

山东汽车

2026 年第 06 期 (总第 70 期)

山东省汽车行业协会

2026 年 06 月 27 日

协会活动

山东省汽车行业协会应邀出席济宁汽车工程职业学院一周年校庆启动仪式

会员动态

山东重工两项目入选我省 2026 年度制造业数字化转型揭榜挂帅试点项目名单

解放悦图五百台首批交付暨石家庄正洋集团&瞬途闪租战略签约仪式隆重举行

106 台潍柴燃气发电机组交付非洲，保障百兆瓦级电力供应

政策法规

交通运输部等十部门关于印发《促进小微型客车租赁高质量发展三年行动方案（2026-2028）》的通知

行业资讯

燃料电池电动汽车能量消耗量及续驶里程试验方法—A 类车与短缩法

7 月 1 日无人车新国标（GA/T32388-2026）全面落地

中汽中心吴松泉：12 个数据看汽车强则国强

赛迪前瞻：我国氢能产业十年回顾和“十五五”发展建议

忽视中国市场似乎是日本车企的通病

德车企涌入军工赛道、包括奔驰、大众、舍弗勒、马勒...

协会活动

山东省汽车行业协会应邀出席济宁汽车工程职业学院一周年校庆启动仪式



2026 年 5 月 19 日，济宁汽车工程职业学院建校一周年校庆启动仪式在学校报告厅举行。梁山县人民政府党组成员、副县长韦可，山东省汽车行业协会执行秘书长郭金娜，中国移动通信集团山东有限公司济宁分公司总经理陈勇，梁山县委教育工委副书记、县教体局党组副书记王亚，山东省新能源汽车专业委员会主任委员李光耀，梁山县委工信局党组成员、专用汽车产业服务中心主任贾春晖，中国移动通信集团山东有限公司

梁山分公司总经理张晴民，梁山县汽车产业协会执行会长兼秘书长于齐文，奇瑞控股集团、比亚迪商用车售后服务站、吉利远程商用车、联想集团、华为技术有限公司、德国润驰国际贸易有限公司、上海大众联晟汽车服务有限公司、山东元创新能源汽车技术服务有限公司、山东恒远海外实业有限公司、山东梁山劲强数控设备有限公司、通亚汽车制造有限公司、山东唐骏欧铃汽车制造有限公司共 12 家行业头部企业代表及兄弟院校嘉宾出席仪式。学校党委书记王福岱、董事长徐明辉，校董事会、党委会、行政领导班子全体成员，省派党建联络员，各系部主任，全体教职工以及学生代表参会。



校庆仪式上。学校党委书记王福岱致欢迎词。他全面回顾办学一年成效：一是党建引领夯实根基，学校贯彻党的教育方针，完善治理结构，深化“党建+”校地融合；二是内涵发展激活动能，学校紧扣区域与新兴产业需求设专业，引进高层次人才，配齐实训设施，提升办学实力；三是产教融合搭建平台，学校推进“引校进企、引企进校”，牵头成立济宁市专用汽车产教融合共同体，与多家行业头部企业共建基地、共研课程，师生获省级以上奖项 30 余项，成效显著。他表示，学校将锚定高水平技能型大学目标，推动企业“三张清单”转化为育人清单，助力区域产业振兴。



郭金娜代表行业致辞中表示：山东汽车产业正加速向新能源化、智能化、高端化转型，技能人才紧缺。学校作为济宁唯一汽车工程特色高职院校，定位精准、势头强劲，构建起产教适配育人体系。协会将持续赋能，推动育人标准与行业需求同频共振。

梁山县人民政府副县长韦可发表讲话，高度肯定学校一年来的办学成效。对学校、企业和师生提出三点

希望，一是以这次校庆为新起点，坚守立德树人根本任务，深耕汽车特色办学。二是支持学校建设，拓展合作维度，共同打造产教融合的示范标杆。三是全体教师弘扬教育家精神和工匠精神，潜心教书、精心育人。全体同学练就过硬本领，在汽车产业蓬勃发展的浪潮中书写青春华章。

仪式现场，多项产教融合重磅成果集中落地。县人民政府副县长韦可、山东省汽车行业协会执行秘书长郭金娜、山东恒远海外实业有限公司董事长李同雷、学校董事长徐明辉共同为智能汽车产业学院揭牌；奇瑞控股集团授予学校产教融合联盟成员单位牌匾，联想集团授予学校信创运维实训中心牌匾。

山东元创新能源汽车技术服务有限公司捐赠实训车辆；学校与吉利远程商用车、德国润驰国际贸易有限公司、中国移动通信集团、华为技术有限公司、联想集团等 10 家知名企

业签署战略合作协议，构建校地企行共赢发展新格局。

最后，学校校



长刘翠兰作总结发言，她表示，此次校庆启动仪式既是对学校一年办学成果的全面总结，更是迈向高质量发展的全新起点。未来，学校将以此次校庆为契机，坚守立德树人初心，深耕汽车职教特色，持续深化产教融合，为区域产业振兴作出新的贡献。

来源：山东省汽车行业协会

聚力产业链协同发展 深化上下游合作共赢—— 山东省汽车行业协会与山东省 汽车配件商会座谈交流

聚力产业链协同发展

深化上下游合作共赢

2026 年 6 月 5 日下午，应山东省汽车配件商会邀请，山东省汽车行业协会执行秘书长郭金娜一行莅临山东省汽车配件商会走访座谈交流，商会会长倪付庆热情接待，秘书长敬同如等陪同座谈。

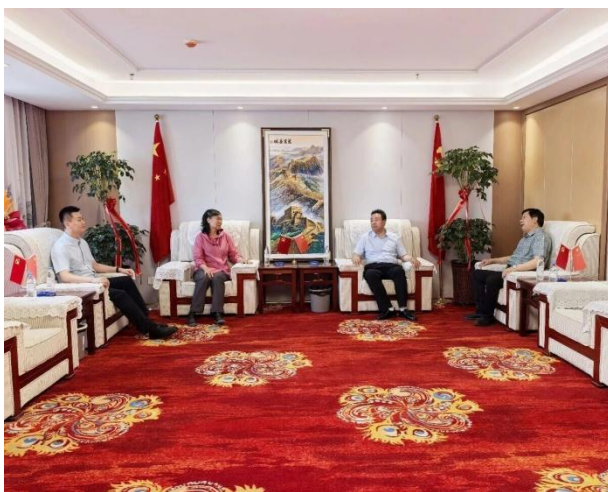
同心聚力 共铸辉煌



协会一行的到来，受到商会的热烈欢迎和热情接待。倪付庆会长介绍了商会近年来的发展概况、政治引领、重点工作开展情况、会员服务体

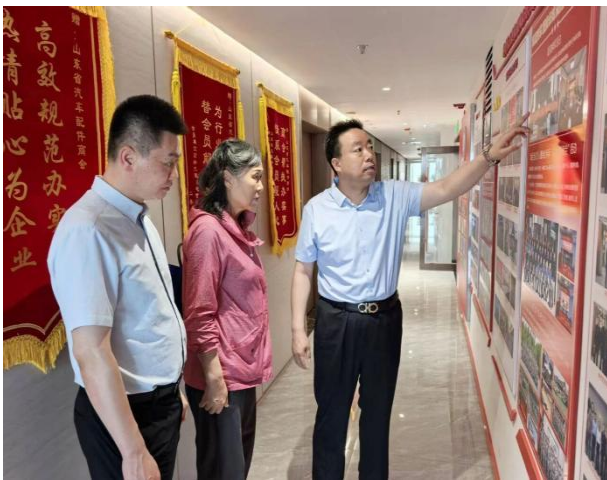
系建设以及当前汽配行业发展态势等核心内容。

倪付庆表示，汽车行业与汽配产业唇齿相依、密不可分，整车产业的发展离不开优质汽配产业的支撑，希望双方以此次座谈为契机，搭建常态化沟通桥梁，持续深化多领域、深层次合作，资源共享、优势互补，携手破解行业发展难题，助力全省汽车及汽配产业协同升级、聚力发展。



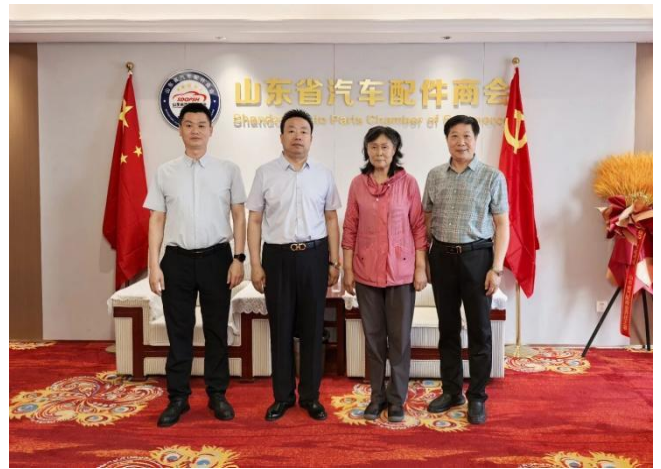
双方围绕行业资源整合、政企桥梁搭建、行业交流活动开展、会员服

务提质、产业内外贸融合发展、行业标准共建等重点领域展开深入细致的交流探讨,积极交换工作经验与发展思路,针对行业当下机遇与挑战、未来发展方向等关键问题达成高度共识。



郭金娜对山东省汽车配件商会的工作成效、服务理念和行业担当给予充分肯定。郭金娜表示,汽配产业是汽车产业链的重要基础,对整个汽车产业的稳健发展起到至关重要的作用。希望双方持续加强常态化互动交流,充分发挥各自平台优势,整合行业资源、凝聚发展合力,在行业调研、展会联动、企业赋能、产业升级等方面深化务实合作,共同助力山东汽车全

产业链高质量、一体化发展。



聚势谋远 再启新程

此次座谈交流搭建了两大行业协会高效对接、互通共进的优质平台,有效拉近了双方距离、凝聚了行业发展共识。

下一步,山东省汽车行业协会将持续加强与各级行业协会的沟通联动,积极借鉴优秀工作经验,不断创新服务模式、提升服务质效,充分发挥协会平台纽带作用,团结带领广大会员企业深耕主业、创新发展,促进汽车整车与汽配产业的交流合作,共同推动山东省汽车产业向高质量发展。

来源: 山东省汽车行业协会

会员动态

山东重工两项目入选我省 2026 年度制造业数字化转型揭榜挂帅试点项目名单

近日,山东省工业和信息化厅公示了 2026 年度制造业数字化转型揭榜挂帅试点项目名单,山东重工旗下中国重汽“商用车全链多场景多主体协同一体化数字赋能平台”入选产业链链式转型方向项目,中通客车“基于工业互联网的智能生产管控一体化平台项目”入选工业互联网平台+大模型(生产制造方向)项目,名列全省 75 个入选试点项目。

2026 年度制造业数字化转型揭榜挂帅试点项目名单

序号	榜单方向	项目名称	牵头单位	联合体单位
3	产业链链式转型	面向商用车全链多场景多主体协同一体化数字赋能平台	中国重汽集团济南动力有限公司	
31	工业互联网平台+大模型(生产制造方向)	基于工业互联网的智能生产管控一体化平台项目	中通客车股份有限公司	

自山东省 2024 年启动“工赋百景”制造业数字化转型揭榜挂帅试点

工作以来,项目依托“政府张榜、企业揭榜”市场化机制,按照技术赋能、链式转型、载体赋能三类方向,围绕工业互联网+安全生产、工业互联网+绿色低碳、5G 工厂、产业链供应链数字化等细分方向,布局培育一批重点场景、重点产品、公共支撑、示范应用任务,加快工业互联网等新技术新模式向工业生产各领域各环节拓展,分类分级形成产品服务和解决方案,助力制造业提质、降本、增效、绿色、安全发展。

中国重汽

入选项目采用“一平台、六中心、多应用”总体架构,以链式转型平台为核心,统筹构建研发协同、生产协

同、供应商管理、客户服务协同、数据智能、质量追溯六大能力中心，覆盖产业链协同研发、制造、数据贯通、智能服务等多个应用场景，以打通产业全链路数据为核心目标，带动上下游企业协同转型，全方位提升产业链整体竞争力。

中通客车

入选项目覆盖平台化设计、数字化管理、网络化协同三大核心场景，以工业互联网为底座、生产大模型为智能引擎，构建覆盖全生产环节的智能管控中枢。深度整合设备、工艺、物料、质量、人员多维生产要素，破解传统制造作业协同低效、设备运维滞后、仓储物流不畅、质量管控被动等行业共性难题，全面满足离散制造业轻量化、柔性化、国产化转型需求。

多年来，山东重工持续夯实智能制造建设成果，深耕工业机器人、工业大模型落地应用，打通整车及零部

件研发、生产、供应链数字化壁垒，通过龙头牵引带动上下游产业链数字化改造，形成了可复制、可推广的制造业数字化转型经验。目前，集团拥有潍柴全球首个发动机数字化无人工厂等一批世界一流制造基地，全球灯塔工厂 1 家、国家领航级智能工厂 1 家、卓越级智能工厂 6 家、国家级绿色工厂 11 家，智能制造水平稳居行业前列。

下一步，山东重工将高标准推进两大试点项目落地建设，持续深化工业互联网与 AI 大模型融合应用，充分发挥链主企业引领作用，以项目建设赋能产业链上下游协同转型，全力打造高端装备制造业数字化、智能化转型标杆样板，为山东建设先进制造业强省贡献重工力量。

来源：山东重工资讯

解放悦途五百台首批交付暨石家庄正阳集团&瞬途闪租战略签约仪式隆重举行

6月2日，解放悦图五百台首批交付暨石家庄正洋集团&瞬途闪租战略签约仪式在解放青汽公司隆重举行。一汽解放党委副书记、工会主席王浩，石家庄正洋集团创始人张晓生出席活动，一汽解放、石家庄正洋集团、瞬途闪租相关人员及媒体嘉宾共同见证。



王浩在致辞中指出，一汽解放在持续巩固中重卡主航道优势基础上，坚定实施“做大轻型”战略，以更全品类布局，贯通全国物流骨干网络与城乡末端配送体系，打通“最后一公里”，实现全场景覆盖，支撑解放向

“中国第一、世界一流”商用车企业加速迈进。悦图小卡应运而生，是我们“做大轻型”战略落地的重要实践，是做强“解放”民族商用车品牌的关键支撑，也是我们履行央企使命、助力高效物流的必然选择。他代表一汽解放作出三点承诺，一是将坚持以用户为中心，做强产品过硬品质；二是将坚持以服务为纽带，消除伙伴后顾之忧；三是将坚持以共赢为基石，携手共拓合作价值。



解放青汽公司总经理、党委书记纪胜师表示，悦图小卡是解放在轻型车产业的又一重要落子，承载了解放

未来做大做强轻型车产业的重要使命。为了更好地满足客户需求，解放青汽公司精准匹配市场需求，整合了专业的研发团队、先进的制造工艺与可靠的供应体系，并结合实际运营场景，围绕动力性、安全性、节能性、舒适性、维保便捷性等对产品进行了全方位的精细调校，为客户提供多动力、多上装的一站式解决方案。



石家庄正洋集团总裁杨十全表示，本次 500 台解放悦图小卡将由石家庄正洋集团交付瞬途闪租，最终全面投放市场，服务全国即时配送运力需求。未来，石家庄正洋集团将继续发挥渠道、服务、资源优势，与一汽解放深化合作、与瞬途闪租紧密协同，以优质车源、完善售后、高效响

应，全力保障 500 台解放悦图稳定运营，助力物流行业绿色低碳转型。

解放青汽公司轻型车产品线开发院院长张翔介绍了解放悦图小卡的产品价值。解放悦图小卡产品核心凝练“真大、真宽、真舒适”三大亮点，从驾乘体验、安全防护、装载能力三大维度，解决行业痛点，为广大运输从业者打造专业化、人性化、智能化的新能源运输工具。

在驾乘体验上：

1810mm 超宽驾驶室+乘用级人体工学座椅，座椅通风按摩多向调节实现轿卡级舒适体验。

在安全防护上：

行业唯一前刹双回路双缸制动系统+行业最大三层缓冲防护空间，守护用户每一次出行。

在装载能力上：

1780mm*1760mm 超大货厢+前 920mm*后 780mm 高强度车架，聚焦用户核心增收需求。



在全场嘉宾的共同见证下，解放青汽公司与石家庄正洋集团、瞬途闪租签署战略合作协议，标志着三方在城配物流领域的深度合作正式启航。



解放青汽公司副总经理兼轻型车产品线总经理兼轻型车营销中心总经理裴国权向瞬途闪租公司代表交付悦图小卡钥匙，标志着首批 500 台悦图小卡正式投入市场。

本次交付暨签约仪式的成功举办，标志着解放悦图小卡在市场开拓中迈出了坚实一步。未来，解放青汽公司将继续以优质产品为纽带、以全程服务为保障、以长期共赢为目标，为广大用户提供更优的绿色智能交通运输解决方案，与合作伙伴、客户朋友们携手奋进，共同推动中国物流运输行业蓬勃发展！



来源：一汽解放青岛

“阀”现新生：电磁阀硬核升级 防卡滞、控温升、秒装配

工程车悬浮桥系统的稳定运行，核心命脉在于控制其升降的电磁阀的可靠性。为全面提升产品性能，时代事业部卡车技术中心悬架设计团队以“严谨 细致 专业 担当”的工作作风，展开了一场从需求洞察到设计创新、再到试验验证的全流程攻坚。

深耕一线：用“笨功夫”摸清真实工况



团队深入工程车作业最前沿，系统采集不同负载、温湿度及通断电频率下电磁阀的动作响应、电流特性和温升数据，最终梳理形成详实的工况

图谱。图谱精准揭示出三大“拦路虎”：在粉尘大、油污重、持续通电时间长的极端环境下，传统电磁阀面临抗污染能力弱、线圈热管理差、装配效率低三大痛点。团队当即锁定这三个核心方向，集中火力展开攻关。

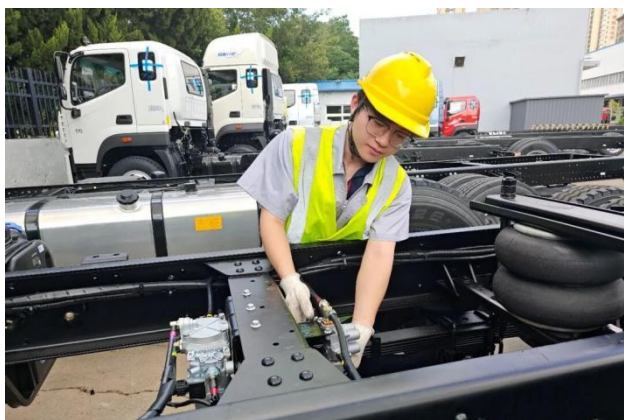
双核攻坚：直动式结构防卡滞，
节能模块降发热



抗污染方面，团队果断摒弃内部通道细、拐弯多的传统先导式结构，创新开发出两联体直动式方案，把“防护门”设在最前沿——密封圈直接布置在阀芯端部，抗污染能力显著增强，从设计源头解决了卡滞隐患。

不仅如此，团队同步开发了集成智能节能模块的控制策略，给电磁阀装上一颗“会思考的心脏”，自动调节电流动态，实现线圈温度的动态调节。即使在连续几十小时通电的极限工况下，温升也能被牢牢控制，确保电磁阀冷静、稳定地持续工作。双重突破，让复杂环境下的电磁阀可靠性实现了质的飞跃。

装配革命：螺纹换快插，90 秒缩至 9 秒



装备环节，团队走进生产现场，亲自体验了传统螺纹连接方式：电磁阀气路需要三个接口，每个接口都得用单扳手一圈圈紧固。在狭窄的车架空间里，操作者小心翼翼，单个接口耗时约 30 秒，三个接口总计 90 秒。

费时费力不说，稍不留神就会被周围零部件的锐边划伤手。然而，一线操作人员早已习以为常，从未有人抱怨。团队看在眼里，当即决定：“不能让员工把时间耗在低效且危险的重复劳动上，必须改！”

经过多方案对比与反复验证，团队最终将传统螺纹接头升级为快插式接头，新型接头实现了“即插即用”——单个接头装配时间骤降至 3 秒，三个接口总共仅需 9 秒，装配效率提升约 90%。同时，人为操作偏差被消除，产品一致性与售后维护便捷性大幅提升。当改进后的方案投入产线，一线员工们纷纷竖起大拇指：“这回干活又快又安全，真中！”这朴实的点赞，成为团队最有分量的奖杯。

严苛验证：两万公里路试铸就可靠品质

“真金不怕火炼”，新型两联体电磁阀在台架上连续完成 50 万次动作耐久性测试，同步模拟电压波动、

温度交变、振动冲击等极限条件。随后搭载实车，投身山路、砂石坏路、工地便道等多轮路试，累计运行超过两万公里。产品各项性能指标稳定满足设计要求，可靠性较原有方案大幅提升，真正实现了高性能与高性价比的统一。

目前，这款搭载智能节能模块的两联体电磁阀已在多款 6×2 工程车悬浮桥系统中批量应用，并顺利通过严苛质量评审。凭借出色的平台适配性和工况适应能力，该技术正逐步推广至更多车型。

从深入一线洞察需求，到重构系统开展创新，再到自主验证迭代优化。这次突破，正是时代事业部践行“敢闯 敢试 敢赢”核心价值观的生动实践。未来，时代事业部将继续以技术为根、以用户为中心，为产品注入更强竞争力，决胜“双过半”，向着“全球规模领先的轻微型商用车企业”的目标扎实迈进！

来源：北汽福田新时代

106 台潍柴燃气发电机组交付非洲，保障百兆瓦级电力供应

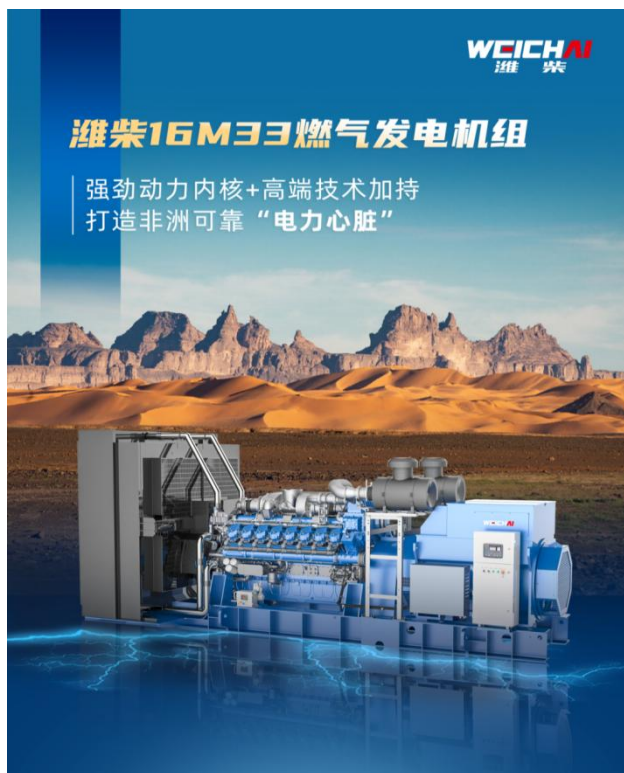
近日，106 台潍柴 16M33 燃气发电机组顺利交付非洲某燃气发电项目，目前已进入最终调试阶段。

机组总装机容量 95.4 兆瓦，将以强劲“中国动力”为客户项目提供

24 小时连续高效电力支持，保障商业运营有序开展。

当地气源储量充沛，但电力基建薄弱、供电不稳等问题长期存在，电力需求逐年攀升。潍柴因地制宜，凭

借高端燃气发电机组深厚技术积累、全球市场经验以及快速交付能力，赢得客户专业认可，成为该项目核心电力设备供应商。



1

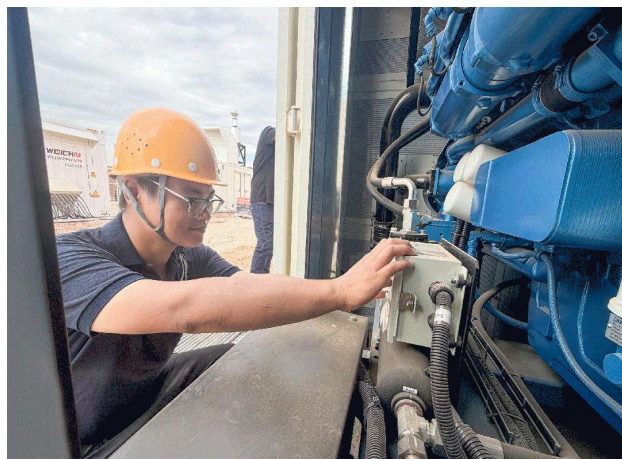
智能控制系统：实时精准监测、智能动态调节，确保机组在不同负载状态下保持最优运行效率。

2

环境适应性强：产品历经严苛“三高”验证，针对非洲高温沙尘环境专项优化，恶劣工况运行稳定。

3

集成化产品设计：机组高度集成，运输安装高效便捷，助力项目快速部署，落地投产。



4

高效发电配置：电力输出稳定优质，满足该项目持续用电需求。

潍柴深耕非洲电力市场多年
品牌口碑深入人心

此次项目，从前期技术对接、设计生产，到设备安装调试、后期运维，潍柴为客户打造了一套可靠、高效、稳定的一站式电力解决方案，以全生命周期 TCO 服务护航设备可靠运行，再度印证潍柴高端电力能源产品的国际竞争力。

来源：潍柴咨询

数智赋能，智启新程—凯马汽车成功入选 国机集团 2026 年度首批智能工厂

祝贺山东凯马汽车制造有限公司!近日，中国机械工业集团有限公司正式发布 2026 年度基础级智能工厂（第一批）认定结果，恒天资产管理企业凯马汽车申报的“TSP 数字领航智能工厂”项目，凭借扎实的数智化建设成效脱颖而出，成功入选。



近年来，凯马汽车紧扣智能制造发展浪潮，全面深化数字化转型，系统性推进智能生产管控、工艺数字赋能、精益生产提效、多维数据融合等核心建设。通过深挖汽车工业智联数据价值，企业实现研发、生产、营销、服务全链路深度集成，全价值链协同

效能显著跃升。在生产效率、产品品质、运营成本等关键维度成果斐然，已构建起生产全程可视可控、产品质量全程可溯、运营管理精准精细、数据资产规范治理的智能化体系。数智化转型不仅夯实了产品核心竞争力与创新动能，更依托车联网大数据精准洞察市场趋势、捕捉行业机遇，为客户提供定制化、智能化解决方案，高效灵活应对市场变化。



此次获评代表着新的开始和希望，既是国机集团对凯马汽车智能制造实力、精细化管理水平与高质量发展成果的高度肯定，更是企业转型升

级的重要里程碑。面向未来，凯马汽车将以此次入选为新起点，持续深耕

“TSP 数字领航”战略，迭代升级智能化建设水平，加速向更高层级智能

制造迈进，以硬核智造实力驱动企业高质量发展。

来源：凯马汽车

学院成功举办“产教协同，校企共进”职业教育发展会议

5月29日上午，“产教协同 校企共进”职业教育发展会议在学院博雅楼弘毅堂开幕。来自中国及东南亚多国的领导专家、院校代表、企业嘉宾齐聚泉城，围绕职业教育高质量发展、产教深度融合、校企协同创新与“一带一路”国际合作等议题深入交流，共商职教发展大计，共绘产教融合蓝图。

本次会议以“产教协同 校企共进”为主题，搭建国内外职业教育高端对话、经验分享与合作对接平台，推动教育链、人才链、产业链、创新链深度融合，助力职业教育更好服务产业转型与国际产能合作。会议由学

院主办，山东省教育厅、济南市委外办及济南市教育局指导，全国高等职业学校校长联席会议、“一带一路”职业教育产教联合体、“一带一路”产教协同联盟协同支持。

开幕式上，学院、济南市教育局、东南亚教育部长组织职业技术教育与培训区域中心、全国高等职业学校校长联席会议及山东省教育厅相关领导先后致辞，围绕深化产教融合、推进校企协同、拓展国际合作等核心议题，分享实践经验、凝聚发展共识，为职业教育高质量发展指明方向、注入动能。

会上,教育部职业教育发展中心副主任黄辉、中国常驻联合国教科文组织原大使衔代表杨进等专家,从中国职业教育政策导向、战略任务、改革实践和全球价值等维度作主旨讲话;老挝、越南等国职教部门负责人及国内院校、企业专家,围绕职教现代化、国际合作、职教出海、企业人才本土化培养等分享经验,探索产教协同、校企共进的新模式、新机制。



会议举行了“一带一路”职业教育“双百计划”项目立项单位证书颁发仪式,44所院校获颁立项证书,进一步壮大职教国际合作力量,推动院校与出海企业精准对接、定向育才。中外嘉宾围绕国际化人才培养开展圆桌对话,聚焦产教融合、校企协

同、跨国育人路径,凝聚共识、共谋发展。



此次会议的举办,是深入推进现代职业教育体系建设改革、深化产教融合校企协同、拓展“一带一路”职教国际合作的重要举措。会议既展现了中国职业教育改革发展的丰硕成果,也搭建了中外职教互学互鉴、携手共进的合作桥梁。未来,各方将以此次会议为契机,持续深耕产教融合、拓展国际合作,培育更多高素质技术技能人才,为服务产业转型升级、构建人类命运共同体贡献职教力量。

来源:迈赫股份

政策法规

交通运输部等十部门关于印发《促进小微型 客车租赁高质量发展三年行动方案 (2026-2028) 》的通知

各省、自治区、直辖市、新疆生
产建设兵团交通运输厅（局、委）、
发展改革委、公安厅（局）、商务厅
（委、局）、文化和旅游厅（局）、
市场监管局（厅、委），各金融监管
局，各地区铁路监管局，民航各地区
管理局，各铁路局集团公司：

现将《促进小微型客车租赁高质
量发展三年行动方案（2026—2028
年）》印发给你们。请结合实际，抓
好贯彻落实。

交通运输部 国家发展改革委
公安部

商务部 文化和旅游部 市场
监管总局

金融监管总局 国家铁路局 中
国民用航空局

中国国家铁路集团有限公司

2026 年 6 月 1 日

（此件公开发布）

促进小微型客车租赁高质量发
展三年行动方案（2026—2028 年）

小微型客车租赁是公众出行的
重要方式，是激发消费潜能、培育壮
大服务消费的重点领域。为贯彻落实
党中央、国务院关于提振消费的决策
部署，促进小微型客车租赁高质量发
展，制定如下行动方案。

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,深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,坚持“市场主导、政府引导,用户为本、安全至上,创新服务、融合发展”原则,着力完善小微型客车租赁服务网络,提高服务能力和品质,加快构建规范有序、安全便捷、绿色智慧、富有活力的小微型客车租赁市场体系,推动小微型客车租赁行业高质量发展,更好满足人民群众多样化、高品质出行需求,为扩内需、促消费提供新场景、新动能,服务加快建设交通强国。

力争到 2028 年,推动建成布局合理、便捷高效、安全优质的小微型客车租赁服务网络,实现民航机场、高铁车站网点覆盖,引导重点省域及热门线路沿线免费或低费异地还车,“高铁/民航+落地租车”模式基本普及,数智化服务全面推广,小微型客车租赁成为群众自驾出行的重要选择。

二、完善租赁服务网络

(一)推进客运枢纽租赁服务覆盖。有序推动民航机场、高铁车站租赁网点覆盖,具备条件的年吞吐量 100 万人次以上民航机场、二等及以上高铁车站设置租赁服务网点,加快发展“高铁/民航+落地租车”服务。通过设置自助取还车点、提供枢纽取还车服务、提供枢纽至门店摆渡接驳服务等方式,力争实现民航机场、高铁车站租赁服务覆盖。督促民航机场、高铁车站按照相关标准,规范设置租赁服务导向标识。

(二)完善重点区域租赁网点布局。推进在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等城市群和 5A 级旅游景区所在地,依托城市交通枢纽、租赁服务网点、景区旅游服务中心等,为旅客提供租车咨询、车辆取还、异地还车、车辆查验等一站式服务。支持小微型客车租赁企业(以下简称租赁企业)结合旅游

资源、精品自驾旅游公路等，科学设置租赁服务网点。

（三）完善停车充电等配套设施。鼓励租赁企业投放新能源汽车。加快推动高速公路服务区充电设施建设，2028 年底前高速公路服务区（含停车区）新建改建 60 千瓦以上功率电动汽车充电设施（充电枪）3 万个，围绕旅游公路、国省干线、“四好农村路”等规划布局充换电设施。引导民航机场、高铁车站、汽车客运站等与租赁企业加强合作，为租赁车辆停放和充电提供便利。

三、提高租赁服务便利化水平

（四）扩大免费异地还车服务供给。支持租赁企业优化资源配置，加强信息共享，到 2028 年底前实现重点旅游地区、京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等城市群免费异地还车。依托行业协会等探索建立跨区域租赁企业合作联盟，推动联盟内企业间共享资源，提供免

费异地还车服务。推动租赁车辆备案信息跨区域互认，满足异地还车服务需求，2027 年底前实现租赁车辆“一地备案、省内通用”，2028 年底前实现京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等城市群租赁车辆备案互认。

（五）优化租车便民举措。优化承租人机动车驾驶证线上查验流程，有序推动承租人身份信息与机动车驾驶证信息“一号查验”。优化道路交通安全违法行为处理流程，推动租赁车辆交通违法处理等便利举措落地。引导租赁企业和电商平台全面推行“信用免押租车”、上门取送车、“无车免费升级”等便民服务。支持租赁企业利用人工智能、物联网等技术，优化车辆动态调配机制，提供车型智能推荐、VR 看车、全流程无接触自助取还车等服务。优化外籍承租人证件信息查验，鼓励市场服务主体提供多样化支付方式，提升外籍来华

人员支付便利性。引导重点租赁企业在线上租车 APP 增加“一键救援”功能，2027 年底前实现重点企业全覆盖。

四、规范租赁市场秩序

（六）规范企业经营行为。制定推广租赁合同示范文本，明确承租双方权利义务、押金退还、事故和违章处理、违约责任等事项，严厉打击“天价定损”等侵害消费者合法权益行为。引导租赁企业健全完善出车必检、定期维保、故障救援等安全管理制度，确保租赁车辆安全、卫生状况良好。加强租赁电商平台监管，督促电商平台严格落实资质资格审核义务。充分发挥 12328、12345 等热线电话作用，畅通消费者投诉渠道；引导租赁企业公开客服热线及线上投诉渠道，鼓励实行 24 小时在线服务。

（七）建立完善信用体系。制定小微型客车租赁企业服务质量信用评价管理办法，明确评价指标和评价

流程。强化交通运输信用体系应用，定期公布租赁企业投诉率、服务满意度等情况，完善租赁企业和承租人奖惩机制。推动依法共享承租人逾期未处理交通违法、恶意拆解和变卖租赁车辆等不良行为信息，联合抵制不良承租行为。严厉打击恶意骗租、抵押、变卖租赁车辆等违法行为。

五、拓展租赁市场空间

（八）加大金融保险支持。科学厘定租赁车辆保险基准费率，引导保险企业优化保险服务供给。加大“车险好投保”平台宣传力度，鼓励汽车企业强化安全和维修经济性管理，推动解决新能源车辆投保难问题。引导融资租赁企业与租赁企业合作，综合采取融资支持等措施，培育壮大经营主体。

（九）促进租赁与旅游融合发展。充分衔接精品自驾旅游公路布局，完善沿线租车服务网络，推动沿线城市免费异地还车服务，加强应急

救援服务体系建设,建立车辆故障应急置换机制。支持租赁企业与旅行社、景区、酒店、民宿等开展市场化合作,推出“租赁+门票”“租赁+酒店”等一站式服务产品,为承租人提供线路推荐、行程策划等多元化服务。鼓励租赁企业拓展服务链条,一站式提供自驾游沿线景区景点、地理人文、取还车网点、停车充电、应急救援等信息服务。

(十)促进租赁与汽车产业融合发展。充分发挥行业协会作用,引导中小型租赁企业抱团集采,共享汽车生产企业合作资源与优惠政策。引导租赁企业与汽车生产企业建立车辆批量采购和回购机制,通过参股、合作经营等方式深化合作,积极开展新车联合营销、深度试驾体验等业务。支持具备条件的租赁企业开展二手车出口经营活动,加快租赁车辆更新,积极打造“租赁汽车转出口”模

式。支持租赁企业拓展汽车维修等汽车后市场服务。

六、营造良好发展环境

(十一)完善租赁法规政策体系。在《道路运输条例》修订中研究论证将小微型客车租赁管理纳入条例予以规范。研究修订《小微型客车租赁经营服务管理办法》,优化完善相关制度要求。修订《道路交通安全法机动车类型》等标准,优化租赁车辆使用性质。

(十二)强化市场运行监测。充分利用信息技术手段,建立完善租赁市场运行监测体系。建立重点企业联系制度,加强车型结构、车辆数量、租赁价格、订单数量等监测分析,动态掌握行业运行情况。强化节假日期间重点城市租赁市场监测预警。

(十三)加强宣传引导。聚焦高校学生、银发人群等重点群体,组织开展针对性宣传推介活动,积极培育

租车消费理念。鼓励租赁企业结合地方特色开发租车出行主题文创产品，创新宣传方式，加强品牌转化。重大节假日期间，综合采取新闻报道、专题专栏、公益广告、短视频、网络直播等形式，全方位、多角度、立体化开展租车出行宣传，营造良好舆论氛围。

各地各有关部门要切实加强组织领导，强化跨部门协同配合，共同推动解决小微型客车租赁发展面临的新情况新问题，加强典型经验总结推广，加快推动小微型客车租赁行业高质量发展。

来源：中华人民共和国交通运输部

两部门约谈提醒涉嫌非理性竞争汽车生产企业

6 月 11 日，工业和信息化部、市场监管总局对涉嫌存在非理性竞争行为的汽车生产企业进行约谈提醒，要求企业严格遵守《中华人民共和国价格法》《关于制止低价倾销行为的规定》等法律法规规章，按照《汽

车行业价格行为合规指南》要求，加强价格合规建设，强化产品质量管控，切实保护消费者合法权益，共同维护优质优价、良性竞争的市场秩序。

来源：工业和信息化部装备工业一司

工信部组织开展 2026 年度道路机动车辆生产企业及产品生产一致性监督检查工作

工业和信息化部近日印发通知，组织开展 2026 年度道路机动车辆生

产企业及产品生产一致性监督检查工作。检查范围包括已获得准入许可

的道路机动车辆生产企业及产品。检查工作包括企业生产一致性保证能力相关监督检查和产品生产一致性监督检查。对于检查发现的生产一致性保证能力等发生重大变化、不能持续保持生产准入条件的道路机动车辆生产企业,相关产品不符合国家标准和生产一致性管理要求的道路机动车辆生产企业,将采取公开通报、暂停相关产品《公告》、暂停企业新产品申报等处理处罚措施。

关于组织开展 2026 年度道路机动车辆生产企业及产品生产一致性监督检查工作的通知

工通装函〔2026〕232 号

各有关道路机动车辆生产企业、道路机动车辆检验检测机构:

为落实道路机动车辆生产企业及产品准入管理有关要求,进一步强化事中事后监管,督促整车企业加强供应链管理,提升生产一致性和质量安全水平,维护公平竞争市场秩序,

保障消费者合法权益,促进汽车产业健康可持续发展,工业和信息化部装备工业一司决定组织开展 2026 年度道路机动车辆生产企业及产品生产一致性监督检查工作。现将有关事项通知如下:

一

检查范围

已获得准入许可的道路机动车辆生产企业及产品。

二

检查地点

道路机动车辆生产企业、产品经销场所等。

三

工作安排

(一)企业生产一致性保证能力

相关监督检查

1. 现场检查

赴道路机动车辆生产企业开展检查,通过核查人员能力、生产/检

验设备、采购的原材料和零部件总成及其供应商、生产工艺、

工作环境、管理体系等情况，确认企业是否具备生产一致性保证能力、产品能否满足批量生产一致性的控制要求。

2. 处罚措施

对于生产一致性保证能力等发生重大变化、不能持续保持生产准入条件的道路机动车辆生产企业，采取公开通报、暂停相关产品《公告》、暂停企业新产品申报等处罚措施。

(二) 产品生产一致性监督检查

1. 抽取样品

坚持问题导向，赴道路机动车辆生产企业、产品经销场所等抽取样车和部分关键零部件，加大对非理性竞争问题反映多、生产一致性和质量安全风险较高等企业相关车型的抽查力度。样品抽取后，对样品软硬件状

态进行封样，转送至有关道路机动车辆检验检测机构。

2. 检验检测

组织有关道路机动车辆检验检测机构对送检样品开展相关国家标准符合性等检验检测，重点开展整车结构参数核查、整车碰撞、电动汽车安全要求等整车检验检测项目和电动汽车用动力蓄电池包安全要求等零部件检验检测项目。同时，随机抽取部分样品开展交叉复检，加强对道路机动车辆检验检测机构工作质效监督检查。

3. 处罚措施

对于经检验检测相关产品不符合国家标准和生产一致性管理要求的道路机动车辆生产企业，采取公开通报、暂停相关产品《公告》、暂停企业新产品申报等处罚措施。

四

工作要求

各有关道路机动车辆生产企业要高度重视，积极配合监督检查工作，进一步落实生产企业主体责任，加强供应链管理，强化生产一致性保证能力，守牢产品生产一致性和质量安全底线。样品封样后，道路机动车辆生产企业不得通过软件在线升级方式违规变更任何车辆技术参数。

各有关道路机动车辆检验检测机构要依法依规、公正客观、高质高

效开展检验检测，积极配合监督检查工作，按要求对有关检验检测过程进行影像记录，于收到样品后 1 个月内完成全部检验检测，切实提升工作质量。

特此通知。

工业和信息化部装备工业一司

2026 年 5 月 19 日

来源：工业和信息化部装备工业一司

全链条扩大汽车消费最新举措

开展汽车流通消费改革试点、培育壮大汽车后市场消费是我国全链条扩大汽车消费的重要抓手。6 月 23 日，商务部等部门发布两项通知，加力推动全链条扩大汽车消费。当日，商务部等 8 部门发布通知，公布了 40 个汽车流通消费改革试点城市及其重点改革创新方向。例如，天津以汽车改装、传统经典车、汽车赛事为重点，辽宁沈阳以二手车流通为重

点，江苏扬州以房车露营为重点，陕西渭南以报废车回收利用为重点等。通知要求各试点城市结合本地产业特色、市场特点、资源禀赋、区位条件、功能定位等实际情况，针对汽车流通消费不合理限制等堵点问题，完善改革创新举措，培育汽车消费新场景新业态新模式，带动商旅文体健融合发展。与此同时，商务部等 9 部门同步发布了关于培育壮大汽车后市

场消费若干措施的通知。通知围绕规范有序发展汽车改装、支持发展房车露营产业、培育传统经典车新业态、优化汽车维修和保险服务供给、积极发展汽车赛事运动、推动汽车租赁创新融合发展 6 方面提出 17 条措施。

汽车流通消费改革试点城市名单

附件

汽车流通消费改革试点城市名单

序号	省（区、市）	城市	重点改革创新方向
1	北京	朝阳	汽车改装
2		顺义	智能网联汽车推广应用、传统经典车
3	天津	天津	汽车改装、传统经典车、汽车赛事
4	河北	雄安新区	汽车租赁、汽车信息平台
5		保定	汽车赛事
6		沧州	报废车回收利用
7	山西	运城	汽车文化、汽车消费绿色转型
8	内蒙古	包头	汽车赛事
9		鄂尔多斯	汽车赛事、汽车文化
10	辽宁	沈阳	二手车流通
11	吉林	长春	汽车文化
12	黑龙江	大庆	汽车赛事、二手车流通
13	上海	嘉定	传统经典车
14	江苏	扬州	房车露营
15		无锡	智能网联汽车推广应用
16	浙江	杭州	优化汽车限购、汽车流通消费综合改革承载区
17		绍兴	汽车文化、汽车赛事
18	安徽	合肥	汽车产销一体管理服务新模式
19		芜湖	汽车消费绿色转型、二手车流通

序号	省（区、市）	城市	重点改革创新方向
20	福建	福州	汽车赛事、二手车流通
21	山东	青岛	房车露营、传统经典车
22		淄博	优化汽车使用环境
23	河南	郑州	汽车文化、汽车赛事
24	湖北	武汉	汽车信息平台
25		十堰	汽车文化
26	湖南	株洲	构建“展—赛—销”一体化汽车生态体系
27	广东	广州	优化汽车限购和使用环境、汽车改装
28		深圳	优化汽车限购和使用环境、智能网联汽车推广应用
29	广西	梧州	报废车回收利用
30	海南	海南	汽车租赁、汽车改装、传统经典车
31	重庆	重庆	汽车信息平台、报废车回收利用
32	四川	成都	汽车赛事、传统经典车、二手车流通
33		绵阳	二手车流通
34	贵州	贵阳	汽车信息平台
35	陕西	西安	二手车流通
36		渭南	报废车回收利用
37	甘肃	兰州	房车露营
38	宁夏	银川	汽车赛事
39		石嘴山	汽车赛事
40	新疆	乌鲁木齐	二手车流通

2

培育壮大汽车后市场消费 6 方面 17 条措施

一、规范有序发展汽车改装

（一）建立健全汽车改装管理制度。制定促进汽车改装市场发展的政策文件,明确对汽车改装实施分级分类管理,确定汽车改装项目清单,完善车辆检验、变更登记等管理要求。

（二）完善汽车改装标准体系。研究建立全国汽车标准化技术委员会汽车改装分技术委员会,梳理拟制修订

的标准清单，加快制定一批国家标准，研究制定汽车改装零部件和改装技术规范。（三）提升改装产业优质供给能力。研究建立改装用汽车零部件准入许可制度。研究完善汽车零部件 CCC 认证制度，加强产品质量、安全和环保监管。加大汽车改装专业技术人才培养管理力度，鼓励汽车赛事从业机构和民用汽车改装企业技术互动。优化机动车交通事故责任强制保险及商业险相关服务，支持汽车改装规范发展。二、支持发展房车露营产业（四）完善房车通行使用环境。支持各地优化房车上路通行管理政策。简化房车营地用地审批流程。

（五）提升房车营地配套服务水平。结合区域文旅资源，鼓励在风景道沿线、城市近郊等区域，建设一批高标准、多功能的房车营地，完善维修补给、水电保障、医疗救援、餐饮住宿等配套服务。优化设置房车营地标识，发布房车精品旅游线路。城市新

建或改造公共停车场时，有条件的可以设置自行式房车和拖挂式房车专用停车位并加强管理，更好满足房车停车需求。（六）推动房车制造产业链升级。支持有条件的地区建设房车产业聚集区，培育具有核心技术、全产业链整合能力和国际竞争力的龙头企业。引导企业加大研发投入，开发绿色化、智能化、轻量化、适老化等符合市场需求的房车产品。三、培育传统经典车新业态（七）完善传统经典车管理措施。依据《传统经典车通用要求》（GB/T 45194-2024）制定传统经典车认定细则与操作规范，对符合条件的传统经典车开展认定工作。支持相关汽车流通消费改革试点城市探索开展传统经典车贸易、流通交易、展览展示和有条件上路等业务，制定完善配套政策措施和监管机制。在地方试点的基础上，逐步完善国家层面传统经典车全链条管理制度。（八）丰富传统经典车使用场景。

鼓励各地将传统经典车纳入文旅资源体系。支持举办传统经典车赛事、品牌沙龙、收藏品鉴会、文化节等特色活动。支持传统经典车零部件复刻、整车修复、鉴定、拍卖等配套产业发展。四、优化汽车维修和保险服务供给（九）健全汽车维修政策标准体系。强化机动车维修备案管理，健全完善新能源汽车维修标准规范。深入推进维修技术信息公开，加强工作指导，提升信息公开质量，促进维修行业规范化发展。（十）强化维修服务支撑能力。健全完善机动车维修信用管理制度，支持汽车经销商、维修企业建立“线上预约+线下维修”服务体系。鼓励引导维修企业集约化、专业化、品牌化连锁经营。汽车生产企业要丰富新能源汽车维修渠道和配件供给渠道，不得限制消费者自主选择对家用汽车维护保养的企业，并将其作为拒绝承担法定“三包”责任的理由。引导新能源整车生产企

业、动力电池生产企业开放维修技术授权，鼓励“以修代换”，提升新能源汽车社会化维修服务能力。（十一）加大保险服务支持力度。落实《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意见》，进一步提升车险保障能力和服务水平，建立保险车型综合分级制度。创新优化车险产品供给，提供“基本+变动”的组合产品，探索“车电分离”保险模式。五、积极发展汽车赛事运动（十二）构建多层次汽车赛事体系。推动构建知名赛事引领、职业赛事推广和体验赛事普及的多层次汽车赛事体系。发挥新能源汽车产业发展优势，培育一批具有核心竞争力的新能源汽车赛事民族品牌，加强知识产权保护。支持相关汽车流通消费改革试点城市因地制宜引进国际知名汽车赛事，完善便利化的赛车进出口流程和模式，加强引进赛事的本土化运营和创新；打造若干国家级汽车运动消费

场所，强化场地设施、技术服务、赛事运营等综合支撑能力。（十三）优化赛事服务管理机制。制定公布汽车赛事办赛指南，提升安全办赛能力水平，强化办赛标准流程。鼓励举办群众性体育赛事，支持地方表演性赛事落地。鼓励各地将汽车赛事办赛服务纳入“高效办成一件事”重点事项清单，提升赛事举办便利化水平。（十四）培育汽车运动消费新场景。依托各地资源禀赋因地制宜发展拉力赛、越野赛、集结赛、卡丁车赛、场地赛等，打造面向大众的体验式赛事活动。深化商文旅体健融合发展，整合汽车赛事与地方特色资源，打造一批“跟着赛事去旅行”精品线路，丰富消费场景。（十五）加强赛车人才队伍建设。支持普通高校、职业学校开设汽车运动相关专业，培养车手、技师、教练、裁判、赛车运营等专业人

才。建立全国赛车人才注册信息平台，健全赛车人才评价体系，促进教育端和就业端择优融合，为汽车赛事发展提供人才支撑。六、推动汽车租赁创新融合发展（十六）支持汽车租赁产业融合升级。培育壮大经营主体，推动租赁企业与汽车产业深度融合，通过集采、回购、二手车经销、二手车出口等模式打通产业链。支持符合条件的汽车租赁及电池营运主体享受贷款贴息等政策。（十七）提升汽车租赁供给能力。鼓励汽车租赁企业品牌化、连锁化、规模化发展，完善小微型客车租赁服务网络，支持“异地还车”“以租代购”等多元化服务模式创新，以及汽车租赁保险产品创新，完善保险服务，降低消费者用车成本。

来源：中国政府网

行业资讯

标准实践 | GB/T 43252-2023 燃料电池 电动汽车能量消耗量及续驶里程 试验方法—A 类车与短缩法

Standard Practice | GB/T
43252-2023 - Energy Consumption
and Driving Range Test Methods
for Fuel Cell Electric Vehicles:
Class A Vehicles and the
Shortened Method

标准实践

GB/T 43252-2023

一、为什么 A 类车可以采用短缩
法？

Why can Class A vehicles use
the shortened test method?

GB/T 43252-2023 《燃料电池电
动汽车能量消耗量及续驶里程试验
方法》将车辆按试验过程中可充电储
能系统（REESS）净能量变化与消耗

氢气能量的关系进行分类。对于 A
类车而言，试验中 REESS 净能量变化
占比较小，车辆能量来源主要由氢气
供给的燃料电池系统承担，因此可采
用短缩法评价氢气消耗量。

GB/T 43252-2023, Test
Methods for Energy Consumption
and Driving Range of Fuel Cell
Electric Vehicles, classifies
vehicles according to the
relationship between the net
energy change of the rechargeable
energy storage system (REESS) and
the energy from consumed hydrogen
during the test. For Class A
vehicles, the net REESS energy

change is relatively small, and the vehicle energy is mainly supplied by the fuel cell system through hydrogen. Therefore, the shortened test method can be used to evaluate hydrogen consumption.

短缩法的核心思路,是在规定循环工况下直接测量车辆实际消耗的氢气质量和实际行驶距离,并同步监测 REESS 电压、电流等参数,确认动力电池对试验结果的影响处于标准允许范围内。也就是说, A 类车并不是不关注动力电池,而是通过数据判断其能量变化是否足够小,从而保证氢耗测量结果具有代表性。

The key idea of the shortened method is to directly measure the actual hydrogen mass consumed and the actual distance traveled under the specified driving cycle, while monitoring REESS voltage,

current, and other parameters. This confirms that the influence of the traction battery on the test result remains within the allowable range. In other words, Class A testing does not ignore the battery; it verifies through data that its energy change is sufficiently small, so that the hydrogen consumption result is representative.

二、短缩法试验前要准备什么?

What should be prepared before the shortened test?

试验前,应按车辆制造商要求对 REESS 荷电状态进行调整,使车辆处于可开展试验的初始状态。车辆固定在底盘测功机后,应按照标准要求完成道路负荷设定,保证台架上车辆运行阻力与实际道路行驶状态相匹配。

Before the test, the REESS state of charge should be

adjusted according to the vehicle manufacturer's requirements, so that the vehicle is in the proper initial state. After the vehicle is fixed on the chassis dynamometer, road load settings should be completed as required by the standard to ensure that the running resistance on the test bench matches real road operation.

A 类车氢气消耗量测量采用车外供氢方式。试验系统应能够准确记录试验期间车辆实际消耗的氢气质量，同时采集车辆行驶距离、REESS 电压和 REESS 电流等数据。正式试验前，车辆需在底盘测功机上行驶 1 个完整循环，循环结束后关闭车辆并静置 15 min，以降低车辆状态差异对后续测量结果的影响。

Hydrogen consumption measurement for Class A vehicles

uses external hydrogen supply. The test system should accurately record the actual hydrogen mass consumed during the test, while collecting vehicle distance, REESS voltage, REESS current, and other data. Before the formal test, the vehicle should run one complete cycle on the chassis dynamometer. After the cycle, the vehicle is shut down and soaked for 15 minutes to reduce the influence of vehicle state differences on subsequent measurement results.



图 1 基于短缩法的燃料电池乘用车

氢气消耗量和续驶里程试验

Figure 1. Hydrogen

consumption and driving range test for a fuel cell passenger vehicle based on the shortened method



图 2 基于短缩法的燃料电池商用车

氢气消耗量和续驶里程试验

Figure 2. Hydrogen

consumption and driving range test for a fuel cell commercial vehicle based on the shortened method

三、试验过程中怎么测氢耗？

How is hydrogen consumption measured during the test?

短缩法试验按照标准规定的测试工况开展。车辆从起动开始进入数据采集，采样频率不低于 5 Hz。试验过程中应连续记录 REESS 电压、REESS 电流、车辆实际行驶距离以及实际测得的氢气质量。循环工况运行期间原则上不应停车，直至试验结束。

The shortened test is conducted according to the test cycle specified in the standard. Data acquisition starts when the vehicle is started, with a sampling frequency of not less than 5 Hz. During the test, REESS voltage, REESS current, actual distance traveled, and measured hydrogen mass should be continuously recorded. In principle, the vehicle should not

stop during cycle operation until the test is completed.

氢气消耗量的测量方法可参照 GB/T 35178-2017 执行。对于测试人员而言，关键是保证车外供氢系统、氢气消耗量测量系统、数据采集系统和底盘测功机之间的数据一致性，避免因氢气计量、行驶距离或车辆运行状态偏差影响最终结果。循环工况试验后，还需开展氢瓶截止压力试验，用于后续续驶里程相关计算；该压力测量应在规定时间内完成。

Hydrogen consumption measurement may be carried out with reference to GB/T 35178-2017. For test personnel, the key is to ensure data consistency among the external hydrogen supply system, hydrogen consumption measurement system, data acquisition system, and chassis dynamometer, so as to avoid deviations caused by

hydrogen metering, driving distance, or vehicle operating state. After the cycle test, the hydrogen cylinder cut-off pressure test is also required for subsequent driving range calculations, and the pressure measurement should be completed within the specified time.



图 3 实时和累计氢气消耗量测量示意图

Figure 3. Schematic diagram of real-time and cumulative hydrogen consumption measurement

四、结果如何计算和判断？

How are the results calculated and judged?

A 类车氢气消耗量按附录 B 进行数据处理，计算公式如下。

For Class A vehicles, hydrogen consumption is processed according to Appendix B. The calculation formula is shown below.

$$C_{H_2} = m_{TH} / (10 \times D_T)$$

公众号·中汽氢能

其中， C_{H_2} 为氢气消耗量，单位为 kg/100 km； m_{TH} 为试验中实际测得的氢气质量，单位为 g； D_T 为试验中车辆实际行驶距离，单位为 km。公式中的“ $10 \times D_T$ ”用于完成单位换算，将试验消耗的氢气质量折算为百公里氢耗。计算结果按标准要求修约，通常保留到小数点后两位。

Where C_{H_2} is hydrogen consumption, in kg/100 km; m_{TH} is the actual hydrogen mass measured during the test, in g; and D_T is the actual distance traveled during the test, in km.

The term “ $10 \times D_T$ ” completes the unit conversion and converts the measured hydrogen mass into hydrogen consumption per 100 km. The result should be rounded according to the standard, usually to two decimal places.

需要注意的是，申报为 A 类车并不等于试验结果必然有效。试验完成后，还应根据 REESS 净能量变化与消耗氢气能量的关系进行判定。若车辆满足 A 类条件，则可采用短缩法结果；若不满足 A 类条件，则本次短缩法试验无效，应改按标准中对应的 B 类车方法开展试验。由此可见，A 类车短缩法的重点，不仅是“测了多少氢”，更是确认车辆在该试验中是否真正符合 A 类车能量特征。

It should be noted that declaring a vehicle as Class A does not automatically make the test result valid. After the test,

the relationship between the net REESS energy change and the consumed hydrogen energy should still be checked. If the vehicle meets the Class A condition, the shortened method result can be used; if it does not, the shortened test is invalid and the corresponding Class B method should be used. Therefore, the focus of the Class A shortened method is not only how much hydrogen is consumed, but also whether the vehicle truly meets the Class A energy characteristics during the test.

总体来看, GB/T 43252-2023 中 A 类车短缩法兼顾了测试效率与结果有效性。通过车外供氢、底盘测功机循环工况、REESS 能量变化监测和氢气质量流量测量,可以较为准确地

获得燃料电池电动汽车的氢气消耗量,为产品开发、检测认证、能耗评价和企业质量一致性管理提供标准化依据。

Overall, the Class A shortened method in GB/T 43252-2023 balances testing efficiency and result validity. Through external hydrogen supply, chassis dynamometer cycle operation, REESS energy change monitoring, and hydrogen mass flow measurement, hydrogen consumption of fuel cell electric vehicles can be obtained more accurately, providing a standardized basis for product development, type approval, energy consumption evaluation, and enterprise quality consistency management.

来源: 中汽氢能

7 月 1 日“十五五”纲要对汽车行业的指引意义及行业跟进建议

7 月 1 日正式实施 GA/T

2388-2026《智能网联汽车道路测试与示范应用安全通行规范》，是国内首部全国统一无人配送 / 低速无人车通行国标，结束各地政策碎片化、车辆靠“测试牌”违规上路的灰色时代；新规设存量车缓冲期至 2027 年 8 月 1 日前完成整改，新车 7 月 1 日起强制合规。

一、对车企 / 硬件厂商：行业加速洗牌，淘汰低端组装厂

1. 准入门槛从“测试报备”升级为机动车准入

无人物流车统一划入 N 类轻型货车管理，新车必须申报工信部机动车公告、拿型式批准，不能再用园区测试资质随便上路，小作坊、拼装式无人车企业直接出局。

技术硬性升级：强制标配自动驾

驶黑匣子（完整留存事故前 90s、后 30s 行驶数据，存档 ≥ 1 年）；感知系统要求多传感器冗余（激光雷达 + 毫米波 + 视觉异构配置），5 米近场盲区 $< 5\%$ ，低配纯视觉廉价车型大面积淘汰。

成本抬升：单车硬件成本上浮 15%~30%，头部车企（京东物流、新石器、长安、五菱、东风）受益，中小自研能力不足企业被迫转型或停产。

2. 应急、整车安全强制标准化

故障车辆必须平稳靠边、故障未修复禁止自动重启；避险不能无故急刹，需具备平缓减速 + 紧急避让双重策略，整车底盘、制动、稳定性参照机动车国标复测，存量老旧车型改造费用高。

二、对配送运营端（快递、同城配送、园区运维）：路权规范化，落地提速但存量承压

1. 全国统一路权 & 限速规则 (终结一城一规)

非机动车道 / 辅路：最高 20km/h；城市主次干道： $\leq 30\text{km/h}$ ；严禁驶入高架、快速路、高速；

夜间 22:00 - 次日 6:00，仅封闭园区、专属通道允许运营，城区主干道禁止无人车夜行；

路口无信号灯必须停车瞭望，无条件避让急救、警务应急车辆，服从现场交警指挥。

2. 存量车辆整改压力分化

已拿公告合规车辆：缓冲至 2027.8.1 整改升级，可正常运营；

无公告、仅地方测试牌照车辆：7 月 1 日起不得新增上路，逐步清退，快递驿站、社区零散小型无人配送车队面临批量换车。短期末端配送

运力阶段性收缩，中长期合规无人运力规模化落地提速。



走向合规划发展



三、事故权责：彻底厘清，倒逼保险体系落地

L4 全无人模式：系统接管行驶时出险，由车辆运营方 / 车企承担主体责任，黑匣子数据作为法定定责凭证，彻底解决“出事找不到责任人”痛点；

远程安全员值守车型：安全员履职失误由运营方担责，车辆硬件缺陷车企兜底；

利好车险：无人车专属责任险产品加速落地，保险公司放开承保，打消平台大规模投放的理赔顾虑，是商业化落地关键一环。

合规商业化元年



四、行业整体格局：从野蛮扩张
→ 合规商业化元年

利好板块

整车头部：量产车规级无人车厂商（京东无人车、新石器、主机厂系无人事业部），凭借合规资质抢占下沉配送市场；

上游零部件：激光雷达、车载存储（黑匣子）、毫米波雷达厂商需求爆发；

城配平台：顺丰、京东、美团末端无人配送从试点转向规模化铺车。

利空板块

白牌低速无人车厂商、靠低价走量的组装小企业、无资质零散运营服务商加速出清。

投资热潮来袭

五、对投资者 & 市场：确定性提升，资本转向合规标的

此前行业因法规模糊，资本观望情绪重；新国标落地后运营规则、路权、权责全部法定化：

产业投资从 “赌政策红利”
转向看量产落地、合规交付数据；

封闭园区（商超、校园、产业园）
无人环卫、无人售货、无人接驳率先放量；

末端即时配送无人车迎来批量采购窗口期。

01

短期影响

短期（7~12 个月）：行业阵痛，老旧车辆淘汰、改造，中小企业出清，投放节奏放缓。

长期（1~3 年）：全国统一合规

体系打通，无人配送从零散试点变成常态化运力，行业正式进入规模化商业化周期。

02

长期影响

来源：共享无人车之家

赛迪前瞻：我国氢能产业十年回顾和“十五五”发展建议

过去十年，我国氢能产业完成了从研发示范到商业化初期的跨越，构建了全球最完整的产业链，在市场规模、示范应用和装备制造方面步入世界前列。当前，氢能产业正从政策扶持迈向市场化、规模化的关键阶段，系统总结成效、剖析问题、明确方向，对于引导氢能产业健康发展，推进新型工业化建设具有重要意义。

一、我国氢能产业十年发展概况

我国氢能发展历经技术储备（2015-2019 年）、示范推广（2020-2022 年）和商业化初期（2023-2025 年）三阶段。以《氢能产业发展中长期规划（2021—2035 年）》为标志，氢能正式纳入国家能源体系，政策向全链条拓展。

（一）产销规模领跑全球，产业生态日趋完备

一方面，规模全球领先。截至 2025 年，氢气年产销量超 3650 万吨，位居全球第一；加氢站超 540 座，全球第一；燃料电池汽车推广约 2.4 万辆；绿氢产能超 12 万吨/年，占全球 50% 以上；电解槽年出货量超 2GW。另一方面，产业生态日趋完善。我国已经形成覆盖“制、储、输、用”的完整产业链，培育了亿华通、重塑科技、国鸿氢能等一批龙头企业。产业集群在长三角、珠三角等地初步形成，央企主导基础设施建设，落地百万吨级绿氢基地；民营企业聚焦技术迭代，在 2025 年绿氢项目中占比 22.4%；外资企业推动对接国际标准，呈现“央企搭台、民企攻坚、外资协同”格局。

（二）关键技术迭代升级，应用场景多元拓展

一是制氢环节技术实现战略转型。制氢技术从“灰氢为主”向“绿

氢突围”加速转变，国产化水平大幅提升。碱性电解槽技术完全自主可控，单槽规模从 2015 年前后的不足 100Nm³/h 跃升至 3000Nm³/h，成本显著下降，国产化率超 95%，占据绝对市场份额并实现国际成本领先。二是储运环节多技术路线并行发展。储氢领域，70MPaIV 型瓶碳纤维等关键材料实现国产化稳定生产，T700 级以上国产碳纤维成功应用，国产化率超 90%；运氢领域，实现从单一技术示范向高压气态、低温液态、管道输送及有机载体等多元化、规模化技术体系的跨越式发展。三是应用场景持续拓展升级。在交通领域，氢能应用向工业与能源领域全面延伸，应用场景从公交、物流车向重卡、港口机械、船舶、机车乃至航空器拓展；在工业领域，氢能在钢铁、化工、合成燃料等领域的替代应用示范项目稳步推进。

（三）央地政策协同发力，行业标准逐步健全

一是顶层设计不断完善。政策体系从技术研发支持逐步升级为系统的能源战略布局。从《能源技术创新行动计划》《节能与新能源汽车技术路线图》进行初步布局，到《氢能产业发展中长期规划（2021-2035 年）》明确氢能战略定位，并在 2025 年 1 月氢能正式纳入《中华人民共和国能源法》，明确“积极有序推进氢能开发利用”的法律定位。二是地方政策积极响应。2024 年 22 个省级行政区将氢能写入政府工作报告，累计出台专项政策超 560 项。各地探索绿色金融、基础设施 REITs（不动产投资信托基金）等应用工具，推动政府引导基金等国有资本积极进入氢能市场，助力产业发展。三是规范化标准逐步健全。在氢的制备、储运设备、加氢站、燃料电池等领域制定和发布了一系列国家标准、行业标准，覆盖

产业链主要环节，产业规范化发展基础不断加强。

二、当前我国氢能产业发展面临的

主要问题与挑战

（一）规模效应尚未显现，商业化盈利面临挑战

一是绿氢成本压力凸显。在制氢层面，当前绿氢平均成本是煤制氢 2-3 倍、工业副产氢 2 倍。在应用层面，氢燃料电池重卡整车购置成本是柴油车的 2-3 倍，且用氢成本高于柴油，全生命周期成本（TCO）与传统燃油车仍有较大差距。二是产业初期投资量大。大型绿氢制备项目、长距离输氢管道、加氢网络建设以及工业领域氢能改造等，初始投资规模庞大，对政府补贴和社会资本依赖度高。以加氢站为例，单座建设成本约 1200 万—1500 万元，且普遍利用率低于 15%，难以依靠自身造血实现良性循环。三是储运成本过高。当前氢

能储运依赖 20 兆帕高压气态等传统方式,存在储氢密度低、运输效率低、跨区域输氢管道严重缺乏等问题。以高压气态运输 200km 计,储运成本约 8-12 元/公斤,占终端用氢成本的 30%—50%。

(二) 高端材料依赖进口,颠覆性储备相对不足

一是高端材料与部件依赖进口。PEM 电解槽用的高性能铱催化剂、质子交换膜,燃料电池用的气体扩散层(碳纸)等关键材料与部件,进口依赖度高,国产材料装配应用不足 20%,供应链安全风险加剧。二是前沿颠覆性技术储备不足。调研显示,氢能产业在高温固体氧化物电解池(SOEC)、光催化电解水、生物制氢、天然氢勘探开发等前沿技术研发投入不足;新型储氢材料(高容量、可逆)、高效燃料电池系统等颠覆性技术储备欠缺。三是工程化与可靠性验证需加强。调研发现,国产装备在寿

命、可靠性、一致性方面与国际顶尖产品相比尚有提升空间,缺乏大规模、长周期运行的数据积累和实证经验。

(三) 区域布局同质竞争,跨省互认仍存壁垒

一是同质化竞争严重。我国 22 个省级行政区在制定氢能规划时未能充分结合自身资源禀赋、产业基础和市场条件进行差异化定位,导致产业链布局趋同,多地在电解槽、燃料电池等热门领域形成过度竞争,而在储运、应用等薄弱环节则投入不足,恐将陷入行业“内卷式”竞争。二是区域协同机制不完备。我国西北地区具备绿氢能源富集条件,消费市场聚于东部沿海地区,受制于储运成本和高昂的跨省壁垒,如高速通行费减免等政策存在省际割裂、互认机制缺失等问题,致使氢能大规模跨区域调配的市场机制和基础设施网络尚未形成。三是产业链上下游协同不畅。受

制于高校院所和企业目标差异,原始技术创新与市场需求衔接不够紧密,部分技术成果与实际应用脱节。且中小企业在产业链中话语权较弱,面临技术、资金、市场等多重压力,难以与龙头企业形成有效协同。

三、“十五五”我国氢能产业发展建议

(一) 激活规模经济效应,主攻氢能产业降本增效

成本控制将成为氢能产业规模化推进的核心主线,通过政策、基建、资本、场景多轮驱动,全面激活规模经济效应。一是构建“政策+市场”双轮驱动的成本消化机制。在统筹税费减免、绿电直供的同时,加快推动绿氢核证减排量纳入全国碳排放权交易体系(ETS),利用碳资产价值抵消绿氢初期溢价,推动重点区域绿氢成本与化石能源制氢的动态平价。二是推行“以需定供、场景驱动”的基础设施布局。针对加氢站利用率不

足的现状,优先在重卡走廊、矿山、港口等高确定性需求场景配套加氢设施。三是创新多元化投融资模式,撬动社会资本参与。发挥氢能基础设施 REITs 和专项基金作用,降低大型储运项目和绿氢基地建设的初始融资成本。四是拓展高价值工业应用场景,释放产业增长动能。做好“燃料电池汽车示范推广”接续政策的研究和组织工作,在未来五年推动零碳园区等率先规模化应用清洁低碳氢,重点推动氢冶金、绿氨、绿色甲醇等万吨级工业替代示范,释放规模效应。

(二) 占据产业发展制高点,抢先攻坚核心技术

技术创新将成为未来氢能产业核心竞争力的关键支撑,聚焦“卡脖子”环节与前沿领域,加快构建自主可控的技术体系。一是攻坚核心材料与部件,实现全链条国产化。持续深化“揭榜挂帅”“创新联合体”机

制，集中突破 PEM 电解槽催化剂、质子交换膜等关键材料国产化，进一步提高核心部件国产装配率。二是超前储备颠覆性技术，引领产业未来变革。引导企业加大对高温固体氧化物电解池（SOEC）、固态储氢、波动性风光电源直接制氢、天然氢勘探开发等前沿技术的研发投入。三是完善中试验证体系，加速技术成果转化。构建全国统一的氢能关键技术中试与验证平台，制定设备可靠性、一致性、耐久性测试标准。构建覆盖“制储输用”全链条的中试验证体系，积累大规模、长周期运行数据。四是构建全链条标准体系，规范产业发展秩序。深化清洁氢认定、碳足迹核算等氢能产业相关国际标准研制，抢占国际标准制高点。

（三）深化协同机制建设，破解同质化竞争困局

协同机制将成为未来破解同质化竞争、提升产业整体效能的关键，

推动形成“全国一盘棋”的高质量发展格局。一是实施差异化区域布局，避免低水平重复建设。制定全国氢能产业区域发展总体规划，明确西北“绿氢生产基地”、长三角珠三角“高端装备制造与应用示范区”、京津冀“技术创新核心区”差异化定位。二是建立跨区域互认机制，畅通产业循环渠道。加快建设跨省氢能输送走廊，推动高速通行费减免、加氢站审批标准、绿氢认证体系等政策跨区域互认。构建全国统一的氢能数据共享平台，统一制储输用数据标准。三是发挥链主企业牵引作用，凝聚发展合力。发挥国央企“链主”作用，培育出一批氢能龙头企业，依托龙头企业组建国家清洁氢制造业创新中心，带动产业链上下游中小企业深度参与，避免行业“内卷式”无效竞争。

来源：高工氢电

五部门：开展 2026 年新能源汽车下乡活动深入推进汽车以旧换新进乡村

财联社 6 月 18 日电，工业和信息化部、商务部等五部门办公厅（综合司）发布关于开展 2026 年新能源汽车下乡活动的通知。

通知提到，深入推进汽车以旧换新进乡村。在新能源汽车下乡活动中设置以旧换新专区，开展补贴政策宣介推广，提供旧车检测评估回收、补贴申请手续代办等“一站式”服务，进一步提高优惠政策知晓度、覆盖面，便利乡村地区消费者参与享受补贴。

对换购新能源汽车的乡村地区消费者，均可按政策要求申领汽车以旧换新补贴，不受补贴资格数量限制。组织新能源汽车销售网点、售后维保服务企业，充换电服务企业，保险、信贷等金融服务企业协同下乡，

持续优化乡村地区新能源汽车应用配套环境，提升服务水平。

推动智能网联技术、新型充换电技术、“光储充”一体化、车网互动技术等乡村地区应用。

工业和信息化部 商务部等五部门办公厅（综合司）关于开展 2026 年新能源汽车下乡活动的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、商务主管部门、发展改革委、农业农村（农牧）厅（局、委）、能源主管部门：

为深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，落实中央一号文件关于全面推进乡村振兴、扩大乡村消费的部署要求，推进美丽乡村建设，活跃线下消费，激发下沉市场消费活力，加快补齐乡村地区绿色出行基础

设施短板，推广绿色低碳、智能安全的乡村出行新体验，工业和信息化部、商务部会同国家发展改革委、农业农村部、国家能源局组织开展 2026 年新能源汽车下乡活动。有关事项通知如下：

一、活动主题

绿色、低碳、智能、安全——智行千县万镇，绿惠乡村万家

二、组织形式

（一）选取满足乡村地区使用需求、口碑好、质量可靠的新能源车型，有关车型目录在“新能源汽车下乡服务平台”公众号中动态更新。落实车购税、车船税减免、县域充换电设施补短板等政策，积极扩大新能源汽车乡村地区消费。

（二）深入推进汽车以旧换新进乡村。在新能源汽车下乡活动中设置以旧换新专区，开展补贴政策宣介推广，提供旧车检测评估回收、补贴申请手续代办等“一站式”服务，进一

步提高优惠政策知晓度、覆盖面，便利乡村地区消费者参与享受补贴。对换购新能源汽车的乡村地区消费者，均可按政策要求申领汽车以旧换新补贴，不受补贴资格数量限制。

（三）加强与“千县万镇新能源汽车消费季”等已有品牌活动统筹融合。选取一批新能源汽车推广比例不高、市场潜力较大的典型县域城市，开展线下特色活动，创新打造车型展示、试乘试驾等线下体验式消费场景，通过直播引流、在线咨询等方式，吸引周边乡镇消费者到店选购新能源汽车，辐射带动线下实体零售发展。

（四）组织新能源汽车销售网点、售后维保服务企业，充换电服务企业，保险、信贷等金融服务企业协同下乡，持续优化乡村地区新能源汽车应用配套环境，提升服务水平。推动智能网联技术、新型充换电技术、

“光储充”一体化、车网互动技术等
在乡村地区应用。

(五)活动委托中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟、中国电子信息产业发展研究院牵头组织实施,充分发挥不同行业渠道优势,组织汽车生产企业、汽车销售企业、金融机构等积极参与,推出新能源汽车下乡活动配套优惠举措。各地工业和信息化、商务、发展改革、农业农村、能源等主管部门做好配合工作。

三、保障措施

加强组织领导,强化部门协同,切实落实好相关政策,确保活动实效。坚决贯彻执行中央八项规定及其实施细则精神,坚持节俭办活动。严格遵守当地社会治安管理规定,制定安全防范工作应急预案,加强全过程安全防护,确保活动安全有序。注重舆论引导,做好活动宣传,加大新能源汽车科普宣传力度,营造良好舆论氛围。

来源:财联社

中汽中心吴松泉：12 个数据看汽车强则国强

5 月 27 日,素有汽车流通行业年度风向标和汽车经销商发展瞭望塔之称的 2026 中国汽车经销商大会,在九州腹地、十省通衢的商都郑州举行。

中国汽车技术研究中心资深首席专家吴松泉在“‘十五五’新能源汽车产业的变革与未来”的主题演讲中,从“十五五”发展目标、市场消费、结构调整、智能网联、汽车出海

等几个维度分享了自己的真知灼见。

在他看来，“十五五”期间，汽车行业优胜劣汰将加快，市场集中度进一步提升，乘用车 Top6 市场份额将达到 65-70%，产业格局将基本确立。到 2030 年，乘用车新能源渗透率将超过 70%，商用车新能源渗透率有望达到 50%。

他表示，研读《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十五个五年规划纲要》，新能源汽车将是十五五期间国家经济发展的重要挑大梁产业，具体来说，新能源汽车产业是我国实体经济的重要压舱石，是我国发展新质生产力的重要载体，是扩大内需的第一大消费引擎，是产业融合的重要枢纽，是我国经济社会绿色转型的重要抓手，是我国高水平开放的重要支点，是我国外贸增长的重要引擎。

吴松泉还分享一组数据，从 12 个角度说明汽车的重要性。

汽车产业在经济中的地位-主要数据

指标	数值
1.占GDP的比例	6~7%
2.占全国税收收入的比例	11%
3.占全国社零的比例	9.9%
4.占全国城镇就业人数的比例	12%
5.占全国出口商品总额的比例	>8%
6.占全国外贸顺差的比例	大约1/6
7.占全国碳排放总量的比例	8%
8.占全国工业企业（规上）研发经费的比例	9%
9.占全国制造业固定资产投资比例	8.4%
10占全国工业企业（规上）营收的比例	8.0%
11.占全国工业企业（规上）利润的比例	6.2%
12.占全国制造业外商投资存量的比例	大约1/6

来源：国家统计局、海关总署、中国汽车协会

7

第一个增加值占 GDP 的比例。汽车全产业链包括服务业的增加值占 GDP 比例大概是 6%~7%。汽车产业是我国第一大支柱产业，汽车制造业+服务业年产值接近 30 万亿元。

第二个汽车占全国税收收入的比例。2024 年汽车相关税收占全国的比例大概是 11%。

第三占汽车商品零售额占全国社零的比例，去年是 9.9%。

第四汽车产业链占全国城镇就业人口的比例，12%。

第五，汽车产品出口额接近 3000 亿美元，占全国出口商品总额的比例大于 8%。

第六，第六，占全国外贸顺差的比例。汽车及零部件实现贸易顺差超过 2000 亿美元，大概占全国的 1/6。

第七，占全国碳排放总量的比例大数是 8%。当然碳排放主要在车辆使用环节。

第八，占全国工业企业（规上）研发经费的比例，大概是 9%。

第九，占全国制造业固定资产投资的比例，8.4%。

第十，占全国工业企业（规上）营收的比例，8%。

第十一，占全国工业企业（规上）利润的比例，6.2%。

第十二，占全国制造业外商投资存量的比例，大概是 1/6。

从这些数据来看，汽车产业确实是非常重要的支柱产业，是重要的挑大梁产业。

“十五五”期间发展目标是什么？他认为“十五五”期间汽车产业的发展目标应该是建设引领型的汽

车强国，跻身全球汽车强国第一梯队，成为支撑国家综合竞争力的重要关键产业，汽车产业在经济社会当中的地位会更加突出。

什么叫汽车强国？可以从 5 个核心维度进行评判：

一是拥有多具备全球竞争力、产销规模位居全球前列的汽车企业和品牌，且经营稳健，在国内外市场具备很强的影响力；

二是具有协同高效的创新生态，在关键技术、标准法规等领域实现全球引领；

三是具有成熟领先、安全可控的产业链供应链体系，培育开放合作、良性竞争的产业生态，上下游企业实现协同发展；

四是主要整车和产业链企业海外市场收入占据较高比重，在全球主流市场占据稳定份额并实现健康运营；

五是建立科学高效、与产业发展和市场消费适配的产业治理及法规体系。

如果按这个来衡量，汽车强国大概分三个梯队：第一梯队是全球引领型汽车强国。这类国家拥有世界级车企与品牌集群，长期在核心技术、标准规则、全球产业链与市场布局上全面主导，代表全球汽车产业最高发展水平。这类国家主要是德国、日本和美国。

第二梯队是全面追赶型或特色领军型汽车强国。中国属于这一梯队。

第三梯队是特色型/区域型汽车强国。

中国最有可能在“十五五”期间实现跃升到第一梯队的国家，也就是说，中国现在已经是中等汽车强国。

但是我们现在和第一梯队的汽车强国相比，仍然有明显差距，比如说发展不均衡问题。他的判断，整体上还是制造强，但服务弱；全球化水平、软实力（如品牌价值、文化影响力）与主要汽车强国仍有较大差距；产业链部分关键环节仍存在“卡脖子”瓶颈。

来源：汽车与配件 AP

中国汽车出海，死于野蛮增长

短短数日，中欧经贸博弈骤然升温。

受外部政策风向变动影响，深耕欧洲市场的中国车企再次紧绷心弦。他们忧虑的是，此前刚刚企稳的欧洲出口业务再度面临不确定性。

根据中国官方数据，2025 年，欧盟是中国第二大出口市场；2026 年截至目前，对欧盟的出口较上年同期增长了 19%。

但良好的态势或将被持续发酵的贸易变数打断。

过去一年，中国汽车出海领域有两组数字极具标志性。

其一，2025 年，奇瑞海外收入 1574 亿元，首次超越国内市场，占总营收比重的 52.4%。这绝非简单的市场份额此消彼长，而是企业利润结构的根本性重构。

其二，比亚迪的海外销量从 2021 年的 5 万辆飙升至 2025 年的 104.96 万辆，五年间暴涨近 21 倍。

毋庸置疑，中国汽车出海的速度与体量已经站上前所未有的新高度。但与之伴随的，是全球市场游戏规则的变化。

欧盟反补贴关税最高加到 45.3%，纯电对欧出口小幅下滑，PHEV 不受关税限制、对欧出口暴涨。2026 年 1 月，中欧就“价格承诺”机制达成共识。土耳其要求本地化生产比例，巴西提高进口关税，印尼设置电池本地化门槛。

此外，144 个国家已制定数据隐私法，GDPR（General Data Protection Regulation 的简称，即《通用数据保护条例》）累计处罚超 71 亿欧元。

还有一个容易被中国车企忽略的事实：国内讲的是全面新能源，但全球很多市场的基建、气候和消费力决定了燃油车和插混仍然是刚需。纯电不是唯一答案，适配的第一步是带对车。

2026 年 5 月 15 日下午，在第十八届轩辕汽车蓝皮书论坛出海专场，一场题为“中国新能源汽车如何适配全球”的圆桌讨论对此进行了深入探讨。

在这场讨论中，大家形成了一个共识，在中国行之有效的打法，在国外肯定行不通。

比如，我们把自己觉得很厉害的东西语音交互输出到海外，得到的反

馈是鸡肋，因为欧洲用户不认为语音交互式刚需。

再比如，在国内汽车市场，堆料可能对销量有一定的助益，但在海外市场却是一条缺乏传递价值主张的通路。

以中国车企在国内推广的“第三空间”概念为例，在车上休息、娱乐、办公，这些用车方式到了欧洲，“大部分人会觉得有点不可理喻”。

中国汽车出海正在面临下一道关口——从“有车就能卖”的窗口期，转入“不适配就出局”的淘汰赛。

锚定广阔海外市场的中国车企，究竟要如何应对？

1

出海的最大难点

奇瑞汽车国际业务事业部总经理助理束学明将奇瑞的海外产品开发拆分成四个层次：

第一层是法规开发，不同国家法规标准各异，满足当地法规是产品实现销售的最低门槛；

第二层是适应性开发，印尼雨季积水可达数十厘米、南美墨西哥存在十几至二十公里长坡、中东地区气温高达五十摄氏度，国内自然环境无法覆盖全球，车辆必须针对当地气候、路况等自然条件进行专项适配；

第三层是竞争力开发，产品仅能正常行驶远远不够，还需精准洞察用户深层需求，形成优于竞品的核心优势；

第四层是差异化开发，例如东南亚市场 4.2 米车型主打七座布局，国内 5.2 米车型多为五座，围绕区域消费者真实需求打造差异化产品，才能更好地适配海外市场。

“我们不是在所有的国家都开中国餐馆。”束学明表示，“奇瑞不

是把国内的车做一下认证就到海外去卖。”

但这个做法在 2023 年之前并不是行业共识。

浙江埃科汽车技术服务有限公司整车研究院院长郑康表示，在 2023 年之前，国内多数车企的出海模式，基本是从现有本土车型中筛选产品直接出口，再针对欧盟等海外市场做认证与适配。



浙江埃科是一家提供汽车及其零部件的检测、国际认证、海外智驾测试及售后服务咨询为一体的国际化汽车科技服务集团。在国际认证领域深耕多年，见证众多中国车企在出海之路上历经曲折、走了不少弯路。

在郑康看来，现阶段中国车企出海最大的痛点，集中在智能驾驶的相关认证环节。

“看似普通的智能驾驶功能，拆解后要对应四到五项专项测试标准。而主机厂的一套系统往往配套 2-3 家甚至更多供应商，测试过程中经常出现部分供应商无法达标通过的情况。”

这就需要主机厂投入大量时间与资金反复调试优化，部分车企多次整改仍难以满足海外标准，甚至需要改动硬件配置，进而牵扯多个部门与上下游供应商协同调整。因此，不少车企在出海认证、测试环节反复试错，付出了高昂的时间与经济成本。

但进入 2024 年之后，汽车行业的出海思路发生了明显转变。

郑康认为主要体现在三方面：一是车企告别盲目车型输出，结合海外市场实际需求，精准挑选适配产品出海；二是精简供应链体系，优先筛选、

聚焦具备出海配套能力的优质供应商；三是针对部分研发、质量体系达不到海外标准的供应商，车企通过收缩供应链范围，从源头降低出海认证的阻碍。

2

71 亿欧元的红线

一边是提升用户智能化体验，一边是严格的数据合规要求。在此背景下，企业该如何抉择？

当主持人普华永道中国汽车行业主管合伙人金军抛出这个问题，欧摩威集团中国区首席技术官、架构与网联方案事业群中国区负责人陈远没有犹豫：“法律法规、合规的问题一定是第一位的，这是一条不能逾越的红线。”

欧摩威是 2025 年 9 月从大陆集团拆分独立运营的汽车电子业务板块，年销售额 200 亿欧元左右，全球约 10 万名员工。陈远负责的是一个

特殊的任务——把中国的技术和供应链带到海外去，他称之为“逆向出海”。

他引用了一个数字。GDPR 自 2018 年出台以来，欧洲监管机构已累计开出超过 71 亿欧元的罚款。

“只要你触犯了这条红线，一定会罚。”

但陈远真正想说的不是合规本身，而是中国企业出海时经常混淆的两组概念。



第一个是技术和场景。他举了一个例子。中国车企把语音交互作为核心卖点输出到欧洲，得到的反馈

“鸡肋”，因为欧洲用户不认为语音交互是刚需。

“我们卖的是技术，不是场景。车上午睡、影音娱乐、车载冰箱这类

场景化功能,需要结合当地市场做适配;但智能化、软件、电池这类底层技术,才是我们真正要对外输出的核心。”陈远如是表示。

第二个是效率和价格。陈远认为,中国供应链的核心竞争力不是便宜,是快——在不牺牲质量和功能的前提下,用更短的时间完成交付。

郑康则从另一个角度印证了这道红线的严峻程度。

他说,三四年前跟客户谈 GDPR 时,技术部门的反应是“这不是我要管的事情”。但最近一两年,同一批人开始说“数据还是要留在欧洲,我们还是要合规”。

他以自己的公司为例。三四年前,浙江埃科在德国开公司时,是中国供应商里第一个设立全职数据保护官的公司,每年投入几百万元做合规。“最近几年,不断和欧洲各个国家的数据保护局开会,去深度了解背后的逻辑,然后把案例告诉主机厂客

户,他们觉得“看来,这是非常重要的”。

3

堆料在国外适用吗

为打开国内市场,不少车企在产品上进行了大量技术配置堆砌,这也是国内行业普遍的做法。堆料打法在国内或许行之有效,在海外市场是否同样适用?

SoCar 产品战略咨询创始人张晓亮把“堆料”这个中国汽车行业最流行的词拆成了两种。

一种是有效堆料——一切中用户真正想要的东西,让他觉得获得了以前没有的体验。另一种是裹挟的堆料——完全由竞争对手驱动,别人加了我也得加,加完之后用户并不买账。

“在国内,由竞争对手裹挟的堆料已经走得超出想象了。”张晓亮如是说。

在张晓亮看来，到了海外，堆料面临一个更根本的问题：缺乏传递价值主张的通路。

他举了一个例子。他说，中国车企在国内推广的“第三空间”概念——在车上休息、娱乐、办公——到了欧洲，“大部分人会觉得有点不可理喻”。但这并不意味着欧洲人不需要好的音响体验，而是“车上卡拉OK”这个场景包装和卖点直接搬过去不行。底层需求是趋同的，但场景需要重新定义。

他认为，做产品定义无非就是两个方向：一个就是给用户做加法，这个加法要切中用户真正的需求；另一个是帮用户省钱。

他给出的判断是：从 2020 年到 2026 年，中国几家头部车企已经做了三代产品，技术路线已经充分收敛。拿国内验证过的成熟方案到海外，不必在每个市场从头试错。“所有人类的本质需求就三个维度：效率

和成本、舒适、安全。这些是跨文化的。”



这是一个可被检验的命题。如果张晓亮的判断成立，中国车企在海外应该聚焦的不是配置竞赛，而是建立一套基于这三个维度的体验标准，让“中国车”这个国别标签有清晰的技术内涵。如果不成立，中国车企在每个市场都需要重新定义产品——这意味着更长的周期、更大的投入和更高的不确定性。

“我觉得大家出海核心要回答一个问题，就是我们能够给海外市场带来什么样不可拒绝的理由，为什么国外需要我们这样一个品牌？是我们让用户拿到更多的实惠还是给他带来更好的体验，不管是哪个方向，

这个问题先要回答得很清晰，然后再去看我如何在当地做适配性的一些调整。核心价值主张要清晰，分别在不同地方去演绎。”张晓亮如是说。

4

什么是成功的本地化

谈及企业出海，束学明分享了一段小故事。

奇瑞与西班牙 EV Motors 的合资工厂位于巴塞罗那 Zona Franca 工业区，前身是 2021 年关闭的日产工厂。2024 年 4 月，双方在西班牙首相桑切斯见证下签署协议，投资约 4 亿欧元，计划到 2027 年年产 5 万辆、2029 年达到 15 万辆，创造 1250 个就业岗位。2024 年 11 月，首款产品 EBRO S700 下线。

但束学明想强调的并非是这些亮眼数据。



他表示，工厂重启运营后，一名老员工在个人社交平台写下长文：此前因工厂关停，他长期被欠薪，孩子热爱跳舞，却因家庭经济窘迫不得不打算放弃爱好，而奇瑞的到来，彻底改变了这个家庭的处境。

在他看来，这个故事折射出比整车出海、零部件本地化更深层的出海命题。

奇瑞董事长尹同跃曾提出出海理念：In somewhere——产品到当地去；For somewhere——为客户创造价值；Be somewhere——成为当地社会的一分子。

束学明表示，零部件本地化只是出海的其中一个挑战，真正更难的，

是运营、团队管理以及文化层面的深度融合。

在市场开拓初期，奇瑞便将本地化文化融合纳入企业一把手考核指标，并配套专门团队，以此规避海外业务开展过程中可能出现的各类冲突。

“这在我们内部是一项非常重要的考核指标。我们会聘请普华永道、安永等专业咨询机构，了解当地市场规则与文化禁忌；同时也通过驻外使馆、领事馆、当地华人商会等多渠道获取信息，坚持体系化推进出海工作，绝不能拍脑袋决策。”束学明表示。

5

出海成为必答题

郑康从企业自身筹备层面，给准备出海的车企敲响了警钟。

三年前浙江埃科公司仅有约 120 名员工，如今已发展至全球 400 余人。在他看来，相比体系化出海，企业自身是否做好全方位准备更为关键。

“出海绝非产品就绪即可，财务、法务、IT、人才等任一环节准备不足，你出海跑得越快，摔得就越惨。如果你产品做好准备，合规没有做好准备，你跑得越快不但摔得惨还要赔更多的钱。”郑康如是表示。

对当前中国车企而言，出海早已不是可选项，而是必答题。但郑康提醒，车企必须先厘清核心问题：出海的核心目标是什么？计划用多长时间达成？是否坚持长期主义？是否愿意持续投入质量体系、升级人才队伍？是否做好资金、时间与心理层面的充足准备？

“这些问题没想清楚，切勿贸然出海；一旦规划清晰，就要果断行动。”



行业另一个关键转变在于合规理念升级。

以奇瑞为代表的头部车企早已意识到，海外法规仅是市场准入底线，不能作为研发上限。如今越来越多车企将各国法规要求前置，深度嵌入整车与供应商研发环节，同步打磨供应链能力，让产品从源头适配海外需求，出海进程更为顺畅。

郑康用一个考试比喻概括了中国车企出海的三个段位：“如果一个学生只考 60 分，可能不是他只能考

60 分，而是老师的能力问题。”倒退几年，中国好多企业是 60 分及格万岁——想办法擦边满足法规就行。走在前面的企业以全球法规为引领，做到超过 100 分。而大量企业还挣扎在 60 分到 70 分之间。“如果最开始目标就是拿 70 分，最终很难真的具备 70 分的能力。”

他的建议是“因企业而宜”——头部企业必须按 120 分的要求要求自己，中后排名的企业不必硬冲欧盟市场。“如果只能做到 70 分，就不要想去尖子班，先在普通班把相对标准不那么严格的市场做好，这也是一种成功。”

来源：汽车商业评论

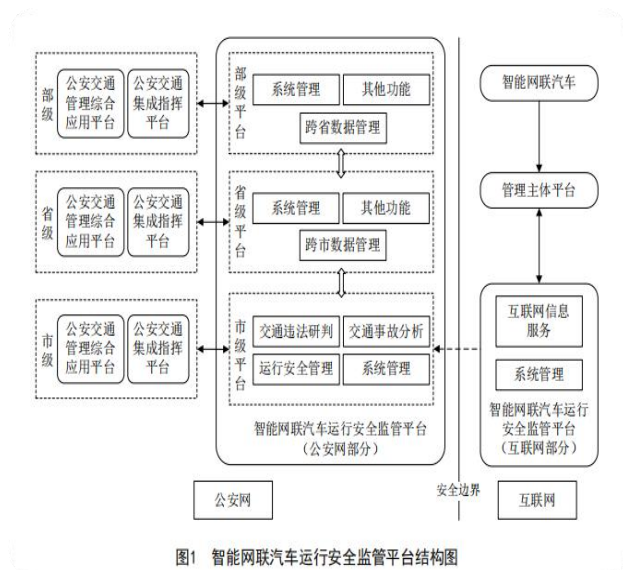
国标《智能网联汽车运行安全监管平台通用技术要求》征求意见

近期，由公安部道路交通安全研究中心牵头起草的国家标准《智能网

联汽车运行安全监管平台通用技术要求》（征求意见稿）发布，旨在为

L3 级及以上智能网联汽车的运行安全监管平台建设提供统一的技术规范与标准依据。

该标准严格依



据《道路交通安全法》及相关产业政策制定，全面响应了国家关于智能网联汽车准入试点、上路通行及“车路云一体化”应用试点的管理要求。标准的核心在于构建了一套部、省、市三级联动的监管平台架构。其中，市级平台作为基础数据采集与一线业务执行节点，承担着辖区内车辆数据实时接入、违法研判及事故分析等核心职能；省级与部级平台则侧重于跨

区域数据的汇聚、交换与协同监管，形成自下而上数据汇聚、自上而下指令贯通的高效管理体系。

在平台部署与网络环境划分方面，条款明确了各级平台的部署位置与网络归属。部级平台与省级平台均部署于公安信息通信网（以下简称“公安网”）内，市级平台则由互联网部分与公安网部分共同组成。将部级与省级平台完全部署于公安网，便于全国及全省汇聚数据统一管理，也便于与公安网的部、省级公安交通管理综合应用平台、公安交通集成指挥平台直接进行数据交换。市级平台采用互联网与公安网双网部署模式，互联网部分承担面向企业的信息备案、车辆数据实时接收、运行安全材料上传及交通安全服务信息推送等功能，为企业或管理主体提供便捷的互联网接入通道，降低企业侧的系统对接门槛；公安网部分则承载交通违法研判、交通事故分析、运行安全管理及

系统管理等核心应用功能,并通过安全边界与互联网部分进行数据交换。

表1 功能模块组成表 (第1页/共2页)

序号	功能	部级平台	省级平台	市级平台	
		公安网	公安网	公安网	互联网
1	互联网信息服务	信息备案	—	—	■
2		车辆数据接收	—	—	■
3		运行安全材料接收	—	—	■
4		交通安全服务管理	—	—	■
5	交通违法研判	区域外激活自动驾驶系统行为研判	□	□	■
6		未按规定升级自动驾驶系统行为研判	□	□	■
7		违法线索分析	□	□	■
8		交通违法信息同步	□	□	■
9	交通事故分析	交通事故线索分析	□	□	■
10		交通事故信息同步	□	□	■
11	运行安全管理	运行安全态势分析	□	□	■
12		备案信息同步	□	□	■
13		自动驾驶系统状态信息查询	□	□	■
14		运行安全事件查询	□	□	■
15		监管风险预警	□	□	■
16	跨省、市数据管理	跨省、市数据汇聚	■	■	—
17		跨省、市数据交换	■	■	—
18		跨省、市自动驾驶系统激活状态核查	■	■	—
19		跨省、市通行备案	■	■	—
20	系统管理	角色和用户管理	■	■	■
21		接口授权管理	■	■	■
22		系统参数配置	■	■	■
23		审计管理	■	■	■

注: ■代表基本功能, □代表可选功能, —为无此项。

在技术要求上,标准对平台的功能模块进行了精细化定义,涵盖了从基础的互联网信息服务、车辆数据接收,到核心的交通违法研判、交通事故分析,再到高阶的运行安全态势监测与风险预警等全方位能力。特别地,标准明确了监管平台必须具备对“区域外激活自动驾驶系统”、“未

按规定升级自动驾驶系统”等高风险行为的自动监测与研判能力,以确保车辆运行严格符合备案要求。同时,为保障数据安全与系统稳定,标准还对平台的软硬件环境、网络部署、数据存储周期(实时数据留存不少于3个月,事件数据留存不少于12个月)及三级等保安全要求作出了明确规定。

该标准的制定与实施,将有效解决当前各地监管平台接口不统一、数据难以互联互通的痛点,为公安交管部门开展车辆注册登记、违法处理、事故责任认定等工作提供强有力的技术支撑,对规范智能网联汽车产业健康有序发展、保障道路交通安全具有重要意义。

来源:智慧交通

燃油车深陷“越降越死”魔咒

燃油车正深陷“越降越死”的魔咒。4 月零售量暴跌近 4 成，每辆车平均让利 2 万元，价格已“砸穿地板”，销量却不升反降。燃油车真的走到末路了吗？实际上，通过“油电同智”、结构性降价、守住优势场景等策略，燃油车仍有望维持一定的市场容量。其目标绝非逆转行业趋势，而是在新能源汽车主导的新格局中守住刚需市场，实现有利润的生存。

车企

降价促销不灵了

“这款原价 30 万元的车，现在不到 20 万元就能开回家。”

“这款代步车已经跌到史上最低价，比高峰时期便宜一半还多。”

“限时促销，厂家直降 9 万元，还有置换补贴，比电车便宜不少。”

“现在店里有现车，您今天提车还能再优惠 1 万元。”

走进燃油车品牌 4S 店，无论是高端品牌还是合资品牌，展厅内都鲜见消费者身影，工作人员数量多于顾客已成常态。尤其是自主品牌 4S 店，工作日几乎无人到店咨询。记者中午 11 点左右走进北京一家 4S 店时，销售人员坦言：“您是我今天接待的第一位顾客。”这正是他工作日的日常状态。

尽管各大厂商纷纷推出力度空前的降价促销政策，传统燃油车的销量却仍在持续下滑，这从 4S 店的日常经营状态中便可窥见一斑。记者在东莞、北京、重庆等地走访发现，工作日里传统燃油车 4S 店的到店客流极少；部分高端品牌尚有零星售后服务客户，多数品牌上午几乎无人进店咨询或购车。如此经营状态下，销量下滑已成必然。

“如果您日常通勤较多,仅节假日偶尔长途出行,建议您选择新能源汽车,既能完全满足日常需求,驾乘体验更好,也更经济。”一些销售人员甚至给出倾向于新能源汽车的购车建议,这恰恰反映出新能源汽车渗透率的大幅提升,其市场份额正不断挤压燃油车的生存空间。

数据显示:4月全国乘用车零售总量为138.4万辆,其中燃油车仅53万辆,同比下降37%;新能源汽车销售84.9万辆,零售渗透率达61.4%,首次突破60%。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树预测,受油价波动影响,2026年燃油车市场走势将进一步走弱。

销量下滑的同时,燃油车价格也在持续下行。数据显示,2026年一季度常规燃油车降价车型均价为25.8万元,算术平均降价力度达3.7万元;新能源汽车降价车型均价

27.5万元,算术平均降价力度为3.8万元。与之相对的是,一季度燃油车销量仅240.1万辆,同比下降11.9%,说明更大的降价力度并未扭转燃油车销量颓势。

《2026 麦肯锡中国汽车消费者洞察》调研数据显示,公共充电网络在数量与质量上的“非线性加速”建设,显著改善了消费者的纯电出行体验:认为高速公路充电可满足非节假日需求的纯电动汽车车主比例,从去年的45%跃升至65%;一线城市插混或增程车主考虑下一辆购置纯电动汽车的比例达60%。得益于当前良好的充电体验,中国消费者对未来充电基础设施的信心持续增强,7成以上受访者乐观预期,公共充电网络有望在2033年前实现与传统加油站相当的便利度。在此背景下,纯电动汽车正加速从“需要权衡的选项”转变为消费者的“优先选择”。

消费者

燃油车真的不香了

“现在油价这么高，买燃油车太不划算。”

“真试过才发现，电动汽车开起来比油车舒服多了，加速快，动力也足。”

“别的东西都在涨价，车反而越来越便宜。我 10 年前买的车 20 多万元，现在差不多大小的车才 10 万元出头。油车价格跌得厉害，旧车问了下连几万元都卖不上，还不如直接报废，保值率这么低，还是换电车划算。”

“现在充电这么方便，电费又便宜，买油车完全没必要。”

“以前总觉得电动汽车技术不成熟、充电麻烦，这两年看下来，新能源汽车其实完全能接受，尤其是混动车型，保留了发动机系统，‘油电两用’，用着很放心。”

这是几位中年消费者向记者解

释不再考虑燃油车的原因，而年轻群体对新能源汽车的偏爱则更为突出。

“电动汽车的设计更潮，很多油车还是十几年前的老样子，没什么新意。”

“智能化、网联化功能电动汽车更丰富，开起来有趣又舒服。”

“电动汽车加速比油车快多了，行驶也更平顺。”

“电动汽车综合成本比油车低不少，性价比更高。”

追求时尚、对智能科技接受度高的年轻消费者，对新能源汽车的偏好十分明显，这也让更多年轻人愿意选择新能源汽车，进一步挤压了传统燃油车的市场份额。

国家信息中心原副主任、正高级经济师徐长明介绍，调查显示，“90 后”“00 后”已成为购车主力，预

计到 2030 年，年轻消费者占比将超过购车人群总数的 50%。这些成长于“技术爆炸”和互联网飞速发展时代的新世代，对智能座舱、自动驾驶、科技体验有着高度偏好，而新能源汽车天然具备这些特性。尤其是中国年轻消费者，对智能汽车的接受度全球领先，如 49% 的年轻人认为 4 级自动驾驶“非常重要”，并愿意为此多支付约 3 万元溢价，且主动选择新能源汽车的比例仍在快速上升，非限购城市的趋势更为显著。作为当前消费主力的年轻人更青睐新能源汽车，而曾经的燃油车用户，也因感受到新能源汽车在性价比、驾乘体验等方面的优势开始转向，进一步加速了燃油车市场份额的下滑。

经销商

卖燃油车赚钱很难了

调查过程中，多数传统燃油车品牌 4S 店正大力推行降价促销政策，尤其到了月底，“降价大甩卖”已成

常态。“您今天能提车吗？现车还能再优惠些。”各大品牌 4S 店，尤其是燃油车现车储备充足的门店，普遍推出“当日购车、当日提车享更大优惠”的活动，这一现象反映出经销商迫切的去库存需求。

中国汽车流通协会最新数据显示，4 月汽车经销商综合库存系数攀升至 1.89，同比大幅上涨 34.0%，远超 1.5 的安全警戒线。其中，合资品牌库存压力最大，系数达 2.24，主要源于传统燃油车的库存积压。4 月末，全国汽车经销商库存总量估算约 260 万辆，相当于全行业 1 个月的产量。

中国汽车流通协会会长肖政三表示，当前行业普遍面临库存压力向终端传导、资金占用严重、信贷收紧等问题；生产端多数品牌仍未摆脱“以产定销”的传统模式，库存压力持续向渠道末端转移；返利兑现周期长达 71 天，经销商资金被长期占用，

经营周转压力加剧；部分金融机构对行业信贷投放趋于审慎。“这些困境是汽车市场转型压力与各类因素在经销环节的集中体现，根源已非经销商自身经营能力或管理水平问题，而是市场供需失衡所致。”肖政三说。

在去库存、降价促销的同时，传统燃油车品牌 4S 店也在积极降本，甚至加速向新能源汽车业务倾斜。不少门店压缩成本，缩减规模、裁减人员、压缩售后成本等方式层出不穷。记者调查发现，部分小型 4S 店工作日仅一两名销售人员值守，售后部门甚至无法正常运转，近乎停摆状态。

更多传统燃油车品牌 4S 店则加大新能源汽车转型力度：不仅将店内核心展示位留给车企新推出的新能源车型，部分缺乏新能源产品线的传统燃油车品牌经销商，也开始转型开展新能源汽车业务。

截至 2025 年底，全国 4S 店总数为 32432 家（净减少约 5000 家）。

其中，新能源新增网点占新增总数的 56%，以自主品牌扩张为主；退网的近 5000 家中，高端与合资燃油品牌占主导（合计约 24%），部分转向问界、智界等华为系或零跑等高增长新能源汽车品牌。2026 年上半年，全国多地仍接连传出传统燃油车经销商退网的消息，一些经营多年的门店直接撤场、停止售后业务。

中国汽车流通协会副秘书长郎学红介绍，传统燃油车品牌 4S 店正加速“退油转新”：燃油车网络持续收缩，新能源汽车网点加速扩张；部分高端品牌经销商转向华为系等高端新能源汽车品牌，但并非简单“改卖车型”，而是通过渠道优化、关停并转或合资经营等新模式转型。“大店关闭、小店开设，兼并同城网点，或‘销服分离’建立体验/交付中心，行业结构性调整步伐正在加快。”郎学红说。

市场

燃油车要守住刚性需求

徐长明判断，“十五五”期间我国乘用车市场中，燃油车与电动汽车的比例将为 3:7，30%的燃油车占比也是业内主流判断。国家制造强国建设战略咨询委副主任、工信部原副部长苏波预测，2030 年新能源汽车渗透率将超过 70%。当前终端销售领域正逐步体现新能源汽车渗透率的提升，与之相对应的是燃油车市场份额的持续下滑，降价促销也难以扭转这一趋势。

“未来几年，中国内需市场的增长机会将聚焦于电动汽车。”徐长明认为，电动汽车的竞争优势将持续提升，渗透率进一步提高是大势所趋，而推动这一竞争力提升的三大核心动力包括：电动汽车不断完善、“95 后”购车人群占比的提高，以及智能化的深度发展。当前，以自动驾驶和智能座舱为代表的汽车智能化功能正加速市场化，年轻消费群体对智能

化汽车的偏好日益显著，尤其是中国消费者群体的年轻化趋势不断深化，年轻人对自动驾驶的接受度也高于其他国家。这一现象与他们的成长环境密切相关：成长于物质富裕、技术爆炸时代的“泛 Z 一代”，购车起点显著高于前代，高价车消费能力的增强叠加互联网、大数据等技术的普及，让年轻消费者能快速接受车辆智能化；而电动汽车与智能化的天然契合，也进一步推动了电动汽车占比的提升。

不过徐长明也强调，电动汽车与燃油车是竞争与共融共存的关系。这是因为尽管电动汽车在科技智能、加速体验、场景拓展等方面具备优势，但在补能便利性、续驶里程、车辆残值等方面仍存在相对劣势。这些决定了两者将长期共融共生。换言之，燃油车在特定刚需市场仍有需求，但总体而言，新能源汽车渗透率持续提升是必然趋势。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青指出,在中国汽车市场的结构性增长中,燃油车与新能源汽车的增长阶段和增速存在显著差异。当前国内市场的消费主力已转向新能源汽车,替代效应正持续发挥作用。

麦肯锡最新调研同样显示,中短期内燃油车不会快速退出中国市场。过去一年购买过燃油车的消费者中,约 63%明确表示下一辆车仍会考虑燃油车,这表明青睐燃油车的消费群体依然庞大。麦肯锡全球董事合伙人魏安垒表示:“中国新能源汽车市场正跨越关键的基础设施‘拐点’。插电混与增程车型已成功培养了大量用户的电动化出行习惯,随着充电焦虑的消解,这部分用户正加速向纯电阵

营迁移。同时,燃油车基本盘的韧性也提醒行业:在这场结构性演进中,市场需求仍将呈现多节奏、多场景的复杂分化。这要求整车企业必须摒弃‘单一路线押注’的思维,构建更敏捷、多元的动力组合战略,精准匹配不同基础设施阶段下的用户真实痛点。”

对传统燃油车而言,市场份额下降是市场选择的必然结果。但在部分特定需求场景中,燃油车仍具备不可替代的竞争力,也仍对部分消费者具有吸引力。因此,燃油车需守住这部分刚性需求,走“做精做专”的路线,同时补充智能化、网联化能力,以增强自身竞争力。

来源: 中国汽车报

忽视中国市场似乎是日本车企的通病

据路透社 2026 年 6 月 9 日报道,包括前社长川本信彦在内的多位退

休的本田汽车前高管私下要求现任社长三部敏宏引咎辞职,主要原因是

2025 财年表现达到 70 年来首次净亏损 4239 亿日元，以及忽视中国市场这一“短视”行为。

本田汽车出现亏损是多重因素综合的结果，但长期忽视中国市场是不争的事实，不止本田汽车，纵观日本汽车企业，忽视中国市场似乎已是通病。

日本车企亏损、利润下降

本田汽车出现 70 年来的首次亏损，是日本汽车企业近年来经营状况恶化的缩影。梳理日本七家汽车企业的财报，除了铃木汽车依靠印度市场利润稍好之外，其他六家全部下滑或者亏损。

公司	净利润	同比变化	关键数据
丰田	3.85 万亿日元	-19.20%	营收 50.68 万亿日元（首破 50 万亿），美国关税拖累利润 1.38 万亿，北美业务 2008 年来首亏
本田	-4239 亿日元（亏损）	上市近 70 年首亏	营收下滑，电动化减值+美国关税拖累利润 3469 亿日元
日产	-5331 亿日元（亏损）	连续第二年巨亏	两年合计亏损超 1.2 万亿日元，全球销量 315 万辆，在华 65.3 万辆（-6.26%）
马自达	351 亿日元	-69%	全球销量 122.3 万辆（-6%）
斯巴鲁	908 亿日元	-73%	纯电减值拖累利润 578 亿日元
三菱	100 亿日元	-76%	七家中最低
铃木	4393 亿日元	5.60%	七家中唯一正增长，靠印度市场

资料来源：东方财富网信息整理

"我们到了生存危亡的边缘。" 本田社长三部敏宏在财报发布会上说出这句话，道出了日本汽车企业真实状况。

财报显示，日本七家汽车企业的利润为 3.47 万亿日元，把丰田剔除之后，其他日本汽车企业的利润让人不忍直视。与 2023 年日本汽车企业利润创纪录时期相比，近乎腰斩。2023 财年日本汽车企业更获得创历史纪录的 7.54 万亿日元利润。

日本汽车企业利润下滑或者亏损，与美国加关税有很大关系。美国对日本汽车的关税从 2.5% 一路飙升至 27.5%，2025 年 9 月回落至 15%。2025 年 4 月至 9 月，七大车企因美国关税损失合计约 1.5 万亿日元（约合近百亿美元）。

2025 财年丰田因关税造成的营业利润损失就高达 1.4 万亿日元（约合人民币 587 亿元），北美业务自 2008 年以来首次营业亏损。

2025 财年本田因关税吞噬约 25 亿美元利润，日产更是直言：若无关税，本可实现收支平衡。

中东地缘冲突给日本汽车产业亏损添了一把火。丰田预计，2026 财年仅原材料涨价一项，就将吞噬营业利润 4000 亿日元。日产也将石油衍生材料成本上涨纳入利润下降 150 亿日元的估计之中。

一辆汽车约 3 万个零部件，几乎都与石油相关，汽车中大量使用塑料件，都靠石油制品生产，即使金属材料也要依靠石油天然气发电才能冶炼。日本能源极度依赖中东石油天然气。

关税和地区冲突是外伤，电动化转型的失败是日本车企真正的致命伤。

本田 2025 财年电动汽车业务相关损失高达 1.58 万亿日元，约合人民币 679 亿元，北美 3 款电动车项目叫停、110 亿美元加拿大工厂无限期冻结，资产减值直接计入当期亏损。

日产与英国 Wayve 的自动驾驶合作效果不佳，本田放弃与索尼的联

合电动车项目。由此可见，日本几家汽车企业在电动车时代被自己的成功路径死死锁住。

忽视中国市场 没有重视新能源汽车

2020 年，日系车在中国市场的份额高达 23.1%；到 2025 年，这一数字已跌至 9.67%，不足一成。丰田勉强维持 178 万辆的微增，本田和日产分别跌至 64.53 万辆和 65.3 万辆，较巅峰时期缩水超过六成。

2026 年 1 至 5 月，日系车在中国市场销量同比暴跌 28%，市场份额从巅峰时期的 40%断崖式下跌至 15%。丰田卖了 62 万辆，同比降 25.3%；本田 41 万辆，降 30.1%；日产 28 万辆，降 35.7%。

与之相比，中国新能源车渗透率在 2025 年首次突破 62%，自主品牌市场占有率飙升至 69.5%，实现了对外资、合资品牌的历史性逆转。

自主品牌靠新能源汽车实现逆袭，然而，日系汽车新能源汽车销量仅为零头。公开数据显示，2026 年 1-5 月，日系品牌新能源汽车销量仅 7.2 万辆，市场份额不足 5%。

中国已是全世界最大的汽车生产国，也是重要的汽车消费国之一，为什么日本汽车企业会忽视中国市场？答案或许是战略傲慢、反应迟钝、脱离现场。

出席 2026 北京车展部分企业高管

姓名	职务	所属企业
齐普策 (Oliver Zipse)	董事长	宝马集团
李德思	奔驰销售公司总裁兼中国区 CEO	梅赛德斯-奔驰
罗英瀚 (Johannes Roscheck)	奥迪中国总裁	奥迪
柯立	全球执行副总裁兼首席政务官	福特汽车
穆厚载 (José Muñoz)	总裁兼全球 CEO	现代汽车/北京现代
阿兰·法维 (Alain Favey)	标致品牌全球 CEO	标致/雪铁龙 (Stellantis)
奥立维	执行副总裁、中国及亚太区负责人	Stellantis 集团
Zola Herlander	执行副总裁、南美大区 COO	Stellantis 集团
近健太	社长兼 CEO	丰田汽车
佐藤恒治	副会长兼首席行业官 (CIO)	丰田汽车
内田诚	CEO	日产汽车
中岛徹	首席执行官、中国区董事长	马自达

资料来源：北京车展信息收集整理

北京车展、上海车展是中国汽车发展的全方位展示舞台，全球著名汽车企业都很重视，然而，大家没有看到一位本田汽车社长级的高管出席，由此可见一斑。本田汽车 CEO 三部敏

宏 2021 年上任至今，访问中国的次数屈指可数，北上广 A 类车展几乎从未现身。CEO 都不重视，下面的高管自然跟随不重视。

本田讲究"现场主义"的创始人本田宗一郎的信条是：管理者必须泡在销售门店、生产车间和实际道路上。那脱离一线，就是不可饶恕的错误。本田汽车高层对中国新能源汽车蓬勃发展视而不见，没有搭上新能源汽车，出现亏损就在情理之中。

本田汽车 CEO 三部敏宏对中国新能源汽车的忽视是整个日本汽车产业的缩影。

丰田章男曾公开炮轰纯电动车："日本车企全面转向电动汽车根本不可行。"丰田前社长甚至声称，如果全日本汽车都变成电动车，夏季电力将供不应求。日产前 CEO 大崎笃更直言："电动汽车不需要发动机，会减少 3 万个零部件，影响 550 万人就业。"

在这样的氛围中，日本汽车企业把宝押在混合动力，氢燃料电池汽车上。当初日本押注混合动力，氢燃料电池汽车的时候，确实取得了不错的市场成绩，但这样的成绩是短暂的，也正是这样的短暂成绩让日本汽车企业更加坚定了忽视新能源汽车，同时错过民新能源汽车发展的黄金期。

多年前，坊间流传一句话："日本把最好的产品留给自己，不好的才卖到国外。"这句话流传了好长时间，这反映了一种心态，日本汽车企业瞧不起中国市场，以及中国市场的消费者。这句话也是日本汽车企业战略傲慢、反应迟钝、脱离现场的最好注解。

降价自救 成效甚微

面对销量崩盘，日系车企拿出了降价武器。丰田凯美瑞优惠 4 万，本田雅阁优惠 5 万，日产天籁优惠 6 万。日系车曾经普遍要加价，并且等上数月才能提车，如今大幅度降价，让消费者感觉反差太大了，并没有起

到明显的效果，收效甚微。

曾经需要加价 3 到 5 万才能提车的雷克萨斯 ES，如今终端优惠超过 5 万元。凯美瑞混动版优惠后裸车价跌进 15 万元区间。威兰达指导价 17.38 万元起，终端价一度低至 13 万元，直降 4 万多。汉兰达优惠 3.6 万，赛那优惠 5 万。7 万出头的卡罗拉、8 万的锐放、12 万的 RAV4 荣放。

降价幅度之大，堪称日系车进入中国市场三十年来之最。然而，销量并没有拉起来。2026 年 4 月，日系品牌在华零售份额已降至 10.9%，较 2021 年巅峰期的 23.1% 近乎腰斩。

为什么降价也卖不动？

首先看日系车的三个标签，省油、耐用、保值。这三个标签在市场转型中都失效了。年轻一代要的是智能座舱、自动驾驶、大屏交互，这些卖点，日系车都没有。大幅度降价对日系车带来了负面情绪与影响。面对大幅度降价，记者曾听部分车主说，

"果然以前水分太大，还会继续降"。消费者的反应不是"真香"，而是要再等等。

总的来看，在电动化和智能化赛道上，日系车企已经全面落后，产品竞争力的短板不是裁员、关闭几座工厂就能补回来的。中国新能源汽车的产品与质量已超过日系汽车，这是消费者转向国产自主汽车的最主要原因。

今年 3 月，三部敏宏来了一趟中国，在上海参观完一座本土零部件工厂后，他说了一句让所有人五味杂陈的大实话："面对这样的对手，我们毫无胜算。中国已经进入了智能手机时代，而我们还在用翻盖手机。"

日系汽车在中国市场销量下滑，但有一个数字需要引起高度重视。日本对华投资在 2025 年前三季度同比上升 55.5%，资金流向的不是终端制造，而是上游核心材料：高端隔膜、电解液添加剂、高纯度化学试剂、电容器、滤波器……

我国新能源汽车依靠全产业链、掌握核心技术取得优势，日本汽车产业想复制，我们也需要进步才能保持优势。

来源：中国汽车报

1—4 月清障车市场分析

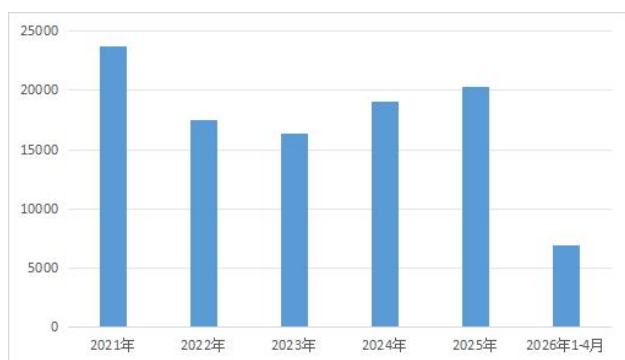
清障车市场在经历了几年前的低谷后，逐渐回归正轨。2026 年前四月，清障车市场交出了一份不错的成绩单。

具体成绩如何？请看本文分析。

01

前四月涨 5.1%

2022 年和 2023 年，受蓝牌新规全面落地与宏观经济增速放缓的双重影响，我国清障车市场经历了一轮深度调整，销量出现明显下滑。进入 2024 年，市场开始呈现波动中复苏的态势。据专用汽车数据资源库统计，2025 年全年清障车销量回升至 20,254 辆，同比增长 6.1%，标志着行业已基本走出政策切换带来的阵痛期，回归常态化发展轨道。



2021-2026 年（1-4 月）我国清障车销量（单位：辆）

2026 年 1-4 月，清障车销量继续保持平稳上升势头，累计销售 6,875 辆，同比上涨 5.1%。这一销量不仅是近四年同期的较好水平，也进一步印证了市场的稳健回暖趋势。

中型清障车份额不断被压缩

自 2022 年蓝牌新规正式实施以来，清障车的技术重心被迅速拉向“合规轻量化”。制造企业开始广泛采用高强度钢、铝合金、碳纤维等新材料替代传统钢材，在保证整车强度的前提下有效降低自重，以应对法规对车辆总质量的限制。

与此同时，用户对清障车的需求也发生显著转变，从过去追求“一车多能”的多用途导向，逐步转向“场景专精”的专业化导向。在城市内部道路、地库救援等狭窄场景，蓝牌清障车凭借 C 照驾驶、路权宽、运营成本低等优势备受青睐；而在重大交通事故、高速公路抢险等需要大吨位、高稳定性的场景，重型清障车的强劲性能则成为刚性需求。



2023-2025 年我国清障车吨位 比变化

轻型与重型清障车两端的持续走强,不断挤压中型清障车的市场空间。数据表明,2023 年至 2025 年间,中型清障车的市场份额呈逐年萎缩之势,产品结构正加速向“哑铃型”演变。

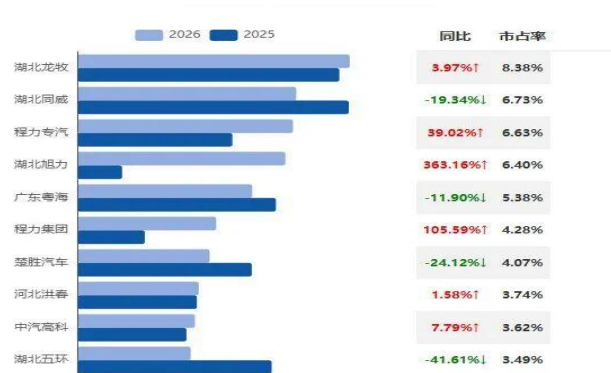
直播

直播预告

03

随州企业占据主要份额

在生产企业层面,湖北随州企业稳居清障车市场的头部阵营,占据主要份额。作为全国清障车产业的核心集聚区,随州已构建起涵盖专用底盘改装、关键零部件配套、整车制造及销售服务的完整产业链体系。这一产业集群有效降低了企业生产成本、缩短了产品交付周期,持续巩固其全国竞争优势。



2026 年 1-4 月我国清障车销量 TOP10

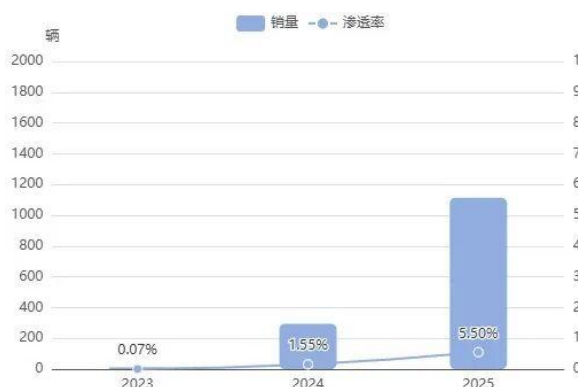
从 2026 年前四个月的销量数据来看,湖北龙牧、湖北同威、程力专汽、湖北旭力等随州本土企业均位列销量前列。

04

新能源清障车增速明显

值得关注的是,近几年我国清障车新能源化进程显著提速,渗透率呈现跨越式增长。2023 年,清障车的新能源渗透率仅为 0.07%,几乎可以忽略不计;而到了 2025 年,这一数字已迅速攀升至 5.50%,短短两年间实现了质的飞跃。进入 2026 年,新能源化趋势进一步强化,1-4 月渗透

率直线上升至 10.06%，较 2025 年全年几乎翻倍。



2023-2025 年我国新能源清障

车渗透率

这一变化背后，是城市环保政策趋严、路权倾斜新能源车型、油电运营成本差距拉大以及新能源专用底盘技术不断成熟等多重因素的共同驱动。可以预见，新能源清障车正从“试水阶段”加速迈向“规模应用阶段”，成为未来市场的增长极之一。

来源：专用汽车 spv

德车企涌入军工赛道，包括奔驰、大众、舍弗勒、马勒...

当地时间 6 月 11 日，在柏林国际航空展期间，梅赛德斯-奔驰与德国无人机防御初创企业 Tytan Technologies 签署谅解备忘录，合作生产反无人机专用车辆，成为最新一家入局军工赛道的德国车企。

这并非个例，而是当下德国汽车产业集体转身的缩影。在民用汽车市

场销量下滑、盈利缩水、转型承压等多重困境之下，利润丰厚的军工赛道，已经成为梅赛德斯-奔驰、大众集团等整车巨头，以及舍弗勒、马勒、莱茵金属等头部零部件企业的共同突围方向。

01 整车巨头跨界

近年来，德国汽车行业深陷结构性寒冬，燃油车需求萎缩、电动化转型成本高昂，叠加海外贸易壁垒、供应链成本走高、本土产能过剩等问题，主流车企利润持续承压，零部件企业更是难上加难。

与此同时，自 2022 年俄乌冲突爆发后，全球国防行业迎来高速增长期，欧洲军工市场热度持续攀升，国防开支与军备采购扩容带动各类军用配套订单激增，且该赛道利润率显著高于民用汽车市场。在这种情况下，德国车企的选择也就不足为奇了。

根据声明，梅赛德斯-奔驰将基于 G 级越野车和斯宾特（Sprinter）厢式车底盘进行改装，打造“车载式无人机防御装备及任务平台”，专门用于拦截小型无人机，保护人员安全及关键基础设施。

财报数据显示，由于市场竞争加剧、需求疲软、研发成本及关税高企，

梅赛德斯-奔驰 2025 年净利润同比近乎腰斩。经营压力之下，今年 5 月，梅赛德斯-奔驰 CEO 康林松释放明确信号，称欧洲需加强防务能力，而梅赛德斯-奔驰“愿发挥积极作用”。康林松称，梅赛德斯-奔驰身为规模化整车制造企业，自身具备的产业优势，能够助力集团更直接地切入军用装备制造领域，而防务领域具备增长空间，有望成为新的业绩增长点。

与梅赛德斯-奔驰相比，大众集团选择盘活闲置产能，直接推动整车工厂转型军工生产。早在 2025 年 3 月，大众集团 CEO 奥博穆对外表态，称该公司愿意生产武器和军事装备，包括将一些民用工厂改为军用武器工厂。



今年 3 月，英国《金融时报》曝出，大众集团正与以色列军工巨头拉斐尔洽谈合作，计划改造大众集团位于德国下萨克森州的奥斯纳布吕克工厂，自 2027 年起停产民用车辆，转而生产导弹防御系统相关配件，包括运载发射装置的重卡底盘、发射平台以及配套发电机组等。导弹及核心防御部件仍由拉斐尔在以色列生产，随后在德国完成最终组装。今年 6 月初，新加坡《联合早报》报道称，大众集团与拉斐尔即将达成协议，拟于 2026 年底前组建合资企业，在德国境内生产以色列“铁穹”（Iron Dome）防空系统相关部件。

事实上，不止是德国车企，今年 1 月，法国雷诺集团与法国防务企业 Turgis Gaillard 官宣合作，计划在法国合作生产远程打击无人机。法媒披露称，雷诺将在勒芒和克莱翁的工厂生产这种无人机，该合同为期十年，价值可能高达 10 亿欧元。

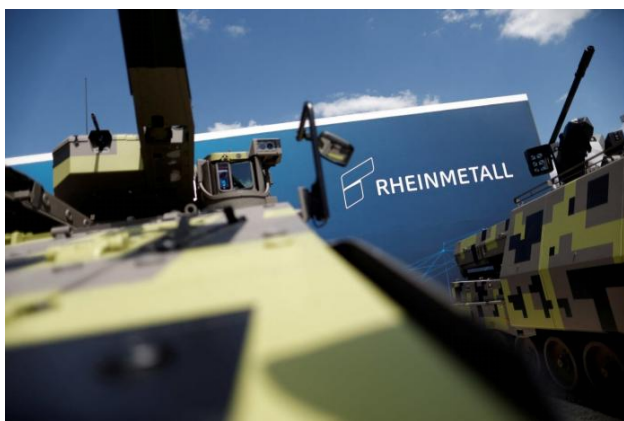
02 头部 Tier 1 扎堆入局

相比整车企业循序渐进布局，德国汽车零部件企业入局军工的动作更为激进。舍弗勒、马勒等 Tier 1 厂商争抢军工订单，莱茵金属更是直接斩断百年汽车业务，全身心扎根军工赛道。

就在今年 6 月初，莱茵金属官宣重磅交易，以 3.5 亿欧元的暂定成交价，将旗下汽车零部件业务——“动力系统事业部”100% 股权出售给慕尼黑工业投资集团 Aequita，交易预计在 2026 年第四季度完成交割。届时，莱茵金属将正式剥离民用汽车业务，转型成为一家纯粹的军工企业。

之所以如此，是因为民用和军用业务利润率悬殊。以交易谈判启动前的 2024 年为例，军工板块营业利润率达 19%，而汽车板块为 4.2%，且录得大额亏损。剥离汽车业务后，莱茵金属 CEO 帕佩格为公司制定了极具野心的发展目标：2030 年实现营收

400 亿-500 亿欧元。相比之下，2025 年莱茵金属营收为 99.35 亿欧元。军工赛道高成长性突出，成为集团资源倾斜的惟一方向。



据知情人士透露，帕佩格一直更钟情于军工行业。“在汽车零部件领域，他必须面对汽车制造商，而这些客户总是在不断压低价格；但在军工领域，他能够处于更强势的位置，拥有更大的议价能力和影响力。”一位长期与他共事的知情人士表示。

曾重度布局电驱动领域的舍弗勒，也在开拓新的增长点。2025 年 12 月，舍弗勒与德国军工企业 Helsing 签署合作协议，向后者提供军用无人机的核心电子零部件，并确保“Helsing 的无人机能获得关键的

半导体和原材料”。按照规划，2026 年 Helsing 将在舍弗勒帮助下制造出 1 万到 2 万台具有 AI 控制的战术无人机。Helsing 联合 CEO 贡德贝特·舍夫表示，Helsing 希望在紧急情况下“具备生产 10 万架无人机的能力”，而在这方面，汽车零部件供应商是“天然的合作伙伴”。



值得注意的是，舍弗勒在宣布上述协议签署后，公司股价出现暴涨。今年 3 月，舍弗勒 CEO 克劳斯·罗森菲尔德在年度新闻发布会上，再次公开确认将军用无人机作为公司未来的重要增长点。

专注热管理、内燃机核心部件的马勒，同样向军工领域倾斜。“集团

正加速布局汽车以外领域,涵盖固定式基础设施、休闲与物流应用,以及海事、采矿、铁路和防务领域的重型应用。还成立‘工业与特种解决方案’部门统筹非汽车业务,明确将防务与安全技术列为重点增长方向。”今年4月,马勒在披露2025年财报时表示。

整体来看,在欧洲汽车产业下行、国防预算上行双重背景下,德国

整车及零部件企业加码军工配套,是顺应市场趋势的商业选择。车企将成熟的造车技术与产能低成本转化至军工领域,既能消化闲置产能、盘活存量技术,也能获取远高于民用汽车业务的利润,预计今后还将有更多德国本土企业跟进布局。

来源:中国汽车报