

山东汽车

2023 年第 08 期 (总第 37 期)

山东省汽车行业协会

2023 年 08 月 29 日

协会活动

“2023 第十九届中国（梁山）专用汽车展览会新闻发布会”在梁山召开

会员动态

新突破 | 斩获 4 项国家级 QC 小组成果!

数智驱动，持续领航 青岛整车事业部召开数智化转型工作推进会

时代业务：锚定航向，乘势笃行，坚决完成全年 24.1 万辆目标

政策法规

工信部重要通知《智能网联汽车建设指南》

国家认监委关于在汽车领域开展强制性产品认证自检自证试点的公告

行业资讯

车展 | 国内挂车行业的“风向标” 第十九届梁山车展即将拉开序幕

商用车表现好于去年 增势回落同样明显

新能源商用车的核心竞争力到底是什么?

好似大梦一场，低速电动车迎来终局

欧盟电池今日生效!

协会活动

“2023 第十九届中国（梁山）专用汽车展览会新闻发布会”在梁山召开

1、经山东省人力资源和社会保障厅批准，山东省汽车行业协会于 2023 年 8 月 5-6 日在山东交通学院对申报机动车检测工（四级）的 49 名考生进行了理论和技能操作考试。



2、8 月 14 日，“2023 第十九届中国（梁山）专用汽车展览会新闻发布会”在梁山召开。中国汽车

工业协会、县委县政府、县有关部门、驻梁山有关单位主要负责人及相关企业、新闻媒体参加。山东省汽车行业协会副会长兼秘书长谭秀卿出席并致辞，副秘书长郭金娜主持发布会。

3、协会参加了中国机械工业联合会五届三次理事会暨机械工业科技大会。会议同期召开了地方行业协会工作调研会，协会汇报了山东省汽车产业发展和协会工作情况。

来源：山东省汽车行业协会

会员动态

新突破 | 斩获 4 项国家级 QC 小组成果！

近日，由中国质量协会组织的 2023 年全国 QC 小组成果交流活动，在辽宁省沈阳市举行。中国重汽集团斩获 4 个专业级成果，在国家级 QC 小组成果荣誉方面实现了零的突破。

QC 小组是基于激发员工自主管理和创新，鼓励全员参与团队活动的重要形式，旨在对企业的经营活动进行全方位、全过程的改进以及员工个人职业素养的提升，最终提高企业基础管理水平。此次交流活动共发表成果 753 项，涉及汽车制造、电力供应、铁路运输、煤炭开采、化学原料等多个行业。

自 2020 年以来，中国重汽以改进质量、降低消耗、改善环境、

提高员工素质和经济效益为目的，运用质量管理的理论和方法开展活动，形成了独具特色、可推广、可复制的问题解决模式，夯实了生产制造的基础，推动企业高质量发展！





来源：中国重汽集团

数智驱动，持续领航

青岛整车事业部召开数智化转型工作推进会

为进一步贯彻落实上级公司数智化转型工作要求，加快推进青岛整车事业部数智化转型工作，8月14日，青岛整车事业部数智化转型工作推进会在即墨办公楼五楼报告厅召开。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，解放公司数字化部部长宋磊，青岛整车事业部党委副书记、纪委书记、工会主席王立君，事业部高级经理、首席师、高级主任师、二级经理、主任师和各领域项目团队成员参加会议。会议由青岛整车

事业部副总经理张禹主持。

李胜针对青岛整车事业部数智化转型工作提出四点要求：

一是要深刻认识开展数智化转型的重要性、紧迫性，坚定把握数智化转型是一场业务变革。

二是数智化转型只有起点没有终点，永远在路上，要用迭代的思维、发展的眼光推进数智化转型，过程中要面向广大员工持续赋能，不断提升转型意识和能力。

三是青岛数智化转型要在公

司方法、框架指导下结合青岛实际由业务部门牵头，与 IT 组建一体化运作团队共同推进。



四是数智化转型是一把手工程，各级一把手要主动担责、主动学习，成为本领域的业务架构师，要认真思考、描绘本领域数智化转型的愿景，积极带领团队推进转型工作。

宋磊结合本部转型实践，对青岛数智化转型工作提出三点建议：

一是要架构牵引，业务先行，以流程端到端、业务一体化视角深度推进数智化转型工作。

二是要进一步转变思想，提升认知，实现全员转型，并通过数智化转型实现效率、效益双增长，助

力企业更成功。



三是长春本部要充分发挥好服务与支撑作用，全力保障青岛数智化转型成功。

王立君任命了数智化转型项目团队，李胜为各项目执行经理颁布任务书并合影留念。张禹从数智化转型的背景和本质、数智化建设历程、数智化发展趋势和存在的差距等方面回顾了事业部数智化转型工作，并代表数智化转型项目组作表态发言，他表示将全力投入数智化转型工作，同步营造全员转型氛围，集中精力，确保项目目标达成。崔文华围绕转型规划、重点项目建设、能力建设和转型保障等方面介绍了事业部数智化转型工作

战法。



数智化转型是攻坚战、持久战、升级战，各项目成员应以本次

会议为契机，转变观念、统一思想，加速数智能力提升，以抓铁有痕的决心、久久为功的韧劲，加快推进数智化转型各项工作任务，为青岛整车事业部实现高质量发展增添新动力。

来源：一汽解放青岛

青特集团新入站博士后 开题报告会暨博士后结题出站评价会议顺利举行

8月18日上午，新入站博士后开题报告会暨博士后结题出站评价会议在集团办公楼B301会议室顺利举行。在站合作导师、集团总裁纪建突出席报告会。集团副总裁王丰元担任开题评审专家组暨出站评价专家组组长，山东大学王伟民教授、山东科技大学张俊友教授、青岛理工大学谭继文教授、青

岛科技大学朱开兴教授受邀出席会议并担任考核评审专家。集团总裁助理杨朝会主持会议，技术中心、人力资源部、专用车事业部技术部门等主管领导及博士后所在各课题项目组成员参加会议。



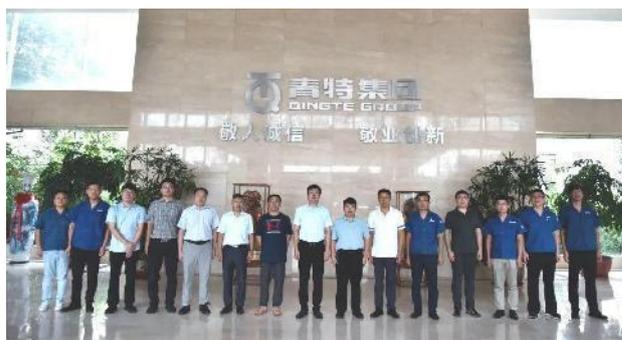
会上，新进站博士后刘俊龙作了开题报告，在站博士后潘家敬、高通、江京亮分别作了出站报告。开题评审专家组和出站评价专家组分别对上述博士后的报告内容进行了深入细致的点评，提出了中肯的修改意见和建议。

通过本次会议的顺利举行，将进一步推进和深化集团与高校院所技术攻关、产学研融合、博士后联合培养等方面的合作，依托高校院所的技术力量、实验设备和文献检索等优势，为校企间搭建起

“高层次人才双向选择”平台，为企业交叉复合型人才的引进培养和科技研发能力的提升创造了有利条件，对企业产品创新、资源整合起到了推动作用。

青特集团博士后科研工作站设立于 2008 年，设站以来累计招

收博士后 9 名，出站 6 名，在站 3 名。多年来，集团将人才作为发展第一要素，通过引进博士后等高端人才，依托青岛市博士后平台协作联盟的优势，借助博士后人才集聚效应，加快企业创新成果转化，技术中心团队联合博士后研究人员共同解决关键技术难题达 50 余项。未来，集团将为博士后持续营造良好的创新氛围，通过精准引才、科学用才、用心留才为公司的高质量发展提供强有力的人才保障。



来源：青特集团

时代业务：锚定航向，乘势笃行， 坚决完成全年 24.1 万辆目标

8 月 11 日，福田汽车集团 2023 年中经济会精神宣贯暨时代事业部三季度管理大会在瑞沃工厂福田厅召开。大会详细宣贯了福田汽车集团 2023 年中经济会精神，对福田汽车新文化理念体系进行专题学习，并对时代事业部未来 2-3 年战略目标、达成路径进行再审视、再明确，并制定下半年具体落地举措，要求坚决达成全年 24.1 万辆目标！

福田汽车集团业务副总裁、时代事业部党委书记、总裁巩海东，时代事业部经营团队领导，专家团队及 L3 以上相关领导，各部门 L4 级干部、事业部后勤职能部门业务经理/副经理、各部门骨干人员、技能大赛获奖代表、近 3 届绩优校

园人才等共计 800 余人现场参会，线上参会 500 余人。福田汽车诸城厂区党委书记王志华主持大会。



福田汽车集团业务副总裁、时代事业部党委书记、总裁巩海东作《新赛道 新模式 新势能》主题报告。《报告》指出，时代事业部上半年实现销量 11.8 万辆，同比增长 16.2%；占有率达成 12.8%，同比增长 1.4%，延续“开门红”势头，实现销量和占有率双增长。其中微车、卡车、专底业务实现了“双过半”任务目标，工程车业务占有

率稳居行业第一，业务竞争力持续提升。

《报告》要求，时代业务要秉承集团“底盘业务”定位，坚定 50 万战略信念，贯彻双品牌战略布局，立足“3+1”业务平台，塑造新能源赛道竞争优势；坚定规模领先战略，通过产品快速迭代、数字化流程变革创新、深化价值管理体系与低成本核心能力建设，持续优化体系能力，到 2026 年完成 50 万战略目标。

《报告》确定了时代业务未来 2-3 年战略举措：

01 规模领先战略深刻理解并坚定规模领先战略，引领业务高质量发展。

02 新能源战略新能源关乎业务未来生死存亡，重点强化商业模式创新和体系能力升级。

03 南方战略南方战略是规模领先的重要支撑，是 50 万战略实

现的重要路径。

04 低成本战略系统构建贯穿全价值链的低成本运营体系，打造时代业务低成本竞争优势。

05 价值链变革加快数字化转型，深化价值链重点环节变革，提升精益运营能力。

06 敏捷竞争体系搭建基于市场与竞争，搭建以客户为中心，各价值链高效响应与联动的敏捷型体系。

07 组织文化与人才战略深化奋斗者文化，推进干部年轻化，激发组织活力。

《报告》还重点对时代业务下半年营销、研发、供应链、财务、人力资源、组织运营等价值链具体策略进行部署，要求全体时代人坚定信念，乘势笃行，奋力拿下全年 24.1 万辆经营目标。

时代事业部供应链副总裁兼质量副总裁于治国作《夯实 5+4+3

战略，加速供应链流程及数字化变革》的工作报告。《报告》提出供应链“5+4+3”战略，加速“客户需求研究、制造管理、质量管理、采购管理、仓储及物流管理”等五大要素的转型升级，提升订单保障能力。推进“需求计划、产能计划、生产计划、库存与物流计划”等四大计划的管理协同，建立灵活、高效且面向客户的订单交付系统；保障“信息流、实物流、资金流”三流必须合一，杜绝数据乱象，促进管理高效落地，实现企业高效、低成本、合规运营。



福田汽车诸城厂区党委书记王志华作《践行新文化 再聚新势能》文化建设工作报告。报告指出，

下半年，文化建设工作一是要深入践行福田汽车新文化，进一步凝聚“二次创业”力量。二是探索时代业务党建文化建设新模式、新举措，助力 50 万辆战略顺利达成。三是完善文化传播队伍体系建设，评选文化践行官。四是深入推进党建文化共建，为奋斗者文化注入新势能。同时，要求全体时代人要以新文化落地为契机，深入践行“敢闯、敢试、敢赢”核心价值观，强化能力建设、补齐业务短板、坚定必胜信念，不打折扣、确保完成年度经营目标。



会上，时代事业部党委副书记、工会负责人张冬宣读《关于表彰时代事业部第十六届产业工人

技能比武获奖选手的决定》，并主持颁奖仪式。



来源：福田汽车新时代

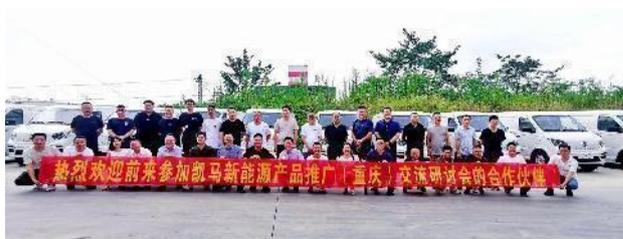
凯马汽车新能源推广会在渝召开！

8月20日，凯马汽车新能源经销商会议在重庆成功举办，来自全国各地40多家经销商代表济济一堂，共谋新能源汽车未来市场。



今年以来，新能源汽车渗透率不断提升，行业销量同比增长30%以上。凯马汽车抢抓市场机遇，全

国各地经销商共同发力，多点开花，凯马新能源销量翻番增长。



会上，代表们共同探讨了新能源商用车市场发展方向、产品布局以及服务提升等议题，重庆指南者等公司就营销及服务模式、优秀营销案例进行了经验价值共享。

下一步，凯马汽车将持续深化与经销商、服务商之间的合作，在

资源共享、渠道建设、服务提升等 同拓展新能源市场。

方面加强沟通交流，携手并进，共

来源：凯马汽车

服务全球绿色交通！

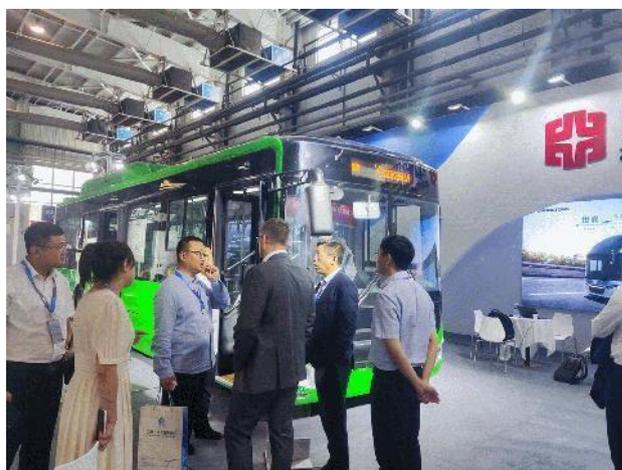
中通客车亮相第十四届东北亚博览会

8 月 23 日—27 日，由商务部、国家发改委、国际贸促会和吉林省政府主办的第十四届中国——东北亚博览会在长春国际会展中心隆重举行。中通客车携 LCK6105HGC 天然气公交、世嘉 LCK6127H 旅团客车亮相现代装备与新能源主题馆，受到现场观众的关注与认可。

中通 LCK6105HGC 天然气公交采用低入口设计、无障碍通道，配置多路 USB 充电口、下车提示铃、带软垫人体工程乘客椅等便民设施，乘车更加舒适便捷。

整车特别针对东北亚寒冷气候，应用整车防寒技术，全车保温性能优化，低温环境适应性更佳。搭载潍柴高热效率天然气发动机，

与燃油车相比，碳排放量减少 20-30%，硫化物减少 99%。



中通世嘉系列高端旅游客车是行业首款通过超大型客车正面碰撞安全测试的车型，安全性能更优。整车通过-40℃极寒环境试验，耐低温性能优越。整车配备多项智能辅助驾驶系统智能操控，气助力换挡系统，操控性更佳。



作为国内最早出海的客车企业之一，中通客车已服务全球 100 多个国家和地区。未来，中通客车将以更加可靠的产品，更无忧的服务方案，助力全球绿色智慧交通体系建设。

来源：中通客车

政策法规

工信部重要通知

《智能网联汽车建设指南》发布

7 月 26 日，工信部、国家标准化管理委员会发布《国家车联网产业标准体系建设指南（智能网联汽车）（2023 版）》（以下简称《指南》）。

《指南》指出，分阶段建立适应我国国情并与国际接轨的智能网联汽车标准体系：第一阶段到

2025 年，系统形成能够支撑组合驾驶辅助和自动驾驶通用功能的智能网联汽车标准体系。制修订 100 项以上智能网联汽车相关标准，涵盖组合驾驶辅助、自动驾驶关键系统、网联基础功能及操作系统、高性能计算芯片及数据应用等标准，并贯穿功能安全、预期功能

安全、网络安全和数据安全等安全标准，满足智能网联汽车技术、产业发展和政府管理对标准化的需求。

第二阶段到 2030 年，全面形成能够支撑实现单车智能和网联赋能协同发展的智能网联汽车标准体系。制修订 140 项以上智能网联汽车相关标准并建立实施效果评估和动态完善机制，满足组合驾驶辅助、自动驾驶和网联功能全场景应用需求，建立健全安全保障体系及软硬件、数据资源支撑体系，自动驾驶等关键领域国际标准法规协调达到先进水平，以智能网联汽车为核心载体和应用载体，牵引“车-路-云”协同发展，实现创新融合驱动、跨领域协同及国内国际协调。



工业和信息化部 国家标准化管理委员会关于印发《国家车联网产业标准体系建设指南（智能网联汽车）（2023版）》的通知

工业和信息化部 国家标准化管理委员会关于印发《国家车联网产业标准体系建设指南（智能网联汽车）（2023 版）》的通知 各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、通信管理局、市场监管局（厅、委），有关行业协会、中央企业、标准化技术组织、标准化专业机构：为充分发挥标准在车联网产业生态环境构建中的引领和规范作用，适应我国智能网联汽车发展的新趋势、新特征和新需求，加快构建新型智能网联汽车标准体系，工业和信息化部、国家标准化管理委员会联合修订形成《国家车联网产业标准体系建设指南（智能网联汽车）（2023 版）》。现印发给你们，请与《〈国家车联网产业标准体系建设指南〉系列文件》（工信部联科〔2018〕109 号）、《国家车联网产业标准体系建设

指南（车辆智能管理）》（工信部联科〔2020〕61号）、《国家车联网产业标准体系建设指南（智能交通相关）》（工信部联科〔2021〕23号）配套使用，认真贯彻执行。

工业和信息化部国家标准化管理委员会

2023 年 7 月 18 日

来源：中国能源网

国家认监委关于在汽车领域 开展强制性产品认证自检自证试点的公告

据商务部 8 月 21 日消息，商务部、国家发展改革委、金融监管总局联合发布为进一步发挥企业主体责任，激发汽车市场活力，促进汽车产业高质量发展，国家认监委决定在汽车产品领域，以整车企业委托改装企业生产的平板、仓栅、厢式、自卸货车（以下称四类车）为试点进行强制性产品认证（以下称 CCC 认证）自检自证改革，现将有关事项公告如下：

一、试点措施

（一）明确整车企业为认证责

任主体

对整车企业委托不同改装企业生产的四类车，由整车企业作为认证委托人向认证机构提出认证申请，改装企业不能单独申请 CCC 认证。整车企业应同时将 CCC 证书涉及的改装企业名单向认证机构备案。



（二）四类车开展自检自证

整车企业在申请四类车 CCC 认证时，可以采用自有实验室出具的检测报告替代第三方检测报告，可以在作出相关承诺的前提下，免于提交生产能力、技术力量、质量保证体系方面的申请材料。

二、实施要求

（一）整车企业应按照《强制性产品认证实施规则 工厂质量保证能力要求》（CNCA-00C-005）和《强制性产品认证实施规则 汽车》（CNCA-C11-01：2020）要求，针对产品特性和生产加工特点，建立完善的工厂质量保证能力，确保产品一致性。

（二）整车企业应加强对改装企业日常管理，确保其具备符合实施规则要求的生产资源，建立相应质量保证能力及产品一致性控制措施。如四类车出现产品质量问题，或改装企业不能保证持续生产符合 CCC 认证要求的产品时，整车企

业应立即停止改装企业相关产品生产，及时采取整改措施并告知认证机构。

（三）认证机构应在实施细则中明确对四类车自检自证的认证实施程序，重点审核整车企业对改装企业的管理要求及实施情况、产品一致性等。必要时，认证机构可到改装企业实施延伸检查或开展生产现场、市场抽样检测或检查。

（四）四类车出现实施规则规定的风险情况时，认证机构应按要求对相应整车企业、改装企业实施现场检查。若存在违反 CCC 认证要求的情况，应依法对相应证书作出处理。整车企业提交虚假申请资料的，认证机构应依据实际情况对后续四类车的认证申请采取相应措施。

三、其他事项

（一）各认证机构应按照实施规则及本文件要求，细化工作方

案，修订实施细则，于 2023 年 9 月 30 日前向国家认监委备案。

（二）各认证机构应于 2023 年 12 月 29 日前报送工作开展情况、存在的问题以及工作建议，国

家认监委将结合行业需求和工作实际适时对试点措施进行调整完善。

来源：国家认监委

公安部、市场监管总局、生态环境部、交通运输部联合推出深化车检改革优化车检服务新举措

机动车检验是保障道路交通安全、推进大气污染防治的重要工作，直接关系到人民群众切身利益。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，解决好公共服务领域群众关注的“关键小事”，经国务院同意，近日，公安部、市场监管总局、生态环境部、交通运输部联合印发《关于深化机动车检验制度改革优化车检服务工作的意见》（以下简称《意见》），部署深化车检制度改革。

近年来，相关部门持续推进新车 6 年内免检、跨省异地检验、检验标志电子化、货车“三检合一”等多轮车检制度改革，在保障车辆安全环保性能的同时，不断提升车检服务水平。此次四部门部署深化车检改革坚持以人民为中心，紧紧围绕扎实做好稳增长稳市场主体保就业工作，进一步简程序、降成本、提服务，推出优化检验市场准入、放宽私家车检验周期、网上预约检验、“交钥匙”便捷办等系列新措施，优化车检服务，规范检验

行为，推进检验服务规范化、标准化，更加便利群众企业办事，更好服务经济社会发展。

•推进简政放权，全面提升检验能力

此次改革将进一步优化机动车检验机构资质认定制度，推行资质认定告知承诺制度，压缩许可和技术评审时限，全面推行网上审批和证书电子化，实现资质认定全流程网上办理。全面整合安检和环检机构资质认定条件，实现检验机构同时具备安全技术检验和排放检验能力，为群众提供一站式便民服务。

在推进加快检验机构建设同时，综合评估检验机构数量、分布和检测能力，探索试点汽车 4S 店开展检验，提供维修、保养、车检一体化服务。

•创新服务举措，改进优化车检服务

此次改革围绕推进车检服务标准化、规范化，提出了系列优化车检服务新举措，减少排队等候时间，优化群众办事体验。

调整优化检验周期，进一步优化调整非营运小微型载客汽车（9 座含 9 座以下，面包车除外）、摩托车检验周期。

对非营运小微型载客汽车，将原 10 年内上线检验 3 次调整为检验 2 次（第 6 年、第 10 年），并将原 15 年以后每半年检验 1 次，调整为每年检验 1 次。

对摩托车，将原 10 年内上线检验 5 次调整为检验 2 次（第 6 年、第 10 年）10 年以后每年检验 1 次。

此次调整后，非营运小客车、摩托车在 10 年内，只需要在第 6 年、第 10 年到检验机构上线检验，期间每两年申领一次检验标志；超过 10 年的，每年上线检验 1 次。

推进网上预约车检，积极推行互联网、手机 APP 等“点对点”车检预约服务，群众可以在交管“12123”APP 网上预约车检地点和时间，方便群众“随到随检”。

全面推进货车年审跨省通办，货车车主可通过互联网道路运输便民服务体系、道路运政一网通办微信小程序，在全国范围内办理道路运输证年审。

优化车检服务流程，推行车检“交钥匙”便捷办服务，优化服务流程，由检验机构工作人员一次性负责办结，提供高效快捷服务。

规范窗口服务标准，推进车检服务大厅、服务窗口、检测流程标准化，以标准促规范，以服务提品质，全面提升车检服务水平。

•坚持放管结合，强化检验监督管理

此次改革，围绕完善监管制度机制，进一步加强检验机构监督检

查，提升检验规范化、标准化水平。

加强资质认定监督管理，采用现场观察、案卷审查等方式，加强对检验机构资质认定技术评审活动的监督，建立健全责任追究机制。

规范检验机构收费行为，加强检验机构收费行为监管，实行一次收费，严禁违规收费和相互串通、操纵市场价格行为。

提升环检服务水平，监督检验机构准确执行排放检验标准和技术规范，提升检验质量。

严格违规检验责任追究，加强部门联合监督检查，健全“双随机、一公开”监管机制，依法严厉查处替检代检、只收费不检车、不执行国家标准检验等违法违规行为。严禁检验机构与非法中介人员内外勾结招揽客源、违规检验，对检验机构有关人员与非法中介内外勾

结违规检验构成犯罪的，依法追究刑事责任。

为确保改革措施落地落实，公安、市场监管、生态环境、交通运输等四部门将密切协作配合，强化组织部署，制定配套实施细则，加强对地方相关部门指导，切实抓好

改革措施落地落实，推动改革取得惠民利企实效，更好促进行业规范发展，助力促进经济社会平稳健康发展。

来源：公安部交通管理局

行业资讯

车展 | 国内挂车行业的“风向标” 第十九届梁山车展即将拉开序幕

以“树品牌 铸品质 谋转型”为主题的第十九届中国（梁山）专用汽车展览会将于9月17-19日在梁山国际会展中举行。据悉，本届展会由中国汽车工业协会、山东省汽车行业协会主办，梁山县专用汽车行业协会、济宁市大觉会展文化传播有限公司承办；汉阳专用汽车研究所、山东省物流与交通运输协

会、中国第一汽车集团有限公司、中国重型汽车集团有限公司协办。

一、蜕变：随行业共同发展

2005年，以申报“中国挂车（专用车）生产基地”为契机，梁山县政府加快编制《专业汽车产业发展规划》，引导专用汽车向技术型、质量型、集约型方向转型升级，梁山专用车展应运而生。



从 2005 年梁山车展“诞生”以来，从最初拳铺工业园的路边小道到今天正式的场馆，从露天展示到有了专门的展览中心，从梁山本土企业汇聚到八方参展，从最初单一的挂车展示到展品百花齐放，梁山专用车展见证了很多企业转型发展之路，不仅成为梁山专用汽车产业闪亮的名片，而且成为专用汽车行业转型升级的缩影。作为中国汽车工业协会唯一主办的国家级专用车展览会，梁山专用车展是很多企业由小变大、由弱变强的见证者。18 年来，尽管梁山车展主题更换多次、场地更换多次、参展商更换多次，但唯一不变的是打造行

业交流平台，推动行业技术进步，创新创造创品牌的初心。伴随着行业的发展，梁山车展见证了行业内企业的转型升级，并且与行业共同发展进步，成为行业发展的“风向标”。

二、背景：行业形势低迷

在近几年国内经济形势下行之下，专用汽车行业形势也随之发生巨变，市场由增量时代步入存量时代，行业进入低迷期，尤其是 2022 年半挂车行业陷入历史低谷。

2022 年我国专用汽车六大类累计销售 97.9 万辆，同比下滑 34.16%。



2023 年 1-6 月累计销售 51.32 万辆，在去年较低的基数上同比增

长 6.28%，但是增幅不明显。与半挂车正向相关的牵引车数据，在上半年表现出一定的增长态势，尤其是第 2、3、4 月的销量均超 2.5 万辆，同比增幅分别为 117.61%、81.45%和 92.89%。尽管如此，从终端物流市场来看，市场还未真正启动，表现为市场需求依然较弱，终端物流用户依然没有购买力。因与物流行业高度正相关，今年国内半挂车行业形势依然严峻，行业竞争更加激烈，企业仍面临着非常严峻的生存压力。被誉为行业发展“风向标”的梁山车展，即使在 2020-2022 年三年疫情期间，也克服了种种困难如期召开，展会上展示出来的新产品、新工艺、新技术、新设备等，在一定程度上展示出了我国专用汽车、半挂车行业的技术水平和发展方向，并显示出当前的市场需求。



三、看点：同期活动更接地气
2023 年，在疫情结束后的第一年，第十九届中国（梁山）专用汽车展览会如约而至。在当前形势下，本届梁山车展又将带给我们怎样的盛宴？据主办方透露，本届车展呈现出如下几大看点。

看点一：展品丰富，覆盖专用汽车全产业链条。首先，本届展会整体展出面积 10 万平方米，其中整车展示面积 6 万平方米，零部件展示面积 4 万平方米。室内外设置 12 个展区，320 辆整车参展，零配件展位 700 余个。本届展会吸引了专用汽车行业全产业链参与，涵盖主机厂、专用汽车、半挂车以及零部件、原材料制造企业，展车包括各种用途的专用汽车、专用半挂车

及牵引车，展品丰富且特色纷呈。其次，知名品牌企业参与度高。主机厂如中国重汽、中集强冠、陕西重汽、一汽解放、安徽开乐、东风商用车、东风轻卡、福田汽车、江淮轻卡、南京依维柯、上汽红岩、北奔等国内知名厂家将悉数到场。

而且零部件及配套展品门类更加齐全。展品包括车桥、悬架、支腿、鞍座、车轮、轮胎、制动器、举升油缸、电子电器、机器人焊接设备、高强钢材料等。看点二是参展企业“新面孔”增多。

国内专用车企业参展积极，郑州红宇、郑州宇通、安徽开乐、威海嵘野、烟台吉鲁、河南沅嘉、山东东岳、郾城嘉通、青岛新凯力、山东新亚、双景房车等“新面孔”悉数报名。零部件企业“新老成员”集体亮相，如福建路驰、烟台腾飞、九和制动、骏程轮毂、广州维金、梁山神力、正阳集团、金盛车桥、

水泊智能、顺安达、康健制动、太岳板簧等企业参展。国际领军知名品牌积极参展，高端产品明显增多。德国吉奥格、德国赛夫华兰德、意大利 OMFB、法国道达尔、中土合资的法奥斯以及广东富华、瑞立科密等将携新品亮相展会。



值得一提的是，本届展会增加了很多国际元素。“一带一路”战略使沿线国家和地区交通运输业迅速发展，基础设施建设需求旺盛，带来了众多机遇，因此本届展

会以拓展沿线国家和地区目标客户为重点，在展出国际领军品牌企业产品的同时，也积极邀请沿线国家和地区的物流公司、运输公司、展览公司等客户群体参展参会。亮点三是丰富的同期活动与车展交相辉映。除了在梁山车展展出的全产业链的展品外，举办的丰富的同期活动也将梁山车展推向了新的高潮，展会效应得到了最大程度的显现。据悉，本届车展的同期活动有 2023 中国（梁山）专用汽车产业发展高峰论坛、招商推介会暨项目签约仪式、新技术展示推广对接及新产品推介活动、重点企业开展系列活动、物流企业考察对接活

动、展品创新和展台设计评比活动等。这些活动不仅为企业的发展出谋划策，而且在展示新产品新技术的同时，加强终端物流用户与企业交流合作。亮点四是将更大范围、更多形式开展车展报道。据梁山车展组委会透露，今年将广泛邀请国内外权威主流媒体、行业媒体、专业媒体开展全面合作，同时，将引入“互联网+”元素，积极与多家电商企业接洽，开通线上展会直播平台，建立线上线下立体化宣传渠道。这样一场行业盛宴，您是否也在期待着！

来源：专用汽车新媒体

商用车表现好于去年 增势回落同样明显

今年 7 月，商用车市场环比下降，同比增长为双位数，与当前经济大势相一致。

7 月商用车产销分别为 28.6 万辆和 28.7 万辆，环比分别下降 16.4% 和 19%，同比分别增长 17%

和 16.8%。环比下降、同比增长都为两位数，说明 7 月比上月下挫严重，但较之去年向好。

1-7 月，货车产销分别完成 198.8 万辆和 199.6 万辆，同比分别增长 15.6%和 14.8%。与上年同期相比，中型货车产量下降、销量增长，其它三大类货车品种产销均呈不同程度增长。

同期，客车产销分别完成 26.5 万辆和 26.2 万辆，同比分别增长 27.6%和 25.1%。与上年同期相比，



三大类客车品种产销均呈两位数较快增长，说明客运市场随着人口流动和夏季旅游旺季的到来，客运市场也在渐渐复苏。

重卡市场 角力加剧

7 月，国内重卡市场销售 6.13 万辆，环比下降 29.08%，同比增长 35.58%。重卡市场仅有两家企业销量超过万辆，比上月少了两家，竞争集中度更高。

其中，中国重汽销售超过 2 万辆，同比大增 91%，重夺销量冠军；陕汽销售超过 1 万辆，位列亚军；一汽解放销售 0.84 万辆，位列季军，较上月下降两位。

此外，大运、江淮、徐工和远程等企业，同比增速分别达到 61%、



59%、53%和 84%，也高于重卡市场整体 36%的增速。其中，大运和江淮已连续 3 个月保持同比增速超过 40%。

从 1-7 月来看，重卡累计销售 54.98 万辆，同比增长 29.27%。累计销量增幅与 6 月过后持平，比去年同期累计多销售 12.45 万辆。

从重卡前十企业来看，有九家企业实现增长，重汽、解放、陕汽和北奔等 4 家今年累计销量同比增速分别达 51%、33%、39%和 41%，增幅最高的依然是重汽的 51.08%，跑赢重卡市场整体增速。



从累计份额看，销量前十企业合计份额达到 97.38%，其中重汽、解放、东风和陕汽四家企业累计份

额分别达到 27.25%、19.98%、16.19%和 15.86%，除了重汽大幅领先外，其它三家角力胶着。

中轻微市场 波澜不惊

7 月，中卡市场销售 0.75 万辆，环比下降 34%，同比增长 11.54%。

其中，福田以 0.19 万辆销量，重夺中卡销量冠军；江淮销售 0.18 万辆，排在第二；大运销售 0.13 万辆，排名第三名；其它企业销量不足千辆。

1-7 月，中卡市场累计销售 6.57 万辆，同比增长 3.07%。中卡前十企业有七家企业实现增长，分别是解放、江淮、大运、东风、庆铃、重汽、南骏。



7 月份，轻卡市场销售 13.56 万辆，环比下降 15.21%，同比增长 4.3%。轻卡市场排名前三的格局没有变化，依旧是福田、东风和长城。

1-7 月，轻卡市场累计销售 105.86 万辆，同比增长 8.10%。从累计增幅来看，前十企业中有五家企业实现增长，分别是福田、长城、重汽、华晨鑫源、吉利四川商用车。其中，吉利四川商用车累计增幅最高，为 169.10%。

7 月份，微卡市场销售 4.40 万辆，环比下降 15.38%，同比增长 29.13%。销冠依旧是五菱，凯马排第二、东风排第三，其它车企销量都在一千辆以下。

1-7 月，微卡市场累计销售 32.21 万辆，同比增长 19.30%。从累计增幅来看，微卡市场有五家企业实现增长。

道路多艰 前景可期

毋庸讳言，当前商用车市场仍存在许多亟待破解的难题。如仅靠市场力量驱动，无法在短时间内解决各车企大量的库存等问题；重卡购买者主要集中在物流运输领域，工程类车辆的需求并无太大起色，各地基建工程开启仍然迟缓；经济不振，运价走低，抑制用户购车需求；重卡行业正处于周期性调整阶段，运输从业者对行业增长信心不足，对购车持更为谨慎的态度等等。



虽然商用车市场有诸多不确定因素，但业内仍看好行业持续复苏回暖趋势，8 月以后的市场，依然值得期待。

在公路物流逐步回暖推动下，行业需求将持续释放，为短期市场增长提供助力；与此同时，国家促消费的相关政策也在持续加码，有望带动商用车销量提升；此外，随着国六 b 排放标准实施，将加速国三、国四柴油车淘汰，带来更新换代需求，进一步带动商用车销量增长。

另外，天然气和纯电动重卡依然会保持强劲增长势头，预计出口市场全年销量将突破 24 万辆大关，这些利好因素将带动市场销量稳步提升。细分市场的出色表现下，行业需求将明显复苏，预计在三、四季度商用车市场将逐步上扬。

来源：汽车人

中国重卡出口俄罗斯大爆发，未来能否持续

中国重卡俄罗斯出口需求大爆发，未来能否持续？

1-7 月，中国重卡行业销量累计同比增长 29%。但从国内市场终端的普遍感受来说，2023 年重卡行情比 2022 年好不了多少。究其原因，出口大幅增长拉动了拉动了中国重卡销量增长。在出口市场，俄罗斯的出口又占据了重要地位。

为何中国重卡俄罗斯出口需求大幅增长？这种情况未来能否持续？

一、俄罗斯重卡当前困境

根据海关总署数据，1-5 月，中国重卡出口俄罗斯市场销量 4.6 万辆，已经超过去年全年销量（3.6 万辆），增量贡献 4 万辆，同比累计暴涨 667%。方得网分析认为，中国重卡出口俄罗斯销量暴涨，主

要原因在于俄乌战争导致俄罗斯重卡行业受到重创。

在俄乌冲突之前，俄罗斯原本具有强大的重卡产业基础，拥有 KAMAZ（卡玛兹）、GAZ（嘎斯）、Ural（乌拉尔）等本土卡车企业，龙头卡玛兹的市场占有率一度超 33%；受地缘关系影响，俄罗斯卡车进口以欧系和美系为主，其中欧洲七大品牌（斯堪尼亚、沃尔沃、奔驰、曼恩、雷诺、达夫、依维柯）的产品很受欢迎，市占率合计曾接近 1/3。

在俄乌冲突爆发后，七大欧卡品牌纷纷撤出俄罗斯市场，而康明斯、博世、弗吉亚、卡特彼勒和利勃海尔等这些至关重要的汽车供应链企业也纷纷退出了俄罗斯市场，西方国家通过技术封锁、撤资等方式对俄罗斯的商用车企业实施制裁，这让俄罗斯的商用车及重卡行业遭受到严重打击。经历了一

年多的困境，俄罗斯本土卡车产业很快被他国替代。



据俄罗斯汽车市场分析机构 Autostat 消息，俄罗斯卡车市场 2023 年 4 月销量排名出炉，中国 4 款重卡进入前五强。4 月市场销量冠军仍旧被卡玛兹夺得，卡车总销量中占比从 3 月的 40.2% 下降到 4 月的 25.8%；第二至第五名分别为中国重卡企业。

不仅是卡车行业，俄罗斯国内的外资乘用车品牌也都受到制裁波及，诸多品牌不得不退出俄罗斯市场。据 Avtostat 机构计算，2023 年前 2 月，俄罗斯工厂仅生产了 5.4 万辆汽车，比 2022 年开战前夕同期减少了 73.5%。到 2022 年

年底，俄罗斯国内的汽车品牌由 60 个只剩下了 14 个，其中只有 3 个是国产的：拉达、GAZ 和 UAZ，剩余 11 个是中国品牌。

二. 中国对俄出口可持续吗？



在俄乌冲突爆发后，俄罗斯卡车行业陷入绝境，中国出口俄罗斯，包括重卡在内的汽车都大幅增长，这种情况可持续吗？应该说，当俄乌战争结束，西方对俄罗斯的制裁取消，贸易恢复正常后，俄罗斯本土的重卡生产会有所恢复。



作为俄罗斯本土最大卡车企业之一，卡玛斯提供军民两用卡

车，成为第一波遭受制裁的对象。卡玛兹的民用卡车部门长期与奔驰合资，K4 代卡车基于奔驰 Axor 平台，最新一代 K5 卡车则基于奔驰第四代 Actros 平台，两者采用的都是奔驰驾驶室，并配套奔驰发动机及卡玛兹-利勃海尔联合开发的发动机、采埃孚变速箱等等等欧美供应商的零部件。

随着欧美多国对俄制裁措施落地，戴姆勒卡车很快宣布暂停其在俄罗斯的业务，包括停止与卡玛兹的合作，也不会给其提供零部件。另外，加上不少西方供应商也集体逃离俄罗斯，卡玛兹的 K4 及 K5 卡车的生产近乎腰斩，不得不增加老一代 K3 代卡车的产量，而 K3 是上世纪的老车型，这意味着卡玛兹的卡车生产技术将倒退一大步。

此外，俄罗斯汽车工业对海外原材料、零部件的依赖性也较高，

这也导致了产业链可控能力下降。受俄乌冲突影响,许多欧洲国家对俄罗斯进行禁运原材料或者零部件,以至于原材料或零部件供应不足。以轮胎行业为例,在俄乌战争之初,法国米其林、德国汉诺威大陆集团、芬兰诺记轮胎等轮胎巨头就纷纷宣布工厂停产。此后仅一年间,法国米其林、德国汉诺威大陆集团、芬兰诺记轮胎等轮胎巨头先后抛售了其在俄罗斯的轮胎业务,这些零部件企业与俄罗斯此前关系都非常密切。比如,米其林此前已在俄罗斯开展轮胎业务 26 年、芬兰诺记轮胎大部分的商用车轮胎都是在俄罗斯制造。

作为俄罗斯本土最大卡车企业之一,卡玛斯提供军民两用卡车,成为第一波遭受制裁的对象。卡玛兹的民用卡车部门长期与奔驰合资,K4 代卡车基于奔驰 Axor 平台,最新一代 K5 卡车则基于奔

驰第四代 Actros 平台,两者采用的都是奔驰驾驶室,并配套奔驰发动机及卡玛兹-利勃海尔联合开发的发动机、采埃孚变速箱等等等欧美供应商的零部件。

随着欧美多国对俄制裁措施落地,戴姆勒卡车很快宣布暂停其在俄罗斯的业务,包括停止与卡玛斯的合作,也不会给其提供零部件。另外,加上不少西方供应商也集体逃离俄罗斯,卡玛兹的 K4 及 K5 卡车的生产近乎腰斩,不得不增加老一代 K3 代卡车的产量,而 K3 是上世纪的老车型,这意味着卡玛兹的卡车生产技术将倒退一大步。

此外,俄罗斯汽车工业对海外原材料、零部件的依赖性也较高,这也导致了产业链可控能力下降。受俄乌冲突影响,许多欧洲国家对俄罗斯进行禁运原材料或者零部件,以至于原材料或零部件供应不

足。以轮胎行业为例，在俄乌战争之初，法国米其林、德国汉诺威大陆集团、芬兰诺记轮胎等轮胎巨头就纷纷宣布工厂停产。此后仅一年间，法国米其林、德国汉诺威大陆集团、芬兰诺记轮胎等轮胎巨头先后抛售了其在俄罗斯的轮胎业务，这些零部件企业与俄罗斯此前关系都非常密切。比如，米其林此前已在俄罗斯开展轮胎业务 26 年、芬兰诺记轮胎大部分的商用车轮胎都是在俄罗斯制造。

如果制裁结束，当这些海外原材料零部件企业恢复正常供应后，俄罗斯的重卡生产会逐步恢复。不过，另一方面，中国重卡更先进的

技术，更高的性价比，会让中国重卡在俄罗斯仍然被青睐。只要俄罗斯政府不对中国重卡提高关税和非关税壁垒，中国重卡仍然可以保持对俄出口的较大数量。

出口一方面取决于产品的国际竞争力，另一方面也受到较多国际政治影响。2023 年，重卡对俄罗斯出口增长，弥补了国内市场的疲软。国内企业在紧盯俄罗斯市场的时候，也要做好未来出口俄罗斯可能会下降的准备。

国内市场，永远都是重卡企业的立足之本。

来源：方得网

上半年市政环卫车市场：

行业集中度加速上升，前三家企业销量占比过半

近些年，受城镇化进程加快、政府环卫投入力度加大、环卫机械化率提高以及国民环卫意识增强

等多方面因素的综合影响，我国市政环卫车市场发展不断。

今年上半年，市政环卫类车销量高达 40907 辆，行业集中度加速上升，前三家企业销量占比过半，重型车稳居销量第一。

一、月度销量情况

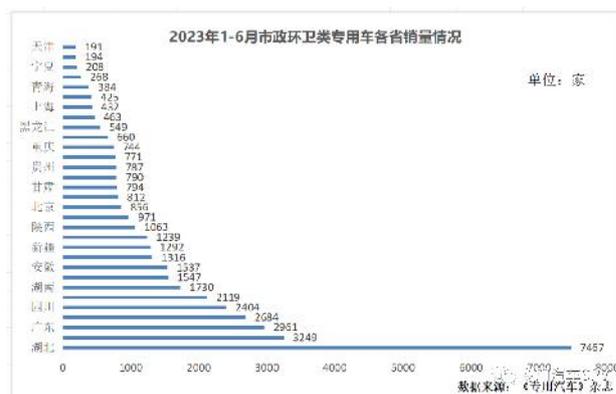
根据 2023 年 1-6 月销售数据来看，市政环卫类专用车整体销量先增加后有所减少，1-6 月销售总数达 40907 辆，在 3 月份达到峰值，销售 8816 辆，占总量的 21.55%。

二、销售区域情况

1-6 月市政环卫类专用车销售地集中在湖北、广东和四川。其中湖北销售 7467 辆、广东 3249 辆、四川 2961 辆，占比分别为 18.25%、7.94%、7.24%，三省销售量占总数的 24.43%。



按城市来看，市政环卫类专用车销量最多的城市是随州、武汉和广州，各占比 7.14%、3.27%、3.13%，三地占比总量的 13.54%。



序号	城市	省份	数量	占比
1	随州	湖北	2922	7.14%
2	武汉	湖北	1339	3.27%
3	广州	广东	1282	3.13%
4	长沙	湖南	1028	2.51%
5	成都	四川	997	2.44%
6	济宁	山东	993	2.43%
7	石家庄	河北	871	2.13%
8	北京	北京	856	2.09%
9	深圳	广东	851	2.08%
10	重庆	重庆	744	1.82%

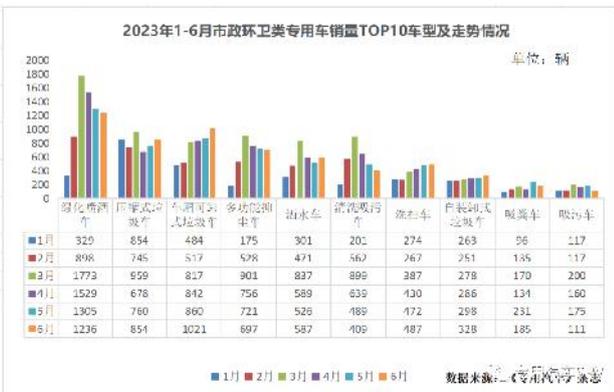
三、生产企业情况

1-6 月市政环卫类专用车生产企业共 360 家，销量占到前三的企业有长沙中联重科环境、程力专用汽车、湖北凯力专用汽车。其中长沙中联重科环境产业有限公司生产数量 5553 辆，占总量的 1/4。

2023年1-6月市政环卫类专用车辆TOP10企业									
序号	企业	1月	2月	3月	4月	5月	6月	总计	占比
1	长沙中联重科环境产业有限公司	882	1024	1047	1047	987	1071	6365	24.86%
2	程力专用汽车股份有限公司	409	628	910	715	811	778	4251	18.59%
3	湖北凯力专用汽车有限公司	243	415	603	632	662	646	3265	15.94%
4	程力汽车装备股份有限公司	210	382	519	388	407	372	2278	10.50%
5	洗士蓝通专用汽车有限公司	89	258	536	495	410	368	2156	9.94%
6	郑州宇通重工有限公司	280	123	248	174	168	269	1272	6.02%
7	福建龙马环卫装备股份有限公司	124	167	147	181	149	168	899	4.12%
8	徐州欧工环境技术有限公司	105	98	117	118	90	215	738	3.40%
9	东风商用车有限公司	13	65	228	206	121	154	787	3.50%
10	山东华农专用车辆有限公司	06	98	138	119	168	69	590	2.72%

从车辆类型来看，1-6月市政环卫类专用车辆车型销量最多的是绿化洒水车，共计7070辆，占比17.28%。其次是压缩式垃圾车和车厢可卸式垃圾车，销量占比分别为11.86%和11.10%。

绿化洒水车、压缩式垃圾车、多功能抑尘车、洒水车、清洗吸污车均在3月达到峰值。

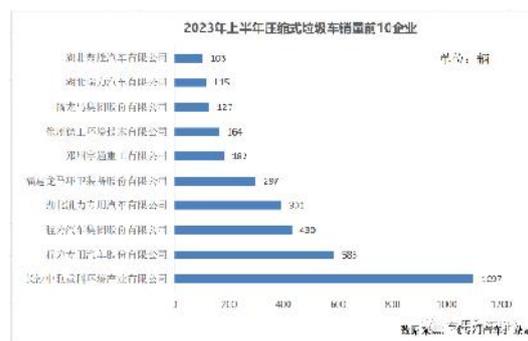
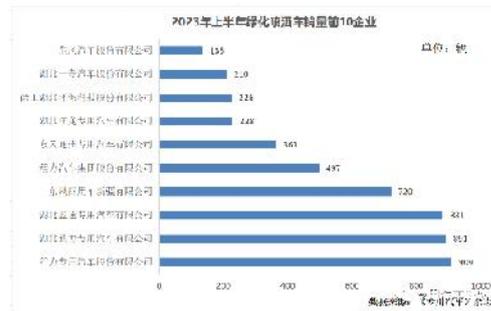


从企业销售情况来看，绿化洒水车销量超过800辆的企业主要有程力专用汽车、湖北凯力专用汽车和湖北盈通专用汽车这三个企

业，各销售量为909、891、881辆，且都属湖北省企业。

压缩式垃圾车销售量第一的企业是长沙中联重科环境产业有限公司，销量为1097辆，占有企业压缩式垃圾车销量超过1/5。

车厢可卸式垃圾车主要销售企业为长沙中联重科环境产业和程力专用汽车两家企业，两家销量合计1263辆，占总比的27.81%。



四、吨位销售情况

2023年1-6月，重型车辆在市政环卫类专用车中最受欢迎，销量达20421辆，稳居首位，在3月

销量达到最高 4511 辆。微型车辆销量最低，且稳定在 400 辆左右。轻型车辆销量也持续小幅度增长

车型为多功能抑尘车、车厢可卸式垃圾车和清洗吸污车，分别主要销往随州市和济宁市。



吨位类型	车辆名称	数量	销往城市	销往数量
微型	车厢可卸式垃圾车	1182	黔东南州凯里山黄自治州	86
	白装卸式垃圾车	381	马鞍山市	22
	密闭式桶装垃圾车	125	哈尔滨市	19
轻型	多功能抑尘车	1921	随州市	349
	车厢可卸式垃圾车	1533	随州市	349
	清洗吸污车	1162	济宁市	212
中型	压缩式垃圾车	2705	广州市	216
	洒水车	930	随州市	63
	绿化喷洒车	926	随州市	58
重型	绿化喷洒车	6025	随州市	292
	洒水车	2181	随州市	206
	多功能抑尘车	1647	随州市	218

不同吨位中热销车型各不相同，其中重型车热销车型为绿化喷洒车、洒水车 and 多功能抑尘车，销往城市集中在随州市；轻型车热销

来源：专用汽车 SPV

新能源商用车的核心竞争力到底是什么？

导读：

本文以行业发展现状为依据，将参与新能源商用车竞争的企业主体分为三类，依次分析各类企业的主要竞争优势，并由此说明新能源商用车的核心竞争力到底是什么。

近日，商车邦发表了《该打谁的品牌 LOGO？看整车和零部件如何博弈》一文，其中“整车品牌弱势，则会借助零部件品牌来背书”这句话引发热议，有人说：“现在的新能源商用车不正是这样吗？”那么，新能源商用车的核心竞争力

到底是什么？造型、三电、标定、智能驾驶、生态……

目前国内新能源商用车的开发策略基本上是“跟风式”开发，导致新能源商用车的同质化程度非常高。以电池为例，大约 80% 以上都是购买宁德时代的动力电池，并且电池箱型号已经形成了标准化和系列化，商用车企业都是根据电池箱的尺寸来设计车架宽度、连接位置等等。



从行业发展现状来看，参与新能源商用车竞争的主要是三类企业：造车新势力；传统卡车企业；传统乘用车企业或客车企业。其各自的竞争优势如下。

第一，造车新势力。其核心竞争力是软件和商业模式，他们的运营理念是“重研发、重智能、轻资产、轻生产。”由于没有历史负担，他们可以站在客户需求角度来全新定义和设计，其产品造型科幻新颖、风阻系数低，智能驾驶功能较多，并且移植了很多高端轿车的智能座舱。造车新势力没有原始积累资金，前期的研发投入主要来自资。他们更注重资源整合，甚至车身、车架这样的核心零部件都会进行采购；在生产和质量控制方面，他们更倾向于选择代工模式。因此很多成立只有一年多的企业就推出了整车产品，其研发速度让传统商用车企业望尘莫及。但是商用车领域从 0 到 1 很容易，从 1 到 1000 却非常难，目前很多造车新势力还处于概念车或小批量示范推广阶段，而道路上很难见到真正投入运营的车辆。

商用车毕竟是工具属性，是用来赚钱的工具，客户最终还是要按照 TCO 进行评价，还是那句老话：

“只要能赚钱，啥都不是事；赚不到钱，一切都白搭。”短期内那些智能驾驶功能、智能座舱等还无法为客户创造实实在在的价值，市场对造车新势力的产品也处于观望态度。目前商用车的利润率低于乘用车，如果造车新势力不做核心零部件生产，仅仅是靠资源整合，很难实现盈利。

第二，传统卡车企业。其核心竞争力是车身、车架等零部件资源，以及全套的生产和质量控制体系。“油改电”最大的优势就是成本低，毕竟一款全新的新能源商用车，投资最大的零部件依然是车身、车架，其模具、检具、焊装夹具等费用高达 2 亿元。投入一个 1000 亩地、年产 20 万辆的全新新能源商用车生产基地至少要 30 个

亿（年产量过低很难获批）。如果传统卡车企业不生产三电系统，则一款“油改电”车型开发周期只需要 18 个月，开发费用可控制在 5000 万元以内。在生产方面，燃油车和新能源车混线生产；在销售和服务方面，前期可借用现有的燃油车销售网络和服务体系。根据市场销量分析，目前国内主销的新能源商用车 60% 以上来自传统商用车企业。

第三，传统乘用车企业和客车企业。其核心竞争力是全面移植新能源乘用车和新能源客车的三电硬件资源、电子架构、整车标定等，以及具备充足的资金支持，代表企业为远程、宇通、比亚迪。

远程在新能源商用车领域已经默默耕耘了近十年，通过多能源技术路线已经实现了多项技术领先，并且三电方面都有自己的资源，其核心技术牢牢掌控在自己手

中。在新能源商用车爆发的风口期，远程新能源商用车的产销量遥遥领先，真正做到了厚积薄发。宇通是中国新能源客车领域的排头兵，并且投资研发生产电机、电池、电控等，通过新能源客车大范围运营，收集到了海量的新能源运营数据，为后期软件开发、整车标定做基础。以电池为例，宇通虽然不生产电芯，但是宇通有电池箱的设计、制造、检测等全套能力，可以根据自己的场景需求去定制最合适的电池箱。新能源商用车依然遵循“三分造、七分调”的规律，即使相同的零部件硬件体系，不同企业进行整车标定后的性能表现相差很大。宇通最大的优势就是宇通新能源全套研发、制造的体系，在这个“软件定义卡车”的时代，能够借助客车领域的数据沉淀为卡车服务。

比亚迪已经成为全球新能源汽车最大的生产企业，拥有动力电池、电机和电控系统等核心技术，凭借刀片电池、DM-i 超级混动平台、e 平台 3.0 等核心产品，已经构建了自己的技术壁垒。这些技术都会逐渐向新能源商用车进行移植，形成比亚迪新能源商用车的技术优势和成本优势。

通过分析笔者认为，新能源商用车的硬件核心竞争力是三电，必须要牢牢掌握在自己手中，才能够形成差异化竞争，以满足各种客户使用场景的需求。软件核心竞争力是产品定义、整车标定、场景匹配。商用车作为赚钱工具，每一项配置都是直接或间接为赚钱而存在，不产生价值的配置就是无用配置，因此产品定义非常重要。整车标定的关键是数据积累，场景匹配的关键是有差异化的产品系列，仅仅凭借

一款产品很难满足多个使用场景的需求。

新能源商用车群雄逐鹿的时代即将结束，目前已经开始了残酷的价格战，预计智能驾驶、智能座舱等配置首先会被下架，这对造车新势力必然是严重的冲击。每个参

与新能源商用车竞争的企业都应该认真思考，自己的核心竞争力和未来技术、产品布局，要做到“有所为、有所不为”，绝对不能再继续“跟风”了。

来源：新能源商用车之家

决战电驱动

我国新能源汽车产销大爆发，带动了电驱动市场快速增长。浙江大学能源工程学院动力机械及车辆工程研究所副所长朱绍鹏告诉记者，2022 年我国新能源汽车销量 688.7 万辆，按今后我国一年销售 1000 万台新能源汽车的市场规模计算，电驱动将是一个千亿级市场。

高效率密度是发展方向

电动汽车的续航里程不仅与动力电池的能量密度相关，也与电

驱动的功率密度相关。为了增加续航里程，各大企业都在朝着提高电池能量密度的方向努力，三元锂电池的 NCM523/622/811 等都是如此，磷酸铁锂的能量密度接近天花板，比亚迪研发刀片电池朝着提高体积利用率的方向发展。朱绍鹏告诉记者，如果不提高电驱动的功率密度，将会拖后腿，电驱动技术朝着高集成、高电压、高效率、高功率密度、高性价比的方向发展。



电驱动是一个大概念，从系统组成、动力组合、整车驱动方式等多角度来细分。电驱动系统组成包括电机本体、电机控制器、传动机构等。从动力组合看，分为纯电驱动、插电式混合驱动等。从整车驱动方式看，主要分为集中式电驱动和分布式电驱动。从驱动功能看，又分为主驱和辅驱两种。

安信证券的研究报告认为，电机技术迭代的主要路径是采用扁线定子设计，扁线电机通过增加槽满率，可增加电机效率、功率密度、散热能力和改善 NVH 性能，同时生产自动化程度更高，优势显著。电控技术迭代的主要路径是采用碳化硅功率器件，整车电压平台从

400V 升到 800V，对功率器件的耐压性提出更高要求，碳化硅功率器件兼具耐高压、小型化、传热性强、低损耗等特点，有望成为未来的主要技术路径。

电驱动系统技术迭代的主要路径是更深层次的集成，从电机、电控、减速器的动力总成，到动力总成、电源总成组成的六合一总成，再进一步集成 BMS、VCU 组成八合一总成，电驱动系统功率密度和效率得到提升，契合新能源汽车中高端车型对电驱动系统提出的更高要求。



千亿级市场商机

随着电动汽车时代来临，电驱动的重要性越来越突出。

当前，国内汽车企业不再局限于中低端产品，正在加速转型升

级，20 万元以上中高端车型陆续投产，丰富了消费者的购买选择。安信证券的报告认为，20 万元以上中高端新车型的产品周期逐步开启，驱动供应链加速放量 and 高端化。预计 2025 年国内新能源汽车销量可达 1262 万辆左右，其中纯电销量 1055 万辆，插混销量 207 万辆。此外，随着搭载新一代混动技术车型产品力的提升，预计混动车型销量可达 323 万辆。根据不同级别车型驱动总成价值量的情况，预计 2025 年国内电驱动市场规模超过 1100 亿元。

舍弗勒是生产电驱动系统的知名企业，舍弗勒的相关人士告诉记者，根据舍弗勒预测，从全球范围看，采用不同动力总成系统的新车，2030 年将呈现 4:4:2 的比例，即 40% 为纯电动汽车，40% 为混合动力汽车，20% 采用高效内燃机。但是中国电气化发展速度更

快，预计到 2030 年这个比例将为 46%、45%、9%，届时中国新能源汽车占比将达到 91%。

千亿级市场必然吸引众多参与者，正如新能源汽车发展初期，我国有 230 多家动力电池生产企业，鱼龙混杂现象严重。电驱动发展也经历了同样阶段，市场将淘汰技术进步慢的企业。

朱绍鹏告诉记者，一套电驱动系统的技术先进性，可以从几方面进行判断，效率、功率密度、NVH、可靠性等方面，这些会影响到新能源汽车动力性、经济性、舒适性等性能。



稀土材料发挥重要作用

前段时间特斯拉首席执行官马斯克曾表示，特斯拉下一代动力单元很明确，零稀土需求，减少 75% 碳化硅使用，减少 50% 的工厂面积，做到成本降低 1000 美元。稀土的重要性在电驱动系统中下降了吗？

朱绍鹏告诉记者，目前新能源汽车驱动电机约 90% 采用了稀土永磁电机，稀土永磁材料可以为驱动电机提供更高效率、更高功率密度和更好平稳性，具有高性价比。当下稀土永磁材料对高端电驱动系统不可或缺。

安信证券的报告认为，永磁同步电机有三大优势，一是相同重量和体积下，永磁同步电机能输出更高的功率和扭矩；二是调速范围大，调整电流与频率可在很大范围内调整电机的功率和转速；三是采用永磁体激磁，省去了激磁线圈工作时消耗的电能，提高了效率，延

长续航里程。

随着中高端车型不断增多，双驱动电机的车辆越来越多，纯电动车型中的双驱动电机版本，配套一台异步电机和一台永磁同步电机的车型较多，永磁电机仍然是主驱动电机，异步电机承担着辅助驱动的作用。

国内企业占据电驱动市场近 80% 份额

2022 年，新能源汽车的渗透率已达 25.6%，进入了快速增长阶段，电驱动系统也不再一盘散沙，行业集中度进一步提升，国内外技术水平的差距缩小，供应链全球化趋势非常明显。

朱绍鹏认为，整体来看国内新能源汽车电驱动技术基本达到了世界先进水平，国内外差距越来越小，某些方面还略微领先国外，这得益于中国开发周期短，产品投放市场比国外快。另外，国内在 SiC

芯片等关键零部件开发、高性能磁性材料研制、功能安全设计等方面还可以进一步提升。

据公开资料显示，方正电机为蔚来、小鹏、长城、上汽等提供配套服务，精进电动为上汽、吉利、一汽、东风、广汽、北汽、长安、小鹏等配套。舍弗勒的相关人士告诉记者，舍弗勒的电驱动系统已装配于雷神动力 DHT Pro 上，在吉利、领克多款混合动力上得到应用。

安信证券的报告提到，从市场集中度来看，2021 年电机电控销量前 10 的企业占据约 75% 左右的市场份额，销量前三的企业约占 40% 左右的市场份额，行业集中度较高。销量前 10 的企业中有 3 家为整车企业，其中比亚迪市场份额约占 18%，排名第一；特斯拉市场份额约 12%，排名第二；蔚来

市场份额约 6%。3 家企业市场份额合计约 35%。从内资外资来看，销量前 10 的企业中只有 3 家外资企业及中外合资企业，分别是特斯拉、日电产和联电，三者合计份额约 22%；其余 7 家均为内资企业，合计份额约占 53%。国内企业占据电驱动市场接近 80%。

电机技术已有百年历史，但电驱动技术发展很快，朱绍鹏告诉记者，电驱动技术将朝着高集成、高电压、高效率、高功率密度、高性价比的方向发展。通过多合一形式实现电驱零部件高度集成，通过 800V 高压、油冷技术、扁线绕组、SiC 控制器等实现电驱动系统高效率、高功率密度。

来源：中国汽车报

好似大梦一场，低速电动车迎来终局

6月26日下午，一场气氛热烈的听证会在南京召开。18名陈述人和旁听人围绕低速电动车是否可以生产、销售和上道路行驶，各自表态，展开辩论。



这场听证会的背景是，江苏要对本省《道路交通安全法条例》进行第四次修订，在前期征求意见时，发现对四轮低速电动车的管理规范，各方存在较大争议。为此，江苏省人大常委会专门召开了这次立法听证会。

18个人身份各异，包括政府部门调研员、交警、汽车专家、公共交通研究学者、低速电动车企

业、汽车企业、低速电动车用户等。力挺和封杀，对待低速电动车的两种观点针锋相对，谁也说服不了谁。

一个月后，修订完毕的《江苏省道路交通安全条例》正式发布，对“四轮低速电动车”只字未提。

南京这场听证会集中呈现了关于低速电动车这个不合法道路机动车辆的是是非非。距离2015年工业和信息化部等五部委向国务院上报《关于低速电动车管理有关问题的请示》已经过去8年，低速电动车的管理依然是一个非常棘手的问题。

彼时，按照五部委“升级一批、规范一批、淘汰一批”的工作思路，低速电动车企业要想不被淘汰，有两条出路：一是向上升级，达到常规纯电动乘用车各项要求，成为造

车新势力；二是寄希望于国标尽快明确，低速电动车可以拥有合法身份，走上规范发展的道路。

2015 年 6 月，发展改革委、工业和信息化部联合发布《新建纯电动乘用车企业管理规定》（第 27 号令）。低速电动车企业成为正规汽车企业的机会已在眼前。头部的几家企业自然都希望成为“升级一批”的一员，积极向新能源汽车转型。

而另一条路，《四轮低速电动乘用车技术条件》国家标准 2016 年 10 月才正式立项，且相关部委对低速电动车应该按照何种车型分类仍然存在分歧。

直到 2021 年 6 月 17 日，工业和信息化部公开征求对推荐性国家标准《纯电动乘用车技术条件》的意见，除了对原纯电动乘用车技术条件进行修订更新，另一个重大变动就是增加针对微型低速纯电

动乘用车的技术要求。在征求意见稿中，低速电动车的分类终于明确，它被命名为“微型低速纯电动乘用车”，定位为纯电动乘用车的一个子门类。

虽然还不知道最终修订完毕的《纯电动乘用车技术条件》标准何时会颁布实施，但经过长达近 7 年的拉锯战，低速电动车国标终于有了一些眉目。戏剧性的是，一些低速电动车企业，已经等不到国标正式出台的那一天了。

转型与覆灭

成立于 2009 年的御捷曾是低速电动车行业的佼佼者，2016 年全国销量达到 9.38 万辆，累计销量超过 30 万辆。

2017 年，御捷迎来高光时刻。它不但拿到了获得难度最大的轿车生产资质，还获得了长城汽车的投资。这也是它向高速新能源领域

转型升级的元年，当年第一款新能源乘用车 E 行面世。

当时，御捷把低速车和高速车业务做了划分：御捷车业专注新能源汽车业务，低速车业务划归子公司御捷时代。另外，它还把集团总部和研发以及核心业务板块全部放到无锡，准备在全新的新能源汽车赛道上大干一场。

2018 年 6 月，御捷车业更名为领途汽车有限公司。9 月，作为御捷和长城共同打造的新能源汽车品牌，领途正式发布，五款纯电动车型集中亮相，包括两款 A0 级产品以及三款 A00 级车型。当年领途汽车年销量为 9224 辆，对于一家新能源汽车初创公司来说，这个数据还说得过去。

领途汽车专注于小型纯电动汽车产品，被媒体调侃为“可能是唯一一个不对标特斯拉的造车新势力”。领途汽车创始人、董事长

张立平曾提出目标：2020 年领途力争做到小型纯电动汽车细分品类销量全国第一。

然而，宏图还没来得及施展，领途汽车就已经挺不住了。



2019 年 6 月，领途汽车全面停产。同年 12 月，持股 25% 的长城汽车将股份全部转出，不过受让者深圳长城汽车销售有限公司是长城汽车的关联公司。

变身造车新势力短短一年，领途汽车就走上停工停产、员工讨薪、供应商索款的穷途。究其原因，主要还是因为产品力不够。以领途 K-ONE 为例，补贴后售价区间为 8.79 万-10.79 万元，续航 310-405

公里，再加上品牌力也有限，在市场上并没有多少竞争力。

2020 年 6 月，应领途公司债权人要求，河北省邢台市清河县法院裁定受理领途汽车重整。法院破产裁定书透露：截至 2020 年 5 月 29 日，领途公司账面总资产约 17.8 亿元、负债总额约 12.7 亿元；涉及诉讼和执行案件 60 余件，涉及债务金额约 4 亿多元。

2021 年 5 月，重整投资人浮出水面，北京蓝雀灵汽车科技有限公司收购了领途汽车全部股份。



几乎与此同时，御捷旗下另一个品牌朋克汽车也经历了过山车般的跌落。

朋克汽车是 2018 年御捷时代推出的新品牌。2021 年，朋克汽车“美多啦”家族面世，瞄准 A00

级市场，朋克美美、朋克多多起售价分别为 2.98 万元、2.68 万元，可以看出是对标当时销量爆火的五菱宏光 MINIEV。

2021 年，朋克汽车全年销量为 36586 辆。按照计划，朋克啦啦将于 2022 年二季度上市。不过，没有等到它的上市，朋克汽车就步领途汽车后尘，偃旗息鼓，并很快易主。2022 年 9 月，MORNING STAR AUTO INC. (茂林斯达) 全资收购朋克汽车。

至此，领途汽车和朋克汽车如此结局，宣告了御捷转型失败。

有着相似经历的还有低速电动车领军企业雷丁汽车。

雷丁汽车 2008 年诞生，2016 年至 2018 年，年销量分别为 15 万、21 万和 28.7 万辆，连续三年蝉联低速电动车销量冠军。

在国家出手整顿低速电动车行业的大潮中，雷丁汽车也积极向

新能源汽车转型，收购陕西秦星汽车获得了新能源商用车和特种车生产资质，又收购川汽野马汽车解决了新能源汽车、传统燃油乘用车及客车的生产资质。



拿到资质后，雷丁在 2019 年连推多款新能源汽车产品，但全年销量只有 3387 辆。2021 年，靠着 A00 纯电微型车雷丁芒果，全年销量达到 30467 辆。

但到了 2022 年，雷丁经销商交了全款却拿不到车了。从 3 月开始，雷丁出现生产经营困难，处于断续生产状态，12 月停产。

此后的剧情大家都知道了。今年 1 月，雷丁汽车创始人李国欣实名举报潍坊市昌乐县官员，逼迫雷

丁虚报产值、不给雷丁续贷等情况，导致企业停工停产。但根据 7 月潍坊发布的调查结果，李国欣的举报并不完全属实。

5 月，雷丁向山东省潍坊市昌乐县人民法院申请破产重整。但由于没有接盘的投资方，法院认为雷丁汽车破产重整条件不成熟，已经驳回了申请。

资质与接盘侠

御捷、雷丁，原本都是低速电动车行业中最有可能成功转型新能源汽车的企业，但最终都走上了覆灭之路。

拿下造车资质，积极做产品升级，甚至还尝试换电模式，布局海外市场，它们从头到尾，好像也没有做错什么。但也许低速电动车的出身，本身就已经决定了后面的结果。毕竟造车需要的技术、资金、体系能力跟低速电动车远远不是

一个量级，而市场没有给它们留足够的时间成长。

它们的故事再次印证了一个无情的事实：低速电动车和乘用车之间，的确有着难以逾越的鸿沟。

其实，在更早倒下的知豆汽车身上，这个事实就已经清晰明了。

2017 年，知豆成为国内第 11 家获得新建纯电动生产资质的企业，同时也是第一家以低速电动车身份转型新能源乘用车的企业。但资质并不是护身符，知豆在 2018 年走上了破产重整之路。

2022 年 3 月，银亿股份宣称将参与知豆汽车重整。但后来，双方并未就重整计划有关事项达成一致意见，知豆重整落空。

和知豆同为低速电动车身份、拿下第 14 张新能源汽车生产资质的陆地方舟，也毫无水花，结局同样是破产。

拿到了资质，却没赢下市场。

显然，资质只是入门砖，不是保送票。不过，颇有讽刺意味的是，这些企业倒下之后，造车资质又成了它们最重要的遗产。



2022 年 7 月，北京蓝雀灵挂牌，转让领途汽车 7 亿元股权。2023 年 1 月，北京蓝雀灵的大股东变更为“魏桥国科智行（山东）装备科技有限公司”，占比 76%。魏桥国科智行背后的母公司是魏桥创业集团，主营业务集中在纺织业与铝业，世界 500 强企业。

而几乎与此同时，收购朋克汽车的 MORNING STAR AUTO INC. 也有了新买家。2022 年 11 月，开心汽车宣布已经和 MORNING STAR AUTO INC. 的股东签署了并购协议。收购完成后，它将拥有朋克汽

车的全部资产和全部业务经营。开心汽车以二手车业务起家，2019 年 5 月在美国纳斯达克上市，2021 年 8 月宣布成立新能源汽车部门。最新消息显示，此桩交易计划在今年 8 月完成交割。收购完成之后，开心汽车将以汽车出口作为业务重点之一。

今年 8 月 22 日，这桩并购交易完成交割，MORNING STAR AUTO INC. 正式成为开心汽车全资控股子公司，这代表着开心汽车正式进军新能源汽车制造领域。

有人愿意接盘，这还不算是最坏的结局。



从踌躇满志到丢盔卸甲，低速电动车企业转型新能源汽车，好似大梦一场。而欲望永远在躁动，现在，同样的造车梦又换了另一拨人来做。

来源：汽车商业评论

浅谈大众小鹏合作的原因、内容、期待和挑战

最近大众汽车品牌与小鹏汽车达成技术合作框架协议，并向小鹏汽车增资约 7 亿美元的新闻刷爆汽车圈。缺钱的新势力小鹏有了大众 50 亿的背书，小鹏股市的信心回来了涨幅将近 40%；而缺智能

化软件技术和供应链的大众也算找到了新的一揽子解决方案。

本文将根据自己视野从产业视角去浅谈一下：

- 大众小鹏合作的背后原因
- 大众小鹏合作的内容

- 大众小鹏合作最大的期待

- 大众小鹏合作的挑战

双方背后合作的原因

大众从 1984 年进入中国，基本上算是见证中国汽车的开始，发展以及变革，为中国汽车产业培育了供应链和人才。而对于大众，中国为大众贡献每年将近一半的利润，2019 年大众在中国汽车更是占据了 19.8% 市场份额，但是从 2020 年开始大众在中国开始走下坡路，不但市场份额一路从 19.8% 缩水到 2022 年的 15.1%，2022 年大众集团在中国的交付量，相比 2019 年，更是少了 105 万辆。而反观中国自主品牌类似于比亚迪，长安，吉利一路高歌加入品牌销量百万俱乐部，到了今年比亚迪喊出目标 300 万冲击 400 万的目标，这可是南北大众之和。所以从总体上看大众的销量和地位在中国受到了冲击。

什么原因呢？

智能电动汽车的时代来临，大众在智能软件等业务方面受制于公司庞大组织，文化，供应链变革等问题的困扰，智能软件质量以及功能开发时间进度都无法快速转变适应当前变革时代，所以大众当前产品智能化技术和供应链缺乏，缺少竞争力。



而小鹏汽车，在中国电动车中有着鲜明智能软件技术特色的新势力，在智能语音以及智能驾驶方面都处于行业领先地位，如我之前文章中讲到至今依然各种国产品牌和外资还在抄小鹏的智能驾驶作业；但是在整车方面，去年底小鹏汽车投入寄以厚望的 G9，并没有形成有效的竞争局面，到今年年

初月销甚至不到千台，在今年初的中国电动车汽车“卷”的背景下更是深深的暴露出各种问题，去年一年亏损将近 100 亿，每个月大概亏个 8 亿左右。2023 年 Q1 继续亏了 23.4 亿，市场继续下滑，从目前看再次寄以厚望的小鹏 G6 也没有挽回颓势。反观其他传统主机厂，他们的智能电动车已经觉醒，甚至攀升上量，还在亏损的小鹏急需续命钱。

什么原因？

在当前智能汽车功能和体验都在 60 分左右的时候，甚至出现发展瓶颈的时候，竞争对手例如华为等的快速赶上，甚至超过，一向以软件科技示人的小鹏产品瞬间就丢失了光环，毕竟小鹏的模仿对象特斯拉除了全方位的硬核科技光环还有创始人马斯克极客的号召力。

另外小鹏汽车自身在整车产品规划方面，供应链管理，甚至到销售应该都有着短板。对于产品特征，消费者除了智能之外很难找到和小鹏汽车更多的情感连接点；整车规划，以及硬件技术路径不明确导致供应链的衔接共用难以实施，不少小鹏汽车供应链的朋友跟我表示和小鹏合作的投入和产出风险太大；销售方面 G9 的上市也暴露了决策，以及产品组合和定价的混乱。

所以小鹏汽车在造车功底方面应该有着深深的软肋，这也难怪业内传言小鹏汽车或许作为软件 T1 会做的更好。传统巨头大众虽然在中国市场份额和销量方面遇到困难，但如我之前文章有分享过大众盈利能力却上升了，并在中国有明确的目标和智能汽车战略。

小鹏汽车虽然在智能汽车软件和功能方面有着行业领先的亮

点，但是整车产品力和公司盈利能力方面却极度匮乏，在极度动态和内卷的中国车市，岌岌可危。



所以一个有钱有理想的大众，遇到了一个智能软件偏科严重，而且缺钱的小鹏，一拍即合。

双方合作的内容

至于合作的内容，目前没有详细的介绍和细节。但从大众以及小鹏两方发布的内容以及各方消息去推测。大众方面发布的是战略层面比较宽泛的内容，小鹏发布的更细节。

【在战略技术合作方面，小鹏汽车和大众汽车集团将基于各自核心竞争力和小鹏汽车的 G9 车型平台、智能座舱以及高阶辅助驾驶系统软件，共同开发两款 B 级电动

汽车车型，以大众汽车品牌在中国市场销售，相关车型预计将于 2026 年开始投产（即"SOP"）。小鹏官方公众号】。

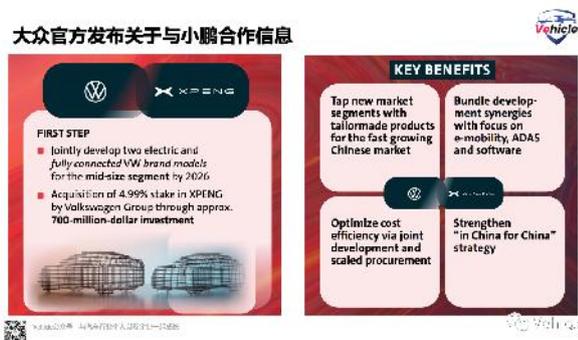
从小鹏方面可以看到的核心是：

- 小鹏提供车型平台 G9
- 小鹏提供智能汽车（智能座舱以及智能驾驶技术）

也就是小鹏提供平台以及智能化座舱和驾驶技术，2026 年投产挂大众汽车标的 B 级车。大众关于与小鹏合作官方发布的信息，合作开发两款中型智能网联电动汽车，并于 2026 年投产，以大众品牌销售。

大众自己理解的好处是：可以用定制化的中国产品来增加新的产品区间，通过合作开发和规模化采购来优化产品的成本，捆绑式在电动化，智能驾驶和软件的协同开发。

另外大众在其最近 2023 上半年投资分析媒体日上发布的信息，也透露同样的信息，并表示与当前的车辆项目相比，优化开发和采购量可以产生显著的协同潜力和成本优势，并表示共同开发下一代智能网联汽车。



其中大众在安徽新开的大众汽车集团中国技术公司（VCTC）是承担本次与小鹏汽车合作的开发、创新和采购中心的主体。

对于产品：初期应该是基于小鹏 G9 开发一款 B 级中型车，应该是 SUV，挂大众的标进行销售，应该和 MEB 主流车型 ID. 3, ID4, 错开的车型，唯一和目前冲突的应该是 ID. 6，当然大众燃油车还有不少等着电气化例如途昂，揽境，甚至途

观 L，所以大众会是产品规划和提产品需求的一方。

按照 2026 年初上市，还有大概 3 年的时间，一般外资都完全有时间做一个大改款，新势力可以全新开发一个，那么我猜测物理架构可能切换到小鹏新的扶摇架构，当然我对小鹏扶摇架构唯一的印象就是国内首家和特斯拉 model Y 最新工厂采用的技术一样-前后一体式冲压，当然这个一体式冲压也是让销量不振的小鹏雪上加霜，毕竟这个投资几个亿的一体式冲压设备，他赚钱的秘诀就是要单车销量高，所以小鹏亟需要人一起摊薄成本。

智能网联技术，毫无疑问了，小鹏的智能语音，智能驾驶是一众中外主机厂垂涎三尺的，也是大众急缺的技术，所以肯定是靠小鹏了。

供应链和销售，小鹏的供应链

压力巨大，可能刚开始小鹏给供应商们的期望太高了，但推出的几个产品之后，都让供应商不敢和其一一起投入了，所以小鹏靠自己真的太难了。而有了大众巨头一年在国内畅销达 400 万台的量的背书，另外小鹏核心机电电控的供应链汇川本来就是大众供应商，所以供应链让大众管理，问题迎刃而解，有大众强大的品牌和销售渠道背书，走安徽大众的销售渠道，销售也应该没问题。

双方合作最大的期待

双方合作，将会从产品和产业发展给中国汽车产业带来期待，智能汽车解决车与人的三个关系：

- 空间，理想汽车的彩电冰箱大沙发奶爸空间的爆款，预示城镇化催生下的中国企业们掌握核心技术和精准理解客户需求。

- 数字生活，过去十多年的高速互联网以及 IT 的发展已经为我

们赢得强大的 IT 软硬件技术应用和供应链，中国小鹏以及一众供应链的崛起都应该感谢移动互联网积累的技术和人才，所以数字生活这一块我们应用太强了。



- 移动机器人，为汽车提供基础的移动出行功能载体，我们对于需要长周期重资产投资的机械精密仪器方面，虽然有长足的进步但还需要产业的陪跑，以提供稳健可靠质量的机电零部件，而这方面德企积累大量的从需求管理到交付制造经验。

所以大众和小鹏的合作，恰恰能将这三个方面柔和在一起。所以，非常期待 2026 年，市场上能出现一辆满足稳健可靠移动出行

的智能汽车，这是我所期待的产品。

从产业方面，德企大众依托大众汽车集团中国技术公司（VCTC）会将更多的本土汽车供应链带入到国际汽车行业。让更多国内汽车供应链有机会从产品理念，开发流程，生产制造工艺，质量管理得到提升，为将来中国成为真正的汽车大国做好基础。

双方合作的挑战

从小鹏和大众发布的公告来看，第一款产品 2026 年初投放，其实或多或少可以看到受德企文化的影响较多，将近 3 年的时间推出。如果是小鹏主导，那岂不就是小鹏 G9 换标么，按照互联网企业的打法，哪里需要 3 年，加班加点估计 3 天就够了。

可摆在小鹏眼前的困扰是时间又回到 2022 年年底投产 G9 那个节点，月亏损高达 8 亿人民币，全

力指望小鹏 G6 这个产品成为爆款，我个人觉得显然难度非常大。

那么首要的挑战是小鹏如何撑过接下来极度内卷的中国车市 3 年，熬到 2026 年。

德国企业以机械制造出名，稳健流程，规则，按部就班，精益求精。说到德国的软件最出名的莫过于跟着其工业一起推销给世界的 SAP，你必须了解这 SAP 软件的方方面面，熟读范本，填写空格一字不能错，我每次用那个东西都打起精神，聚精会神。

这次大众搞的 VW.OS 以及软件一样的思路，周期太长，规模太大，眉毛胡子一把抓，自己把自己搞困顿了。

而软件行业以敏捷发布，快速迭代著称，从互联网磨练出超强软件能力的小鹏对于快速响应的数字生活确实得心应手。

所以，大众为代表的德系机械文化和小鹏的软件文化，进行合作其流程以及各类批准交付文化理念的磨合将会是另外一个挑战。

最后，中国汽车飞速发展的节奏是不是还会给这样一个中西合璧产品的机会？是不是还会给传统巨头机会，毕竟诺基亚曾经也出过安卓机？科技平权下智能软件科技还会不会变成独门绝技？

结尾

或许大众和小鹏的合作，更多不是为了 2026 年的这个产品，而是互相学习的一个契机和借口。小鹏需要大佬的背书，来解救

短期的资金和信心危机，大众需要小鹏的智能汽车软件以及技术，来理解当前软件技术的燃眉之急。

当然，此次大众和小鹏合作确实是第二家中国汽车提供技术的案例（第一家应该是新能源开始时候的比亚迪奔驰？），而不是之前汽车工业的合资合作中中方一直扮演的制造角色。所以确实恭喜中国汽车工业在汽车核心几大块业务例如产品规划，供应链以及管理，研发，制造，销售等中再下一城，中国汽车未来可期。

来源：Pirate Jack vehicle

欧盟电池法今日生效！

该来的终究会来，《欧盟电池与废电池法规》（以下简称《欧盟电池法》）经过漫长的等待，于 8 月 17 日正式生效。537 页洋洋洒

洒的文件，核心点就一句话：谁生产谁回收、谁进口谁回收。

欧盟是汽车消费大区，正在稳步向电动汽车方向转型。《欧盟电

池法》的生效将对全球动力电池产业发展产生深远的影响。

近来，中国动力电池企业纷纷“到欧洲去”。业内人士呼吁，当前中国动力电池企业需要尽快提升可持续发展方面的竞争力，以及构建基于电池护照的信息披露能力。

欧盟的观点

《欧盟电池法》区分便携式电池与工业电池等，法案规定：任何重量超过 5kg 且不属于本法规下任何其他类别的电池都应被视为工业电池。用于私人或家庭环境中储能的电池应视为工业电池。用于轮式车辆牵引的电池，就本法规而言，不应视为 LMT 电池，而应视为便携式电池。

前述部分对全生命周期碳足迹，稀有元素回收利用，矿山开采等都作了指引性的阐述，为后面的电池法律条文打下了基础。

法规要求

《欧盟电池法》前述部分用 143 条列出了立法的背景与原因，以及立法的过程，阐明了欧盟的观点。

2019 年 12 月 11 日关于“欧洲绿色协议”（“欧洲绿色交易”）是欧洲的增长战略，旨在将欧盟转变为一个公平繁荣的社会，一个现代化、资源高效和有竞争力的经济体，到 2050 年没有温室气体净排放，经济增长与资源使用脱钩。从汽车中使用化石燃料转向电动汽车是实现 2050 年气候中和目标的先决条件之一。为了使欧盟的产品政策有助于在全球范围内降低碳排放，需要确保在欧盟营销和销售的产品以可持续的方式采购和制造。这是《欧盟电池法》立法的初衷。

European Parliament
2019-2024



TEXTS ADOPTED

P9_TA(2023)0237

Batteries and waste batteries

European Parliament legislative resolution of 14 June 2023 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council concerning batteries and waste batteries, repealing Directive 2006/66/EC and amending Regulation (EU) 2019/1020 (COM(2020)0798 – C9-0400/2020 – 2020/0353(COD))

(Ordinary legislative procedure: first reading)

The European Parliament,

- having regard to the Commission proposal to Parliament and the Council (COM(2020)0798),
- having regard to Article 294(2) and Article 114 of the Treaty on the Functioning of the European Union, pursuant to which the Commission submitted the proposal to Parliament (C9-3430/2020),
- having regard to the opinion of the Committee on Legal Affairs on the proposed legal basis,
- having regard to Article 294(3) and Article 114 and Article 192(1) of the Treaty on the Functioning of the European Union,
- having regard to the opinion of the European Economic and Social Committee of 24 March 2021¹,
- after consulting the Committee of the Regions,
- having regard to the provisional agreement approved by the committee responsible under Rule 74(4) of its Rules of Procedure and the undertaking given by the Council representative by letter of 18 January 2023 to approve Parliament's position, in accordance with Article 294(4) of the Treaty on the Functioning of the European Union,
- having regard to Rules 59 and 40 of its Rules of Procedure,
- having regard to the opinions of the Committee on Industry, Research and Energy, the Committee on the Internal Market and Consumer Protection and the Committee on

欧洲议会和理事会第

2006/66/EC 号指令改善了电池的环境性能，并为经济运营商制定了一些共同的规则和义务，特别是通过协调电池重金属含量和标签的规则以及所有废电池的管理规则和目标，基于生产者责任的延伸。

碳足迹，它是什么？《欧盟电池法》明确规定，碳足迹是指产品系统中温室气体排放量和温室气体清除量的总和，以二氧化碳当量表示，并基于使用气候变化单一影响类别的产品环境足迹研究。简言

之，就是电池在生产与使用过程，以及后期的回收处理中有多少二氧化碳当量。在声明文件中新增原材料资料要求，涵盖可再生材料的份额；碳足迹最大阈值公布时间由 2026 年 7 月 1 日，提前至 2026 年 1 月 1 日。

碳足迹如何计算？这是大家关心的问题。《欧盟电池法》要求，2019 年联合研究中心题为“更新产品环境足迹 (PEF) 方法的建议”的报告中建议的“气候变化”生命周期影响评估方法进行计算。碳足迹中有一个关键值，即最大碳阈值，在设定第一分段中提及的最大生命周期碳足迹阈值时，委员会应考虑市场上电池碳足迹值的相对分布，在减少市场上电池的碳足迹方面取得的进展程度，以及这些生命周期碳足迹阈值对欧盟到 2050 年实现可持续移动和气候中和目标的实际和潜在贡献。这一条

规定意味着最大碳阈值有较大的讨价还价空间。

《欧盟电池法》对电池回收的金属元素有百分比要求，从电池制造废物或消费后废物中回收的钴、锂或镍的最低百分比份额，以及电池中存在的铅的最低百分比比例：16%的钴；85%的铅；6%的锂；6%镍。

电池在活性材料中分别含有从电池制造废物或消费后废物中回收的钴、锂或镍的最低百分比份额，以及每年和每个制造厂的每个电池型号的电池中存在的铅和从废物中回收的铅的最小百分比份额：26%的钴；85%的铅；12%的锂；15%镍。

《欧盟电池法》对电池标签、标记和信息要求做出了具体规定，不可充电便携式电池应贴有标签，其中包含在特定应用中使用时的最短平均持续时间信息，并贴有指

示“不可充电”的标签。

所有蓄电池应标有附件 VI 第 B 部分所示的蓄电池单独收集符号（“单独收集符号”）。单独的收集符号应至少覆盖电池最大侧面积的 3%，最大尺寸为 $5 \times 5 \text{cm}$ 。在圆柱形电池的情况下，单独的收集符号应至少覆盖电池表面积的 1.5%，并且最大尺寸应为 $5 \times 5 \text{cm}$ 。如果电池的尺寸使得单独的收集符号小于 $0.47 \times 0.47 \text{cm}$ ，则电池不需要标记该符号。相反，应在包装上打印一个尺寸至少为 $1 \times 1 \text{cm}$ 的单独收集符号。

所有镉含量超过 0.002%或铅含量超过 0.004%的电池应标有相关金属的化学符号：Cd 或 Pb。指示重金属含量的相关化学符号应印在单独的收集符号下方，并且应覆盖至少该符号四分之一大小的区域。

《欧盟电池法》对责任的规定

比较具体，在成员国境内首次向市场提供电池的经济运营商应被视为该电池的生产商，并应承担扩大的生产商责任。生产者在个人履行生产者责任延伸义务的情况下，以及在集体履行生产者责任扩展义务的情况中指定的生产者责任组织，应向主管当局申请履行生产者责任扩大授权。

在《欧盟电池法》中有一个新名词“电池护照”，电池护照中的信息应包括：向公众提供的信息；被通知机构、市场监督机构和委员会才能获得的信息；获取和处理该信息具有合法利益的任何自然人或法人才能获取的信息。

在限制程序中，有一条格外引人关注，该条规定，如果成员国认为在电池制造中使用某种物质，或在电池投放市场时，或在其随后的生命周期阶段，包括在废电池的重新利用或处理过程中，电池中存在

某种物质，对人类健康或环境构成风险，且未得到充分控制，需要在全联盟范围内加以解决，则应通知该机构拟编制限制档案。成员国应准备一份限制档案。限制档案应包括社会经济评估及对替代方案的分析。

《欧盟电池法》对限制物质给出了明确的规定。无论是否包含在电器、轻型运输工具或其他车辆中，其汞含量（以汞金属表示）不得超过 0.0005%；镉含量（以金属镉表示）不得超过 0.002%；铅含量不得超过 0.01%。



对中国电池出口及当地生产的挑战

我国作为全球新能源汽车大

国，在《欧盟电池法》出台前，已制定了相关的政策法规。2018年2月26日，中国政府网公布关于印发《新能源汽车动力蓄电池回收利用管理暂行办法》（简称“《中国电池管理办法》”），与《欧盟电池法》的管理措施有所不同。

欣旺达副总裁梁锐告诉记者，我国电池回收的责任主体为汽车生产企业；《欧盟电池法》中电池回收的责任主体可以为电池企业、也可以是将电池投放欧盟市场的进口商或者整车厂商。我国和欧盟对责任主体的责任要求也不同。

《中国电池管理办法》要求汽车生产企业应建立回收服务网点，负责收集废旧动力蓄电池，集中贮存并移交至与其协议合作的相关企业。

《欧盟电池法》则要求责任主体指定生产者责任组织，由其审核电池回收及处理企业的准入。

我国新能源汽车出口趋势良

好，欧洲是主要市场，但是，《欧盟电池法》的措施与《中国电池管理办法》有较大的区别，这就涉及到互相认证的问题。真锂研究 CEO 墨柯告诉记者，《欧盟电池法》生效后，欧洲必然涌现出一批鉴定机构，这些机构的使用方法与国内有很大不同，今后中国新能源汽车及电池出口到欧洲就会出现很多问题，比如，《中国电池管理办法》相对比较粗放，《欧盟电池法》比较精细，采用现有办法较难适应《欧盟电池法》要求。

梁锐也认为，《欧盟电池法》对我国新能源汽车及电池出口有较大的影响。《欧盟电池法》对碳足迹、电池回收、回收材料使用、尽职调查等可持续发展议题提出了明确的要求，可持续发展的表现从企业的加分项变成否决项。他告诉记者，“当前全球动力电池企业在这些领域都处于起步探索阶段，

中国企业需尽快建立相关能力，在下一阶段竞争中取得优势。”《欧盟电池法》中的另一项重点要求是动力电池企业需要通过电池护照披露电池的基本信息、可持续发展信息及使用信息等。信息的披露可能造成技术、供应链等核心数据的泄露。中国企业需要构建自主、可控、安全的数据收集、整理、交互的电池护照平台。”梁锐说。墨柯还提到，《欧盟电池法》鼓励国外企业在欧洲设立生产及回收企业，在当地生产既降低成本，也符合当地增加生产与就业的要求。欧洲电池回收普通使用火法回收，中国大多采用湿法回收，湿法回收的生产链比较长，并且大量使用酸碱液体，这对企业的环保提出了较高的要求。

梁锐认为，《欧盟电池法》对电池回收、电池回收企业的技术及环保标准、回收材料的使用提出了

明确要求。中国电池企业在欧盟投资建厂时，配套符合欧盟要求的电池回收及处理企业将成为必然选择。配套电池回收及处理企业，构建电池回收体系一方面可以解决作为电池回收主体回收电池的难点，另一方面可以确保回收料的来源。

目前，中汽数据牵头发起了“动力电池可持续发展行动计划”，任务之一便是研究中国版电池护照的落地可行性。

中国版电池护照的推行，汽车及电池界有两种思路，一是国内电池体系与国际标准接轨；另一种是出口与非出口的动力电池区别对待。出口电池衔接欧洲电池护照的标准；非出口的电池生产企业，根据国内法律法规的要求，持续完善对电池生命周期的溯源管理。

来源：中国汽车报

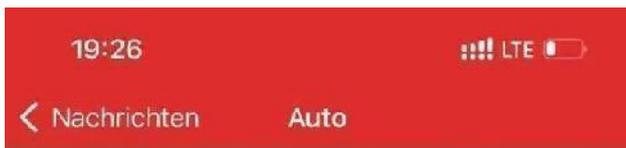
全球第一个禁电动车的国家出现了

世界上第一个禁用新能源汽车的国家出现了，居然是欧洲的瑞士。瑞士正在制定一项计划草案，禁止在今年冬天电力短缺时使用电动汽车，除非是“绝对必要的出行”。“除非必要，否则电动汽车不应上路。”

瑞士越来越多的电动汽车给当地电网带来了巨大的压力。此前，瑞士联邦电力委员会就冬季供电风险发出警告，必要时甚至会“关闭”充电桩。说不定满街的电动车一夜之间变成了雕塑？目前，瑞士拥有 11 万辆电动汽车，电动汽车用电量约占瑞士总用电量的 0.4%，但由于充电时的最大值较高，成为用电高峰关注的焦点之一。

据了解，目前向瑞士、德国等欧洲国家出口电动车的品牌有大众、宝马、特斯拉，国产电动车有蔚来、小鹏、天狼星、极星、红旗、爱驰、比亚迪、名爵等。这些业务的当地售价和销量可能会相应受到影响。

面对功率限制和峰值切换充电，快充、过充、电池更换和便捷的能量补充方式都应该打折扣。为何德国媒体最先曝光了这一消息？由于瑞士处于冬季，大部分电力供应来自德国和法国。法国今年减少核能，德国采用天然气能源，这两个国家都不富裕。据了解，瑞士多山多湖，并不是一个能源小国。相反，依靠阿尔卑斯山腹地的数百座水电站，瑞士可以轻松满足夏季的用电需求。



Schweiz prescht vor

Blackout-Angst - erstes Land plant Fahrverbote für Elektroautos

30.11.22 - 15:53 Uhr



The Telegraph reported on Saturday that Swiss officials have drafted emergency proposals that restrict power usage if things get bad this winter.



但在冬季，当能源需求飙升、河流水位下降和水力发电下降时，瑞士电力用完了。“我们将无法从德国进口电力，德国人将无法提供 10% 的份额，”西瑞士高级专业研究所教授斯蒂芬·热努（Stephane Genou）表示。另一个问题是在法

国这边，该国近一半的核电站已经关闭。



法国电网运营商已经开始制定具体的停电计划，停电地区将分布在法国全境，每家每户每天最多停电两小时，每天只有一次停电。瑞士是不用盼望德国法国的帮助了。电动车受限中国也不陌生。瑞士供电不足，导致电动车直接趴窝，大家应该都不陌生了。今年夏天，四川、重庆等地区遭遇了 60 年一遇的高温干旱，导致缺水缺电，该地区的电动车车主也陷入了没电的尴尬境地。在汽车企业层面，吉利、宁德时代等企业的四川工厂，以及长安汽车在重庆的工厂，均受到停电影响而停产。作为全球最大的汽车产销大国，中国新

能源汽车产销量已连续七年位居世界第一。此次在瑞士曝光的电动汽车用电危机，也是对中国的一个警示，在新能源汽车在全球快速发展的同时，也需要为电网做好充分的准备。

证券时报
国家电网：试点推行电动汽车错峰充电；高温“烤”四川！成都春...
 据统计，目前全国电动汽车保有量已经突破1000万辆，每一辆车都相当于一个小的移动储能电站，未来既可以充电，也可反向送电，下一步，国家电网将更大范围...

人民网
供电紧张下的四川新能源车主：半夜12点连找3个充电桩才充上...
 *充电桩的运营情况随时都有可能更新，建议车主以车内大屏的显示信息为准。*特斯拉客服表示，国家电网：试点推行电动汽车错峰充电。据央视新闻报道，国家...



驾驶电动汽车需要额外费用瑞士“电动车禁令”一出，有外媒联系德国交通部和经济部询问德国是否会实施类似的电动车禁令，目前还在等待答复。事实上，世界上最大的汽车制造国德国已经在讨论对电动汽车征收额外费用。以充电为例，如果充电膨胀发生得比电网膨胀快，那么“电网支撑必须

充电”。另外，不一定可以在驾驶员需要时进行，而是只能在有足够电力时进行。日本汽车界老大哥丰田汽车公司社长丰田章男也炮轰“电动车实验过度”。2020 年 12 月，他说：“如果所有汽车都用电，日本将在夏季出现电力短缺。”但在 2022 年，丰田也曝光了一款新车，展开电动化反攻。打响电动反击战，在纯电这条赛道上，丰田虽然到得迟，但终究还是骂骂咧咧，带着 bZ4X 登场了。

表 1. 世界各国“禁燃”时间表

国家	时间	内容
挪威	2025 年	限制燃油汽车销售（高额污染者付费）
荷兰	2030 年	新车零排放
以色列	2030 年	禁售汽油动力汽车
英国	2030 年	禁售汽油车
法国	2040 年	全面停售汽油车
印度	2030 年	只售卖电动汽车
西班牙	2040 年	禁售汽油车及混合动力车
挪威	2025 年	禁售燃油动力车
丹麦	2030 年	禁售燃油车
德国	2030 年	禁售燃油车
冰岛	2030 年	禁售燃油车

2022 年，似乎所有的运气都留给了新能源汽车。在整个汽车市场销量增速几近停滞的状态下，2022 年上半年，全球新能源汽车销量突破 422 万辆，同比增长

66.3%。市场全面拓展。电动汽车有点势不可挡，尽管有各种缺点。我们常说电动车的对手是燃油车，电动车最大的问题是冬天续航下滑，是补能，却万万没想到，要打败电动车，只要限电就够了。2023

年，希望中国电动车不再为电源烦恼，充电自由。最后，想问问大家对瑞士对新能源汽车的禁令，有何看法？

来源：世界先进制造技术

沃尔沃将向马来西亚交付电动卡车

导读：

为落实净零排放计划，马来西亚积极向电动化道路运输转型。近日沃尔沃卡车向马来西亚交付电动卡车，这也是沃尔沃卡车继 2019 年之后再次扩大电动重卡销售范围的重要举措。

据沃尔沃官网 8 月 16 日消息，沃尔沃卡车开始向马来西亚交付电动卡车。本次交付也意味着沃尔沃卡车进入了全新的市场。

马来西亚物流公司 Swift

Haulage Berhad 已购买了两辆沃尔沃 FM Electric 卡车。这是由于马来西亚有一个到 2050 年实现净零温室气体排放的国家计划，而电动化道路运输是实现该目标的重要措施之一。

沃尔沃卡车马来西亚的董事总经理 Anthony O'Connell 表示：“我很高兴地宣布我们现在开始在马来西亚销售电动重卡。作为重型卡车市场的 21% 份额拥有者，我们在降低运输行业二氧化碳排放方面扮演着重要角色。我们的电动

卡车不仅将有助于减少气候影响，同时还可以提高道路使用者的安全性，为司机创造更好的工作环境。我们很自豪能与 Swift Haulage Berhad 合作，使他们开上马来西亚首批电动卡车。”

这是沃尔沃卡车在 2019 年开始大规模生产电动重卡后的又一次扩大销售范围的举措。沃尔沃目前拥有六款电动重卡，初期阶段将在马来西亚销售三款。



沃尔沃卡车的目标是到 2030 年全球新销售的沃尔沃卡车中，有 50% 的卡车为电动卡车。该公司迄今已在全球约 40 个国家销售了约 5000 辆电动卡车。沃尔沃的电动卡车产品现在可在欧洲、北美、亚洲、拉丁美洲和非洲等市场购买。

来源：商车邦

雾里看花：曼恩 eTruck 电动重卡技术浅析

导读：

继汉诺威车展后，曼恩电动重

卡 eTruck 在 2023 曼恩卡车技术节上再度亮相，在有限的信息里，这

款还处在保密状态的电卡有哪些亮点值得关注？

自 2022 年汉诺威车展亮相之后，曼恩电动重卡 eTruck 又出现在了 2023 曼恩卡车技术节上。由于这款车型还在研发阶段，一直处于保密状态，整车被包裹得严严实实，看不出具体的产品结构、技术架构等，甚至驱动方式都很难分辨。根据官方发布的信息，这款车型预计在 2024 年正式量产，目前正在欧洲做各种试验。因此笔者只能用所掌握的少量信息，对这款 eTruck 电动重卡进行推理性的技术分析。

一、整车布置

如果单从车身造型来看，这辆 MAN eTruck 与普通的 MAN TGX 基本一致，属于典型的“油改电”车型。但是这辆 MAN eTruck 做了很多的改善，例如使用了电子后视镜，风阻可降低 5% 左右，能量消

耗可降低 1%。另外前桥采用了气囊悬架，可以根据路况来调节整车高度，如果车辆在高速公路上以 90km/h 行驶，可以将气囊弹簧向下调节 50—80mm，降低整车高度后风阻可以降低 2% 左右，大致降低能耗 0.6%。



商用车的工具属性要求货厢尺寸最大化，在整车长度限定的情况下，MAN eTruck 采用传统的平头驾驶室，达到了货厢尺寸极限，在驾驶室容积、舒适性等方面要超

过美国特斯拉 SEMI 电动重卡。整车性能本身就是一个矛盾体，没有十全十美，一定是“有所得、有所失”，关键就看整车性能如何与使用场景进行匹配，能否解决客户的痛点问题，实现客户价值最大化。



MAN eTruck 采用 4×2 驱动、电子后视镜



前桥采用气囊悬架，可以根据路况和速度调节车身高度

二、动力电池及充电方式

非常幸运，在 MAN eTruck 货厢与电池的夹缝当中看到了电池的铭牌，得到了非常重要的信息：

一、电压 664V，已经超过了目前国内主流的 400V，表明这款车的整个电子架构体系是全新建设，而不是沿用原有同类产品；二、容量 130.9Ah，电压乘以容量即为存储电量 89kWh，采用模块化电池箱，本车匹配了 5 个电池箱（车架两侧 4 个，车架中间 1 个），则最大存储电量为 445kWh（度电）；三、重量 615kg，将存储电量除以重量就是能量密度，则能量密度为 144.7Wh/kg，已经达到了目前行业主流水平；四、产地：德国。欧洲的平均纬度高于中国和美国，冬季比较寒冷并且时间较长，欧洲的新能源车型更倾向选择三元锂电池，在冬季可保证较长的续航里程。



MAN eTruck 的车架两侧和中间可以

布置 5 个动力电池箱



动力电池布置在车架两侧和车架中间，每侧 2 个，中间 1 个，由于是模块化布置，客户可以根据实际需要选择 4 个或 5 个电池箱。这辆 5 轴半挂列车在欧洲的总重量为 40 吨，假设耗电量为 1.3 kWh/km（根据国内车型的经验推算），这辆车单次充电可以达到续航里程 342km。根据官方介绍，MAN eTruck 采用快充技术，充电功率达到兆瓦级，在 40 分钟即可充满。MAN eTruck 每天充电 2 次其行驶里程超过 550km，3 次充电续航超过 820km，如果充 4 次电续航则可以突破 1000 公里。只要兆瓦级充电站布置到高速公路和主干线上，

就可满足长途干线物流需求。

三、驱动方式

目前电动重卡的驱动方式有两种：集中驱动和电驱桥。集中驱动就是电机和变速箱布置在车架中间，然后通过传动轴驱动车桥；电驱桥则是将电机和变速箱集成在车桥上，两种驱动方式各有优缺点。MAN eTruck 采用 4×2 驱动型式，只用 1 根驱动桥来驱动 5 轴总重 40 吨的半挂列车；特斯拉 SEMI 采用 6×4 驱动方式，用 2 根驱动桥来驱动 5 轴总重 37 吨的半挂列车；中国的三一重卡魔塔 1165 和 DeepWay 深向星辰则采用 6×4 驱动方式，用 2 根驱动桥来驱动 6 轴总重 49 吨的半挂列车。



MAN eTruck 的后桥轮端



MAN eTruck 的底盘下部



MAN eTruck 的后桥桥壳和动力总成

从驱动桥自身驱动力要求来分析，MAN eTruck 的驱动桥驱动力要求远大于其他车型，电驱桥的最大驱动力无法达到要求，不能满足泥泞道路、重载爬坡的特殊工况。根据笔者对车桥后端、前端、两侧查看，这应该是一个典型的单级减速桥，因为电驱桥要采用轮边减速才能获得更大驱动力。因此笔者推测，MAN eTruck 采用集中驱动，而不是目前主流的电驱桥。借此说明，虽然电驱桥具备很多技术优势，但在某些特殊的细分市场、场景和工况下，不一定是最佳选择。集中驱动在单桥驱动力方面具备很强优势。

雾里看花。笔者仅能凭借掌握的有限信息分析判断，MAN eTruck 是最符合欧洲法规和使用场景的电动车型，因为欧洲核心区的面积小于中国和美国，每天续航 600—800km 就能满足长途运输的需求。期待随着 MAN eTruck 量产的临近，我们能获取更多详细信息，并对这

款车型进行更深入的解读和分析。



来源：新能源商用车之家

达夫推出全新 XB 卡车 拿奖到手软的达夫这次有何新花样？

近日，达夫官宣了新一代城市配送卡车——XB 和 XB Electric。这一系列卡车不仅在外观上焕然一新，更在内部技术上大踏步前进，引领着城市配送的未来潮流。

首先，在外观上达夫对全新 XB 的外观进行了重新设计，前格栅样式与 DAF 新一代的设计语言相融合，使得 XB 相比起 LF 更显活力。

而 XB 真正的竞争力，源于它内在的变革。XB 系列覆盖了从 7.5





吨到 19 吨的多个吨位，其中电动版本更是令人瞩目，拥有 12、15 和 19 吨的不同吨位。XB Electric 卡车的续航里程达到了 350 公里，这让其配送半径得到了扩大。并且 XB Electric 可以在短短 40-70 分钟内从 20% 充到 80%，让车辆可以快速投入到运输工作中去。

XB Electric 的电动机额定输出功率在 120 至 190 千瓦之间，电机可以在 950-1850 转每分输出 2600 或 3500 牛米的最大扭矩。并且为了保护环境，提高耐用性，达夫 XB Electric 采用了高能量密度的不含钴和镁的磷酸铁锂电池，它不仅可以满足高强度的工作需求，还能减少环境负担。



在安全性方面，全新 XB 系列配备了符合欧洲新要求的 ADAS 安全系统，使驾驶更加安心。同时，不同的驾驶室选择，从日间驾驶室到排半驾驶室再到卧铺驾驶室，满足了不同企业和卡友的需求，体现了达夫对于用户需求的细致关怀。



XB 燃油卡车延续了达夫一贯的高品质传统，搭载著名的佩卡（PACCAR）PX-5 和 PX-7 柴油发动机，输出 170 马力到 310 马力不等，搭配 8 档自动变速箱，带来更加顺

畅的驾驶体验。



与 XD 和 XF 系列一样，XB 同样有一个建筑版本即 XBC，“C”即

代表建筑版。该款车除了具备卓越的离地间隙外，还有坚固的钢制前保险杠，为以非铺装路及严酷环境的工程用车需求提供了强有力的支持。

来源：卡车之家