

# 山东汽车

2023 年第 07 期 ( 总第 36 期 )

山东省汽车行业协会

2023 年 07 月 27 日

## 协会活动

协会团体标准《纯电动轻型卡车换电系统技术规范》内审会在济南召开

## 会员动态

山东港口与山东重工深化战略合作交流

青岛整车事业部开展年中工作复盘

领航工厂斩获全国“现场管理改进+质量信得过班组”4项大奖!

## 政策法规

国家发展改革委等部门印发《关于促进汽车消费的若干措施》的通知

工信部等五部门修改《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》

## 行业资讯

上半年汽车产销超 1300 万辆 新能源车企加速分化

今年上半年我国汽车出口 214 万辆同比增长 75.7%

上半年商用车销 197 万辆收官! 出口破 36 万 这一类车首创历史新高

电动化, 休想干掉内燃机 | 卷至半途

2023 上半年美国车市: 三大新势力交出历史最好成绩单

## 协会活动

# 协会团体标准《纯电动轻型 卡车换电系统技术规范》内审会在济南召开

2023 年 7 月 14 日-17 日，协会组织山东省汽车标准化技术委员会专家在济南召开了“山东省汽车行业协会团体标准《纯电动轻型卡车换电系统技术规范》内审会”。会议对 5 月 26 日在济南召开的《纯电动轻型卡车换电系统技术规范》团标筹备会暨研讨会上各参与单位提出的意见建议，逐一进行了归

纳梳理、修改补充和完善，确定了起草单位及起草人，对文件整体内容进行了标准格式化，形成标准终稿。

按照国家规定，根据制定团体标准的步骤环节和团体标准管理办法，协会已在全国标准信息平台上进行了注册登记。

来源：山东省汽车行业协会

## 会员动态

# 山东港口与山东重工深化战略合作交流

7月8日，山东省港口集团党委书记、董事长霍高原，党委副书记、总经理李奉利一行到潍柴参观交流。潍坊市委书记刘运，山东重工集团党委书记、董事长谭旭光参加活动。



霍高原说，这次山东港口的潍柴之旅是学习之旅、合作之旅、友谊之旅。双方战略合作以来成效显著，希望进一步强化学习、强化交

流、强化合作，不断拓展合作领域，加快山东智慧绿色港口建设。



谭旭光说，山东港口和山东重工具有广阔的合作空间，希望双方加强交流学习，不断探索战略合作的新模式。我们将发挥在高端装备领域的产品和科技优势，助推山东港口建设世界一流的海洋港口！

来源：山东重工资讯

## 青岛整车事业部开展年中工作复盘

### 深谋再蓄势 聚力勇拼争

—青岛整车事业部开展年中工作复盘—

根据青岛整车事业部年度工作计划，6月28日至7月11日，事业部各体系相继开展年中工作复盘，通过对2023年上半年的工作进行总结，对照年初设定目标和实现情况，找出存在的差距和不足，以持续改进提升，更好落实下半年的工作。定期工作复盘、项目专项复盘是“青汽模式”的重要组成部分，旨在工作中定期总结、寻找差距、优化迭代，形成知识积累，保障各项工作快速准确推进。



7月3日，解放公司副总经理兼青岛整车事业部党委书记、总经理李胜到青岛中重型车产品线调研

复盘会上，各部门负责人分别汇报本领域2023年上半年工作完成情况，全面梳理存在的问题，并对问题进行自查自检。青岛整车事业部各分管领域领导到会听取汇报并做剖析点评，对各领域下半年工作提出具体要求，指出各单位要开展好此次复盘工作，识别问题点、总结经验教训，不断解决瓶颈点，推进指标不断向好，全力以赴完成好2023年各项指标，推动事业部发展再上新台阶。

解放公司副总经理兼青岛整车事业部党委书记、总经理李胜在参加青岛中重型车产品线和轻型车产品线复盘会上指出，复盘不仅是业务复盘，更是流程与组织复盘，要做好业务、流程与组织的协同复盘，识别组织对外界环境的变化是否需要优化调整，充分判断内

部资源是否有效配置；要真正掌握复盘方法论，从目标、结果、过程分析及总结横展四个维度逐一开展，客观、实际的梳理现有业务，利用目标驱动，支撑组织绩效；要充分认识到团队的重要性，一切以团队为中心，做好客户满意与商业成功；要利用现有资源，做好技术开发与平台开发，分阶段、分成熟度进行技术转移，全力支撑产品竞争力；要统筹海外、新能源的定位与发展，利用好各种资源，取长补短，做好产品组合。

深度复盘，审时度势；目标明确，坚定信心；凝聚力量，再战新征程。本次半年工作复盘，进一步明确了全年工作目标，寻找到了差距和不足，为下半年工作指明了方向。广大员工纷纷表示，必将锚定目标，优化工作，强化协同，赓续实干，以崭新的面貌迎接下半年新的任务及挑战，为青岛整车事业部高质量发展贡献力量！

来源：一汽解放青岛

## 谭旭光：将潍柴打造成 越南船电市场的第一动力品牌！

7月15日上午，谭旭光在越南胡志明市主持召开潍柴能源电力与船舶动力战略客户座谈会，深入交流了潍柴发动机产品在越南市场的表现情况、突出问题和发展

建议。

多家几十年来与潍柴合作的发电 OEM 公司和船用动力代理客户做了交流发言，他们纷纷表示，潍柴发动机产品性能、质量、服务

水平越来越好，在越南市场保持了高速增长态势，市场占有率成为越南国外品牌的第一，累计销售十几万台发动机，建立了良好的潍柴品牌形象。



谭旭光说，越南是我们家门口的市场，始终是潍柴全球化发展最

重要的市场之一，我们深耕三十多年，在越南拥有了今天的品牌影响力。希望我们共同珍惜，共同推动潍柴在越南走高端品牌路线。



来源：潍柴动力股份有限公司

## 领航工厂斩获全国“现场管理改进+质量信得过班组”4项大奖！

近日，由中国质量协会主办的2023年全国现场管理改进成果暨质量信得过班组建设经验发表交流活动落幕。

时代事业部领航工厂4个参赛项目分别荣获全国示范级奖项（一等奖），2个全国专业级奖项（二等奖），2个



## 现场改进类

### 示范级

#### 总装一部

《六西格玛方法在现场突出质量问题解决过程中的应用》



### 专业级

#### 车身一部二车间

《防错自动原理在现场质量提升方面的应用》

在发表会现场，领航工厂选送的成果得到现场专家评委的高度评价及充分认可，一致认为成果总体成熟度高，逻辑严谨，步骤清晰，效果显著，且具有行业特色及推广价值，最终在 300 余项参赛成果中脱颖而出，再次为事业部在国家级大赛中争得荣誉。



## 班组建设类

### 示范级

#### 车身一部一车间调整班

《精益班组业务管理，创建质量信得过班组》



专业级

总装二部三车间内饰 2 班

《夯实质量根基，筑牢时代品质》



为取得最佳比赛成绩，领航工厂制造管理部及相关生产作业部高效协同，在活动报名、材料编制评审、发表练习、现场发表等环节紧密配合、各尽其责。赛后，各参赛团队纷纷表示：本次活动在充分展示时代形象的同时，也学习到了各行业的优秀做法，既开拓视野，又增长见识。下一步将继续立足本职岗位，进一步运用精益管理工具方法、深入推进现场管理改进工作，并将本次活动经验进行传授分享，为事业部斩获更多荣誉！

来源：福田汽车新时代

# 青特集团：文化引领，持续转型，进阶“中国智造”

2023 年 5 月 12 日，“甦·新商业论坛 城阳发布”在青岛市城阳区顺利召开。本次论坛由青岛市

科学技术局、青岛市商务局、城阳区人民政府主办，新物种研究院联合主办，主题为“再造复原力·城



市新活力”。本次论坛以城阳实践为创新样本，汇聚青岛城阳标杆企业、全国专精特新企业、顶级行业专家，共同探讨商业、产业、城市的协同发展之路。青特集团副总裁王丰元作为青岛城阳标杆企业之一在论坛环节分享了自己的实践经历和商业思考。

当前，中国正大踏步走在制造业产业升级的道路上。智能制造是中国巩固实体经济发展根基、建成现代产业体系、实现新型工业化、建设制造强国的重中之重。在工信部等 8 部门联合发布的《“十四五”智能制造发展规划》中明确提出，通过“两步走”，到 2025 年，70% 的规模以上制造业企业基本实现数字化网络化，重点行业骨干企业初步应用智能化；到 2035 年，规模以上制造业企业全面普及数字化网络化，重点行业骨干企业基本实现智能化。

青特集团有限公司（以下简称“青特集团”）正是智能制造转型升级的中坚力量之一。从 1958 年的一家制造农具的小公社修配制造厂起步，历经几次转型，如今青特集团已经成长为跨地区、跨行业、多元化的企业集团，成为中国重要的汽车零部件和特种汽车生产和出口基地。

青特集团的前身是“城阳人民公社修配制造厂”，最初只有 20 名员工、6 间民房、简陋的手工设备、几万元产值，以生产农具为主。而今天，集团的产业涉足专用车制造、汽车车桥生产、汽车零部件生产、房地产开发、国际贸易等多个领域，形成了年产专用车 1 万辆，各种轻、中、重卡及大型客车系列车桥 110 万套，支撑桥 10 万支、齿轮 10 万套、铸件 10 万吨的能力，致力成为“中国车桥行业引领者、一流的专用车制造服务商”。

在青特集团副总裁王丰元看来，青特之所以能够以坚强的韧性走过 60 多年风雨，其核心在于坚定地走好每一步，做好每一天，始终坚持文化引领、自主创新和持续的技术升级，它们构筑起青特的复原力。

### 一、文化引领与战略规划

“敬人诚信、敬业创新”是青特集团一直秉承的核心价值观，同时，青特集团提倡传承老一辈青特人“艰苦创业、坚韧不拔、锲而不舍、追求卓越”的实干精神。

在此基础上，青特集团也非常重视战略的顶层设计。王丰元总结道，青特集团的发展可以分为三大阶段：第一阶段做农机具，通过做铸件，跨进汽车零部件领域；第二阶段是从零部件生产进入汽车生产制造，并且深耕重型汽车驱动桥的生产；第三阶段是从制造业跨越进入国际贸易、房地产等多元化产

业。目前青特集团的经营战略是“坚持自主创新、高质量、低成本、国际化”。

过去三年，疫情虽然给青特集团的供应链和市场销售带来了不确定性的挑战，但王丰元认为，越是面对不确定性，越要有定力谋划长远。青特集团在十年前就着手与全球高端商用车制造商建立商务联系，为目前多个高端项目的成功落地打下了基础。国际化的发展帮助青特克服了疫情以来国内市场的低迷。目前，青特的车桥以及专用车产品已经出口到全球 40 多个国家和地区。

车桥是青特集团的核心业务。车桥是商用车的重要零部件，是支撑商用车正常行驶的重要“执行机构”。随着市场的发展，青特集团每年都在推出全新研发的车桥产品。据了解，青特集团生产的车桥以适配 49 个平台类型，涵盖轻、

中、重卡及客车的“车桥自选超市”而闻名于国内商用汽车领域。数据显示，青特集团主导的车桥产品市场占有率在 16%，在国内排名第二，山东排名第一。

而在专用车业务上，青特围绕市政环卫、市政电力、公路运输、工程四大领域，开发 36 个产品类别、120 多个产品系列，能够满足城市环卫、电力保障、行业物流、工程建设等各行业部门及用户对车辆的需求，走在国内专用车行业前列。

## 二、持续创新与转型升级

王丰元表示，研发能力代表了产品在市场上的竞争力，为此，青特集团特别坚持、特别强调自主创新。

早在 1999 年，青特集团就成立了公司技术中心，2009 年被认定为国家级企业技术中心，现有各类技术人员 500 余人。依托国家认

可中心实验室、博士后科研工作站和国家级工程实践教育中心等创新平台，并与清华大学、中国汽车工程研究院、哈工大、山东大学、青岛大学等著名高校、院所深入合作。

青特集团目前已经掌握了汽车车桥总成、新能源动力总成等关键零部件的关键核心技术，打破了国外企业的相关技术壁垒。目前青特集团已经形成了“预研一代、储备一代、应用一代”的产品创新模式，科技成果的转化率达到 90% 以上。截至目前，青特集团已累计授权国家专利 1100 余项，完成科技成果暨新产品新技术鉴定 260 余项，主持参与各类行业标准 20 余项，荣获省部级以上科技奖 20 余项，研发的车桥有 151 套应用到国庆 70 周年阅兵彩车。

青特集团对于创新的关注和鼓励还体现在用多样的机制积极

营造创新的氛围。包括开展全员创新活动，成立全员创新活动领导小组。由总裁任组长，技术副总裁、工会主席任副组长，各事业部总经理、各部门负责人、各分公司总经理任成员，全面负责公司的全员创新工作。制定下发全员创新活动实施方案，组织开展全员创新活动。同时，建立健全全员创新管理制度。制定《科技成果奖励办法》《专利管理规定》等相关创新激励奖励文件近 20 项，保证创新活动有效运行。全员创新投入实现逐年增长，全员创新投入占研发投入的比例达到 5% 以上，专门用于企业内部创新奖励、创新平台建设、技能提升、技能人才培养、技能大赛等创新活动。此外，广泛开展群众性创新活动。依托国家认定企业技术中心和劳模创新工作室、王京京工匠创新工作室等创新平台，大力开展以“五小”竞赛为主要内容的

群众性创新活动，设立合理化建议奖、技术创新奖、管理创新奖等奖项，健全完善成果转化机制，推动职工创新成果实现有效转化。

### 三、数字化与智能制造

近年来，商用车领域越来越注重车辆的智能、环保、舒适、安全。捕捉到这些市场信号后，青特集团不断提升产品创新能力，同时也在技术改造上持续投入，建立了先进的自动化生产线，通过软件实现了数字化生产。

青特集团构建了商用车车桥为主体的汽车零部件智能制造平台，先后与国际先进制造商联合研发了 80 余套世界先进的尖端工艺装备，从产品加工到装配，全部实现自动化、信息化和智能化生产。

王丰元认为，高品质的智能制造一方面要用先进的设备生产先进的产品，另一方面需要持续更新先进的生产工艺。因此，青特集团

也非常重视生产制造过程的改进和优化。但凡对成本和效率影响较大的环节和工序，青特集团都积极开展工艺优化，重要优化点超过三十项，优化后，产线换产时间缩短 50%，整线生产效率综合提升 30% 以上，近两年累计降本 800 余万元。

青特集团对十四五期间的工业互联网和智能制造做了整体的布局。十四五期间，集团的主要的生产车间都要实现数字化，集团的管控也要实现数字化，总体的工业互联网的布局要基本完成。在这个布局中，青特需要首先打通现有的各个数字系统，让数字资源能够流动起来。2023 年青特集团的大数据系统也将启动建设。

#### 四、做区域汽车产业集群的领头羊

汽车产业集群是青岛市政府列出六大产业集群之一，青特集团

是其中的核心重点企业。青特集团已连续两年入围山东民企 100 强。2022 年，企业还入围了 2022 年青岛民营企业 100 强，位列第 15 名；入围 2022 年青岛民营企业制造业 10 强，位列第 2 名，获得“新一代青岛金花培育企业”的正式授牌。同时，青特集团旗下全资子公司青岛青特众力车桥有限公司入选“山东省科技领军企业榜单”。

王丰元表示，青特集团是青岛城阳区土生土长的企业，目前集团的发展主体依然在青岛城阳。企业的快速发展离不开当地政府的支持、人才的聚集和各种环境的营造。如今，城阳区被划归为青岛的主城区，接下来必将进入更加快速的发展阶段，青特集团将紧紧抓住这一发展机遇，继续与区域各级政府做好配合，共创共建新城阳。

来源：青特集团

## 潍柴新能源商用车荣获第六届 中国物流技术装备发展大会两项嘉奖

7月14日-15日，以“数字化赋能 共建智能化、绿色化物流生态圈”为主题的第六届中国物流技术装备发展大会暨2023年智能物流技术装备企业家论坛在重庆成功举办。

凭借科技、智能、绿色的产品优势，潍柴新能源商用车斩获“2023年中国物流运输专用车推荐品牌”嘉奖，蓝擎·悦产品

斩获“2023年度物流运输车辆十大新锐车型”奖项。



中国物流技术装备发展大会的举办，是为了促进我国技术装备

产品更能适应市场和物流行业发展的需求，助推我国流通经济的快速恢复和稳健发展。本次接连颁发两项嘉奖，是对潍柴新能源商用车在新能源技术创新、智能制造等领域的高度认可，也是潍柴新能源商用车长期以来技术、经验积淀的成果展现。

### 背靠潍柴打造全新蓝擎汽车高端品牌

目前，潍柴新能源商用车已完成全球研发、营销布局，包括日本东京、上海、青岛三大研发中心以及青岛营销中心，覆盖中卡、轻卡、小卡、微卡系列车型，并布局混动、纯电、氢燃料等新能源商用车产品。在潍柴集团的大力支持下，潍柴新能源商用车历经多年，倾心打造出了蓝擎品牌汽车。

蓝擎汽车依托潍柴集团强大的研发能力，构建四位一体的全球研发体系；依托完善的产业链能力，尤其是自研三电系统及独有黄金动力总成，引领轻卡高端化发展；协同潍柴集团全球近万家服务网络及资本、金融能力，搭建一流的营销体系；以潍柴强大的品牌影响力为背书，迅速打造全新蓝擎汽车高端品牌。

### 蓝擎汽车集成行业多项领先技术

本次获得“2023 年度物流运输车辆十大新锐车型”的都市圈物流纯电轻卡创领者蓝擎·悦，基于潍柴新能源商用车全球领先的中置电池纯电轻卡平台 WETP 进行开发打造，集成行业多项先进科技，在新能源商用车技术方面具有领先性。



蓝擎·悦系列 EH Pro 电动轻卡匹配汉德双档电驱桥+比亚迪刀片电池+潍柴多合一电控的动力总成，综合性能全球领先。全行业率先使用汉德双档高效电驱桥，动力输出功率为 120kW，峰值扭矩更是达到 360N·m，拥有两个前进挡位，相比于行业单挡电驱桥，起步动力更大，承载、爬坡能力更强。电控系统方面，采用汇川多合一电控系统高度集成化技术，能令高压线接口减少至少 50%，可有效降低故障率，保障车辆出勤效率，助力用户多拉快跑。

蓝擎·悦系列 EH Pro 电动轻卡有比亚迪单包中置刀片电池的加持和减重设计，车辆续航里程超

过 320km，在 50-200 公里内的城配运输细分市场大受欢迎。这款车补能也是相当方便，得益于配备 STS 智能恒温系统，包含电池强制液冷+电机余热回收功能，确保电池在工作时不受环境影响，增加使用寿命。电量从 20% 充至 80% 仅需 30 分钟，充满电才仅需一小时，让出行无后顾之忧。蓝擎·悦系列电动轻卡凭借技术领先优势，实现物流运输降本增效，为用户带来具有高附加值、场景化、智能化的新能源商用车高质量运营解决方案。



蓝擎汽车还将全面推进“1314 战略”：围绕“引领世界新能源商用车的中国力量”这一使命，聚焦“人、车、生态”三个核心，打造

四大整车矩阵，以运力、租赁、货源等多元化生态能力为支柱，推动轻卡行业实现全面升级。

### 强势入围德蓝轻卡综合实力远超同级

同时，德蓝专用车同样因突出的核心技术优势及产品综合竞争力参展本次大会，掀起高承载、高容量、长续航、省钱省力的轻卡新风尚，让赚钱更有底气。



现场展出的德蓝新能源轻卡集合宁德时代电池+潍柴 VCU 整车控制器+汇川集成桥电机+汉德集成电驱桥。采用宁德时代 81.14kWh 磷酸铁锂电池，安全减重 10%，匹配智能化电池管理系统，实际续航可达 220Km 以上。应用第三代轻卡



底盘，左右对称重心低，过弯稳，驾控信心十足，采用 152 直通梁，承载性远高于燕尾梁；2/3+2 板簧，额定载重 5 吨，彪悍的载重能力远超同级竞品。

潍柴新能源商用车凭借专业的研发制造能力，为用户打造生态运力解决方案及高端品质轻型商用车。其的强大潜能和综合实力，为中国新能源轻卡行业注入了品牌进阶、科技升维的强大动力，本

次荣获“2023 年中国物流运输专用车推荐品牌”实至名归。

潍柴新能源商用车将继续依托潍柴集团强大的研发能力，构建全球研发体系，促进物流行业转型升级，为进一步提升我国物流效率、降低物流成本，助力推动我国物流技术装备产业向数字化、智能化、绿色化高质量发展。

来源：潍柴新能源商用车

## 山东得普达电机股份有限公司

### 斩获荣耀战略合作奖 愿未来助力更多优秀企业



“丰富合作内涵，助力互利共赢”是山东得普达电机股份有限公司对所有合作企业的承诺和信念。

在过去 15 年的飞速发展中，我们与众多企业精诚合作，不但结下深厚友谊，也见证了彼此跨越式的发展和腾飞。

7 月 14 日，董事长王福杰先生受邀出席琳琅“泰山之巅·万境新生”年度盛典活动。此次颁奖盛典，在泰山宝盛大酒店盛大举行，

主办方是山东得普达电机股份有限公司合作多年的琳琅新能源。

### 合作共赢，未来可期

盛典伊始，琳琅新能源董事长李春芳率先致辞，表达了琳琅对配套供应商和经销商的由衷感谢，并期望未来更加紧密广阔的合作。



此次峰会现场，琳琅以行业最高规格举行颁奖盛典。山东得普达电机股份有限公司获得荣耀战略合作奖，董事长王福杰先生代表配套供应商上台发言。

### 战略合作，资源整合

董事长王福杰首先恭贺琳琅在微电轿产业始终领唱主角，占据行业领先地位。琳琅电动车今天所

取得的耀眼成绩，所有配套供应商都与有荣焉。恰逢新能源市场的黄金发展期，全产业链资源的整合升级，更加地契合时代特点，也是配套供应商共同的追求和愿景。王总特别指出，在以后长期的战略合作关系中，供应商和琳琅新能源可以联合发挥特长，共同获取更多的市场份额。得普达也将持续升级售后服务，为琳琅提供高品质的技术附加，助力琳琅在行业市场更具竞争力。

此次获奖，充分展现了合作企业对山东得普达电机股份有限公司的肯定和赞许，也印证了我们过硬的产品质量和技术支持。相信在董事长王福杰的带领下，我们可以在下半年取得更多订单和市场，为更多优秀企业赋能助力。

来源：德普达电机

政策法规

# 国家发展改革委等部门印发 《关于促进汽车消费的若干措施》的通知

发改就业〔2023〕1017号

公安部

财政部

各省、自治区、直辖市及计划  
单列市、新疆生产建设兵团有关部  
门和单位：

住房城乡建设部

交通运输部

商务部

为进一步稳定和扩大汽车消  
费，促进消费持续恢复，国家发展  
改革委会同有关部门和单位研究  
制定《关于促进汽车消费的若干措  
施》。现印发给你们，请结合实际，  
认真抓好贯彻落实。

中国人民银行

海关总署

税务总局

市场监管总局

国管局

国家发展改革委

国家能源局

工业和信息化部

2023年7月20日

## 关于促进汽车消费的若干措施

汽车消费体量大、潜力足、产  
业带动作用强，促进汽车消费对稳

定我国消费大盘、促进产业链高质  
量发展具有积极作用。为进一步稳

定和扩大汽车消费，优化汽车购买使用管理制度和市场环境，更大力度促进新能源汽车持续健康发展，现提出以下措施。

一、优化汽车限购管理政策。鼓励限购地区尽早下达全年购车指标，实施城区、郊区指标差异化政策，因地制宜增加年度购车指标投放。

二、支持老旧汽车更新消费。鼓励各地加快国三及以下排放标准乘用车、违规非标商用车淘汰报废。鼓励各地综合运用经济、技术等手段推动老旧车辆退出，有条件的地区可以开展汽车以旧换新，加快老旧车辆淘汰更新。

三、加快培育二手车市场。各地落实取消二手车限迁、便利二手车交易登记等政策措施。鼓励汽车领域非保密、非隐私信息向社会开放，提高二手车市场交易信息透明度，完善信用体系。合理增加对二

手车平台企业的抽检频率，抽检结果依法向社会公开。加强出口退税的政策辅导和服务，支持鼓励达到相关质量要求的二手车出口。

四、加强新能源汽车配套设施建设。落实构建高质量充电基础设施体系、支持新能源汽车下乡等政策措施。加快乡县、高速公路和居住区等场景充电基础设施建设，引导用户广泛参与智能有序充电和车网互动，鼓励开展新能源汽车与电网互动应用试点示范工作。持续推动换电基础设施相关标准制定，增强兼容性、通用性。加快换电模式推广应用，积极开展公共领域车辆换电模式试点，支持城市公交场站充换电基础设施建设。鼓励有条件的城市和高速公路等交通干线加快推进换电站建设。

五、着力提升农村电网承载能力。合理提高乡村电网改造升级的投入力度，确保供电可靠性指标稳

步提升。进一步加快配电网增容提质，提高乡村入户电压稳定性，确保农村地区电动汽车安全平稳充电。

六、降低新能源汽车购置使用成本。落实延续和优化新能源汽车车辆购置税减免的政策措施。推动居民小区内的公共充换电设施用电实行居民电价，推动对执行工商业电价的充换电设施用电实行峰谷分时电价政策。推动提供充电桩单独装表立户服务，更好满足居民需要。鼓励充换电设施运营商阶段性降低充电服务费，鼓励地方对城市公交车辆充电给予优惠。到 2030 年前，对实行两部制电价的集中式充换电设施用电免收需量（容量）电费。

七、推动公共领域增加新能源汽车采购数量。支持适宜地区的机关公务、公交、出租、邮政、环卫、园林等公共领域新增或更新车辆

原则上采购新能源汽车，鼓励农村客货邮融合适配车辆更新为新能源汽车，新能源汽车采购占比逐年提高。

八、加强汽车消费金融服务。加大汽车消费信贷支持，鼓励金融机构在依法合规、风险可控的前提下，合理确定首付比例、贷款利率、还款期限。持续深化车险综合改革，健全商业车险费率形成机制，支持保险公司开发新能源汽车充电桩保险等创新产品。严格规范汽车金融市场秩序，不得向消费者强制搭售金融产品服务或违规收取不合理费用。

九、鼓励汽车企业开发经济实用车型。鼓励企业立足城乡不同消费群体需求，针对生产、生活、交通等使用场景，以及客货邮融合发展等组织模式，优化丰富高性价比的车型供给，为消费者提供多元化选择。

十、持续缓解停车难停车乱问题。鼓励各地有效扩大停车位供给，合理制定停车收费政策。新建居住区严格按照城市停车规划和相关标准要求配建停车位，提高老旧小区、老旧街区、老旧厂区、城中村改造中的车位配建比例。各地可根据实际情况合理设置夜间道路停车位。加大金融支持力度，在人员密集场所和景区加快立体停车场、智慧车场建设和装备配置。

各地区、各有关部门要及时出台配套政策措施并抓好政策落实，支持有关行业协会、商会、汽车企业、金融机构等开展汽车促销活动，不得出台地方保护的政策，避免恶性竞争，共同维护行业秩序，营造有利于汽车消费的政策和市场环境。

来源：国家发展改革委

## 工信部等五部门修改《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》

导读：

为适应我国节能与新能源汽车产业发展和技术进步的需要工业和信息化部、财政部、商务部、海关总署、市场监管总局等五部门近日联合公布《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》，

对现行《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》进行修改，主要修改内容包括调整新能源车型积分计算方法、建立积分灵活性交易机制、优化其他积分管理制度等三个方面。本决定自 2023 年 8 月 1 日起施行。

## 关于修改《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》的决定

2023 年 6 月 29 日中华人民共和国工业和信息化部 中华人民共和国财政部 中华人民共和国商务部 中华人民共和国海关总署 国家市场监督管理总局令第 64 号公布，自 2023 年 8 月 1 日起施行。

为适应我国节能与新能源汽车产业发展和技术进步的需要，工业和信息化部等有关部门决定对《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》作如下修改：

一、将第十五条第三款修改为：“新能源乘用车车型积分按照《新能源乘用车车型积分计算方法》（见附件 2）确定。工业和信息化部根据实际情况，可以对《新能源乘用车车型积分计算方法》作出调整，重新公布。”

二、第二十一条增加一款，作为第二款：“工业和信息化部会同财政部、商务部、海关总署、市场监管总局于每年 6 月 30 日前，按照《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》规定的评价方法，对上一年度乘用车企业平均二氧化碳排放量进行核算，核算结果纳入乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分核算情况报告，一并发布。”

三、将第二十二条第三款修改为：“乘用车企业有平均燃料消耗量负积分、新能源汽车负积分的，应当在乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分核算情况报告发布后 90 日内，向工业和信息化部提交其平均燃料消耗量负积分和新能源汽车负积分抵偿报告（见附件 4），并在核算情况报告发布后 120 日内完成负积分抵偿归零。”

四、将第二十六条第三项修改为：“使用本企业产生、结转的新能源汽车正积分”。

五、将第二十九条修改为：“乘用车企业购买的新能源汽车正积分，按照本办法第二十二条的规定结转，不得再次交易。”

六、增加一章，作为第六章“新能源汽车积分池管理”，包括第三十一条至第三十四条。

七、增加一条，作为第三十一条：“工业和信息化部建立新能源汽车积分池，用于乘用车企业储存或者提取新能源汽车正积分。”

八、增加一条，作为第三十二条：“工业和信息化部根据全国乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分供需情况，于每年 7 月 30 日前决定是否开放积分池。决定开放的，同时确定积分池储存比例或者提取比例以及相关实施方

案，通过汽车燃料消耗量与新能源汽车积分管理平台向社会公布。”

九、增加一条，作为第三十三条：“经核算，全国乘用车企业新能源汽车正积分，高于全国乘用车企业新能源汽车负积分与平均燃料消耗量负积分（扣减结转和可受让获得的平均燃料消耗量正积分）之和的 200%的，工业和信息化部开放积分池，允许乘用车企业在积分池中储存新能源汽车正积分。”

“乘用车企业可以在积分池开放之日起 120 日内储存新能源汽车正积分。储存的数量不超过乘用车企业上一年度新能源汽车正积分与储存比例的乘积。”

“储存在积分池中的新能源汽车正积分不设结转比例要求，储存有效期 5 年。”

十、增加一条，作为第三十四条：“经核算，全国乘用车企业新能源汽车正积分，未达到全国乘用



车企业新能源汽车负积分与平均燃料消耗量负积分（扣减结转和可受让获得的平均燃料消耗量正积分）之和的 150%的，工业和信息化部开放积分池，允许乘用车企业提取储存的新能源汽车正积分。”

“提取的新能源汽车正积分数量，不超过乘用车企业储存在积分池中的新能源汽车正积分与提取比例的乘积。”

“提取的新能源汽车正积分，在年度积分交易结束后未使用的，应当返还到积分池。”

十一、将第三十七条修改为第四十一条，第一款修改为：“本办法所称核算年度是指每年 1 月 1 日至 12 月 31 日。境内生产的乘用车以机动车整车出厂合格证的发证日期为准确定相应的年度；进口乘用车以获得强制性产品认证车辆的海关报关单证放行日期为准确定相应的年度。”

十二、增加一条，作为第四十三条：“工业和信息化部、财政部、商务部、海关总署、市场监管总局将根据产业发展情况和碳排放管理工作需要，适时研究建立本办法规定的积分制度与其他碳减排体系的衔接机制。”

十三、将附件 2《新能源乘用车车型积分计算方法》修改为：  
**新能源乘用车车型积分计算方法**

车辆类型	标准车型积分	备注
纯电动乘用车	$0.0034 \times R + 0.2$	(1) R为电动汽车续驶里程(工况法), 单位为km。
插电式混合动力乘用车	1	(2) P为燃料电池系统额定功率, 单位为kW。
燃料电池乘用车	$0.05 \times P$	(3) 当R小于100时, 标准车型积分为0分; $100 \leq R < 150$ 时, 标准车型积分为0.6分。 (4) 纯电动乘用车标准车型积分上限为2.3分, 燃料电池乘用车标准车型积分上限为4分。 (5) 车型积分计算结果按四舍五入原则保留两位小数。

1. 纯电动乘用车积分相关要求

纯电动乘用车车型积分=标准车型积分×续驶里程调整系数×能量密度调整系数×电耗调整系数。

(1) 当 $100 \leq R < 150$ 时, 续驶里程调整系数为0.7; 当 $150 \leq R < 200$ 时, 续驶里程调整系数为0.8; 当 $200 \leq R < 300$ 时, 续驶里程调整系数为0.9; 当 $300 \leq R$ 时, 续驶里程调整系数为1。

(2) 当纯电动乘用车动力电池系统的质量能量密度 $< 90 \text{Wh/kg}$ 时, 能量密度调整系数为0; 当 $90 \text{Wh/kg} \leq$ 质量能量密度 $< 105 \text{Wh/kg}$ 时, 能量密度调整系数为0.7, 当 $105 \text{Wh/kg} \leq$ 质量能量密度 $< 125 \text{Wh/kg}$ 时, 能量密度调整系数为0.8; 当 $125 \text{Wh/kg} \leq$ 质量能量密度时, 能量密度调整系数为1。

(3) 纯电动乘用车30分钟最高车速不低于 $100 \text{km/h}$ 。按整备质量(m, kg)不同, 设定纯电动乘用车电能消耗量目标值(Y)。车型电能消耗量( $\text{kWh}/100\text{km}$ , 工况法)满足电能消耗量目标值的, 电耗调整系数(EC系数)为车型电能消耗量目标值除以电能消耗量实际值(计算结果按四舍五入原则保留两位小数, 上限为1.5倍); 其余车型EC系数按0.5倍计算, 并且积分仅限本企业使用。

纯电动乘用车电能消耗量目标值:  $m \leq 1000$ 时,  $Y = 0.0112 \times m + 0.4$ ;  $1000 < m \leq 1600$ 时,  $Y = 0.0078 \times m + 3.8$ ;  $m > 1600$ 时,  $Y = 0.0048 \times m + 8.60$ 。

2. 插电式混合动力乘用车应符合《插电式混合动力电动乘用车技术条件》(GB/T 32694)要求。车型电量保持模式试验的燃料消耗量与《乘用车燃料消耗量限值》(GB 19578)中车型对应的燃料消耗量限值相比应当小于70%; 其电量消耗模式试验的电能消耗量应小于前款纯电动乘用车电能消耗量目标值的135%。无法同时满足以上两项指标的车辆按照标准车型积分的0.5倍计算, 并且积分仅限本企业使用。

3. 燃料电池乘用车纯氢续驶里程不低于300km, 当P不低于驱动电机额定功率的30%且不小于10kW时, 车型积分按照标准车型积分的1倍计算; 其余车型积分按照标准车型积分的0.5倍计算, 并且积分仅限本企业使用。

此外, 对个别文字作相应修改。

本决定自 2023 年 8 月 1 日起施行。《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(工业和信息化部 财政部 商务部 海关总署 质检总局令第 44 号)根据本决定作相应修改, 重新公布。

### 《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》解读

6 月 29 日, 工业和信息化部、财政部、商务部、海关总署、国家市场监督管理总局联合公布了《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》(工业和信息化部等五部门令第 64 号, 以下简称《决定》), 对现行《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(以下简称《积分办法》)进行了修改。为了更好地理解和执行《决定》, 工业和信息化部

部产业政策与法规司负责同志对《决定》进行了解读。

### 修改《积分办法》的背景是什么？

2017 年，为促进汽车产业节能减排、绿色发展，工业和信息化部、财政部、商务部、海关总署、原质检总局等五部门联合发布《积分办法》，通过建立积分交易机制，形成促进传统汽车节能和新能源汽车产业协调发展的市场化机制。2020 年，针对企业燃油车节能技术投入不够、积分交易市场供需不平衡、新冠疫情影响等问题，工业和信息化部等五部门对《积分办法》进行了首次修改，完善了新能源汽车积分比例要求、引导传统乘用车节能、关联企业认定等制度。近年来，全球汽车产业加速绿色化转型，党中央作出推进碳达峰碳中和重大战略决策，我国节能与新能源汽车产业发展面临新形势。与此

同时，《积分办法》执行中出现机制不够灵活、市场供需调节能力不足、积分价格波动较大等问题。为助力实现“双碳”目标，促进节能与新能源汽车产业高质量发展，亟需再次修改《积分办法》。

### 修改《积分办法》过程中，主要开展了哪些工作？

《决定》主要修改了以下内容：

（一）调整新能源车型积分计算方法。综合考虑技术进步、成本下降和积分合规成本变化情况，按照积分供需平衡原则，调整《积分办法》附件 2《新能源乘用车车型积分计算方法》，将新能源乘用车标准车型分值平均下调 40%左右，并相应调整了积分计算方法和分值上限。同时，考虑到后续新能源积分比例和分值要求仍需要根据实际情况不断进行修改，《决定》规定工业和信息化部可以根据实

际情况及时对《新能源乘用车车型积分计算方法》作出调整。

(二) 建立积分灵活性交易机制。为应对积分供需失衡问题, 稳定积分价格, 新增“新能源汽车积分池管理”一章, 建立积分池管理制度。当年度新能源汽车正积分与负积分供需比超过 2 倍时启动积分池存储, 允许企业按自愿原则将新能源汽车正积分存储至积分池, 该部分积分存储有效期 5 年。当年度新能源汽车正积分与负积分供需比未达到 1.5 倍时释放积分池中的积分, 允许企业提取储存的新能源汽车正积分, 当年度未使用的

新能源汽车正积分将返还积分池。

(三) 优化其他积分管理制度。一是考虑未来碳管理需要, 增加企业平均碳排放水平公示要求, 提出适时研究建立与其他碳减排体系的衔接机制; 二是为方便企业进一步做好积分相关工作, 延长企业负积分抵偿报告提交时间和完成负积分抵偿归零时间; 三是为提高积分交易灵活性, 规定企业购买的正积分可以抵偿和结转; 四是为保障数据统计更为准确, 调整了核算年度内车辆统计基准。

来源: 工业和信息化部产业政策与法规司

## 行业资讯

# 上半年汽车产销超 1300 万辆 新能源车企加速分化

上半年, 汽车产销分别完成 1324.8 万辆和 1323.9 万辆, 同比分别增长 9.3% 和 9.8%。许海东认为, 在促消费政策、轻型车国六实

施公告发布、多地汽车营销活动、企业新车型大量上市的共同拉动下，市场需求逐步恢复，上半年累计实现较高增长。

上半年，新能源汽车产销分别完成 378.8 万辆和 374.7 万辆，其中销量排名前十位的企业集团销量为 318.3 万辆，占销售总量的 85%。“当前，新能源市场依旧处在快速增长阶段。”许海东表示，随着新能源车型的上市及产品性能的提升，行业竞争加剧，销量分化现象更为明显，车企表现加速分化。

7 月 11 日，中汽协发布数据显示，6 月汽车产销分别完成 256.1 万辆和 262.2 万辆，环比分别增长 9.8% 和 10.1%，同比分别增长 2.5% 和 4.8%；上半年，产销分

别完成 1324.8 万辆和 1323.9 万辆，同比分别增长 9.3% 和 9.8%。



中汽协副总工程师许海东分析认为，我国汽车市场在经历过一季度促销政策切换和市场价格波动带来的影响后，在促消费政策、轻型车国六实施公告发布、多地汽车营销活动、企业新车型大量上市的共同拉动下，叠加车企半年度节点冲量和 4、5 月同期基数相对偏低，市场需求逐步恢复，上半年累计实现较高增长。

具体到乘用车方面，6 月产销分别完成 221.9 万辆和 226.8 万辆，环比分别增长 10.4% 和 10.6%，产量同比下降 0.9%，销量同比增长 2.1%。其中，传统燃油乘用车

国内销量 126.4 万辆，比上年同期减少 21.9 万辆，环比增长 10.6%，同比下降 14.7%。



聚焦上半年，乘用车产销分别完成 1128.1 万辆和 1126.8 万辆，同比分别增长 8.1% 和 8.8%。许海东表示，各地相继出台促销政策，推动了上半年乘用车市场的产销双增长。

分级别来看，在传统能源乘用车中，上半年 C 级和 D 级车同比均呈正增长，B 级及以下车型呈不同程度下降。目前销量仍主要集中在 A 级，累计销量 433.6 万辆，同比下降 3.8%。

反观新能源乘用车，A00 级车同比明显下降，其他各级别销量同比呈不同程度增长。许海东表示，

新能源改变了过去几年的低端和 B 级以上高端畅销的局面，原因是新能源产品越来越丰富，新车型大量上市，价格反而出现下探。

随着乘用车市场的稳定增长，中国品牌持续占据优势地位。上半年，中国品牌乘用车共销售 598.6 万辆，同比增长 22.4%，占乘用车销售总量的 53.1%，比上年同期提升 5.9 个百分点。作为对比，日系销量同比呈两位数下降，法系销量小幅下降，其他三大主要品牌销量呈不同程度增长。



上半年，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 1104.3 万辆，同比增长 6.8%，占汽车销售总量的 83.4%，低于上年同期 2.4 个百分点。与上年同期相比，比亚

迪、北汽、奇瑞、吉利销量增速明显，呈两位数增长；一汽、长安和广汽销量同比小幅增长，长城销量同比微增。

值得一提的是，汽车出口延续去年强劲态势，今年以来增速不断攀升。上半年，汽车企业出口 214 万辆，同比增长 75.7%。分车型看，乘用车出口 178 万辆，同比增长 88.4%；商用车出口 36.1 万辆，同比增长 31.9%。其中，新能源汽车出口 53.4 万辆，同比增长 1.6 倍。



在汽车出口前十企业中，从增速上来看，比亚迪出口 8.1 万辆，同比增长 10.6 倍；奇瑞出口 39.4 万辆，同比增长 1.7 倍；长城出口 12.4 万辆，同比增长 97.3%。

相比车市整体，新能源汽车保持快速增长趋势。数据显示，6 月新能源汽车产销分别完成 78.4 万辆和 80.6 万辆，同比分别增长 32.8% 和 35.2%，市场占有率达到 30.7%，其中插电式混合动力汽车产销量首创历史新高；上半年，产销分别完成 378.8 万辆和 374.7 万辆，同比分别增长 42.4% 和 44.1%，市场占有率达到 28.3%。



上半年，新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为 318.3 万辆，同比增长 58.8%，占新能源汽车销售总量的 85%，高于上年同期 7.9 个百分点。其中，比亚迪在高基数上维持高增速，上半年累计销量超 120 万辆，同比增长 95.9%。

“当前，新能源市场依旧处在快速增长阶段。”许海东表示，随着新能源车型的上市及产品性能的提升，行业竞争加剧，销量分化现象更为明显。

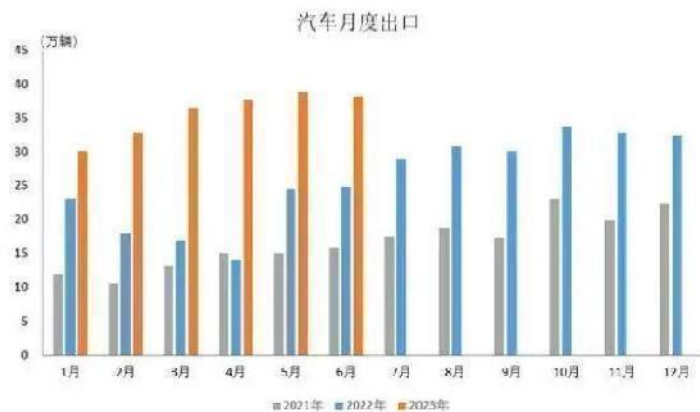
谈及下半年汽车市场表现，许海东表示，宏观经济的温和回暖逐渐向汽车市场传导，新能源汽车和汽车出口的良好表现有效拉动了

市场增长，且伴随政策效应持续显现，汽车市场消费潜力将被进一步释放，有助于推动行业全年实现稳定增长。但许海东也提醒，当前外部环境依然复杂，一些结构性问题依然突出，消费需求有待进一步提升，企业经营仍有诸多挑战。

来源：中国经济网

## 今年上半年我国汽车出口 214 万辆同比增长 75.7%

据中国汽车工业协会统计分析，2023 年 6 月，汽车出口延续高速增长，继 2021 年全年出口超 200 万辆、2022 年全年出口超 300 万辆之后，今年上半年汽车出口 214 万辆、同比增长 75.7%，对市场整体增长贡献显著。



2023 年 6 月，汽车企业出口 38.2 万辆，环比下降 1.7%，同比增长 53.2%；2023 年 1 至 6 月，汽



车企业出口 214 万辆，同比增长 75.7%。

2023 年 6 月，乘用车出口 31.2 万辆，环比下降 4.1%，同比增长 57.7%；2023 年 1 至 6 月，乘用车出口 178 万辆，同比增长 88.4%。

2023 年 6 月，商用车出口 7 万辆，环比增长 10.7%，同比增长 36%；2023 年 1 至 6 月，商用车出口 36.1 万辆，同比增长 31.9%。

2023 年 6 月，新能源汽车出口 7.8 万辆，环比下降 28.4%，同比增长 1.7 倍；2023 年 1 至 6 月，

新能源汽车出口 53.4 万辆，同比增长 1.6 倍。

2023 年 6 月，在整车出口的前十位企业中，上汽出口量达 8.7 万辆，同比增长 15.1%，占总出口量的 22.7%；2023 年 1 至 6 月，整车出口前十企业中，从增速上来看，比亚迪出口 8.1 万辆，同比增长 10.6 倍；奇瑞出口 39.4 万辆，同比增长 1.7 倍；长城出口 12.4 万辆，同比增长 97.3%。

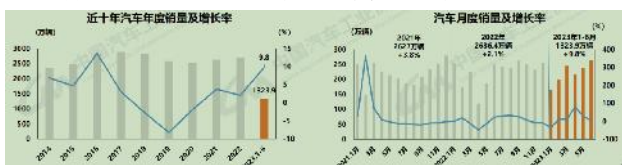
来源：人民网

## 上半年商用车销 197 万辆收官！ 出口破 36 万 这一类车首创历史新高

“我国汽车市场在经历过一季度促销政策切换和市场价格波动带来的影响后，在中央和地方促消费政策、轻型车国六实施公告发布、多地汽车营销活动、企业新车

型大量上市的共同拉动下，叠加车企半年度节点冲量和 4、5 月同期基数相对偏低，市场需求逐步恢复，上半年累计实现较高增长。”

7 月 11 日，中国汽车工业协会召开汽车产销发布会。会上公布，6 月，汽车产销分别达到 256.1 万辆和 262.2 万辆，环比分别增长 9.8% 和 10.1%，同比分别增长 2.5% 和 4.8%。1-6 月，汽车产销累计完成 1324.8 万辆和 1323.9 万辆，同比分别增长 9.3% 和 9.8%。由于去年 6 月受燃油车购置税减半等政策拉动产销呈现高增长，1-6 月累计增速较 1-5 月有所回落。



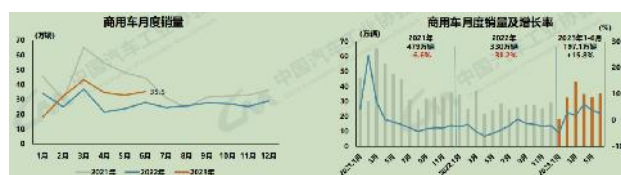
下面，我们一起来看看商用车市场销售情况及新能源、出口的方面的亮眼表现。

### 商用车产销同比、环比双增长！

#### 上半年销 197.1 万辆收官

6 月，商用车产销分别完成 34.2 万辆和 35.5 万辆，环比分别增长 6.3% 和 7.3%，同比分别增长

31.3% 和 26.3%。在商用车主要品种中，与上月相比，客车、货车产销均呈不同程度增长，其中客车产销增速更为显著；与上年同期相比，客车、货车产销均呈两位数快速增长。



1-6 月，商用车产销累计完成 196.7 万辆和 197.1 万辆，同比分别增长 16.9% 和 15.8%。在商用车主要品种中，与上年同期相比，客车、货车产销均呈两位数增长，其中客车产销增速高于货车。

### 6 月货车销 31 万辆，重卡、微卡同比增长显著！

具体来看，6 月，商用车中货车产销分别完成 29.9 万辆和 31 万辆，环比分别增长 5% 和 5.4%，同比分别增长 31% 和 25.8%。1-6 月，货车产销分别完成 174 万辆和

174.8 万辆，同比分别增长 15.5% 和 14.8%。



6 月，在货车细分品种中，与上月相比，微型货车产量增长、销量下降，其他三大类货车品种产销均呈不同程度增长；与上年同期相比，四大类货车品种产销均呈不同程度增长，其中重型货车和微型货车产销增速更为明显。

1-6 月，在货车主要品种中，与上年同期相比，中型货车产量下降、销量增长，其他三大类货车品种产销均呈不同程度增长。

**6 月客车销 4.5 万辆，三大类客车环比、同比明显增长！**

6 月，客车产销分别完成 4.3 万辆和 4.5 万辆，环比分别增长 16.4%和 22%，同比分别增长 32.8%

和 29.9%。1-6 月，客车产销分别完成 22.7 万辆和 22.3 万辆，同比分别增长 28.9%和 24.3%。



6 月，在客车细分品种中，三大类客车品种产销环比、同比均呈明显增长。1-6 月，在客车主要品种中，与上年同期相比，三大类客车品种产销均呈不同程度增长。

**皮卡车销量同比小幅下降 前五企业占比 78.2%**

1-6 月，皮卡产销分别完成 25.3 万辆和 25.9 万辆，同比分别下降 4.7%和 0.5%，分燃料情况看，汽油皮卡车产销分别完成 7 万辆和 7.1 万辆，同比分别增长 26.7%和 33.7%；柴油皮卡车产销分别完成 17.7 万辆和 18.3 万辆，同比分别下降 15.4%和 11.7%。



1-6月，排名前五位的皮卡生产企业销量合计为20.3万辆，同比下降0.3%，占皮卡销售总量的78.2%，高于上年同期0.1个百分点。

### 新能源汽车持续快速增长 插电混动产销量首创历史新高

6月，新能源汽车继续延续快速增长态势，市场占有率稳步提升。当月产销分别达到78.4万辆和80.6万辆，环比分别增长9.9%和12.5%，同比分别增长32.8%和35.2%，市场占有率达到30.7%。在新能源汽车主要品种中，与上月相比，纯电动汽车和插电式混合动力汽车产销呈不同程度增长，燃料电池汽车产量下降、销量增长；与上年同期相比，三大类汽车产销均呈增长。其中，插电式混合动力汽车产销量首创历史新高。

单位：万辆、%

动力类型	产量	同比	销量	同比
纯电动	54.8	17.5	57.3	20.5
插电式混合动力	23.5	90.5	23.2	93.0
燃料电池	0.1	27.1	0.10	109.9

单位：万辆、%

动力类型	累计产量	同比	累计销量	同比
纯电动	274.7	30.3	271.9	31.9
插电式混合动力	103.9	88.6	102.5	91.1
燃料电池	0.2	38.4	0.2	73.5

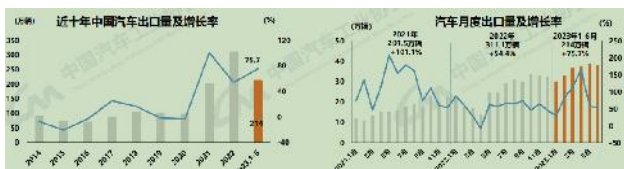
1-6月，新能源汽车产销累计完成378.8万辆和374.7万辆，同比分别增长42.4%和44.1%，市场占有率达到28.3%。在新能源汽车主要品种中，与上年同期相比，三大类汽车产销均呈不同程度增长。



### 汽车出口延续高速增长 这一类汽车6月销量同比增1.7倍

6月，汽车企业出口38.2万辆，环比下降1.7%，同比增长53.2%。分车型看，乘用车本月出口31.2万辆，环比下降4.1%，同比增长57.7%；商用车出口7万辆，

环比增长 10.7%，同比增长 36%。  
新能源汽车出口 7.8 万辆，环比下降 28.4%，同比增长 1.7 倍。



1-6 月，汽车企业出口 214 万辆，同比增长 75.7%。分车型看，乘用车出口 178 万辆，同比增长 88.4%；商用车出口 36.1 万辆，同比增长 31.9%。新能源汽车出口 53.4 万辆，同比增长 1.6 倍。



6 月，在整车出口的前十位企业中，上汽出口量达 8.7 万辆，同比增长 15.1%，占总出口量的 22.7%。1-6 月，整车出口前十企业中，从增速上来看，比亚迪出口 8.1 万辆，同比增长 10.6 倍；奇瑞出口 39.4 万辆，同比增长 1.7 倍；长城出口 12.4 万辆，同比增长 97.3%。

又据中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示，5 月，汽车出口 43.8 万辆，环比增长 3.2%，同比增长 92.8%。其中，新能源汽车出口 15.4 万辆，环比增长 18.4%，同比增长 1 倍。

1-5 月，汽车出口 193.3 万辆，同比增长 79.8%。其中新能源汽车出口 67.3 万辆，同比增长 1.2 倍。汽车出口量前十的国家中，俄罗斯、墨西哥和比利时出口量位居前三，市场表现较强。新能源汽车出口的前三大国家为比利时、英国和泰国。



据中汽协总结，今年上半年，作为车市亮点的新能源汽车、汽车出口和中国品牌继续延续良好发展态势。其中新能源汽车快速增长，市场占有率达 28.3%；汽车出口增长迅速，上半年已突破 200 万

辆，对市场整体增长贡献显著；中国品牌乘用车市场占有率稳定在 50% 以上。

展望下半年，宏观经济的温和回暖逐渐向汽车市场传导，伴随政策效应持续显现，汽车市场消费潜力将被进一步释放，有助于推动行业全年实现稳定增长。但也要看

到，当前外部环境依然复杂，一些结构性问题依然突出，消费需求依然不足，行业运行仍面临较大压力，企业经营仍有诸多挑战，需要保持政策的稳定与可预期，助力行业平稳运行。

来源：第一商用车网

## 商务部：研究支持新能源汽车出海

7 月 19 日，商务部副部长郭婷婷在国新办新闻发布会上介绍，商务部将研究支持新能源汽车开拓国际市场的政策，出台进一步优化外商投资环境的政策，还将推动扩大汽车消费、餐饮业高质量发展等具体举措的发布。上半年我国对外贸易整体保持增长。“近期我们注意到一些积极变化：跨境往来进一步畅通；新签订单持平或增长的

企业占比回升等。”商务部对外贸易司司长李兴乾说。

据介绍，下半年商务部将研究支持新能源汽车开拓国际市场的政策，提升加工贸易发展水平，并继续推进便利商务人员办理签证、国际航班复航增班等举措。

今年以来，全球跨国投资低迷，加上 2022 年同期高基数，上半年我国实际使用外资金额同比

小幅下降 2.7%。“我们认为，短期数据波动并不影响外商投资持续看好中国的发展前景。”商务部外国投资管理司司长朱冰表示，“上半年全国新设外商投资企业同比增长 35.7%，充分证明了这一点。”

下一步，我们将着力推动落实好各项外资领域的政策措施，继续办好‘投资中国年’系列活动，提升外资服务保障水平。”朱冰说。

商务部还将出台进一步优化外商投资环境的政策，并推动继续合理缩减外资准入负面清单。

关于下半年促消费，商务部的思路是稳住家电、家居、汽车等大

宗消费、持续办好消费活动及完善商业体系。

“针对新能源汽车使用过程中的‘里程焦虑’问题，商务部将会同其他部门在完善充电基础设施方面积极发力。”商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋称，商务部牵头会同 17 个部门印发了搞活汽车流通、扩大汽车消费的政策文件，“其中很多事项都在继续推进落实”。

郭婷婷介绍，商务部下半年将办好国际消费季、暑期消费季、金秋购物节等促消费活动，并推动出台扩大汽车消费、餐饮业高质量发展、生活服务数字化赋能等具体举措。

来源：上海证券报

## 轻卡上半年累销 93 万辆增 10% 福田近 21 万夺冠 远程、五菱进前十

自 2023 年 2 月份起，商用车市场开启了“连增”模式。复苏，是商用车市场今年上半年的主要关键词，但各细分市场复苏的速度却大不相同，有的增幅“可人”，有的却是在拖商用车市场整体“业绩”的后腿。从增幅来看，商用车市场中份额最大的轻卡市场，2023 年前 5 个月的表现，无疑正是那个拖后腿的存在。

6 月份，卡车市场整体销量超过 30 万辆，同比继续实现增长。此前已连续三个月“跑输”卡车市场整体增速的轻卡市场表现又是如何呢？有没有什么新的看点呢？

请看第一商用车网的分析报道。



6 月销 15.99 万辆 环比增长 9%  
同比增长 8%

第一商用车网最新获悉，根据中汽协数据（企业开票数口径，非终端实销口径，下同），2023 年 6 月份，我国卡车市场共计销售 30.97 万辆，环比今年 5 月份增长 5%，同比增长 26%。与去年 6 月份相比，卡车的四个细分市场全数实现增长，卡车市场已连续三个月实现全盘增长。作为卡车市场里份额最大、竞争最为激烈的细分市场，我国轻型载货车（含轻卡、皮卡，以下简称“轻卡”）市场在 2023



年 6 月交出的成绩单为：销售 15.99 万辆、环比 5 月份增长 9%，同比也继续增长，增幅为 8%，同比增幅较上月（+18%）缩窄 10 个百分点，轻卡市场月同比增速已连续两个月缩窄。6 月份，轻卡市场与重卡市场一样交出了环比、同比双增的“答卷”。



6 月份，卡车市场整体实现同比 26% 的增长，四个细分市场均实现增长，其中重卡和微卡市场同比分别大增了 57% 和 52%，份额最小的中卡市场 6 月份销量同比也增长了 27%；轻卡市场 6 月份 8% 的同比增幅不仅低于卡车市场整体增幅，也是卡车市场四个细分领域中增幅最低的。但无论如何，经过

2-6 月的“5 连增”，今年上半年轻卡市场还是积累起了两位数的增幅（10%），但由于轻卡市场在 3-6 月，连续四个月同比增幅均低于卡车市场整体增幅，今年上半年轻卡市场累计销量增幅已低于卡车市场整体增幅 5 个百分点（如上图）。

15.99 万辆，同比增长 8%，这样的表现在历史的洪流中又是个什么水平呢？能排到第几呢？最近十年上半年的轻卡市场走势又是怎样呢？



历年数据显示，6 月份算不上轻卡市场销售旺季。单就近十年 6 月份销量来看，仅有 2020 年 6 月份销量超过 20 万辆，其他年份销

量相差不算太大，6 月份轻卡市场的正常水平大概在 12-16 万辆区间，近十年的 6 月份有 6 年位于这个区间。今年 6 月份 15.99 万辆的表现也处于正常销量区间，算是正常区间的最高水平。今年 6 月份轻卡市场 15.99 万辆的销量在近 10 年里能排到第 4 位，虽然比最高位的 2020 年 6 月份差了一大截，但也算是一个不错的表现。2023 年上半年的 6 个月，轻卡市场销量分别是十年最低、十年最高、十年第 5、十年第 7、十年第 5 和十年第 4，轻卡市场已从年初两月刺激的“两极跳”回归平淡。



从累计销量看，80-100 万辆是近十年上半年轻卡市场累计销

量的正常区间，最近十年有七年处于这一区间。今年上半年轻卡市场累计销售 93.18 万辆，也处于这一区间，在近十年里能排到第六位。如果说 1 月份大降 45%，让今年轻卡市场的逆袭之路难上加难，2-6 月的“5 连增”则让逆袭之路的难度下降了好几度，2023 年半程走完，轻卡市场累计销量同比增长 10%，比去年同期累计多销售了约 8.25 万辆。



虽然连续 5 个月的增长让轻卡市场 2023 年累计销量增幅达到两位数，但现在仍不能说轻卡市场已全面复苏。上半年轻卡市场累计销量增幅比卡车市场整体增幅低了 5 个百分点，放在整个卡车市场

里，轻卡市场的复苏速度也是比较慢的（轻卡市场上半年累计销量增幅仅高于份额最小的中卡市场），且6月过后累计增幅较5月过后还有所缩窄（如上图）。从最近十年上半年轻卡市场累计销量对比可见，今年1-6年轻卡市场累计销量在十年里仅能排到第六位（5月过后还是第5位），累计销量比今年低的只有去年，以及上一轮市场低谷期的2015年-2017年。单从数字上看，今年轻卡市场在6月过后甚至比受疫情冲击的2020年1-6月累计少销售了约7万辆，因此，轻卡市场的复苏之路仍是长路漫漫。

### 五家企业月销过万辆 福田领跑 东风回归前二

轻卡市场在6月份，以及上半年的整体表现只能算还可以，那么，轻卡市场的主角，各家汽车企业的表现又如何呢？

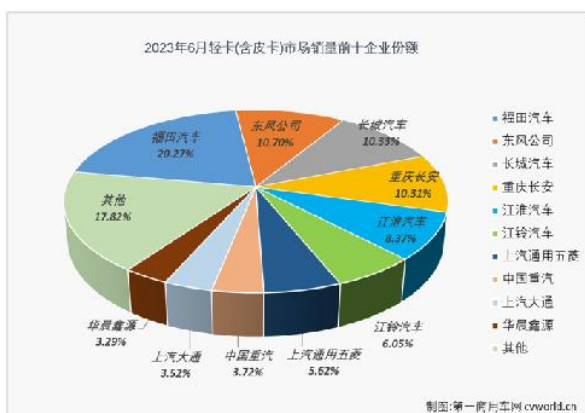
### 2023年6月主流轻型卡车（含皮卡）企业销量一览（单位：辆）

企业/总计	6月销量	月度份额	环比增长	同比增长	本年累计销量	累计份额	同期累计销量	累计增长
总计	15.99万	100%	9%	8%	98.18万	100%	84.93万	16%
福田汽车	3.24万	20.27%	-1%	29%	20.89万	22.21%	16.80万	23%
东风公司	1.71万	10.70%	27%	0.1%	9.28万	9.94%	9.83万	-4%
长城汽车	1.65万	10.33%	-11%	-22%	10.26万	11.01%	9.44万	9%
重庆长安	1.65万	10.31%	1%	22%	9.25万	9.9%	9.11万	-2%
江淮汽车	1.34万	8.37%	6%	8%	8.54万	9.22%	8.10万	-1%
江铃汽车	9681	6.06%	7%	25%	5.92万	6.26%	7.23万	-19%
上汽通用五菱	8991	5.62%	3540%	659%	3.09万	3.32%	2.76万	1211%
中国重汽	5944	3.72%	-12%	-15%	4.23万	4.59%	3.97万	3%
上汽大通	5650	3.52%	-22%	-15%	4.17万	4.48%	4.34万	-4%
华晨鑫源	5261	3.29%	15%	183%	2.71万	2.9%	1.85万	46%
远程商用车	4655	2.91%	20%	-2%	3.27万	3.51%	1.85万	78%
江西五十铃	4287	2.68%	80%	7%	1.87万	2.02%	2.05万	-9%

数据：第一商用车网 CWWV.COM

2023年6月份，轻卡市场销量破万的企业有5家（较5月份减少1家），分别是福田汽车、东风公司、长城汽车、重庆长安和江淮汽车，分别销售3.24万辆、1.71万辆、1.65万辆、1.65万辆和1.34万辆，月度份额分别达到20.27%、10.7%、10.33%、10.31%和8.37%。2023年6月份，轻卡销量排名前4的企业月度份额均超过10%，销量排名前十企业合计份额达到82.18%，其中排名前五的企业合计份额就达到59.98%，较5月份缩

窄不少（5 月份销量前五企业合计份额为 63.77%）。



6 月份，轻卡市场环比增长 9%，各家企业 6 月份销量与 5 月份相比有增有降，但整体看还是实现增长的企业多一些；与去年同期相比则继续实现增长，8%的增幅虽较上月（+18%）有所缩窄，还是有多家轻卡生产企业交出同比增长的成绩单：上汽通用五菱和华晨鑫源两家企业增幅破百，同比分别大增了 659%和 189%；此外，福田汽车和重庆长安 6 月份销量同比分别增长了 29%和 22%，同比增幅高于轻卡市场整体增幅，跑赢市场大盘。下滑的企业中，有 3 家同比降幅达到两位数，下滑最严重的企业

6 月份销量同比下降了 22%。从增幅上看，6 月份的轻卡市场呈现出明显的冰火两重天景象。

2023 年 6 月份，福田汽车以 3.24 万辆，20.27%的月度份额，蝉联轻卡市场月销量榜冠军。2023 年上半年的 6 个月，福田在轻卡市场的月度份额均超过 20%，6 月过后累计份额已达到 22.21%，早早地开启了孤独领跑模式。另值得一提的是，东风 4 月份“落”到了月榜第 3 位，5 月份排名第 4 位，6 月份东风上升两位，重返月榜前二。



与 5 月份相比，6 月份轻卡市场销量前十成员和排名情况均出现了变化：4、5 两月在轻卡销量

月榜前十中“消失”的上汽通用五菱再次空降前十，以近 9000 辆的表现位列月榜第 7 位；由于五菱强有力的“搅局”，5 月份排名 7-10 位的企业仅有排名第 8 位的重汽排名与 5 月份保持一致，其他几家企业排名均出现下滑，甚至被挤出月榜前十，此消彼长的排名变化正是轻卡市场激烈竞争的精彩之处。

从累计销量看，今年上半年，轻卡市场累计销售 93.18 万辆，同比累计增长 10%，累计销量增幅较 5 月过后(+11%) 缩窄 1 个百分点，约比去年同期累计多销售 8.25 万辆。具体到各家企业来看，福田、长城、上汽通用五菱、重汽、华晨鑫源、远程商用车等企业处于上升区间，其中福田、五菱、华晨鑫源和远程商用车等企业累计销量增幅均高于轻卡市场整体 10% 的增幅，跑赢市场“大盘”。与此同时，仍有多家企业尚处于下降区间，但

多数企业累计销量降幅已缩窄至个位数，其中长安、江淮等企业累计降幅仅有 2% 左右，照此趋势发展，7 月过后大概率会有企业将步入上升区间。



与去年同期相比，福田、远程商用车、五菱、华晨鑫源等企业市场份额有明显提升，上述四家企业今年上半年累计份额较去年同期分别提升了 2.3 个百分点、1.33 个百分点、2.99 个百分点和 0.75 个百分点（如上图）。与此同时，有多家企业份额较去年同期出现下滑，有四家企业下滑超过 1 个百分点。不过，2023 年尚余一半的时间，大家都还有迎头赶上的机会。



### “保级区”继续激战 远程、五菱 进半程前十

2022 年最后几月，轻卡市场的最大悬念一直是“谁是第十”，江西五十铃与华晨鑫源一直“厮杀”到最后一个月才决出胜者，江西五十铃成功晋级前十，华晨鑫源遗憾落败。2023 年 1 月份，江西五十铃仅销千余辆位列月销量榜第 13 位，华晨鑫源位列月榜第 12 位；2、3 两月，五菱接连以万辆左右的月销量“搅局”，小伙伴们进前十的难度进一步加大，华晨鑫源和江西五十铃在 2 月份和 3 月份均与前十擦肩而过；4-6 月，华晨鑫源接连“杀”进前十，其中在 5 月份还创造了第 9 位的今年最高

月榜排名，江西五十铃则继续与前十无缘。

2022 年，一汽解放和江西五十铃分别以 3.95 万辆和 3.88 万辆的年终销量收获轻卡市场年终排名的第 9 位和第 10 位，最终在“轻卡超级联赛”成功保级，但这两家企业仅比年终排名第 11 位的华晨鑫源高了不足 2000 辆。转战 2023 年，截止 6 月份，这三位小伙伴仅有华晨鑫源尝到过月榜前十的滋味（4-6 月），6 月过后，华晨鑫源的累计销量被上汽通用五菱超过，再次被挤出累计销量榜前十；一汽解放目前暂列累计销量榜第 12 位，江西五十铃则已被挤到累计销量榜第 13 的位置。截止到 6 月份，华晨鑫源距目前暂列行业第 10 位的上汽通用五菱有 3500 余辆的差距，一汽解放和江西五十铃与五菱的差距则已拉大到 1.2 万辆

左右，对三位小伙伴来说，进入年终前十的难度越来越大了。

再来看把“小伙伴”们挤出前十的远程商用车和上汽通用五菱，这两家企业今年上半年销量双双超过 3 万辆，分别达到 3.27 万辆和 3.09 万辆，成功跻身今年上半年轻卡市场累计销量前十。这其中，远程商用车在轻卡行业的“上位”是得益于其新能源轻卡的超级表现，截止到今年 6 月份，远程新能源轻卡已连续 18 个月蝉联销冠，在今年上半年新能源轻卡市场市占率高达 27.5%。不过值得注意的是，五菱和远程与目前排名第 11 位的华晨鑫源差距并不算大，分别仅有 3000 余辆和 5000 余辆的差距，年终前十究竟鹿死谁手？悬念还很大。



### 结语

1 月份，轻卡市场以大降 45% 的表现开局把今年轻卡市场的逆袭之路调到了高难度模式；2-6 月的“5 连增”让今年轻卡市场重回普通模式。2023 年上半年，轻卡市场单月销量经历了十年最低、十年最高、十年第五、十年第七、十年第五和十年第四，从年初两月的超刺激到最近四个月的回归平常。2023 年轻卡“超级联赛”赛程过半，目前的“赛况”与你所预测的相同吗？接下来市场会如何发展？会不会更刺激？年终的轻卡十强榜单上会有哪十家企业的名字？请关注本站后续报道。

来源：第一商用车网

## 探寻卡车市场低迷背后原因： 车队生存状态调查

导读：

在当前这种糟糕的市场现实之下，非常多的现实问题摆在我们眼前，未来的运力市场会如何发展？如何跳出现有认知维度洞察车队的发展根本？商用车企与服务商能否真正解决车队用户的诸多痛点？

运力兴则卡车市场兴。但随着运力过剩日益加剧，一个个更糟糕的市场现实摆在了当下物流车队的面前：货量持续走低、运力供给与需求严重失衡、热门细分市场遇冷，整个行业仿佛都陷入了深度内卷的泥潭而不能自拔……

未来的运力市场会如何发展？如何跳出现有认知维度洞察车队的发展根本？商用车企与服务商能否真正解决车队用户的诸多

痛点？



### 运力市场失衡，协作迫在眉睫

在物流黄金十年发展以及三年疫情长尾效应的影响下，当前的运力市场究竟是怎样的状态，运力车辆流向了哪里，区域热度市场或细分市场反馈如何，什么样的人还在买车，对车型购置、品牌和价格选择上有何看法，如何运营和管理车队，这一系列问题都将会直接对



卡车市场的未来走势带来直接影响。

上述这些业内最关心的问题，也是运联西部大区总经理、千家车队负责人高刚此次调研走访的主要关注点。从今年 3 月份开始，高刚的千家车队项目组对广东、山东、河南、陕西、东北、河北、贵州、云南、四川等多地运力市场近 500 家重点物流企业进行了调研走访。

“司机变的好招聘了”，高刚先向笔者抛出了这个调研中发现的现象，往年车队企业招聘往往要通过中介公司，还经常遇到司机留不住的问题。今年会有司机主动给车队企业打电话询问，薪资也比往年好谈了。

“运联把运力市场划分了 16 个小细分，各个细分市场之间的司机是流动的，一个市场不好，司机会转移到其他市场。往年流动没那

么大，但今年整个运力市场目前呈现出严重的供大于求的局面，市场的动态调节机制失效了，一部分司机直接退出市场，留下的司机只能降低条件”高刚向商车邦解释了这后面的原因。

现象背后的市场环境更让人担忧，高刚用“运力大幅过剩、运价跳水严重”来概括，这些与商车邦的调研结果也基本相同。具体来看：跑普货的无货可拉，跑大宗、冷链、医药小闭环的觉得市场尚可；江浙的危化品运输车辆闲置率颇高；宁波、深圳的集卡产能极度过剩；前两年比较热的疆煤外运也熄火了。闲置运力纷纷到普货市场抢货，导致普货运输运价持续走低。这种失衡的苦果，更多的是被司机端所承受。

“市场向好的时候，车队企业的容错率比较高，大家都能找到自己的生存空间，现在市场不好了，

开始内卷，现在是剩者为王。”高刚表示道。

如何破局？商车邦认为，要想打破这种恶性循环，除了车队企业要苦练内功提升效率，整个运力生态各方都责无旁贷。只有产业链各方积极参与，靠管理提升、技术升级、设备完善等协同发力，才能解决车队和司机当前的痛点。

“可以说现在行业已经没有增量。运力市场的失衡不仅体现在严重的供大于求，在上游客户眼中，运力市场参差不齐，无法遴选出价格与服务稳定性双优的运力车队，这也是一种失衡。”运联研究院执行院长李忠心从另一个维度道出了千家车队项目调研的另一目的，那就是培育与选优典型的车队企业，进而促进物流行业、物流企业以及产业链各方的高效配合与协作共赢。



### 运力车队需成长三种能力

当然，车队本身作为运力市场的主体，也是矛盾的焦点所在。根据现有市场行情，假设车队单车每月出勤达到 2.5 万-3 万公里，则车队可以抵消各种成本项，且赚取一部分资产收益，竞争力也较个体司机更占优势。但若无法达到该月均公里数，则无法抵消组织化的管理成本，不如个体司机有优势。

目前来看，由于三通一达、德邦、顺丰等大型公司纷纷将稳定的双边业务收回直营，物流车队已经很难跑到上述月公里数。另外，相比近两年，前几年各行各业都是上行周期，即使物流车队管理的不那么精细，也并没有影响到生存问

题。但随着今年 3 月市场货量的急剧走低，市面上运力供给暴增，此时，物流车队尤其是重资产的物流车队已然在面临存亡的关键时刻。

如何顺利度过“危险期”？物流车队必须要明确哪些才是决定自己发展的根本能力。

首先要有战略思维能力。所选择的行业和机遇如何？是否及时做出了转型？在这里需注意的是不要只做一类行业或一类客户，更不能把上游客户给车队带来的顺势增长当成自己的战略选择正确，一旦上游客户拿走你的双边或好的单边业务，但所有竞争对手又都还在的情况下，物流车队的生存空间会急剧压缩、不可挽回。所以要提前预判、适时转型，做到客户端的多元化布局，看清物流行业的前景和增量，才能规避系统性风险。

第二，做好车队运营的能力。资源配置方式是否正确？运力结

构是否合理？如何配比自有运力和外协运力？这些都需要基于客户基于市场去做判断。判断行业的竞争力和前途，选择适合的车队规模和客户结构以及寻找更丰富的货源。

第三，做好车队管理的能力。需不需要上管理系统？要不要自营维修？如何车辆选型、如何 TCO 最低？事实上，根据市场调研显示，目前市面上中小型车队的优秀案例都表现出了对车辆成本可控的精细化管理，以及引进科学的管理方法和工具的共同特点。

基于当前运力行业的市场现状，李忠心认为：物流车队目前最迫切的痛点和需求就是要有战略思维能力，尤其在货量急剧下降的当下，战略正确性关系物流车队的生死，而车队运营和管理只能是优化问题。比如业内知名的大车队则一，依靠快递干线业务起家，做到

了行业第一。但从 2020 年开始逐步尝试客户结构的多元化，降低系统性风险；另一方面在运力配置方面也大幅度降低了重资产的比例，让企业能够灵活应对市场风险。



### 如何解决车队用户的真正痛点

作为运力产业链的参与方，可能很多商用车企和服务商都会疑惑，明明自己的产品和服务都非常优秀，但就是不能打动客户？根源还是在于没有关注到车队客户的真正痛点。

上文从三个维度提到了如今车队客户最在乎的也是其眼前发展的关键痛点需求。其中正确的战略选择占车队客户关注点的 100%，车队运营问题只占到 10%，车队管

理问题仅占 1%。也就是说车队更加关注自己的存亡问题，而在车型选择、油耗管理、TCO 降本等方面因占车队生存发展权重较低、且是后置问题，所以并不能充分打动物流客户。

李忠心认为，若想打动物流车队，要么替他们解决麻烦问题、节省其管理成本，要么能帮他们实现系统性的十分位的降本。

首先，商用车企要将目光聚焦在车辆及车后服务上，要看到车队客户整个发展战略层面，最大化的关注到车队客户痛点，协调相关生态方，发挥协同效应，甚至可以深入到车队的运营和管理层面，帮助客户在可以优化的大板块中达成十分位的降本或优化。避免给车队客户形成产品与服务同质化的印象，对于不同发展阶段、不同规模的车队客户，要有不同的方案和手段。

第二，如果车企与服务商暂时不能提供能够为车队客户带来十分位降本的产品服务，那么就去最大化地降低客户的管理复杂度，用尽可能多的一体化服务降低其管理成本和管理难度。同时，不要让车队客户去适应自己的规则，每个车队客户都有自己管理的舒适区，要按照客户的特点去做完善。

在这方面，被调研的滨拓物流就充分利用了市面上成熟的车辆管理系统等科学管理工具，并迅速推广到全团队的落地培训和使用中，而这大大降低了滨拓业务管理工作的复杂程度。

2023 年，运力市场注定要面对一个复杂的环境，传统的运力市

场正在成为过去，一个需要运力生态链各方积极参与，协同共赢的全新运力市场正在萌发的前夜。千家车队项目从发起至今，历经几年的沉淀，或将给业内带来全新的认知与应对措施。8 月 9 日，快递快运、普货、冷链、大宗、危化等多种类型典型车队的企业家、高管也将齐聚一堂，从货主对车队的需求、不同细分车队的成长路径、车队如何选取运输工具及车辆设备、以及服务商如何更好赋能车队等角度进行全链条的探讨交流，在给运力市场带来价值的同时，同样也会为当下低迷的卡车市场带来新的启发。

来源：商车邦

## 电动化，想干掉内燃机 | 卷至半途

导语：

插混不是过渡产品，内燃机将成为新能源的主力。

先放一个结论：未来两年，插电混动（PHEV，含增程）车型一定比纯电动车型更火。

几个数据可以佐证上述结论，比如乘联会零售数据显示，2021 年纯电动销量 244.4 万辆，增幅 168.6%；对应的插电混动销量 54.5 万辆，增幅 171.2%。2022 年纯电动车销量 425.4 万辆，增幅 74.2%，对应的插混 142 万辆，增幅 160%。2023 年上半年，纯电动车销量 209.1 万辆，增幅 19.5%，对应的插电混动销量 99.5 万辆，增幅 50.3%。

连续两年多的数据说明，纯电动市场增长正在降温，插电混动车型快速升温，这也意味着未来几年里，纯电车型的销量已经会与插电混动车型销量上进行交汇。



如果放在汽车消费最大和具备风向标意义的 A 级车市场，插混

的销量已经全面超越了纯电动。乘联会数据显示，6 月份 A 级纯电动的销量是 10.7 万辆，A 级插混销量是 12.5 万辆。2023 年累计方面，A 级纯电动的销量是 52 万辆，A 级插混的销量是 53 万辆，这是 A 级插混销量首次超越纯电动。

乘联会新能源批发		23-6月	22-6月	23-5月	本月同比	本月环比	23年同比	20年	21年	22年	23年累
纯电动	A00	8.2	11.7	7.3	-30%	13%	-43%	32	99	140	34
	A0	16.1	8.1	16.0	99%	0%	149%	8	29	94	80
	A	10.7	10.7	9.6	0%	12%	14%	32	63	123	52
	B	16.4	13.8	14.0	19%	17%	47%	23	79	135	80
	C	1.4	0.9	1.5	57%	-5%	145%	1	4	9	6
纯电动合计		52.8	45.1	48.4	17%	9%	30%	96	274	502	252
插电混动	A	12.5	6.6	9.6	91%	30%	81%	8	30	85	53
	B	9.2	4.8	8.4	91%	10%	108%	10	22	53	42
	C	1.5	0.4	1.4	330%	10%	211%	3	4	9	7
插电混动合计		23.3	11.9	19.4	96%	20%	96%	21	58	149	102
新能源乘用车		76.1	57.0	67.8	33%	12%	44%	117	331	650	354

另外一个数据是，比亚迪目前占插混市场 60% 以上的市场份额，但吉利全新的插混车型吉利银河 L7 上市首月销量就达到近万辆，而且比亚迪同级别车型的销量并没有受到太大影响，这也反映出插混市场正在整体向上发展。甚至包括在 HEV 上非常有优势和建树的日系品牌，也在逐步从 HEV 路线转向 PHEV 路线。

如果把增程也看做是插电混动的一种（除了发动机不直接参与

驱动，严格意义上也是 PHEV 的一种），那么从已经在增程上大受欢迎的理想，到在增程上找到感觉的深蓝、零跑、哪吒，再到后来者阿维塔和小鹏，均在布局“电改油”，走向增程车型，这意味着插电混动市场会愈加受欢迎。

在汽车行业中或者消费者中，一直都有对插电式混动车型是否属于真正意义上的新能源车，存在着较大的争议，毕竟有内燃机的存在，那是上个时代的产物。但是从目前插电式混动车型的走势来看，未来的新能源，一定离不开内燃机。

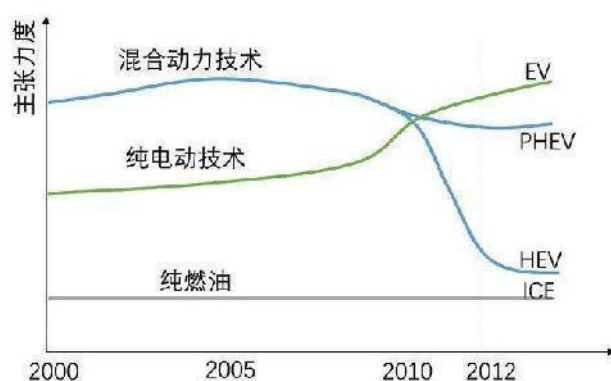
### 被厌弃的插混，为什么行了？

实际上，中国在考虑从汽车大国到汽车强国的进化赛道上，在纯电和混动车型的路线选择上几经摇摆。但大体上是以支持纯电动路线为主，包括从双积分、各地牌照

和限制措施来看，都是纯电动车更占据优势。

包括 2018 年，国家发展改革委颁布了《汽车产业投资管理规定》，将汽车整车投资项目按驱动动力系统分为燃油汽车和纯电动汽车投资项目，PHEV 归为燃油汽车投资项目，一时间被外界认为是 PHEV 并不受待见的标志和象征。

然而被厌弃的插混，却在当今这个时代，被奉为“时代的宠儿”。除了文章开头提到的鲜活数据和案例，行业人士也对插混车型进行了预测和评估，且普遍看好。



长安汽车董事长朱华荣称，2030 年新能源的渗透率达到 70% 甚至 80%，其中插电式混合动力将

占比达到 3-4 成，很有可能超过纯电动车的占比。而中国科学院院士、中国电动汽车百人会副理事长欧阳明高判断，未来 5~10 年，插电混动和增程电动的占比会从 2022 年的 22% 逐步提升到 30%~40%，甚至接近 50%。

得益于比亚迪和一众自主品牌的探索，插混市场，或者说带内燃机的新能源市场，似乎还将迎来一个又一个春天。

分析插混从过去的“工业垃圾、牌照政策的产物”，到如今成为新能源赛道的核心趋势，它究竟迎来了哪些改变？其实背后的核心原因就是解决了几个痛点。

第一是成本，现在插混车型基本上可以做到油电同价，甚至还有包括如比亚迪秦 PLUS 这样 9.98 万元售价、车款销售占比 40% 的车型。和过去插混车型售价普遍高于同级别燃油车 3-4 万元、最高差价 7

万元的时候相比，由于中国新能源快速发展，动力电池的规模化效应，插混车的动力电池成本大大降低，直接带来了插混车型车价的直接下探。

车型	燃油版 (+HEV)	PHEV版
卡罗拉	10.98-15.98万	20.78-23.08万
帕萨特	17.99-25.09万	22.99-23.89万
途观L	21.58-28.18万	25.78-26.88万
CR-V	16.98-27.68万	27.38-29.98万
宝马5系	42.89-55.19万	49.99-53.69万

另一方面，各大车企也充分意识到，当下插混车型，必须重新打破过去的定价体系和风格，重新以中国为主导的插混市场定价模式，起码做到油电同价，才有生的可能。于是乎包括插混的后来者如吉利银河 L7、深蓝 S7、启辰大 V DDi 等插混车型的定价，基本上超出了行业的预期和认知，纷纷以超级成本价甚至是亏损价上市，将插混市场的内卷推向极致。

第二是油耗，随着插混技术的快速迭代，插混车型在燃油经济性、性能、驾驶上全方位的平衡做得更加极致，比如比亚迪 DM-i 技



术已经快迭代到了第五代，而吉利雷神混动在短短两年时间就迭代到了第二代，这些产品在馈电时油耗更低。

同时，各大车企，特别是自主品牌，除了卷成本、卷续航里程，卷尺寸空间和配置，包括卷内燃机热效率、卷智能化程度，相当于消费者比较容易就能买到一款购买成本、使用成本低，但体验价值和获得价值感更高的产品。就算技术新一点，就算没有获得太多的消费口碑情况下，也愿意一试。



第三是产业基础，中国是内燃机生产大国，具备丰富且成熟的产业链，长久以来建立起来的工业基础决定了中国并不能完全抛弃内燃机而转向纯电动化。一旦插混有

了市场基础，对于中国庞大的消费市场来说，将很快形成产业规模效应，进而推动一个细分市场迎来快速发展。

特别是从 2021 年开始，比亚迪的带动，一众车企发现插混市场大有可为，插混市场的产品越来越多，从自主的吉利雷神混动，到长安的 IDD 和增程路线，从奇瑞的 C-DM 到长城的 Hi4，也包括日系本田开始在雅阁这样的中高级车上，全面只采用插混路线。这也预示着这条赛道上的玩家愈来愈多，将会不断扩宽这个赛道的宽度与广度。

当然，插混市场的火热应该也要分细分市场的，正如文章开头提到的 A 级车市场一样，未来一定是插混占据主流。欧阳明高也认为，占比最高的就是中级主流轿车，还有大型 SUV。而如入门级 A00 和 A0 级的产品，一定会是纯电动车的天下，目前 A0 和 A00 在新能源市场

的份额占比已经达到 32%，是纯电产品最大的市场。

### 技术固然重要，消费满足才是核心

从作为政策强牵引下失职“过渡者”昙花一现的插混 1.0 时代，到创新带来认知革命牵引插混迎来快速发展的 2.0 时代，插混市场进行了快速迭代。似乎，之前并不是因为插混不行，而是没有真正找到消费者的核心需求。

正如之前行业关于增程技术的论战一样，即便是增程被看作是一项比插混更加落后的技术，被更多人认为是“脱了裤子放屁”，但从理想，到深蓝、零跑们的发展轨迹，以及无数后来者的跟风可以看出，消费者好像并不在乎技术的优劣和先进性，他们在乎的是，技术背后，是否能够解决他们需要的痛点。



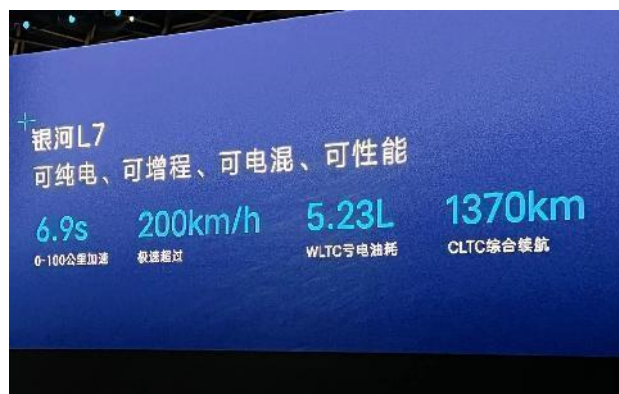
包括比亚迪在内，依然记得彼时的“542”战略，5 秒内的百公里加速看上去很好，性能储备非常符合肾上腺素的需求，但恰巧这并不是中国消费者真正需要的。对于大多数普通家庭消费者来说，他们需要的是一款购买成本、使用成本低的产品，经济省油、皮实耐用、舒适性好的产品。

后来比亚迪调整了插混策略，调整了技术方向，降低了性能方面的指标，主打经济省油，特别是馈电状态下的油耗，从原来的百公里油耗 7—10 升降低至了 3—4 升。在上一轮油价上涨的大背景下，比亚迪插混逐步得到了市场的认可，

建立了消费者对插混产品的全新认知。

所以上一轮，具备这样特征的日系车，凭借燃油经济性、强混的优势，形成了对德系车和美系车的压制。而近两年来，比亚迪在这方面的崛起，又完美地实现了对日系车优势的精准打击，形成了后来居上的发展态势。

这种态势，正是建立在对插混产品定义和全新认知上。与几年前德系品牌、日系品牌包括部分自主品牌推出的 PHEV 完全不一样，火热的中国化的插混车型，普遍超 100km 甚至达到 200km 纯电续航的大里程，可快充、补能便捷，智能化程度高等特点，而热销的产品还要具备性价比和馈电低油耗的基本素质。

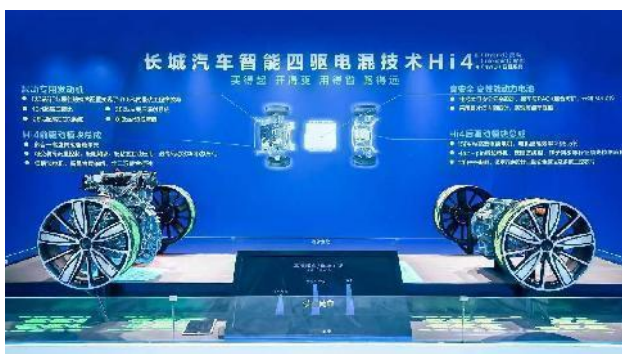


作为对比，同样是走增程路线的日产 E-power，由于其没有契合中国化的路径，推出大电池、可快充的中国式插混产品，所以即便是踩准了增程式技术爆发式增长的时机，但销量依然不够理想。

所以，无论是带电驱的燃油车，还是带增程器的电动车，其实新趋势下的插混车型，已经脱离了外界对过去插混车型的真正认知，进而成为新时代下新能源领域的核心组成部分。就像很多电动车企开始倒回去研究内燃机一样，电动化的目的并不是要干掉内燃机，而是真正以消费需求的目的出发。

可油可电，没有续航里程焦虑，并从技术上解决了馈电情况下

油耗奇高的痛点和短板。诸多行业人士预测，全新定义下的插混车型，至少还有 10 年的发展窗口期，将在市场上对油车市场形成了转化。而从心理需求出发，“保留油车体验”对于依旧怀有油车情结的消费者，或与燃油有深度绑定关系的市场和人群依旧极具价值，也是纯电动车无法替代的机会。



汽车新能源化带来了产业格局的重新洗牌，而在这一百年难遇的变革与颠覆之中，中国车企在插混的核心技术方面也已经占据了领先优势。显然，随着更多插混产品的推出，和消费者对插混产品的

接触和认知的提升，插混在中国的成功必然有机会在全球范围内进一步复制和放大。

中国作为全球新能源汽车的领先市场，未来也将逐渐成为全球新能源汽车行业发展的风向标，无论是插混品类在中国的爆发式增长、还是其对 HEV 造成的降维打击，这都将对全球的新能源汽车发展形成指引和效仿意义，进而大大影响全球新能源化的进程。

包括丰田、大众一种大型跨国汽车集团在内，眼下的几年，想要在中国市场活下来，一定绕不开插混这条赛道，相信很快，发展插混包括与中国品牌合作推出插混的消息，将在外资品牌的战略上接踵而至。

来源：汽车公社

## 数据|公安部权威发布： 2023 年上半年汽车新注册登记量同比增长 5.8%，其中载货汽车同比增长 8.1%

据公安部统计，截至 2023 年 6 月底，全国机动车保有量达 4.26 亿辆，其中汽车 3.28 亿辆，新能源汽车 1620 万辆；机动车驾驶人 5.13 亿人，其中汽车驾驶人 4.75 亿人。2023 年上半年全国新注册登记机动车 1688 万辆，新领证驾驶人 1191 万人。

上半年新注册登记机动车 1688 万辆，新注册登记汽车 1175 万辆。2023 年上半年，全国新注册登记机动车 1688 万辆，同比增长 1.9%。汽车新注册登记 1175 万辆，同比增长 5.8%。其中，载客汽车新注册登记 1034 万辆，同比增长 5.6%；载货汽车新注册登记 133 万辆，同比增长 8.1%。

新能源汽车保有量达 1620 万

辆，上半年新注册登记 312.8 万辆。截至 6 月底，全国新能源汽车保有量达 1620 万辆，占汽车总量的 4.9%。其中，纯电动汽车保有量 1259.4 万辆，占新能源汽车总量的 77.8%。上半年新注册登记新能源汽车 312.8 万辆，同比增长 41.6%，创历史新高。新能源汽车新注册登记量占汽车新注册登记量的 26.6%。

88 个城市汽车保有量超过 100 万辆，北京、成都等 24 个城市超过 300 万辆。截至 6 月底，全国有 88 个城市的汽车保有量超过 100 万辆，同比增加 7 个城市，41 个城市超过 200 万辆，24 个城市超过 300 万辆。其中，北京、成都汽车保有量超过 600 万辆，重庆、

上海、苏州汽车保有量超过 500 万辆。

汽车转让登记数量持续增长，二手车交易市场活跃。2023 年上半年，全国共办理机动车转让登记业务 1134 万笔。其中，办理汽车转让登记业务 1057 万笔，同比增长 5.3%。全国异地直接办理交易登记二手小客车 157 万辆，更好便利群众企业办事，促进二手车流通。

机动车驾驶人数量达 5.13 亿人，已有 95 万人取得 C6 准驾车型驾驶证。截至 6 月底，全国机动车驾驶人数量达 5.13 亿人，其中，汽车驾驶人数量为 4.75 亿人，占驾驶人总数的 92.7%。2023 年上半

年，全国新领证驾驶人数量 1191 万人，同比增长 8%。新增“轻型牵引挂车”准驾车型（C6）以来，已有 95 万人取得 C6 准驾车型，更好满足群众驾驶小型旅居挂车出行需求，便利驾驶房车旅游。

网上办理车辆和驾驶证业务 5833 万次。2023 年上半年，各地公安交管部门积极推行补换领牌证等交管业务“足不出户”网上办。全国网上办理补换领驾驶证和行驶证、发放临时号牌等业务 5833 万次，同比增长 30.9%。

来源：公安部交通管理局

## 2023 上半年美国车市： 三大新势力交出历史最好成绩单

根据 Cox Automotive 的最新统计，2023 年第二季度，美国市

场共销售出了创纪录的 295,255 辆电动汽车，这一数字相比于 2023

年第一季度提升了约 14%。这一增长得益于更为亲民的价格、政府的新税收优惠以及日益丰富的电动汽车车型。在这个季度中，有 11 款车型的销量超过了 5,000 辆，较去年同期的 6 款有所增加。此外，除了特斯拉，本季度还有 7 款车型的销量超过了 5,000 辆，比去年同期增加了 2 款。

2023 年上半年，美国市场的电动汽车新势力中，特斯拉无疑是领导者，销售量位居首位，而 Rivian 和 Lucid 也展现出了快速增长和巨大的潜力。

● 特斯拉在美国市场销售了超过 33.7 万辆电动汽车

● Rivian 在 2023 年上半年销售了 2.5 万辆

● Lucid 在 2023 年第二季度的销售量为不到 3000 辆。

### 特斯拉

在美国市场，特斯拉的季度销量持续增长。随着市场渗透率的提升，特斯拉的销量也在稳步上升，领先优势越发显著。

此外，一个位于德克萨斯州新的锂精炼厂已经开工，特斯拉设定了到 2025 年生产足够的电池级锂来制造 100 万辆电动汽车的雄心勃勃目标。同时，特斯拉也在内华达工厂投入了 36 亿美元，用于 Semi 卡车和 4680 型电池的生产，预计可扩产至 100GWh-200GWh。在墨西哥，特斯拉正规划建设一座新工厂，生产新一代的电动汽车平台。

### Rivian

Rivian 公布了 2023 年第二季度产量和交付数据，是公司历史上最好的表现。Q2 季度生产量为 13,992 辆电动汽车，同比增长 218%，交付量达到 12,640 辆，同比增长 183%。

2023 年上半年，Rivian 已经生产了超过 23,000 辆车，交付超过 20,000 辆，比去年同期增长了三倍多。公司目标是今年生产 50,000 辆车辆，而且决定从 2025 年开始采用特斯拉的北美充电标准(NACS)，同时继续扩展其 Rivian Adventure Network (RAN) 充电站。

### Lucid

Lucid Air 2023 年第二季度的产量达到 2,173 辆，比去年同期增长 204%，客户交付量达到 1,404 台（同比增长 107%）。

Lucid 2023 年的情况汇总：

● 产量：4,487（同比增长 219%）

● 交付量：2,810 辆（同比增长 170%）

Lucid 的交付数据，在 2022 年 Q4 达到顶峰，最近反而在回落

### Rivian 和 Lucid 的对比

Rivian 在 2023 年的目标产量为 5 万辆，整体进度良好。与福特的皮卡相比，Rivian 的产品线在不断迭代和发展，但有触底的征兆。

而 Lucid 的总体情况稍微低于预期，由于市场对 Model S/X 等高端车型需求较弱，Lucid 在美国的长期需求存疑。Lucid 需要进一步丰富车型，并借助资金实现持续发展。

总结：美国新能源汽车市场正处在一个蓬勃发展的阶段，从整体数据来看，特斯拉、Rivian 和 Lucid 都取得了可观的成绩。但随着下半年更多车型的投入，给 Rivian 和 Lucid 的机会并不如预期那么多。特斯拉依然是不可忽视的强势玩家，随着下半年更多车型的投入，给 Rivian 和 Lucid 的时间窗口并没有想象的多。



### 美国上半年新能源汽车企业概况

Lucid, Rivian, Tesla

### 美国新势力汽车企业概况

Lucid, Rivian, Tesla

品牌	Q1	Q2	Q3	Q4
Lucid	12	15	18	20
Rivian	10	12	15	18
Tesla	8	10	12	15

### 特斯拉在美国的销售

特斯拉在美国的销售数据

### 特斯拉的2023年在美国干什么？

特斯拉在美国的工厂和产能

### RIVIAN 为2023年交付

Rivian 2023年交付数据

品牌	Q1	Q2	Q3	Q4
2023年	10	12	15	18
2022年	8	10	12	15
2021年	5	7	9	11

### Lucid 的2023年交付

Lucid 2023年交付数据

品牌	Q1	Q2	Q3	Q4
2023年	12	15	18	20
2022年	10	12	15	18
2021年	8	10	12	15

### 美国新势力 Rivian 和 Lucid

Rivian 和 Lucid 在美国市场表现

### 2023年美国汽车行业

2023年美国汽车行业概况

来源：芝能汽车

## 上调 2023 年至 2030 年销售回报率指引和目标 戴姆勒卡车二季度全球销量同比增长 9%

在独立上市后的首个完整财年成功收官后，近日，戴姆勒（中国）商用车投资有限公司在 2023 年资本市场日发布了 2023 年二季度“成绩单”。数据显示，戴姆勒卡车全球销量 131888 辆，较上年同期增长 9%，所有业务板块都为增长做出了积极贡献。其中，亚洲销量达 40097 辆，同比增长 9.2%。



“戴姆勒卡车的业绩表现非常出色。我们正在上调 2023 年的业绩指引，并稳步朝着 2025 年目标迈进。我们已经做好准备，在 2030 年将戴姆勒卡车带到一个更

高的发展水平——在有利条件下，实现超过 12% 的实体业务调整后销售回报率。我们即将启动一项股票回购计划，旨在确保股东能从我们的发展中充分获益。我们灵活的技术战略不仅让我们引领行业的历史性转型，同时也能抓住与此相关的全部机遇。简而言之，戴姆勒卡车正朝着可持续增长转型——为了员工、客户和股东的利益。”戴姆勒卡车董事会主席杜墨（Martin Daum）表示。

《中国经营报》记者从戴姆勒卡车方面了解到，本次资本市场日主要议题包括上调 2023 年业绩指引、确认 2025 年目标、进一步强化资本配置政策以及 2030 年可持续发展的转型之路。

数据向好 上调 2023 年至 2030 年销售回报率指引和目标

记者了解到，经历了二季度的销量增长，戴姆勒卡车认为这一发展势头将在本财年得以延续。业绩的提升将戴姆勒卡车收入指引拉高到 560 亿欧元至 580 亿欧元（此前为 550 亿欧元至 570 亿欧元）；将 2023 财年实体业务调整后销售回报率指引区间上调到 8.5% 至 10%（此前为 7.5% 至 9%）。

在 2023 财年实现良好开局后，戴姆勒卡车认为有望在有利条件下，实现 2025 年实体业务调整后销售回报率超过 10% 的目标，并力争于 2030 年实现超过 12% 的实体业务调整后销售回报率。

戴姆勒卡车首席财务官约亨·格茨（Jochen Goetz）表示：“2025 年之后，我们看到了很多行业的增长机遇，并且做好了抓住机遇的充分准备。因此，我们希望

在 2025—2030 年间，实现 40%—60% 的收入增长，并且在有利条件下实现逾 12% 的实体业务调整后销售回报率。与此同时，我们将持续专注于成本原则和更加明智的资本配置。

”据了解，推动戴姆勒卡车利用其强大财务实力实现 2030 年目标的主要驱动因素包括：通过资本回报管理模型和相关的主动投资组合管理来严格分配资本、服务收入增长、自动驾驶和零排放车辆（ZEV）。

此外，为了在更为艰难的市场环境下保持更稳定的股息水平，戴姆勒卡车将未来的股息支付范围设置在 40%—60% 之间。并且宣布即将启动一项未来 24 个月至多 20 亿欧元的股票回购计划，预计在二季度财报公布后开始实施。

技术战略助推未来规模增长

“作为增加股东价值的重要杠杆，技术不仅能为我们的客户创造价值，也能为我们带来规模优势。这对提升我们的技术领导力至关重要，在转型时期尤其如此。”戴姆勒卡车控股公司管理委员会成员兼研发负责人 Andreas Gorbach 博士表示。

据悉，戴姆勒卡车为自身树立的目标是“引领可持续交通运输转型”。因此，公司将重点放在两大技术领域，包括传动系统在内的驱动能力，以及聚焦电子和软件的智能驾驶能力。

与此同时，为了实现零排放的未来，戴姆勒集团认为唯有将动力电池和氢能传动系统相结合，才能帮助客户可持续且经济地完成运输任务。就动力电池而言，戴姆勒卡车采取快速上市的策略，并且已经拥有广泛的车辆产品，随着电动汽车（BEV）渗透率的提升，公司

随后又推出了专用的卡车平台，用于批量生产。在氢能方面，戴姆勒卡车计划在未来开始批量生产首款燃料电池卡车，由其与沃尔沃集团的合资企业 cellcentric 提供动力。

对于智能驾驶，戴姆勒卡车旨在通过软件功能实现差异化。从 2024 年起，戴姆勒卡车计划推出众多软件功能，例如进一步改进主动安全功能、为车队所有者提供更高互联水平的数据访问功能、预测性维护和高级无线更新。所有这些功能都依托更为强大的计算机架构得以实现。戴姆勒卡车下一步的目标是进一步解耦软硬件的开发周期，以便实现产品和业务的改进。

来源：中国经营报车视界

## 我国新能源汽车产量达到 2000 万辆

7 月 3 日下午，我国第 2000 万辆新能源汽车在广州下线，标志着我国新能源汽车在产业化、市场化的基础上，迈入规模化、全球化的高质量发展新阶段。



据介绍，目前，我国已建立了结构完整、有机协同的新能源汽车产业体系，培育了全球最大的消费市

场，我国新能源汽车产量已经连续 8 年位居全球第一。

在这家智能生态工厂里，每 53 秒就能生产出一台新能源汽车。在规模化发展的同时，第三代纯电专属平台、新一代电气架构等领先科技，正在促进我国新能源汽车产业高质量发展。

工业和信息化部表示，下一步，将优化支持新能源汽车购买使用政策，鼓励企业丰富新能源汽车供应，加快推进新能源汽车科技创新和相关产业发展。

来源：央视新闻

## 沃尔沃交付总重 74 吨电动重卡

导读：

目前，沃尔沃向瑞典一家货运公司交付了一辆总重为 74 吨的重

型电动卡车。沃尔沃计划在 2030 年实现电卡销量占比达到在售车辆半数的目标。

沃尔沃卡车最近向一家瑞典的货运公司交付了一辆重型电动卡车，该卡车总重为 74 吨。随着现阶段电动卡车在货运行业的持续发展和日益广泛的使用趋势，越来越多的货运公司正在开始投资于重型运输的电动卡车，瑞典的 Mattson Akeri 就是其中之一，该公司现已从沃尔沃购买了三辆重型电动卡车。



最近几周，沃尔沃卡车在 Gothenburg 的 Arendal 港口区进行了一项 HCT（高容量运输）项目测试，其中一辆装载两个挂车的电动卡车正在进行测试。这辆卡车长 32 米，可以承载 74 吨的总重量。

“我们希望高载重量以及高运输效率可以在电动化方案中实现。通过与 Mattson Akeri、瑞典交通管理局和其他几家合作伙伴一起，探索包括高效充电方式在内的优化电动卡车使用的方法。”沃尔沃技术组 HCT 项目经理 Lena Larsson 解释说。

目前正在测试的电动卡车是一款 Volvo FH Electric 6X4 车型，该车作为一款纯电动卡车，一般在 Mattsson Akeri 公司位于 Arendal 的两个 180 kW 快充器上进行充电。在很长的一段时间里，该卡车还将持续完成从 Gothenburg 到 Boras 的接近 70 公里的运输任务。



“目前，使用电动卡车长途重载运输的效果非常好，我们可以像柴油卡车一样承载大量货物。” Mattson Akeri 首席执行官 Jan-Olof Mattsson 说道，“这辆卡车每天运行 12 个小时，在司机休息时停下充电。作为一款纯电动卡车，运行起来更加低碳。电动带来的低噪音也为驾驶员提供了更好的工作环境。”



自 2019 年开始生产全电动卡车以来，沃尔沃卡车公司已在全球 40 多个国家销售了近 5000 辆电动卡车。现如今，沃尔沃提供行业最丰富的产品，包括六款系列生产的电动车型，满足了城市内部运输的广泛需求。在全球范围内，沃尔沃卡车公司设立了截止 2030 年，销售的所有卡车中有一半是电动卡车的目标。

来源：商车邦

## 沃尔沃发布半年报数据：共交付 12.5 万辆卡车

导读：

近日，沃尔沃集团发布最新财报数据。数据显示，在 2023 年第二季度，卡车业务的净销售额为

937 亿瑞典克朗，比 2022 年第二季度增长了 19%，汽车销售和服务业务均呈现良好势头。



全球卡车注册 数量	前六个月		同比%	2022 全年	2023 预期	与前期预测比较
	2023	2022				
欧洲 29 国重卡 (不含英国)	129,711	109,486	18	264,100	-	-
欧洲 30 国中卡 (包括英国)	145,340	122,673	18	298,066	330,000	+10,000
北美重卡 (零台)	137,163	111,256	23	309,916	330,000	+10,000
巴西重卡	39,114	43,641	-10	97,856	80,000	不变
中国中重卡	395,617	343,999	15	566,130	650,000	不变
印度中重卡	194,574	178,866	9	350,797	400,000	不变

近日，沃尔沃集团发布最新财报数据。数据显示，在 2023 年第二季度，卡车业务的净销售额为 937 亿瑞典克朗，比 2022 年第二季度增长了 19%。汽车销售和服务业务均呈现良好势头；调整后的营业收入增加至 149 亿瑞典克朗，调整后的营业利润率为 15.9% (12.2)。除去货币影响，净销售额增长了 12%，车辆销售增长了 13%，服务销售增长了 8%。

在 2023 年第二季度，欧洲和北美地区的卡车车队利用率仍保持在良好水平。在这两个地区，大型车队继续进行车辆更换周期，而较小的公司则因货运量和现货价格下降以及二手卡车价格走低变得更加谨慎。

在巴西地区，市场持续遇冷，因为许多人在 2023 年 1 月 1 日引入新的欧六排放法规之前就购买了欧五卡车。印度市场在良好的经济活动和消费支出的支持下持续增长。中国的整体市场从三月份的低位开始回暖，并且这一趋势在第二季度持续发展。



沃尔沃集团 卡车交付量	第二季度		同比%	前六个月		同比%
	2023	2022		2023	2022	
欧洲	33,169	29,809	11	66,019	58,898	12
中国和中东	24,062	24,944	-	51,564	49,220	5
轻型	8,307	4,865	71	14,455	9,678	49
北美	15,940	15,073	6	31,971	28,981	10
南美	5,385	8,380	-36	9,860	14,025	-33
亚洲	5,902	4,710	25	11,644	8,415	36
非洲和大洋洲	3,426	2,853	20	5,879	5,502	7
总交付量	63,842	60,833	5	125,373	116,421	8
重型 (≥16 吨)	50,555	52,066	3	101,039	98,955	2
中型 (7-16 吨)	9,070	3,847	32	9,674	7,665	26
轻型 (<7 吨)	8,417	4,920	71	14,660	9,801	50
<b>总交付量</b>	<b>63,842</b>	<b>60,833</b>	<b>5</b>	<b>125,373</b>	<b>116,421</b>	<b>8</b>
沃尔沃卡车	36,455	38,256	5	72,244	72,117	
雷诺卡车	19,164	15,090	28	36,650	29,770	23
中国和中东	10,747	10,110	6	22,000	19,969	10
轻型	8,417	4,920	71	14,660	9,801	50
马克卡车	7,980	7,152	11	15,918	13,570	16
其他品牌	263	395	-33	551	864	-36
<b>非合并经营</b>						
VE 商用车 (向 唐 Eicher)	14,381	13,279	8	34,298	31,139	10
东风商用车	32,674	23,252	40	46,858	43,825	6

第二季度，由于订单积压情况严重，沃尔沃集团的卡车品牌对预定订单进行了限制。欧洲地区的订单接收量下降了 7%，为 24840 辆卡车，而交付量增长了 11%，达到 33169 辆卡车。沃尔沃卡车的重型卡车总市场份额截至 5 月份下降至 17.9% (19.3)，而北美地区的订单接收量下降了 11%，为 8708 辆卡车，交付量增长了 6%，达到 15960 辆车辆。沃尔沃卡车的重型卡车市场份额截至 5 月份下降至 9.2% (10.5)，马克卡车的市场份额增至 5.9% (5.8)。

在南美洲，订单接收量下降了 32%，为 6302 辆卡车，而交付量下降了 36%，为 5385 辆车辆。在巴西，沃尔沃卡车的重型卡车市场份额截至 6 月份下降至 23.0% (25.8)。

亚洲地区的订单接收量增长了 7%，达到 5236 辆车辆，交付量增长了 25%，达到 5902 辆车辆，主要受中东地区的推动。

在印度合资公司 VE 商用车辆方面，订单接收量增长了 3%，达到 14092 辆车辆，而交付量增长了 8%，达到 14381 辆车辆。中国合资企业东风商用车的交付量增长了 40%，达到 32674 辆卡车。

第二季度，纯电动卡车的订单接收量下降了 38%，为 677 (1097) 辆车辆。纯电动卡车的交付量增长了 251%，达到 759 (216) 辆。电动重型卡车市场份额增至 50.7% (36.9)。雷诺卡车的重型卡车总

市场份额下降至 8.9% (9.6)，而电动重型卡车市场份额为 18.0% (18.8)。

电动卡车	第二季度		同比%	前六个月		同比%
	2023	2022		2023	2022	
订单量						
沃尔沃	410	612	33	896	814	10
雷诺卡车	258	476	-46	582	768	-24
重型和中型	113	173	-35	287	311	-8
- 轻型	145	303	52	295	457	35
马西卡车	9	9		24	9	167
总计订单	677	1,097	-38	1,502	1,591	-6
电动卡车						
交付量						
沃尔沃	337	83	306	687	144	377
雷诺卡车	417	127	228	748	257	191
重型和中型	168	93	81	296	175	69
- 轻型	249	34	632	452	82	451
马西卡车	5	6	-17	7	8	-13
总交付量	759	216	251	1,442	253	

五月份，沃尔沃卡车与全球最大的建筑解决方案供应商之一的

荷巴公司签署了意向书，计划在 2030 年之前向其销售 1000 辆电动卡车。这是沃尔沃电动卡车迄今为止最大的商业订单。首批 130 辆卡车将于 2023 年和 2024 年交付。同样在五月份，沃尔沃卡车和江铃汽车股份有限公司宣布不会继续之前宣布的交易，该交易涉及收购江铃重型车辆有限公司及其位于中国山西省太原的制造工厂，但沃尔沃卡车仍将继续向中国客户出口卡车。

来源：商车邦

## 央视新闻：全球最大镁合金超大汽车压铸铸件试制成功！

近日，重庆大学发布消息，重庆大学国家镁中心和高端装备铸造技术全国重点实验室与美利信科技、重庆博奥镁铝金属制造有限

公司等合作单位联合开发，成功试制出了镁合金超大汽车压铸结构件。

重大制造！央视新闻报道全球最大镁合金超大汽车压铸铸件试制成功

重庆大学 2023-07-02 08:33 发表于重庆



此次试制包含一体化车身铸件和电池箱盖两类超大型新能源汽车结构件，两个产品的投影面积均大于 2.2 平方米，是目前世界上最大的镁合金汽车压铸结构件。两个铸件相比原来铝合金铸件减重 32%，展现出巨大的轻量化应用前景。

据介绍，研究人员在本次试制过程中攻克了多个技术瓶颈，突破了高流动性高性能压铸镁合金设计、大体积镁合金熔体纯净化、镁合金结构件结构设计与压铸工艺优化、压铸缺陷预测与控制等多项关键技术，保证了高品质超大型镁合金结构件的试制，为超大型镁合金结构件的规模化生产和推广应用奠定了基础。



我国是镁资源大国，占世界镁资源的 70% 以上，也是镁材料与制品研发和生产大国，镁及镁合金产量已连续十多年占全球比重超过 80%。镁合金是最轻的金属结构材料，其密度仅为铝合金的 2/3、钢铁的 1/4，是最具潜力的轻量化金属材料之一。



同时，镁及镁合金还是最具潜力的储能材料之一。本次超大型镁合金结构件的成功试制，将有力推动镁合金在大型复杂结构领域的

进一步大规模应用，不仅有助于汽车轻量化，而且对推动节能减排、解决能源安全、缓解我国金属矿产资源紧缺等重大问题有非常重要的战略意义。

来源：汽车工艺师