369	1,409,162	4,940,253	696,330	284,296	45,367,595	54,923,025				
3. 固定资产、无形资产及商誉减值损失	716	402	-	-	-	50,190	51,308				

2022 年到 2023 年是车 BU 处于技术研发与市场拓展的投入期，连续两年大额亏损：2022 年亏损 78.4 亿元；2023 年亏损收窄至 56.7 亿元；2024 年全年营收 261.6 亿元，同比增长 474%，首次实现年度盈利，利润约 55.4 亿元。盈利爆发主要得益于鸿蒙智行交付量激增，带动硬件需

求放量,同时软件订阅模式开始贡献收入。

华为鸿蒙智行 2025 年近 60 万辆,搭载华为乾崮 ADS 的客户车型多半热销,市场对车 BU 的 2025 年盈利前景普遍乐观:多家机构预测其全年营收将达 600 亿元,净利润 120-150 亿元,净利率保持在 20%以上。

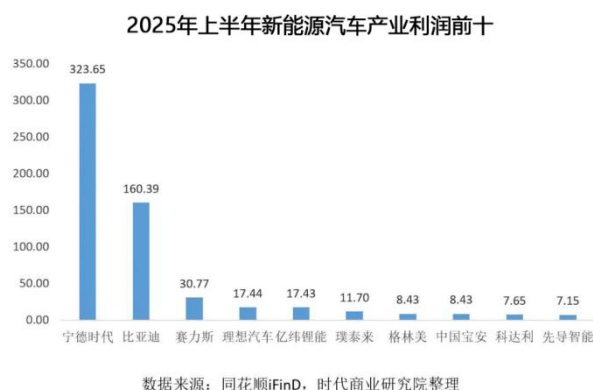
在与主机厂的合作中,华为左手车 BU 乾崮掌握着绝对的技术主导权,右手鸿蒙智行操盘了五界的产品定义和渠道营销。这种合作模式,让华为在价值链分配中占据核心地位,部分主机厂表面上是在争论“灵魂论”,深层次本质是恐慌于丧失核心技术话语权,陷入代工厂的被动困境。

无独有偶,国内的超级供应商除了智能化领域的华为,在动力电池领域另有一个庞大的身影,让整车公司们演绎了又一出爱恨交加的桥段。

03 宁王电池霸权还有五年?

“这是最好的时代,这是最坏的时代——这是宁德时代!”

当 2025 年上半年新能源汽车产业 101 家上市公司的利润浮出水面,一个极具争议的格局再度凸显:电池环节包揽了全产业 76.9%的净利润,而宁德时代一家就吞下了电池环节 88.5%的利润、全产业 68.1%的利润。



在电动化浪潮席卷全球、智能化加速渗透的当下,宁德时代早已超越核心供应商的定位,成为汽车产业价值链重构中的绝对主角。宁德时代的行业地位,注定了它在新能源转型中起着举足轻重的地位。

动力电池作为新能源汽车的心脏,占整车成本 30%~40%,其垄断格局已让主机厂陷入成本被动;主机厂

定价权被上游彻底架空。宁德时代以 30% 的全球市占率、超 43% 的国内市占率，主导电池供应与定价规则。

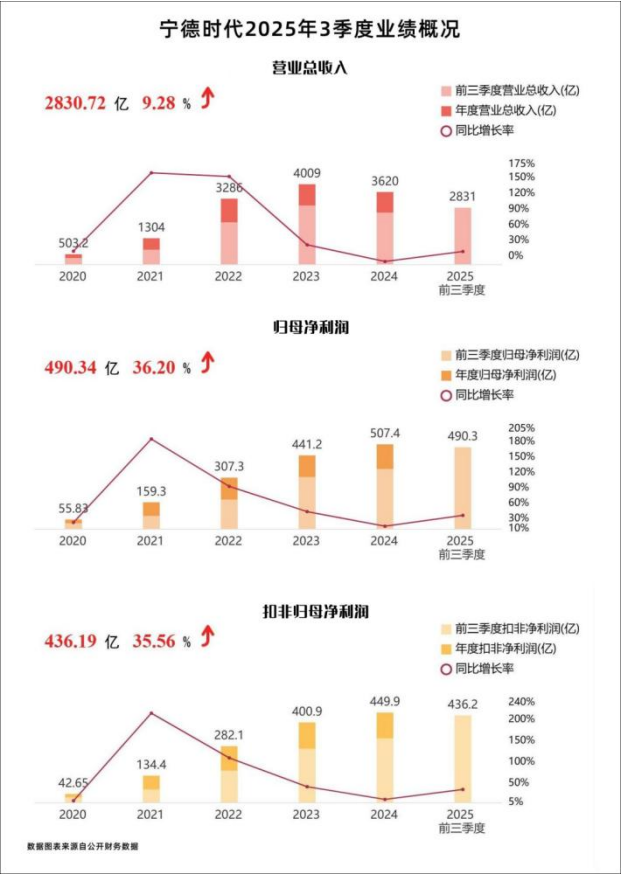
2025年1-12月国内动力电池企业装车量前五名					
序号	企业名称	装车量(GWh)	配套 (万辆)	装车量占比	装车量与上年同期占比变化/百分点
1	宁德时代	333.57	507	43.42%	-17.66
2	比亚迪	165.77	382	21.58%	15.06
3	中创新航	53.61	83	6.98%	3.22
4	国轩高科	43.44	107	5.65%	0.15
5	亿纬锂能	31.61	28	4.11%	-8.14
6	欣旺达	24.35	51	3.17%	3.06
7	蜂巢能源	20.71	52	2.70%	1.53
8	瑞浦兰钧	19.50	33	2.54%	-2.79
9	正力新能	15.93	32	2.07%	1.81
10	吉曜通行	15.08	25	1.96%	1.21
11	LG新能源	13.75	17	1.79%	—
12	因湃电池	6.29	12	0.82%	—
13	楚能新能源	5.39	17	0.70%	0.62
14	远航锦锂	4.30	1	0.56%	0.37
15	多氟多	4.30	26	0.56%	—

财报显示，宁德时代 2024 年到 2025 年净利率维持在 12~15% 左右，远超多数主流车企 5%-10% 的净利率水平。从财务数据来看，技术溢价带来了稳定的盈利空间——2025 年一季度至三季度，其毛利率稳定在 24.41% 至 25.31% 之间，净利率达 17.55% 至 18.47%，即使在行业价格战加剧的背景下，仍能通过高镍三元电池（毛利率 25.6%）维持溢价优势。

虽然汽车行业利润率已经低至 4.1%，但是宁德时代仍然有着 15% 以上的惊人纯利润率。而当电池企业的成本霸权与 ICT 企业的技术霸权形成共振时，主机厂利润空间自然已经被压缩到几无退路。

更吃惊的是，从 2024 年到 2025 年，原材料碳酸锂价格腰斩，但宁德时代电池报价仅下降 10%，主机厂无法享受原料降价红利；同时，智能座舱与智驾系统的芯片、算力成本持续攀升，单台车技术成本较 2023 年增长 30%。

2022 年，彼时广汽集团董事长曾庆洪“给宁德时代打工”的感慨，如今已升级为“给电池、芯片、算力企业集体打工”——国内一家主流自主品牌 2025 年新能源车型毛利率仅 5%，其中电池成本占比 40%，芯片与算力成本占比 18%，留给主机厂的利润空间被极致鲸吞。



动力电池供应商的强势,既是推动电动化进程的动力,也在一定程度上制约了行业的健康发展——车企利润被挤压,难以投入更多资金用于智能化研发,最终影响产业的整体竞争力。

比亚迪是为数不多能够反抗电池霸权的整车品牌之一。这也要归功于比亚迪自身的整车+供应商双重属性,通过“电池自研+芯片自研+算力平台自建”的产业垂直整合,既规避了上游定价制约,又能通过软件 OTA

持续创造溢价,同价位车型毛利率达18%,形成对传统主机厂的降维打击。

以宁德时代为代表的动力电池,为何仍然在汽车行业维持着强大话语权?

从全球渗透率来看,2024 年全球新能源汽车渗透率为 19.5%,2025 年提升至 23.5%,中国渗透率达 45.2%,德国 26.8%,挪威 80.9%,但美国仅 9.7%、日本仅 2.1%,全球新能源汽车发展仍存在较大不均衡性,需求增长空间依然广阔。

汽车新能源渗透率	2021年	2022年	2023年	2024年		2025年			
	:年度	:年度	:年度	4季度	:年度	1季度	2季度	3季度	4季度
全球	7.8%	13.1%	15.9%	23.2%	19.5%	19.7%	22.9%	24.9%	26.3%
中国 汇总	12.6%	24.4%	29.9%	44.0%	39.2%	38.9%	44.6%	46.5%	45.2%
欧洲	德国	22.7%	28.0%	22.3%	20.8%	18.2%	23.9%	25.9%	30.4%
	法国	14.4%	17.3%	22.0%	22.6%	21.5%	20.0%	20.2%	29.0%
	挪威	69.8%	73.5%	70.1%	76.8%	71.9%	75.2%	81.6%	80.1%
	欧洲其他	7.2%	10.8%	13.8%	15.0%	13.7%	17.0%	18.7%	19.3%
	瑞典	39.1%	49.1%	51.2%	54.2%	50.9%	51.3%	57.0%	56.3%
	意大利	9.8%	9.8%	8.0%	7.7%	7.0%	8.8%	11.1%	12.1%
英国	16.3%	20.3%	21.2%	31.0%	24.7%	27.3%	30.9%	32.0%	35.6%
欧洲 汇总	14.2%	18.5%	18.5%	19.9%	17.6%	20.5%	22.6%	23.7%	26.3%
北美	美国	4.2%	6.9%	9.1%	10.3%	9.7%	9.7%	9.3%	12.7%
	北美其他	1.6%	2.9%	3.9%	5.2%	4.5%	3.1%	2.8%	3.1%
北美洲 汇总	3.8%	6.3%	8.3%	9.5%	8.8%	8.5%	8.2%	11.0%	6.4%
亚洲	韩国	6.2%	9.9%	8.9%	8.8%	9.5%	9.8%	14.1%	19.3%
	日本	1.0%	2.2%	2.9%	2.3%	2.3%	2.1%	1.9%	2.1%
亚洲其他	0.2%	0.6%	1.9%	4.0%	3.3%	5.7%	7.7%	8.0%	8.9%
亚洲其他 汇总	1.0%	1.9%	2.8%	4.0%	3.6%	5.0%	6.9%	7.6%	7.7%
南半球 汇总	0.2%	0.8%	2.2%	3.2%	3.2%	3.8%	4.7%	4.7%	5.2%

因此,短期内(3年内),动力电池供应商的强势地位仍将得到支撑。核心在于新能源汽车行业需求尚未见顶,而技术与产能壁垒短期内难以被突破。但是如果观察的时间线延

长到 5 年左右,动力电池供应商的话语权将逐步弱化,核心在于三大制衡因素的崛起:

其一,行业竞争白热化,价格战挤压利润空间。随着第二梯队电池企业(中创新航、蜂巢能源、国轩高科等)产能释放,行业竞争逐步加剧。同时,行业产能过剩风险逐步显现,预计 2026 年产能过剩率将升至 30%,产能利用率下降将进一步压缩利润空间。

其二,下游车企垂直整合加速,降低对外依赖。面对动力电池供应商的强势议价权,下游主流车企纷纷自建电池产能,减少对外部供应商的依赖。比亚迪则通过全产业链垂直整合,进一步强化成本优势,其铁锂电池包价格已跌破 0.4 元/Wh(2025 年底又有回升),使 2025 上半年净利润达 160.4 亿元,占全产业净利润的 34%,与宁德时代形成“双寡头”格局。

最后,历史经验告诉我们,没有永远的行业主角,从燃油车时代发动机为王,到电动化初期电池为王,再到未来智能化时代“芯片+软件”为王,价值链的核心正在不断转移。

动力电池供应商的强势,终将随着行业产能过剩、车企垂直整合、技术迭代成熟而逐步弱化,超额利润将逐步回归行业平均水平,价值链将重新回归均衡。

但汽车行业要面临的,并不止“新愁”,还有时不时重现的“旧怨”。

04 2026 年芯片危机再来

“现在内存涨价是按季度在涨的,上个季度涨了 40%至 50%,一季度还要继续涨。”雷军在 1 月初的直播中,一句关于小米 SU7 成本的吐槽,不经意间撕开了 2026 年汽车行业芯片困局的冰山一角。

几乎同时,从去年 12 月份到今年 1 月份,蔚来李斌、理想孟庆鹏接连“吹哨”,预警存储芯片供应危机

——这场危机，不是 2021 年全面断供的复刻，却是一场更难破解的结构性芯荒，叠加原材料价格持续高烧，汽车行业的“芯片危机”恍惚中山雨欲来。

Cost inflation meets weak demand

For China's EV industry, the ending of consumer subsidies by end-2022 was offset by the lithium price correction in 2023, making 2023 another year of EV sales volume growth, despite deceleration from 2022 on a year-on-year basis. Early 2026, however, is a moment when stimulus retreats, and purchase tax levy and commodity cost inflation meet, making it particularly challenging for the industry to absorb the impact, in our view. In this report, we calculate Rmb4-7k cost inflation for a typical medium-sized intelligent EV, without visibility on whether such costs could be passed onto customers.

Lithium, copper, and aluminum on EVs

We assume 200kg of aluminum and 80kg of copper for a medium-sized electric vehicle, based on our knowledge of previous UBS EV teardown series. We assume 600 grams of lithium carbonate in each 1kWh of batteries based on our previous battery teardown knowledge, and assume 80kWh, 40kWh and 20kWh batteries for BEV, EREV, and PHEV, respectively. Cost inflation over the past three months suggests cRmb600 inflation from aluminum, cRmb1,200 from copper, plus Rmb1,000-3,800 inflation from lithium.

DRAM impact on intelligent vehicles

DRAM is another source of inflation. We learned from industry professionals that a modern vehicle has US\$25-150 DRAM content, with typically US\$100 for a reasonably intelligent vehicle. Assuming US\$100 or Rmb700 DRAM content before the recent price hike, the 180% DRAM spot price hike in the past three months implies DRAM cost moved from Rmb700 to Rmb2,000 per vehicle, adding Rmb1,300 extra cost based on the spot price movement.

1 月 26 日，瑞银（UBS）发布题为《中国汽车行业：测算金属与 DRAM 价格上涨对电动汽车的成本冲击》的研究报告，报告测算一台典型中型智能电动汽车的制造成本将在短期内激增 4000 至 7000 元人民币。

回溯 2021 年，疫情引发的供应链中断、消费电子需求前置与汽车复苏叠加，酿成了席卷全行业的芯片危机，车企停产、车型延期成为常态。但没有人预料到，AI 技术的爆发式

增长，会成为压在汽车芯片供应链上的另一座大山；原材料价格的居高不下，则让这场困局雪上加霜。

Figure 2: Contribution of commodity prices to EV cost inflation

Assumptions				
Average Vehicle Weight (kg)	1,850			
Al content share	10.9%			
Cu content share	4.6%			
Li Usage (g per kWh)	600 g			
Al content per Vehicle (kg)	200			
Cu content per Vehicle (kg)	80			
Battery size per Vehicle - BEV (kWh)	80			
Battery size per Vehicle - EREV (kWh)	40			
Battery size per Vehicle - PHEV (kWh)	20			

Cost (Rmb/Vehicle) — BEV (80 kWh)				
Material	Baseline Cost	Current Cost	Delta	Current VS Baseline (% Change)
Aluminum	4225.00	4800.00	574.00	14%
Copper	6924.00	8145.60	1221.60	18%
Lithium	3499.31	7321.92	3822.61	109%
Total	14648.31	20267.52	5618.21	38%

Cost (Rmb/Vehicle) — EREV (40 kWh)				
Material	Baseline Cost	Current Cost	Delta	Current VS Baseline (% Change)
Aluminum	4225.00	4800.00	574.00	14%
Copper	6924.00	8145.60	1221.60	18%
Lithium	1749.65	3660.96	1911.31	109%
Total	12898.65	16606.56	3707.91	29%

Cost (Rmb/Vehicle) — PHEV (20 kWh)				
Material	Baseline Cost	Current Cost	Delta	Current VS Baseline (% Change)
Aluminum	4225.00	4800.00	574.00	14%
Copper	6924.00	8145.60	1221.60	18%
Lithium	874.83	1830.48	955.65	109%
Total	12024.83	14776.08	2751.25	23%

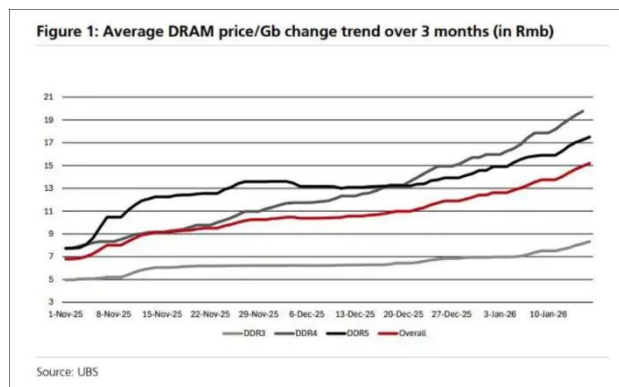
一方面，新能源车的车身与电池需要铜、铝、锂等关键材料，过去三个月锂价上涨了 115.4%，铜与铝价也明显上涨，一辆 80 度电的纯电车成本增加约 5,618 元；另一方面则和新一轮芯片危机有关——DRAM 的升级与短缺，或将增加 2,000 元单车成本。

AI 抢产能，成为 2026 年芯片困局的核心矛盾，而这场博弈的天平，从一开始就偏向于科技巨头。随着生成式 AI 的普及，谷歌、Meta、OpenAI 等企业对高带宽内存（HBM）和高端 DRAM 的需求呈爆炸式增长，这类芯

片的利润率远超汽车行业使用的传统 DRAM 产品——美光财报显示，2025 年其存储芯片毛利率达 56%，2026 年预测更是高达 68%，这背后是 AI 市场的强力支撑。

利润的指挥棒下，三星、SK 海力士、美光三大存储巨头，纷纷将产能向 AI 芯片倾斜。数据显示，全球 DRAM 产能中，40% 被 OpenAI “星际之门” 项目锁定，每生产 1GB HBM，就需牺牲约 3GB DDR 产能，而汽车行业在全球 DRAM 市场中的份额不足 10%，议价能力薄弱得不堪一击。更致命的是，HBM 产线改造成本高达 10 亿美元，且工艺不可逆，改造后的产线难以回退生产传统 DDR 芯片，这意味着汽车行业的芯片来源将持续缩减。

“2026 年，汽车行业会面临前所未有的存储芯片供应危机，满足率可能不到 50%。” 理想汽车供应链副总裁孟庆鹏的预判，并非危言耸听。



富国银行数据显示，2026 年全球 DRAM 需求将增长 26%，而供应仅增长 21%，存在 14% 的供应缺口；DDR5 现货价格较 2024 年平均水平高出 8 倍以上，DDR4 价格更是高出 16 倍。对于智能电动车而言，芯片涨价直接推高整车成本，高端车型单车芯片成本甚至可能突破 2000 美元。

如果说 AI 抢产能是人为刀俎，我为鱼肉，那原材料价格持续高涨，则是压在汽车芯片供应链上的另一座大山。芯片生产的核心原材料，无论是硅片、光刻胶，还是银、钯等贵金属，价格在 2025 年持续飙升后，2026 年仍维持高位震荡。被动元器件的成本结构中，原材料占比超过 50%，银、钯价格的暴涨，直接导致

电极浆料成本激增，涨幅普遍在 5%-30%。

面对双重挤压，汽车行业的应对显得被动而艰难。短期来看，多数车企选择与芯片厂商签订长期供应协议，但收效有限，因为产能优先权仍牢牢掌握在 AI 客户手中；部分汽车公司则通过简化车型配置、延长交付时间来缓解压力，甚至出现恐慌性采购，反而推高价格、扰乱生产计划，形成恶性循环。经销商层面，芯片短缺已开始传导，高端智能车型的选配减少、等待时间延长，或将成为 2026 年的行业常态。

长期来看，主机厂加速芯片战略转型。特斯拉自主研发 FSD HW 芯片、Dojo 训练芯片与英伟达深度绑定；比亚迪布局芯片生产，逐步实现中低端芯片自给；地平线、芯驰等国产芯片企业快速崛起，2026 年征程 6 芯片市场份额预计达 18%，支撑比亚迪、长城的国产替代。

但国产替代仍有漫长的路要走，截至 2026 年初，存储芯片国产化率已经从 2023 年的 5% 骤然提升至 20%，长鑫存储的 DRAM、长江存储的 NAND flash 高端智驾芯片、兆易创新的 NOR Flash，分别能获得 8~30% 国内份额，但高端 DDR5、HBM 几乎 100% 进口，HBM 被韩美垄断 99%，高密度高堆叠 NAND 也以进口为主。

回望 2021 年的芯片危机，汽车行业学会了敬畏供应链；而 2026 年的结构性芯荒，则让汽车行业明白，芯片从来不是可随时采购的普通零部件，而是决定生存的战略资源。这场危机的本质，是全球半导体供应链话语权的重新洗牌，AI 的崛起重塑了产能分配逻辑，原材料涨价则加剧了格局的失衡，而汽车行业在这场博弈中，活成了最被动的旁观者。

但中国汽车企业的突围，正在重构行业格局。

05 汽车制造商重夺定价权

“你知道什么是 IPD 和 IPMS 吗？”



当全行业掀起学习华为 IPD 与 IPMS 模式的热潮，汽车圈里深耕 20 余年的产品人与营销人纷纷感慨，在这套体系面前，传统主机厂的过往经营模式竟如同小学生般稚嫩。一时间，华为方法论似乎成了智能电动时代破局的唯一标准答案。

然而市场的答案，却远比行业共识更具现实深意：2025 年市场表现最优的汽车公司是吉利，它亦是头部大厂中与华为技术体系距离最远的那一个；而过去三年对华为模式亦步亦趋的理想汽车，却在 2025 年成为新造车品牌中最失意的存在。

这场现实与认知的反差，恰恰道破了行业转型的核心命题：比照搬模式更重要的，是找到适配自身的发展路径，而这一切的核心，都绕不开定价权的争夺。

冰冷的数据，更将这一困局刻入现实：2025 年中国汽车行业整体利润率仅 4.1%，OEM 制造环节的盈利水平更是跌破 3%。这一数字，与芯片行业 35%、电池行业 22.41% 的高毛利率形成刺眼反差。

ICT 企业分走智能车型近三成溢价，海外芯片巨头牢牢锁定核心硬件成本，层层挤压之下，多数车企陷入“定价偏高则失市场，定价偏低则无利润”的两难境地。

破局的关键，究竟藏于何处？吉利、比亚迪、蔚来等头部车企的实践，已然给出了清晰答案：唯有以自主技术打破外部捆绑，以生态构建掌握产业主导，才能让定价的话语权重回 OEM 手中。



2025 年逆势领跑的吉利，正是坚守自主研发、远离外部技术捆绑的最佳典范，而极氪 9X 的爆款表现，更是其自主研发实力的硬核印证。吉利创始人李书福的判断一针见血：

“中国车企要想掌握定价权，就不能在核心技术上‘偷懒’。”秉持这一理念，吉利坚持三电系统、智能座舱、电子电气架构等核心部件自主研发，提高核心零部件自给率，降低单车研发成本。

作为吉利高端化的核心力作，极氪 9X 搭载自研千里浩瀚 G-ASD 智驾系统、专属智驾芯片与雷神混动技术，凭借全栈自研的技术优势，实现真正的自主定价，平均成交价超 50 万元，毛利率稳定在 20% 以上，一举

打破了高端智能车型依赖外部技术方案的行业桎梏。

如果说吉利的突围，是自主研发在高端市场的成功实践，比亚迪的垂直整合之路，则成为行业自研的终极范本。王传福曾直言：“核心技术买不来、讨不来，只有自己掌握了核心部件的研发和生产，才能在定价上拥有绝对主动权。”比亚迪构建起的全链条自主体系，实现刀片电池、IGBT 芯片、电驱系统等核心部件的自研自产。

即便 2025 年上半年动力电池原材料价格上涨 15%，比亚迪仍能通过内部供应链的高效协同，对冲成本压力。旗下汉、唐等车型，既能在市场中维持合理定价，又能保持 15% 以上的毛利率，其海外车型定价更是较国内高出 15%-20%，成为中国品牌出海的利润标杆，用全产业链的自主实力，筑牢了成本与定价的双重壁垒。

在智能汽车的算力底座芯片领域，蔚小理的自研突破，更是让定价权回流迎来了关键拐点。2026 年初，蔚来宣布全系车型逐步换装自研的神玃 NX9031 芯片，让单车成本直接降低 1 万元，彻底摆脱了对英伟达的依赖。稍晚一步的小鹏与理想，也各自拿出图灵与马赫智驾芯片，剑指英伟达索尔乃至特斯拉 AI5 芯片。

部分新势力车型有效算力天梯图					
算力档位	有效算力(TOPS)	车型	芯片	单颗算力(TOPS)	类型
>3000 (高端)	3000	小鹏G6	图灵*4	750	自研
	2560	理想L9 iAvis	马赫100*2	1280	自研
	2250	小鹏X9/P7/G7 Ultra	图灵*3	750	自研
	2000	蔚来ET9	神玃NX9031*2	1000	自研
1000-1999 (高端)	1500	小鹏G6/P7+/G7/G9/X9 Ultra SE	图灵*2	750	自研
	1400	极狐S9 Hyper	英伟达Thor-U*2	700	外采
	1280	零跑D19	高通骁龙8797*2	640	外采
	1000	蔚来ES6/ET7/ES6/EC6/ET5/ET5T	神玃NX9031*1	1000	自研
500-999 (主流)	750	小鹏G6/P7+/G7/G9 Max	图灵*1	750	自研
	700	理想L6/7/8/9 MAX & Ultra/6/8, MEGA		700	外采
	700	小米SU7/YU7	英伟达Thor-U*1	700	外采
	700	极狐001/7X		700	外采
	508	小鹏MONA M03 MAX		254	外采
	508	极狐007/007GT	英伟达Orin-X*2	254	外采

更重要的是，中国汽车的自研之路，并非单纯的替代芯片，而是通过掌握核心算力与算法，重新夺回对智驾功能、用户体验与数据价值的解释权，实现从 AI 代工厂到 AI 主导者的转变。

作为供应链整合全球标杆的丰田，敢以 260 亿美元推动核心供应商

丰田工业私有化，整合集团内零部件供应体系；中国市场，丰田更是优化本地供应链，与国内供应商联合研发适配车型的核心部件。铂智 3X 车型凭借本地化整合，实现单车电池成本降低 18%，在 14-15 万元的定价区间，仍能稳定保持 8-10% 的毛利率，成为供应链整合赋能定价的经典案例。

OEM 芯片与电池自研浪潮并非偶然，而是多重因素推动的必然结果。ICT 企业的近乎垄断，让主机厂处处受制，而 2025 年以来中美科技切割的地缘政治因素，更加速了这一进程。这场从依赖到自主研发的转变，也昭示着一个重要信号：自 2020 年电动化与智能化变革以来，汽车制造商被不断剥夺的行业定价权，正开始逐步回流。

购置税退坡、国七标准逼近，叠加磷酸铁锂等核心原材料涨价、AI 行业爆发引发的内存成本攀升……2026 年的定价权争夺战，绝非坦途，

单纯涨价或价格战无法突围。唯有从技术自研、供应链整合、产品溢价、终端掌控四大维度同步发力,才能真正掌握定价的主动权。

但这条铺满荆棘的道路,却也是中国汽车产业下一段崛起通道,更关乎我们能否主导下一代智能移动文明的成型。最终,这场争夺战的火花

与轨迹,将为中国制造业的崛起刻下最深刻的注脚,并将人类出行的未来带向更远方。

来源:汽车公社

美国通过自动驾驶法案

新消息显示,美国众议院能源与商务委员会以 12 票赞成、11 票反对的微弱优势,通过了《SELF DRIVE Act》(2026 自动驾驶车辆安全部署与研究促进法案)。这项法案的通过代表着:美国自动驾驶正从“技术试验阶段”,正式迈向“全国性商业应用全面应用阶段”。这也意味着:

无方向盘、无踏板的车辆在美国运行合法化;

无人驾驶运行车辆大规模增多;现行规定是:每家车企每年仅允许

2500 辆自动驾驶车辆运行,而新法案将该限额提高至每年 9 万辆,这意味着自动驾驶的公司可以直接进入规模商业运营。

全国范围内统一监管;这意味着自动驾驶的出租公司可以成为“公共交通系统”的重要组成部分。



美国作为全球法律体系最健全的国家和对消费者利益保护最高的国家，能够通过这项法案，个人认为其意义十分深远。

第一，美国整体社会和法律层面对自动驾驶技术的进步是认同的。并通过前期 Waymo、特斯拉等多家企业的试验和验证，从美国法律层面已经认可这项技术可以大规模应用。这对所有汽车企业、出租车运营企业以及消费者都会带来深远的影响。

其次，美国在自动驾驶技术上是全球领先的。本项法案规定，一旦车企提交完整的“安全案例”（Safety Case），证明不会带来不合理风险，就可以在全美范围使用；并且法案没有采用欧盟式的强审批制度，而是延续美国特色模式：自我认证 + 事后追责的模式。因此敢进入的车企都要有强大的技术准备和技术自信，一旦出现重大责任事故将面临高额处罚。

第三，车企必须提交完整技术安全证明，来确保自己技术的安全性。包括：1) 运行设计范围（ODD），2) 风险评估体系，3) 碰撞规避逻辑，4) 网络安全机制；5) 故障最小风险策略。监管机构 NHTSA 只负责监督，而不是事前逐车审批。

第四，说明美国在自动驾驶技术方面已经开始全面商业化应用。会推动汽车产业自动驾驶技术更快速的发展，使技术更进一步完善，以此保持美国在自动驾驶技术上的全球领先地位。

第五，对汽车出租产业带来根本性影响。从业人员将大幅减少，出租车运行价格也将大幅下降，吸引更多消费者使用。

第六，对汽车产业自动驾驶技术发展将产生重大影响。美国率先通过使用自动驾驶技术车辆的法案，将会引导自动驾驶技术应用到所有车辆上。未来只要法律允许，驾驶员就可

以选择是使用 L4\L5 的自动驾驶功能，还是自己来手动驾驶，这可以让驾驶员在车辆行驶时，腾出时间干其他更有意义的事情。

第七，另一方面，是对日常代步汽车的设计生产和销售产生重大影响。如果出租车运行价格便宜，消费者可能会在拥有“代步车辆”和使用出租车上进行比较和选择。如果使用出租车更方便也便宜的话，消费者将不会去购买低端的“代步车”，大部分的出行场景将由自动驾驶出

租车承担。因此，未来汽车的拥有将进入一个新的阶段，汽车将便成为：家庭的一种资产、个人身份的一种代表、一种全家出行和出游的工具，个人运动爱好操控竞赛的工具。汽车的整体价格将会更高一些，客户的需求要求也会调整。

总之，汽车自动驾驶时代已经来临，中国汽车企业要奋起直追，这是未来汽车产业发展的必由之路。

来源：东海旭日-汽车观点

欧盟发布：汽车行业技术竞争力研究与创新愿景

2026 年 1 月 21 日卡车技术前线公众号消息，欧盟委员会与汽车行业协会 EUCAR、CLEPA 以及合作伙伴协会 CCAM、EGVIAfor2Zero 和 BEPA 共同敲定了指导汽车行业未来 R&I（研发与投资）方向的联合愿景文件！

这一共同愿景将指导绿色和数字化转型的研究和创新行动，提高欧

洲的汽车竞争力，创造了就业机会，促进增长，保护环境。欧洲汽车行业的研发政策和投资必须以其对经济、环境和社会的影响为指导。



公众号：卡车技术前线

本文件提出了欧盟研究与创新（R&I）的联合愿景，以提高欧盟汽车行业的技术竞争力。它指导了 2025 年发布的《欧盟汽车工业行动计划》中的 R&I 维度。它是由欧洲汽车利益相关者的广泛代表与欧盟委员会密切协调制定的，并得到了代表地平线欧洲汽车领域共同规划伙伴关系私营方的三个协会的支持，这是在 2025 年 9 月签署的关于加强研究和创新对欧洲汽车行业工业行动计划贡献的合作与协作的谅解备忘录（MoU）的背景下制定的。



愿景：以价值驱动的繁荣与增长

为应对激烈的全球竞争，欧洲必须立即聚焦于确保在软件定义、硬件赋能、电动化与自动化出行领域占据强势地位。欧洲必须推动当前汽车产

业转型，使其成为未来提供可持续、数字化且具竞争力的道路运输与出行解决方案的核心支柱：汽车制造商与供应商需携手强化欧盟工业竞争力，致力于弥合创新差距、与能源系统协同发展，并通过优先考量所有联合研发活动的影响力，加速创新产品与服务的市场化应用。随着汽车产业进入新时代，人工智能正在彻底改变车辆的设计、运营以及与出行生态系统的融合方式。这使得在经核验的边界内，从静态的基于规则体系向自适应、数据驱动的架构体系与决策模式转变成为可能。

到 2035 年，通过以影响力、速度与灵活性为特征的有效绿色与数字化转型，欧洲应力争实现：

通过欧洲汽车生产及优化的供应链生态系统（包括软件、硬件即汽车零部件与电子元件及关键材料）创造重大价值，该生态系统受技术进步

重塑，确保欧洲的主权性、韧性与可持续性。

车辆设计需使用户在可负担能力、车型尺寸及预期用途方面享有更大选择自由，同时满足零排放、循环经济等所有环境要求及全部安全标准。

建立强大的电池产品与工艺创新生态系统，能为欧盟汽车生产提供尖端技术（包括当前及未来电池技术），并具备全球竞争力雄心。这涵盖电池材料、生产工艺与机械，同时促进其他产业发展，降低欧盟对外依赖。

在道路出行系统数字化转型方面取得重大进展：基于欧洲开源软件和自动驾驶技术栈打造软件定义车辆（SDVs），建立联邦化与合成数据池，采用经安全认证的欧盟本土软件及可信人工智能，实现全生命周期优化，并大规模部署协同式、网联化与自动化出行（CCAM）。

实现道路运输与能源系统的无缝整合，提供便捷易用的智能充电、双向能量流动，增强电网稳定性与容量。

吸引全球顶尖的研究人员、创新者、企业家及高技能专家在欧洲工作与投资。

到 2050 年，欧洲的道路运输与出行系统将实现气候中和与循环化、数字化集成与高效率、安全韧性与包容可及（inclusive and affordable），其特征包括：

在循环经济框架内成功完成电气化与数字化双重转型，所有新售轿车、厢式车、客车及重型车辆实现零排放。

形成具有全球竞争力的欧盟汽车产业，提供基于绿色与数字创新的车辆及服务，为面向未来、富有韧性的出行生态系统保障欧洲技术主权。

为人员与货物提供自动化、互联化与数据驱动的出行服务，与其他交

通模式无缝集成,并由欧洲本土技术驱动。

实现"零愿景"目标:彻底消除欧洲道路上的死亡与重伤事故。

此愿景与《可持续与智能出行战略》《欧洲绿色协议》《清洁工业协议》及《数字十年》等欧盟关键政策保持一致,体现了可持续性、数字化与竞争力相互促进的整体方针。

指导战略研究和创新议程的技术领域

出行领域

车辆应用导向型电池:例如高性能电芯化学体系与材料、成本优化的电芯化学体系与材料、创新制造工艺及规模化应用、系统集成与车辆适配。

电动化动力总成:例如提升能效、降低成本(包括替代关键材料的技术)、增强耐久性及轻量化解决方案、预测性维护。

电力电子系统:例如高效、紧凑、经济实惠的逆变器、转换器与控制器;集成宽禁带及超宽禁带半导体(如碳化硅、氮化镓等)以提升性能。

电动出行充电生态系统:例如支持车网互动(V2G)的车辆与基础设施、高效的充电设施及能源生态系统整合。

循环经济、回收利用、再制造与再利用:例如循环经济中节能、资源高效且成本优化的设计与工艺、材料创新、汽车电池及关键部件的回收利用。

人工智能驱动的柔性自动化设计、开发、验证与生产工具/系统以缩短上市时间:涵盖从材料到系统开发的人工智能辅助建模,以及在工艺中应用人工智能提升生产质量与规模。

数字化与网联化出行

软件定义车辆:例如硬件抽象化、开源化、非差异化软硬件构建模

块、接口与工具,以及支持可信推理、促进基于人工智能的车辆技术栈并确保安全、可靠与能效的芯片。

网联与自动驾驶车辆及人工智能定义车辆的系统工程:例如标准开发套件、工具链,以及用于软件创建与交付的自动化功能,面向“感知-决策-执行”的自动驾驶系统与高级驾驶辅助系统及其组件,以及人机交互界面。

将人工智能模型、智能体及工具链集成到汽车产品中,特别是在自动化与自动驾驶功能中。

自动化背景下的道路安全:将安全设计原则融入未来机动车辆。

用于人工智能开发的创新数据采集:例如用于测试与验证框架、合成数据、联邦学习、数据池化/共享。

车路协同通信与智能基础设施,包括网络安全与韧性。

加速出行领域旗舰创新(由产业利益相关方定义,待产业指导论坛确认)

示范项目与大规模试点倡议及企业间示范项目。

试验生产线、制造工艺及规模化应用:韧性及供应链安全、生产设备制造。

促进创新的沙盒补充性监管与实验性措施。

为商用车辆客运与货运提供创新服务与市场创设方案,依托清洁、网联、自动化车辆实现无缝、高效、多式联运及可持续的运营。

将人工智能集成至车辆及各开发阶段(车辆设计、研究、开发、验证、生产与制造),以加速创新周期。

所提议的举措应直接驱动对汽车产业未来至关重要的雄心勃勃的研发创新活动,涵盖但不限于上述领域。必须通过充分协调所有相关倡议来避免碎片化,以提升欧盟汽车产业

在全欧洲范围内的技术竞争力,这些倡议包括:欧洲网联与自动驾驶汽车联盟、自动驾驶大规模跨境测试平台、应用人工智能战略下的自动驾驶雄心城市、创新监管“沙盒”、欧洲

共同利益重要项目倡议,以及欧洲、国家与地区层面的道路运输研发创新计划。

来源:卡车技术前线

瞄准长途货运市场、奔驰新一代氢能重卡将于 2026 年底量产



继第一代氢燃料电池卡车原型车完成研发与测试后,戴姆勒卡车正式发布奔驰新一代氢燃料卡车 NextGenH2 Truck。这款燃料电池卡车的推出,标志着戴姆勒卡车在氢能驱动的可持续交通发展进程中又迈过一个重要里程碑。2026 年底起,戴姆勒卡车将在弗尔特的奔驰工厂启动小批量生产,预计首批将制造

100 台新一代氢燃料重卡并交付客户投入实际运营。



梅赛德斯-奔驰卡车首席执行官 Achim Puchert 表示:“除电驱动解决方案外,氢燃料驱动技术对于商用车行业的可持续转型同样至关重要。新一代氢燃料卡车的问世,意味着我们在燃料电池卡车技术领域迈出了全新一步。未来,我们将与客户携手,于 2026 年年底把这款续航表现出

色、技术接近量产状态的小批量车型投入日常运输作业。”

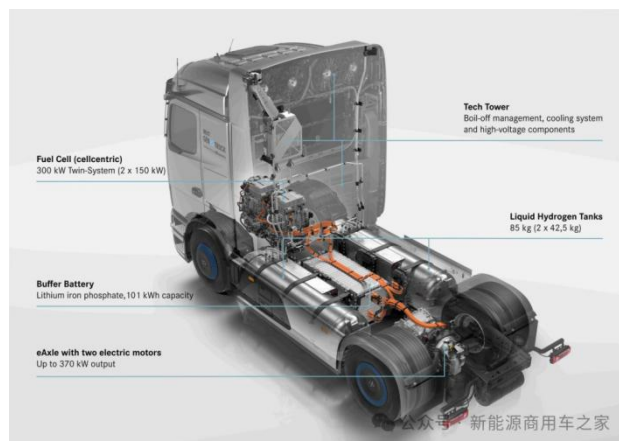
在新一代车型的研发环节，工程团队延续了第一代奔驰 GenH2 卡车的成熟优势。依托液氢技术，车辆满载状态下单次补能就可轻松突破 1000 公里的续航里程；整车搭载的成熟的 Cellcentric BZA150 燃料电池，可在车内直接完成氢能到电能的转化。

本次升级的核心亮点，在于引入多项源自纯电动车型奔驰 eActros 600 的量产级成熟部件，具体包括最新一代集成式电驱桥、空气动力学优化设计的 ProCabin 驾驶室、第二代智能多媒体交互驾驶舱以及基于最新电子电气架构打造的前沿安全与辅助驾驶系统。与上一代车型一脉相承，奔驰新一代氢燃料卡车尤其适用于灵活性要求高、作业条件严苛的长途干线运输场景。

液氢技术赋能 续航里程轻松突破 1000 公里

液氢技术的核心赋能，让新一代氢燃料重卡的续航能力实现跨越式提升。在氢能驱动技术的研发进程中，戴姆勒卡车明确采用液氢技术路线。在 -253°C 的超低温环境下，液氢的能量密度显著高于气态氢，可储存更多氢能，进而大幅提升车辆续航里程，性能表现完全媲美传统柴油卡车。

相较于第一代奔驰 GenH2 卡车，新一代车型的两个液氢储氢罐容量有所提升，总储氢量最高可达 85 千克。两个储氢罐实现互联互通，支持双侧加氢；依托戴姆勒卡车与林德集团联合研发的饱和液氢（sLH2），该车加注液氢仅需 10-15 分钟，与当前柴油卡车加油流程一样安全、快捷、简便。



同时液氢的运输成本更低，且液氢储氢罐相较于气态高压储氢罐，兼具成本与重量双重优势。这些优势可有效提升车辆有效载荷，让整车运营表现与现有柴油卡车基本持平。2023 年底，一辆总重约 40 吨的奔驰 GenH2 卡车，单次加注液氢后便实现 1047 公里的续航，不仅成功通过“氢能续航纪录挑战”，更验证了其强大的技术实力。

02

可靠高效的燃料电池技术

奔驰新一代氢燃料卡车

(NextGenH2 Truck) 驱动系统的核心基于 Cellcentric 研发的 BZA150 燃料电池。其由两套燃料电池单元组成双系统运行。总系统输出功率达 300 千瓦(单台输出功率 150 千瓦)，采用节省空间的设计，集成于驾驶室下方的发动机舱内。经过多年密集测试，这款氢能驱动方案在真实工况下展现出的可靠性与效率令人瞩目。以奔驰 GenH2 卡车的早期客户试用为例，当车辆总重处于 16 至 34 吨区间时，氢耗量平均为 5.6kg/100km 到 8kg/100km。

03

量产级部件赋能 技术实现跨越式提升



得益于沿用了奔驰卡车量产车型的前沿部件,奔驰新一代氢燃料卡车 (NextGenH2 Truck) 凭借超高技术成熟度展现出了其突出优势。其搭载的 ProCabin 驾驶室已应用于奔驰 Actros L 重卡及纯电动 eActros 600 重卡,此次为首次搭载于氢燃料电池卡车上;相较于上一代驾驶室,新一代车型的风阻系数降低 9%。



新一代氢燃料卡车的驾驶体验可媲美纯电动车型 eActros 600,达到高端水准。作为以氢能为能源的电

动车辆,它充分承袭了电动驱动的固有优势:扭矩即时输出,动力响应强劲,操控平顺舒适,且车内、车外噪声均处于低水平。面对陡坡行驶、高负载等严苛工况,该车经济模式下最高输出功率为 340 千瓦,动力模式下可达 370 千瓦。



奔驰新一代氢燃料卡车储能系统的核心是戴姆勒卡车自主研发的高压电池组,装机容量为 101kWh。这款磷酸铁锂 (LFP) 电池不仅能为燃料电池发挥缓冲作用,还可储存能量回收过程中产生的电能。此外,新一代氢燃料卡车搭载了与奔驰 eActros 600 同款的自研高效电动驱动桥,配备 4 速变速箱(含 2 个倒挡),可全程实现最优动力输出。通过这些部件的协同运作,可实现车辆下坡或

制动时的高效能量回收,通过将回收的电能直接回馈至缓冲电池,既能显著提升整车续航里程,也能优化能耗表现。



车辆的高压部件及最新电子电气(E/E)架构同样源自奔驰 eActros 600,这使得新一代氢燃料卡车搭载了最新的先进安全系统,包括第 6 代主动制动辅助系统、前部防护辅助系统、第 2 代主动侧方防护辅助系统,同时满足现行网络安全标准。

04

创新解决方案提升客户实用性

第一代奔驰 GenH2 氢能卡车的试用客户为戴姆勒卡车研发团队提供了宝贵反馈,这些反馈直接赋能了新一代氢燃料卡车 (NextGenH2

Truck) 的优化升级,进一步提升客户使用价值。



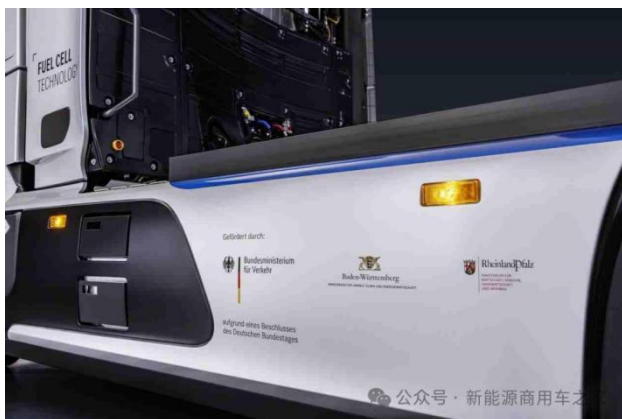
通过试用客户的反馈,奔驰卡车对其驾驶室后方技术舱内的部件设计了创新且省空间的全新布局,该区域体积大幅精简,进而使整车轴距较上一代缩短 150mm,调整至 4000mm,这一优化既提升了客户使用灵活性,又可适配多种挂车组合,同时兼容欧盟长度法规范围内的各类标准挂车。



技术舱内还搭载了全新蒸发控制系统,该系统符合氢能处理相关的

全部法规要求,包括车辆在密闭空间内的停放规范。集成式冷却系统则可确保车辆即便在极端高温环境或复杂路况下,也能保持稳定运行。

新增的传感器系统可应对极低概率的氢气泄漏情况,这一设计支持驾驶员在驾驶室的两张标准床位过夜休息。这一优化大幅提升了车辆的舒适性与使用灵活性,尤其适配执行多日长途运输任务的驾驶员。



此外,全新设计的侧围板集成了碰撞防护元件,可在事故发生时为液氢储氢罐提供更可靠的防护。该侧围板经过空气动力学优化,既有效降低风阻,又配备实用踏步板,提升了安全性与实用性。



严苛的测试也是验证新一代氢燃料卡车可靠性的重要保障,去年,戴姆勒卡车在瑞士阿尔卑斯山的极端环境下对奔驰新一代氢燃料卡车 (NextGenH2 Truck) 原型车开展了涵盖冬季与夏季的长测,确保车辆在严苛运营场景下的可靠性。测试中获得的经验与见解也已直接融入后续研发进程。



从技术迭代到客户需求落地,从测试验证到小批量量产筹备,奔驰新一代氢燃料卡车的稳步推进,不仅彰

显了戴姆勒卡车在氢能商用车领域的深厚积淀与技术实力,更将为长途货运市场的绿色转型注入强劲动力,助力全球可持续交通目标的实现。据悉,该车型的研发、生产及实际部署已获得德国联邦交通部及相关联邦州的联合资助,未来随着 2026 年底小批量量产的启动及后续规模化落

地,该车型有望重塑氢能重卡的市场格局,推动商用车行业向清洁化、高效化迈出更坚实的一步。

来源:新能源商用车之家

电动厢货突围,重卡谋变: 2025 年欧洲商用车全景

2025 年,欧盟商用车市场显现出明显分化:轻型货车与重卡销量回落,而公交车逆势增长。表面上这是一次简单的季节性或经济波动,但放大观察就会发现技术、成本、基础设施与政策四条主线共同塑造了这一局面。基于欧洲汽车制造商协会

(ACEA)的最新统计和行业与政策资料,梳理数字背后的因果链,解读轻型电动化为何走在前面、重卡推进为

何迟缓,并评估未来不同车型电动化的机遇与挑战。

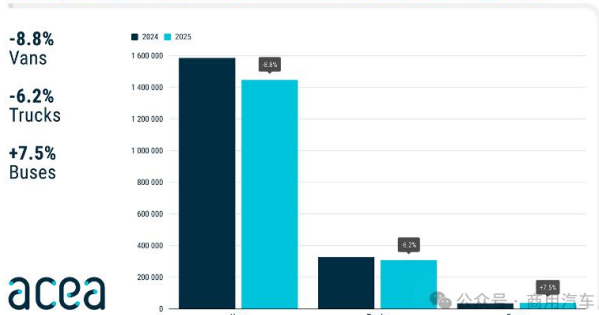


一、2025 年欧盟商用车总体概况

根据 ACEA 报告,2025 年欧盟新登记的商用车总体承压:厢式货车(Vans)注册下降 8.8%,卡车

(Trucks) 下降 6.2%，而公交车 (Buses) 则增长 7.5%。在动力结构上，尽管电动化比重普遍提高，但分布极不均衡。厢式货车的电动化份额上升到约 11.2%，重型与中型卡车的电动化仍然偏低，约在 3%~4% 区间，而公交车的电动化比重显著提升，接近四分之一。

NEW EU COMMERCIAL VEHICLE REGISTRATIONS, FULL-YEAR 2025



二、销量下滑与客车增长的背后原因

销量总体下滑有多重原因。宏观经济不确定性压缩了车队更换节奏，能耗与运营成本上升也让采购决策更谨慎。此外，供应链和金融条件变化使得企业对高价电动和新品更为犹豫。ACEA 明确指出基础设施不足、高能源价格、运营总成本 (TCO) 不

利以及政策体系不一致仍然制约电动化速度。

至于公交车逆势增长，这主要来自于公共采购和城市柴油替换计划的推动。欧洲多国通过城市低排放区、公共交通改造补贴与大额采购合同 (包括大批 e-bus 订单) 刺激了市场，政府预算和气候目标直接带动了公交电动化需求，这也是客车段增长的关键动力。

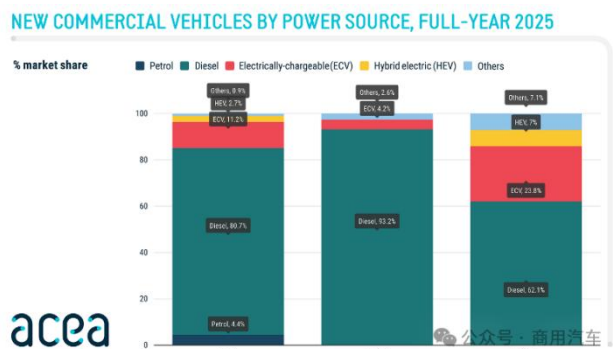
三、为什么厢式货车电动化领先？

厢式货车电动化领先不是偶然，而是多重优势叠加的结果。

首先，使用场景更适合电驱。城市配送、最后一公里配送以及本地服务型车队的日行驶里程和返回仓库频次使得夜间集中充电成为可能。相比长途重载，轻型货车对续航的刚性需求更低。IEA 的观察指出，短途与城市场景是电驱优势最明显的细分市场。

其次，车型技术门槛低。用于厢式货车的电池组容量适中，整车设计与电气化改造成本远低于重卡。同时厂商很快把多款电动 LCV 投入量产，产品线丰富度提升也降低了买家择优的阻力。研究显示，市场上电动厢式货车数量持续增长，未来可选车型将超过传统内燃机车型，这进一步释放了需求。

再次，政策与城市管制形成了“本地购买压力”。城市低排放区和公共采购目标使得运营商和地方政府更倾向于采购零尾气车辆，直接拉动了电动厢式货车的市场渗透。欧盟对轻型车的 CO2 标准也为厂商提供了明确的长期方向。



四、为什么重卡电动化滞后？

重卡（特别是长途牵引车）电动化面临更复杂的制约，主要体现在技术、基础设施、商业模式与监管配套四方面。

技术上，长途重卡需要极高的续航与载重能力。电池能量密度限制导致电动重卡要么牺牲载货量，要么承载更重电池组，从而影响 TCO。IEA 报告指出长途重卡是最难电动化的细分市场，需要在续航、充电速度与车辆成本之间做艰难平衡。

基础设施短板更加致命。重卡所需的充电功率远高于乘用车，megawatt 级别的“兆瓦充电”技术与沿干线大规模部署尚处于试验与早期商业化阶段。尽管 AFIR 规定沿 TEN-T 等干线部署快速充电点等目标，但实际落地需要多年投资和电网升级。德国“Power to the Road”等国家项目虽在推进，但覆盖面与建设速度仍难满足短期内大规模量产车队的需求。

商业模式与 TCO 方面,重卡运营商利润率低,对资本支出极为敏感。即便电动重卡在每公里能耗上更优,购车价格溢价和二手残值不确定性仍然让很多车队选择观望。燃料税、路费及能源价格体系的变化也会影响运营者的换车节奏。Transport & Environment 的分析建议通过采购与鼓励措施对客户形成需求拉动,但短期内效果需要配合基础设施建设。

最后,氢能与燃料电池技术作为替代路径仍在竞争且成本高。氢燃料站网建设、制氢与运输链条尚未成熟,历史上若干氢卡车创业公司遇到资金与商业化瓶颈也暴露了风险。

五、厂商、车队与基础设施运营商的现状与作用

主要 OEM 在轻型车上快速布局,如多家欧洲主机厂已将电动厢货作为产品阵列核心之一。与此同时,重卡厂商在电动化与氢燃料卡车领域

采取双轨策略,既在纯电动短途配送卡车上加大投入,也在燃料电池与液氢加注技术上做试点。ACEA 的成员单位本身就代表了欧洲商用车产业的中坚力量,其成员企业对法规与市场预期高度敏感。

车队方面,大型零售商和物流公司正在分阶段试点电动卡车与电动厢货。对这些“重磅”买家的采购政策将决定市场扩展速度。与此同时,电力公司与专业充电运营商在公共与车队侧充电网络上投入加速,AFIR 的法定目标也为他们提供了政策确定性,但从目标到实际网络规模之间仍存在落差。

六、政策解读及其对未来路径的影响

欧盟在轻型车方面已经设定到 2035 年实现新车零尾气的强制目标,这为厂商在商用轻型车市场的电动化提供了明确时间表。重型车方面,新的 CO2 标准提出了到

2030/2035/2040 的逐步加严目标，虽然长期目标明确，但短中期如何配套基础设施与鼓励机制仍是关键。AFIR 旨在补齐充电与氢加注网络，但法律目标与落地速度之间存在差距。

政策的作用在于缩小不确定性，降低产业投资风险。对轻型车而言，明确的 2035 路径促进了产品投放和车队采购信心。对重卡而言，规则虽然逐步收紧，但若没有对基础设施建设、公共采购与运营补贴的及时配套，单靠厂商自发改造难以快速实现商业化规模。

七、各车型电动化趋势及未来展望

厢式货车：电动化率将在未来几年继续提升。产品选择增多、城市政策与车队更新节奏将持续放大市场。短期障碍主要是电价与充电运营管理，但相比重卡这些问题更容易通过集中充电和智能调度解决。

中型卡车：配送与区域干线用例适合电池化，未来几年会出现稳定增长，尤其是在国家级快充与车队侧充电配套下。

重型长途牵引车：短期内仍以柴油为主。电池电动化受续航与载重制约，氢燃料电池作为补充路径具有潜力，但需要制氢与加注网的规模化支持。政策若能结合采购激励、路权优惠与燃油 / 电价差异化，可能会加速替代。

客车（公交）：因公共部门采购集中、城市气候政策和低排放区扩展，电动公交将持续成为亮点，相关基础设施如 depot 充电和快速换电方案也将跟进，带来规模化效应。

结语

2025 年的欧盟商用车走势告诉我们一个清晰信息：电动化转型正在加速，但并非均匀推进。轻型厢货因场景与成本优势快速上量，公交车因公共采购与城市政策成为先锋；重卡

的彻底替代仍需更深的技术突破、更广的基础设施网络和更有力的政策配套。对于产业参与者而言，接下来的关键不是单点发力，而是把产品、基础设施与政策需求捆绑成可执行的路线图。只要把短期的实施路径和长期的法规目标对齐，未来五到十年，商用车的电动化将从示范走向规模化。

来源：商用汽车