

商用汽车新闻

□周刊 □2019年1月21日~2019年1月27日 □2019年第3期 □总第607期 □国内统一刊号 CN11-5506/U □邮发代号 80-517 □订阅热线: 010-88138144 □定价: 3元

主管: 人民日报 主办: 《中国汽车报》社有限公司、中国汽车工程研究院股份有限公司



宇通CL6, 宜客宜商宜旅, 有效满足多种市场需求。

贯通式侧行李舱 超宽车内空间 一体式镀铬中控台

微信扫码关注公众号

400-659-6666

新能源独撑2018客车市场增长势头

■ 本报记者 余春瑜

2019年1月10日,中国公路学会客车分会在江苏丹阳召开2018年中国公路学会客车学术年会。会上,中国公路学会客车分会理事长王奇英对过去一年中国公路学会客车分会做了哪些工作进行了系统的总结和报告,《商用汽车新闻》记者总结了其中的要点和亮点。

新能源是少有的亮点

王奇英表示,2018年是客车行业历经磨砺的一年。在政府的大力推动下、在较大市场规模的作用下,我国新能源客车正处于由导入期向成长期过渡的关键阶段,客车行业转型的步伐明显加快。

主要体现为客车市场新能源化更趋明显。整个客车行业销量和销售收入,连续第二年出现比较明显下滑的现象。截止到2018年11月底,销售收入为691.85亿元,同比下滑9.82%;5米以上客车销售量为17.88万辆,同比下滑11.54%。其中,公路客车销售量为7.55万辆,同比下滑达到14.70%;校车销售量为1.54万辆,同比下滑高达22.69%;公交车销售量为7.65万辆,同比下降



会议现场座无虚席

1.86%。其中,新能源公交车销售量为6.48万辆,占新能源车的88.94%,同比增长10.10%,这也是2018年客车市场少有的亮点之一。

其次,改善环境空气质量目标已经明确。2018年6月,国务院、交通运输部先后发布了《打赢蓝天保卫战三年行动计划》和《关于全面加强生态环境保护 坚决打好污染防治攻坚战的意见》,明确推广使用新能源汽车的目标:2020年,新能源汽车产销量达到200万辆左右;到2020年底前,城市公交、出租车及城市配送等领域新能源车保有量

达到60万辆,重点区域的直辖市、省会城市、计划单列市建成区,公交车全部更换为新能源汽车。

第三,新能源汽车标准制修订大幅提速。2018年3月,工信部发布了《2018年新能源汽车标准化工作要点》。随着我国新能源汽车技术水平不断提升,标准制修订速度明显加快,目前,已发布新能源汽车及充电基础设施现行有效标准100多项,建立起较为完善的标准体系。

2019年公交车安全标准进一步完善

在新能源客车“一枝独秀”、传统客车连续下滑

的情况下,客车行业该何去何从?作为行业协会,中国公路协会客车分会又做了哪些工作?

王奇英总结道,2018年,协会积极推进客车行业转型升级和技术创新。一是拓宽对政府技术支持的范围;二是创建技术进步的助推器;三是推动标准化建设迈上新的台阶;四是巩固传统交流沟通的平台。这四项工作亮点不少,为行业发展作出了贡献。

2019年,协会将在2018年的基础上开展工作,更好地为行业发展服务:包括制订《公共汽车驾驶区域防护隔离设

施》标准。据王奇英透露,2018年10月28日,重庆万州公交车坠江事件发生后,客车分会在2018年11月初提出了《公共汽车驾驶区域防护隔离设施》标准的立项申请,得到了交通运输部、工业和信息化部的肯定和支持,将于2019年6月完成标准的审查,为进一步加强公交车安全运行提供保障。同时,还将开展公交客车结构安全技术、安全运行技术条件、智能视频监控装置等方面标准的梳理和研究,

(下转2版)



陕西法士特汽车传动集团公司
SHANXI FAST AUTO DRIVE GROUP CO., LTD.

法士特液力缓速器

重载下坡制动好 挣钱安全又高效

安全 | 高效 | 经济 | 舒适

法士特 为您的成功传输强劲动力



安凯纯电动双层巴士 开启广州美好“新年路”

■ 商用车

从单纯的满足出行需求到不断提升舒适度、趣味性、便捷性等,以此来改善公共交通出行体验……中国客车正在一步步努力,让美好出行成为可能。

为了给广大市民营造一个美好、舒适的出行环境,2019年元旦期间,广州新穗巴士有限公司最新采购的20辆安凯纯电动双层巴士正式投入运营,新车以超高颜值和优越的性能迅速吸粉,成为了广州市备受追捧的“明星”。同时,该车的投运,也为广州市民享受美好公共交通出行提供了更多可能。

纯电动双层巴士 打造出行“新常态”

事实上,2018年6月,



纯电动客车提升市民美好出行体验

广州开通的首条纯电动双层巴士观光线路就全部采用安凯客车,此次再次引入安凯纯电动双层巴士,无疑将再次提升广州公共交通出行的质量,为更多市民享

受美好出行创造条件。

作为零排放的纯电动车型,此批安凯纯电动双层巴士主要在广州226路和230路两条公交线路投入使用,该车通过12组

电池设计,整车电量为304度,实际续航里程可达230公里,完全可以满足线路全天的使用需求。

而在出行体验上,兼具“颜值”与“才华”的安凯纯电动双层巴士更是深得人心。该批新车外观以白色为主色调,同时用橙色进行过渡,整体简洁而又清新明快,同时配合12米长、2.55米宽和4.2米高的“魁梧”身材,其“高大帅气”的外型,总是让人想要多看几眼。

出于对乘坐体验的全方位考虑,安凯纯电动双层巴士在细节设计上几乎做到了“无微不至”。除了配有大幅观景窗,让乘客可以在旅途中将城市风光尽收眼底之外,在双层巴士的二层还设有玻璃天窗,使整车更加通透明亮,一抬头就可以看见蓝天白云。

在座位设计上,该车全车共配备55个座位,与常规巴士相比,具有道路占用空间小、座位多、舒适度高等诸多优点。如此,既可破解城市居民上下班高峰出行乘车拥挤的难题,又可通过提高舒适度来改善市民的乘车体验。

■ 商用车

此外,该车部分座椅

还采用了“面对面”设计方式,十分适合家人、朋友同行,让乘客能够充分享受温馨惬意的出行。不仅如此,该车一层最后排座位更是“别有洞天”,堪称“情侣座”的巧妙设计,再次让整车温馨指数得到提升。

安凯双层巴士 再树中国制造典范

在双层巴士的打造上,安凯客车堪称行业典范。早在2012年伦敦奥运会期间,安凯双层敞篷观光巴士便“一炮走红”,通过在伦敦各条黄金旅游线路上的服务运行,成为了中国制造走向世界的代表。

此外,安凯双层敞篷观光巴士还成功进入美国、法国、澳大利亚、阿联酋、南非、新西兰等众多国家。而在国内的上海、天津、西安等地,也均有安凯双层观光巴士投运。

在电动化、智能化等全球大变革的背景下,中国客车品牌继续稳步前行。由安凯制造的零排放、无污染的纯电动双层敞篷观光客车,已经在法国、意大利等欧洲国家投入运营。作为汇集多项新能源领先科技并已通过欧盟认证的最新成果,纯电动双层客车是中国品牌、中国创新、中国智慧的一次全新突破,为其进一步开拓国际市场赢得了更多可能。

从传统车到纯电动,在全球汽车电动化时代逐步到来的大环境下,以安凯为代表的中国客车正在不断努力,力求通过产品技术升级,为改善公共交通出行创造更多可能。

企业直通车

安凯客车签下4.56亿元海外大单 4月起分批交付

安凯客车1月15日公告,安凯近日与哈菲尔运输公司签署《销售合同》,合同金额6743.68万美元(约合人民币4.56亿元),约占公司2017年度经审计的营业收入的8.37%,合同自2019年4月起分批交付。

哈菲尔运输公司成立于1998年,是MOHAMMED YOUSUF NAGHIMOTORS公司旗下的子公司,是沙特最大的运输公司,拥有11000辆客车,主要从事于朝觐以及校车的运输工作。该公司具有良好的发展能

力,付款信誉良好,履约能力较强。最近三个会计年度中,2015年和2016年安凯客车未向哈菲尔运输公司销售产品,2017年向哈菲尔运输公司销售产品金额3.15亿元,约占当年销售金额的5.78%。

■ 商用车

此外,该车部分座椅

■ (上接1版)

补充、完善相关标准的内容和体系。

2019年,中国公路学会客车分会还将携手相关

机构和组织举办“2019西安国际客车与客运创新发展高峰论坛”、“2019北京国际道路运输、城市公交

车辆及零部件展览会”以及“2019全国新能源公交车性能评价赛”、编写出版2018年版《中国客车

行业发展报告》等,通过论坛、展览、比赛等多种形式,促进客车技术进步和市场拓展。

商用汽车新闻

版权所有,如需转载,请务必注明“转自《商用汽车新闻》”

□主管:人民日报社
□出版:《中国商用车报》社有限公司
□执行主编:李晓菲
□美编:刘向前 毛磊
□新闻热线:010-88129709
□传真:010-88129709
□邮发代号:80-517

□主办:《中国商用车报》社有限公司 中国汽车工程研究院股份有限公司
□社长:何伟 □出版人兼总经理:余春瑜 □副总编辑:董锐
□记者:周静 王宣(实习记者) 刘一乐(实习记者) □校对:付建生
□社址:北京市海淀区阜成路115号(北京印象1号楼2门4层) □邮编:100142
□广告热线:010-88152946 □订约热线:010-88152946
□广告经营许可证号:京海工商广字第8038号 □国内统一刊号:CN11-5506/U
□定价:3元 □印刷:北京华翔印刷有限责任公司

风正一帆悬 品牌“引擎”护航海格出海

■ 本报记者 周静

2015年之后的这几年，大中型客车的出口连续下滑。全球经济疲软和竞争格局恶化，都让客车出口形势难以保持乐观。

“我要稳稳的幸福，能抵挡末日的残酷；在不安的深夜，能有个归宿……”

在风云莫测之际，怎样唱上一曲《稳稳的幸福》？

海格客车总结国际化的15年经验：品质+服务，硬实力+软实力，打造海格出海双引擎，保障高质量发展。

复盘 2018 亮点频出

“海格客车是较早走出国门的中国自主客车品牌之一，出口一直稳居行业前三甲。2004年以来，在海外市场累计销量近5万辆。其中，阿尔及利亚超7000辆、俄罗斯超4500辆、卡塔尔超5000辆，在当地保有量居中国客车行业第一名。”海格客车海外销售公司副总经理姜海峰如数家珍，列举出在全球多个区域的多个亮点。

回顾刚刚过去的2018年，海格客车出口销量近4200辆，占到了中国客车行业出口的10%，居行业第二位。

2018年6月，为俄罗斯世界杯加油喝彩，作为中国客车在俄罗斯销量第一的品牌，海格客车在俄罗斯市场已累计销售4538辆；9月，40辆海格流动诊所医疗车全部交付柬埔寨，受到当地民众的热烈欢迎；10月，海格客车成为唯一为港珠澳大桥提供穿梭巴士服务的中国客车制造商，120辆斯堪尼亚·海格穿梭巴士运行于港珠澳大桥；11月，首批10辆出口韩国的海格纯电动公交启程发往首尔，成为唯一中标韩国首尔公交的中



服务港珠澳大桥的斯堪尼亚·海格客车

国客车品牌。

2018年，海格客车以阿尔及利亚唯一一家客车KD厂商的身分顺利实现出口超过1000辆；在久经战乱的叙利亚，成功获得客车200辆政府招投标项目第一大单；已累计出口沙特阿拉伯3000辆，并携手战略合作伙伴市场开拓；向菲律宾累计出口超1600辆，居中国客车品牌前列。

紧跟国家战略 品质取胜

2004年，海格客车开始走向海外，截至目前，已在全球120多个国家及地区实现销售。那么，海格客车最值得分享的出海经验是什么？

姜海峰表示，首先是紧跟国家战略，需要企业审时度势准确把握机会。无论是“一带一路”还是国际产能合作，都是如此；其次在“走出去”的过程中中国不断提升的国际影响力，给中国企业做了最好的背书，相应的，中国出口的产品要从用价格说话走向用品质说话，从中国制造走向中国智造；第三就是除了符合法

规要求之外，一定根据市场情况进行适应性开发，海格客车在俄罗斯、韩国、中东、非洲等国家和地区就是这么做的。

“从国内优秀走向国际优秀”，海格客车国际化的核心还是产品。

“中国制造‘走出去’都讲求‘性价比’，首先是产品要做好，同时价格合理。保持品质，是‘走进去’进而‘走上去’的关键。”姜海峰说。

每到一国家，海格客车都会集合技术、市场、服务人员，采集路谱，对当地运营综合环境做充分调研，从而在国内成熟产品的基础上进行适应性开发，确保车线匹配。

根据中东地区的高温高热环境特点和客户需求，海格客车在内饰、空调、散热系统方面做足了功夫。针对非洲市场的特殊路况和气候条件，海格客车加强车身骨架、加高车辆底盘、优化发动机散热，让产品更能适应非洲地区的实际需要。

抓住全球环保升级的机遇，海格新能源客车已

出口到塞尔维亚、以色列、奥地利、哥伦比亚、韩国、马来西亚、中国澳门等国家和地区。海格一款13米客车也于2017年完成了美国市场认证，在纽约客运线路上运行。斯堪尼亚·海格双品牌客车则远销英国、法国、比利时、德国、澳大利亚等40多个国家和地区，占据了国内高端客车出口海外的绝大部分份额。

2018年，在首尔公交中标的海格新能源客车，就是专门针对韩国市场设计，具有轻量化、可靠性高等技术优势。特别配备了电动塞拉门、侧跪功能、高能量密度电池等，在内饰精细度、噪声控制等方面都达到了欧洲主流客车标准，确保产品满足首尔市严寒天气及用户严苛的技术要求。

抢抓时代机遇 品牌领航

在海外市场竞争过程中，一时间很难摆脱“价格战”等“野蛮手段”，坚持自律的海格客车，却闯出了一条合规经营、高质量发展的道路。

姜海峰强调，对于质

量、口碑、品牌非常看重的海格客车，绝不会牺牲品质以价格赢取订单。因为“低价”意味着让出利润，如果利润消失，必然会带来品质和服务的缺失。相反，品质硬实力和服务软实力所构成的品牌价值，才决定了国际化道路是否走得深远。

从传统客车到新能源客车、从低端迈向高端，凭借对产品技术的持续创新、对海外市场的深入研究和对客户需求的快速响应，海格客车勇于挑战行业新高度，不仅助力“一带一路”沿线国家绿色公共交通系统建设，并成功打开欧美等发达国家市场，向世界展示了中国客车比肩国际品牌的制造水平。

同时，海格客车在海外设置了115家服务站和配件中心，建立了完善的售后服务网点和配件供应体系，服务与品质随行，快速响应世界各地的客户需求，赢得了客户的信任。

据了解，面对未来越来越激烈的客车行业市场竞争，海格客车将在未来的几年里继续加大对海外市场的投入。

“对当地深入了解、控制风险的基础上，海格客车将抓住海外高端市场和绿色新能源产品升级的机遇，大力推广高端客车、新能源客车产品，并从研发、生产、市场各个层面加大投入，做大做强海外市场，大幅提升海外市场占比。”姜海峰介绍说。

下一步，在已有的海外KD项目之外，海格客车仍将继续寻求新的合作，打造生产基地，实现区域本地化客车制造，并有步骤地开展合资项目，实现从产品输出到技术输出、品牌输出和资本输出。

余振清：冬天仍未过去 客车市场的春天还有多远？

■ 商用车

1月11日，由中国公路学会客车分会主办的第16届客车市场研究会在江苏丹阳召开。来自全国客车制造企业、零部件企业、科研院所、金融研究机构等单位的代表，共200余人参加了此次会议。会议由中国公路学会客车分会副理事长兼秘书长胡选儒主持。

总体判断：客车市场提前入冬

会上，专家们对2018年客车各细分市场的表现及2019年的发展趋势进行了总结和探讨。其中，中国公路学会客车分会副秘书长余振清表示，客车市场提前入冬，预计2018年，5米以上客车销量约21万辆，同比下降10%。而且，2019年，客车市场的积极因素不多。预计5米以上客车总销量约20万辆，同比下降5%左右。

过去一年，传统客车销量继续下滑，整体销量为105979辆，降幅达15.14%。其中，座位客车下降11.77%，公交客车下降38.64%。总销量中，大型客车销量70082辆，同比下降12.10%；中型客车销量54731辆，同比下降4.60%；轻型客车销量54021辆，同比下降16.98%。

余振清表示，2018年，中国客车行业的整体表现并不好。据中国客车统计信息网关注的40家企业销量数据显示，2018年1~11月份，企业累计销售5米以上客车178834辆，同比下降11.54%。其中，座位客车（公路客车）下降14.7%，校车下降22.69%，公交客车下降1.86%，其他客车下降27.68%。

从表一可以分析出，座位客车两个权重最大的区间是：5~6米35.54%，11~12米20.12%；校车两个权重最大的区间是：5~6米44.76%，7~8米21.89%；公

	总计	区间									
		12 < L	11 < L ≤ 12	10 < L ≤ 11	9 < L ≤ 10	8 < L ≤ 9	7 < L ≤ 8	6 < L ≤ 7	5 < L ≤ 6	3.5 < L ≤ 5	
上年同期	合计	202168	3235	32816	43677	5822	34544	17006	18100	46968	
	座位客车	88537	1537	18499	12436	1775	10788	10317	7487	25698	
	校车	19960	103	142	268	1792	887	3845	2550	10373	
	公交客车	77995	1590	14071	30844	2141	22375	2510	3222	1242	
	其他	15676	5	104	129	114	494	334	4841	9655	
本年	合计	178834	4326	24930	40826	4241	37160	13330	9873	44148	
	座位客车	75525	1293	15198	9211	1444	9769	7765	4005	26840	
	校车	15431	5	42	1146	1721	399	3378	1833	6907	
	公交客车	76541	3012	9588	30214	977	26503	1766	3297	1184	
	其他	11337	16	102	255	99	489	421	738	9217	
差	合计	-23334	1091	-7886	-2851	-1581	2616	-3676	-8227	-2820	
	座位客车	-13012	-244	-3301	-3225	-331	-1019	-2552	-3482	1142	
	校车	-4529	-98	-100	878	-71	-488	-467	-717	-3466	
	公交客车	-1454	1422	-4483	-630	-1164	4128	-744	75	-58	
	其他	-4339	11	-2	126	-15	-5	87	-4103	-438	
增长 %	合计	-11.54	33.72	-24.03	-6.53	-27.16	7.57	-21.62	-45.45	-6	
	座位客车	-14.7	-15.88	-17.84	-25.93	-18.65	-9.45	-24.74	-46.51	4.44	
	校车	-22.69	-95.15	-70.42	327.61	-3.96	-55.02	-12.15	-28.12	-33.41	
	公交客车	-1.86	89.43	-31.86	-2.04	-54.37	18.45	-29.64	2.33	-4.67	
	其他	-27.68	220	-1.92	97.67	-13.16	-1.01	26.05	-84.76	-4.54	

交客车两个权重最大的区间是：10~11米39.47%，8~9米34.63%，这两个区间的总权重达74.1%。公交客车的权重高度集中（主要受新能源公交的影响），是2018年客车市场的主要特点。

从企业表现来看，2018年，市场表现较好的企业不多，从销量数据来看，宇通市场份额继续提升（市场集中度由上年的26.90%上升到27.89%），比亚迪依然突出（持续在新能源公交领域保持高增长），海格走出泥潭（经过两年的低迷，海格渐渐找到感觉，2018年，在客车出口中增幅遥遥领先）。

新能源公交、出口是为数不多的亮点

在40家企业中，有32家涉及新能源客车领域，5米以上新能源客车销量为72855辆，同比下降5.73%；其中，座位客车下降了47.5%，公交客车增长了10.1%。从区间来看，6~9米新能源公交车保持快速增长，尤其是8~9米作为公交客车市场的主力车型，在补贴政策的加持下，呈现较快地增长。除此之外，10~11米新能源公交客车也保持了稳定的增长。

随着补贴的退坡，新能源公交客车正在收割最后的超额价值。新能源客车销量前10位的企业如下（表三），从企业表现来看，宇通和比亚迪有脱颖而出的趋势，其

领先优势越发明显。

出口成为2018年客车市场为数不多的亮点。

2018年1~11月，出口各类客车29470辆，出口金额114.72亿元人民币，出口量比上年同期增长12.12%，出口额增长5.09%。其中，大中型客车出口18236辆，同比下降6.18%，出口金额106.59亿元人民币，同比增长2.78%。具体到企业，出口量、出口额双增长的企业仅有4家，分别为苏州金龙、厦门金龙、厦门金旅、中通客车。

入冬难以避免 春天惟靠旅游客车

余振清指出，2018年，客车行业发展呈现五大态势：一是现状，资本重组善始善终者少，身陷泥潭者多；二是趋势，客车市场已经提前入冬；三是困惑，校车进入“死胡同”；四是难题，沉淀在终端的二手车，将成为压垮客车市场的最后一根稻草；五是企业，新进入者面临大考。

尽管2018年新能源客车表现尚可，8~9米区间逆势增长，但局部强势撑不起大盘，行业整体销量同比下降11.54%，客车市场提前入冬已难幸免。

他预计，2019年，销量下滑仍是主旋律，5米以上客车总销量约20万辆，同比下降5%左右。具体是：座位客车总销量8万辆，同

比下降5%；公交客车总销量9万辆左右，同比下降10%；校车销量1.5万辆左右，同比下降10%；其他

客车1.5万辆，同比略有下降。其中，新能源客车同比下降10%左右，总销量预计9万辆（其中公交客车7.5万辆，座位客车0.5万辆，物流车1万辆）。面对客车行业的“冰冷”，余振清认为，旅游客运或成为传统道路客运企业转型升级的新选择与新方向。主要理由包括：一是政策密集出台，旅游产业处于高速发展时期；二是全域旅游促进旅游客车需求升级；三是标准体系的建设和完善，是旅游客车需求增长的催化剂；四是无人驾驶客车可率先在旅游领域落地；五是房车将茁壮成长。

表二：2018年累计销量位列前15位的客车企业

排名	单位名称	2018年	2017年	增量	增长
	总计	157581	174902	-17321	-9.9
1	郑州宇通集团有限公司	49882	54384	-4502	-8.28
2	北汽福田汽车股份有限公司欧V客车分厂	19083	23758	-4675	-19.68
3	中通客车控股股份有限公司	11439	18004	-6565	-36.46
4	比亚迪汽车工业有限公司	10350	11450	-1100	-9.61
5	金龙联合汽车工业（苏州）有限公司	9889	7557	2332	30.86
6	厦门金龙联合汽车工业有限公司	8725	8726	-1	-0.01
7	厦门金龙旅行车有限公司	8679	8826	-147	-1.67
8	安徽安凯汽车股份有限公司	6198	7324	-1126	-15.37
9	珠海广通汽车有限公司	5700	5700	0	0
10	湖南中车时代电动汽车股份有限公司	5360	6142	-782	-12.73
11	上海申龙客车有限公司	5187	3598	1589	44.16
12	东风襄阳旅行车有限公司	4770	5204	-434	-8.34
13	东风超龙（十堰）客车有限公司	4678	5508	-830	-15.07
14	南京金龙客车制造有限公司	4001	5215	-1214	-23.28
15	扬州亚星客车股份有限公司	3640	3506	134	3.82

表三：2018年新能源客车销量位列前10的企业

序号	单位名称	2018年销量	2017年销量	增量	增长 %
	合计	61071	61820	-749	-1.21
1	郑州宇通集团有限公司	16931	15815	1116	7.06
2	比亚迪汽车工业有限公司	10350	11450	-1100	-9.61
3	珠海广通汽车有限公司	5700	5700	0	0
4	中通客车控股股份有限公司	5549	10564	-5015	-47.47
5	湖南中车时代电动汽车股份有限公司	5360	6142	-782	-12.73
6	上海申龙客车有限公司	4156	2473	1683	68.05
7	南京金龙客车制造有限公司	3962	5181	-1219	-23.53
8	厦门金龙联合汽车工业有限公司	3493	1470	2023	137.62
9	厦门金龙旅行车有限公司	3417	2264	1153	50.93
10	金龙联合汽车工业（苏州）有限公司	2153	761	1392	182.92

表四：出口金额位列前10的企业

排名	单位名称	2018年1~11月		出口量增量 (辆)	出口额增量 (万元人民币)	出口量增长 (%)	出口额增长 (%)
		出口量	出口金额				
	合计	28808	1128079.824	3302	56319.734	12.95	5.25
1	郑州宇通	6676	401836.9	-1180	-3220.01	-15.02	-0.79
2	苏州金龙	3634	175267.125	1260	39704.03	53.07	29.29
3	厦门金龙	9351	173768.12	2842	52954.79	43.66	43.83
4	厦门金旅	4292	110060.262	1484	7263.94	52.85	7.07
5	扬州亚星	966	81987.436	-12	10525.71	-1.23	14.73
6	中通客车	1580	81698.21	275	1223.21	21.07	1.52
7	安凯客车	1152	52141.735	-198	-8757.28	-14.67	-14.38
8	上海申沃	335	18163.078	-265	-9022.08	-44.17	-33.19
9	上海申龙	362	16912.8	-99	-6553.93	-21.48	-27.93
10	北汽福田	460	16244.180	-805	-27798.65	-63.64	-63.12

杜蓉：2019年大中小型公路客车将持续下滑

■ 商车

1月11日，在中国公路学会客车分会主办的第16届客车市场研究会上，宇通客车市场分析经理杜蓉对公路客车市场2018年的现状进行了分析，并对2019年的发展趋势进行了预测。

2018年下滑29.3% 2019将持续下滑

谈及公路客运市场，就离不开对老百姓出行方式的分析。当前，中长途靠高铁民航，中短途客运，私家车、网约车的综合运输体系逐步建立，不同运输方式合理分工机制开始形成，这就是人们出行的新常态。

这就必然造成大中小型公路客车市场的下滑，受高铁、民航、私家车、网约车影响，大中小型公路客车近几年的需求持续减少。2018年，大中小型公路客车市场行业销量预计4万辆，同比下滑29.3%。与之对应的是，轻型车市场需求比较稳定，保持在4万~5万辆这个区间段。这种下滑从2012年开始，至2015、2016年小幅回升，2017年连续两年下滑幅度在20%以上，而且这种下滑预计仍将持续。杜蓉判断，2019年，大中小型公路客车市场预计将继续下滑，年行业需求约3.6万辆。

从产品结构来看，大中小型公路客车市场结构已发生重大变化：客运持续下滑，旅游和团体结构明显提升，2018年，三者的比例为27.1%、33.1%和39.8%，相比8年前，可谓变化显著。2010年，三者的比例为53.9%、16.2%和30%。

从能源结构来看，新能源产品逐步得到市场认可，2015~2017年，受到补



杜蓉介绍2018年公路客车市场情况

贴政策的驱动，新能源公路客车在公路客车整体销量中的占比呈现快速上升，从21.6%上升至28.6%，与2015年新能源客车市场的疯狂表现相一致。2018年，新能源公路客车占比下降为13.8%，基于运营成本的优势，新能源开始逐渐被客户接受，预计后续占比将稳步提升。

三大细分市场 2019情况各不同

杜蓉对客运、旅游、团体3个细分市场做了进一步的分析。

客运，从长度段来看，2018年相比2015年，8~10米公路客车成为主体，占比41.6%；7~8米紧随其后，占比30.2%；11~12米大幅下滑，从原来的24.6%缩减为14.5%；10~11米也有所下降，占比为13.8%。客运市场产品需求呈现持续中小型化的趋势，这源于客户收益减少，更加关注车辆采购成本，缩短投资回收期。

受高铁、民航、私家车、网约车等交通出行方式的冲击和替代，公路客运客

流量大幅下滑，多数客运企业已经转型或准备转型。主要方向为城乡公交化改造、运游结合、通勤租赁、定制班线、高铁机场接驳。根据转型方向合理调整车型结构，其中不乏使用新能源客车来降低运营和维保成本。

旅游，目前，旅游客车市场行业需求主要集中在11~12米、8~9米、6~7米，客户构成呈现日益多元化的趋势。除了旅游公司，2018年，传统客运、公交、团体客户采购旅游客车的占比已超过30%。

行业资讯

2018年快递行业最终成绩单出炉

1月16日，国家邮政局公布2018年邮政行业运行情况：2018年，邮政行业业务收入（不包括邮政储蓄银行直接营业收入）累计完成7904.7亿元，同比增长19.4%；业务总量累计完成12345.2亿元，同比增长26.4%。12月份，全行业业务收入完成763亿元，同比增长16.7%；业务总量完成1279.6亿元，同比增长26.2%。

2018年，邮政服务业务总量累计完成1988.8亿元，同比增长17.3%；邮政寄递服务业务量累计完成237.5亿件，同比增长

0.5%；邮政寄递服务业务收入累计完成368.3亿元，同比增长4.1%。2018年，全国快递服务企业业务量累计完成507.1亿件，同比增长26.6%；业务收入累计完成6038.4亿元，同比增长21.8%。其中，同城业务量累计完成114.1亿件，同比增长23.1%；异地业务量累计完成381.9亿件，同比增长27.5%；国际/港澳台业务量累计完成11.1亿件，同比增长34%。12月份，全国快递服务企业业务量完成54.2亿件，同比增长29%；业务收入完成609.6亿元，

同比增长17.3%。2018年，同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的22.5%、75.3%和2.2%；业务收入分别占全部快递收入的15%、51.4%和9.7%。与去年同期相比，同城快递业务量的比重下降0.6个百分点，异地快递业务量的比重上升0.5个百分点，国际/港澳台业务量的比重上升0.1个百分点。

行业资讯

2018年快递行业最终成绩单出炉

2018年，同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的22.5%、75.3%和2.2%；业务收入分别占全部快递收入的15%、51.4%和9.7%。与去年同期相比，同城快递业务量的比重下降0.6个百分点，异地快递业务量的比重上升0.5个百分点，国际/港澳台业务量的比重上升0.1个百分点。2018年，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为81.2，较1~11月下降0.1。

游市场受旅游大势带动，前景向好，但基于民众需求升级，旅游出行方式多样化，自驾、小型化包车等分流需求，传统旅游包车需求增长缓慢。

团体，从长度来看，团体市场需求，主要集中在10.1~11.4米和7~8米前置。其中，7~8米：政府、高端接待、中小客户，团租、自购客户皆有；10.1~11.4米：低价大座位数，性价比高，部分兼顾旅游、租赁综合用途，多为团租客户；12米：大座位数，且车内空间大，舒适度高，主要为自购客户；新能源：用于城市内通勤业务，主要为团租客户购买。

杜蓉预计，2019年，团体市场行业量约15430辆，同比下滑3%。其中，传统团体客车2018年行业需求保持稳定，由于受经济持续下滑影响，2019年预计下滑3.1%。新能源团体客车在自产自购类需求退出后，市场仍有刚性需求，2019年，预计下滑2.3%。

商车

李笃生：缺乏有效驱动 2019公交车市场仍将下滑

■ 商用车

1月11日,由中国公路学会客车分会主办的第16届客车市场研究会在江苏丹阳召开。中通客车品牌部部长李笃生对2018年公交客车市场进行了分析,对2019年的市场进行了预判。

2018年公交客车 销量超过座位客车

2018年1~11月,座位客车下降14.2%,公交客车增长4.9%,校车下降22.7%,公交客车成为惟一增长的细分领域。从销量来看,公交客车挑起整个客车行业的大梁。这其中,公交客车的发展严重依赖于新能源政策,受补贴政策出台时间和实施时间的影响,2018年,公交客车市场呈现出前高、中低、后高的走势。

由于传统座位客车持续下滑、增长乏力,惟有新能源公交车“一枝独秀”,公交客车在行业中的重要性进一步提升,开始成为客车市场主力。2018年,公交客车销量超过座位客车,成为我国客车市场发展的重要里程碑,占行业总销量的比重已经达到45.7%。

2018年,预计全年整体公交市场容量在10万辆左右,与2015年和2017年基本持平。从产品结构来看,8米、10米公交客车已成为市场主力,并仍在持续增长;12米公交车下降幅度较大;10米以上客车有占比逐步放大的趋势,将成为未来的主力。

这源于政策的指引和导向,李笃生表示,2013~2015年,补贴新政按照分米段进行补贴,当时的政策向6~8米纯电公交倾斜,6~8米车型在2015年大爆发;但2016年补贴新政推出后,政策向8米以上车型倾向,加上8米以上车型为公交市场主力车型,所以产品结构分布回归正常。



李笃生

产品结构同样受到政策的导向呈现两极分化,插电式混合动力客车全面边缘化,市场占比持续减少,在新能源客车中,占比从2016年的14%降为8%,而纯电动客车的占比高达91%,余下为氢燃料电池客车。

在新能源公交客车高

歌猛进的同时,传统公交客车大幅下滑41%,降幅持续扩大,公交客车的新能源化已经势不可挡。

2019年公交客车 预计下滑5%~10%

在这一个大趋势下,2019年,公交客车市场将

呈现什么样的发展趋势?

李笃生判断,预计2019年,5米以上公交客车销量在9万~9.5万辆左右,同比略有下降5%~10%。其中,新能源公交客车将达到8万~8.5万辆左右,同比下降5%~10%。

这一判断基于以下因素:补贴退坡及数年的突击式采购,使2019年公交市场仍处恢复期;目前,公交客车存量过剩及公交客流下降,将为市场恢复至2016年水平形成阻碍。

一方面,此前披露的2019年新能源汽车补贴政策显示,2019年的新能源汽车补贴将会整体降低40%,并且补贴的门槛也将大幅度提高。新能源客车补贴政策将再度退坡,补贴驱动进入尾期。

另一方面,近年公交客车的突击式采购及大量的二手公交车,使2019年公交市场新增动能减弱。

李笃生表示,2012年以来,公交客车迅速增长,2015、2016年更是加速增长,形成了4次年终疯狂。这种疯狂的采购,为2019乃至未来几年的公交客车调整埋下伏笔。

与之相反的是,公交车辆的数量、线路和里程不断增长,客运量却连年萎缩,从需求端抑制了未来的公交车辆采购。

尽管未来公交客车市场挑战较多,但市场持续发展的利好因素仍在:一是,市场对于坡退已经逐步适应,新能源客车成本的不断降低和性价比的不断提升,将在一定程度上对冲这种坡退;二是,各地公交公司依然有硬性置换要求;三是新能源公交车运营补贴;四是新能源客车认可度提高,用户满意度较高,新能源公交车刚性需求,将成未来市场的主要支撑因素;五是新能源公交出口,或能为行业带来惊喜。

企业直通车

从四项大奖看中通客车的“发展逻辑”

1月10日,“中国客车行业领军企业奖”、“中国客车行业杰出人才奖”等荣誉的取得,是对中通客车多年发展成绩的认可。

自1971年开始专业生产客车以来,中通客车始终位于行业发展的前列。

近两年,在纯电动、混动等新能源客车产业日益成熟的基础上,中通客车再次将发展的目光锁定在氢燃料电池客车、智能驾驶客车等新兴产业项目上。

在氢燃料客车领域,中通客车已经形成了包括公交、客运、高端商务、物流等在内的全系列产品。在智能驾驶领域,中通智能驾驶客车在2018年11月正式亮

相,并实现了开放路况的示范运营,展示了可靠的性能。

1月12日,2018~2019中国客车行业年度盘点评选活动结果正式揭晓,中通LCK6809D5X小学生专用校车获得“安全无忧校车之星”的荣誉。

荣誉是对中通校车产品的认可,更是对中通校车市场发展成绩的认可。2018年,我国校车销量为15627台,同比下降26%,与此相应,中通校车销量实现逆势增长,全年销量同比增长11.8%,稳居行业前列。

2019年“新能源客车推荐车型”的桂冠则由中通LCK6809EVG获得。2015年,中通8米纯电动公交正式推

向市场。2016年,其便以8000余台的销量成为当年的行业“冠军产品”。2017年,在8米纯电动公交车型销量排行榜的前十名中,中通8米纯电动公交独占四席,再次闪耀市场。

进入2018年,中通8米纯电动公交延续着强势的表现,成为中通客车市场开疆扩土的一员“悍将”。

四项大奖是对中通客车市场、产品成绩的认可,坚持绿色品牌发展,以安全可靠为产品“立身之本”,从诞生之初的“精雕细琢”,到发展成熟的“定制性”优化提升……这是中通客车的发展逻辑所在。

孙敬明

2018年：货车小幅增长 客车颓势难挽

■ 本报实习记者 王宣文 / 图

2019年1月14日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布了2018年12月以及2018年年度汽车产销数据，并对2019年中国汽车销售市场进行了预测。

12月：客货产销均增 客车环比增速明显

12月，商用车生产42.75万辆，环比增长13.88%，同比下降0.98%；销售42.84万辆，环比增长14.43%，同比增长5.24%。在商用车主要品种中，与上月相比，货车和客车产销均呈增长，客车销量增速更明显；与上年同期相比，货车产销保持小幅增长，客车下降较快。

数据显示，12月，货车产销37.42万辆和36.36万辆，环比增长15.70%和11.42%，同比增长2.55%和9.60%。客车产销5.34万辆和6.48万辆，环比增长2.54%和34.92%，同比下降20.19%和13.93%。

从货车细分领域来看，12月，重型货车产销9.85万辆和8.25万辆，产量环比增长9.38%，销量下降7.53%，同比增长6.11%和24.58%；中型货车产销1.47万辆和1.43万辆，环比增长24.41%和12.91%，同比下降41.80%和41.12%；轻型货车产销19.68万辆和19.75万辆，环比增长16.65%和20.45%，同比增长1.67%和1.05%；微型货车产销6.41万辆和6.93万辆，环比增长21.51%和14.60%，同比增长20.59%和51.20%。

从客车细分领域来看，12月，大型客车产销1.09万辆和1.23万辆，环比增长19.66%和42.60%，同比下降40.16%和39.31%；



中汽协信息发布会答记者问

中型客车产销1.05万辆和1.28万辆，环比增长29.59%和71.61%，同比下降26.93%和23.15%；轻型客车产销3.20万辆和3.98万辆，产量环比下降8.22%，销量增长24.30%，产量同比下降6.77%，销量增长3.39%。

2018年度：产销“货增客降” 重型货车产销均破百万辆

2018年，商用车产销427.98万辆和437.08万辆，同比增长1.69%和5.05%。其中，货车产销379.07万辆和388.56万辆，同比增长2.93%和6.94%。客车产销48.91万辆和48.52万辆，同比下降7.03%和7.98%。

从货车细分领域来看，2018年，重型货车表现亮眼，产销突破110万辆，分别达到111.24万辆和114.79万辆，产量同比下降3.24%，销量增长2.78%；中型货车产销17.26万辆和17.72万辆，同比下降26.25%和22.66%；轻型货车产销187.78万辆和189.50万辆，

同比增长8.02%和10.24%；微型货车产销62.80万辆和66.56万辆，同比增长12.01%和17.08%。

从客车细分领域来看，2018年，大型客车产销7.81万辆和7.70万辆，同比下降16.21%和18.21%；中型客车产销7.50万辆和7.36万辆，同比下降11.92%和13.28%；轻型客车产销33.59万辆和33.46万辆，同比下降3.37%和3.92%。

中汽协秘书长助理陈

士华表示，2018年，汽车产销增速低于预期，从全年的数据来看，2018年，汽车销量累计增长率为-2.8%。但是重型货车表现亮眼，销售量突破110万辆，这是许多业内专家都没有预料到的。

2019年：商用车 预计有微增 销售440万辆

发布会现场，中汽协秘书长助理许海东分享了

中汽协对2019年中国汽车销售市场的判断。

中汽协预测，预计2019年全年，汽车销量为2810万辆左右，与2018年持平。其中，商用车市场受到宏观经济、环保治理、国六排放等因素影响，预计会有所微增。商用车预计销售440万辆，同比增长约1%。

其中，针对2019年7月1日起正式对重型柴油车实施国六标准，是否会导致重型柴油车在2019年的销量呈现出前增后降的趋势，陈士华认为，国家针对汽车工业的政策有许多，不止是国六排放标准这一项，现在对此进行预测，还为时尚早。

中汽协副秘书长师建华表示，2019年，将是国内汽车市场竞争更加激烈的一年，车企的日子可能会更难过。但是从另一个角度来看，市场太好可能会保护落后。未来的汽车市场竞争会很激烈，但是越是在竞争中成长起来的企业越有战斗力，在竞争中保留下来的企业才能成长为真正的中国品牌。

货车分车型销售 (单位：万辆)

	2018年	2017年	增减
货车总计	388.6	363.3	25.2
中、重卡	132.5	134.6	-2.1
轻卡	189.5	171.9	17.6
微卡	66.6	56.8	9.7

客车分车型销售 (单位：万辆)

	2018年	2017年	增减
客车总计	48.5	52.7	-4.2
大型	7.7	9.4	-1.7
中型	7.4	8.5	-1.1
轻型	33.5	34.8	-1.3

2019年新能源汽车 真正进入优胜劣汰阶段

■ 商用车

1月11日下午两点，随着陈清泰理事长“欢迎大家来参加理事会和中国新能源汽车发展10年的总结和对未来展望会议”的开场白，中国电动汽车百人会论坛（2019）的第一场会议拉开了帷幕。

百人会的闭门会，是内部一次重要的讨论研讨会，每年除了讨论百人会的工作以外，还要讨论行业发展当中的一些热点和重大问题。今年的闭门会，重点讨论了中国新能源汽车发展10年的成就经验和可以提高的内容，展望了新能源汽车未来发展前景和趋势。

中国科学院院士、中国电动汽车百人会执行副理事长欧阳明高，首先代表百人会作了2018年的工作总结和2019年的工作设想。2018年，中国电动汽车百人会开展了包括论坛活动、课题研究、产业培训等6个方面的活动。2019年，将进行包括加强国际交流、办好双创平台、服务地方发展等七项重点工作。

对于2018年我国新能源汽车产业的发展，他用6句话予以概括：政策逐步完善；新能源汽车及相关领域推广规模保持良好态势；企业布局力度加大；核心技术取得突破；私人消费者对电动汽车的认可度逐渐提升；中国电动汽车发展受到全球关注。

对2019年新能源汽车的发展态势，他用7句话加以判断：汽车产业进入平衡发展阶段；市场进入真正的优胜劣汰阶段；企业发展模式与政策体系都将改变；禁燃渐成趋势；汽车变革与能源、交通、环保革命的协同进一步增强；物流领域将是交通电



随着补贴退坡，真正具有实力的企业将会在这场竞争中胜出

动化的新重点；氢能产业前景可期。

他还提出了需要引起新能源汽车产业重视的六大问题：一是新能源汽车补贴政策的衔接问题；二是营商环境问题；三是本土整车与零部件行业整体竞争力问题；四是新能源汽车安全问题；五是新能源汽车上游资源保障问题；六是商业模式创新问题。

中国汽车工业协会常务副会长董扬、中国汽车工程师学会常务副理事长张进华、中国汽车技术研究中心有限公司董事长于凯、中国汽车工程研究院有限公司总经理万鑫铭，4位百人会特聘行业专家发表了对新能源汽车10年来产业发展和未来发展的一些看法。

董扬认为：中国电动汽车的发展，促进了世界电动汽车的发展；我国采取的政府全面引导、政策推动市场、市场推动产业技术进步的模式是成功的；他同时指出，我国新能源汽车高速发展的同时，也

出现了一些问题，要正视存在的问题，努力去解决存在的问题。他指出，我国电动汽车应该注重高质量发展，但要更加注重发展质量。

张进华谈了三点认识：第一，政策仍然是未来我国新能源汽车可持续发展的一个重要保障；第二，应该科学认识新能源汽车技术发展的阶段，合理推进新能源汽车的应用进程；第三，理性地推进燃料电池汽车的研发和应用。

于凯提出了四点建议：第一，加快顶层设计，统筹协调，制定战略规划；第二，健全制度体系，加快出台后补贴的政策；第三，深化对外开放，不断提升国际竞争能力；第四，坚持创新驱动，突出科技引领的支撑作用。

万鑫铭提出两点意见三条建议。两点意见是：理性看待当前汽车产业的现状和发展；理性的看待当前新能源汽车产业的发展。

三条建议是：以目标

为导向，进一步厘清未来产业，特别是汽车产业发展的新生态；坚持以问题为导向，解决当前存在的发展的困难，特别是在产品技术及技术路线选择上；立足长远，做好未来15年或者10年长远规划，做好顶层设计。

大会随后进行了自由发言。

小鹏汽车董事长何小鹏，中国工程院院士陈清泉，中国工程院院士陈立泉，江淮汽车董事长安进，蔚来联合创始人、总裁秦力洪，天际汽车董事长兼CEO张海亮，天津力神股份公司的总裁郑宏宇，青岛特瑞德电气股份有限公司董事长于德翔，大众汽车中国执行副总裁张绥新，戴姆勒大中华区执行副总裁冷炎，宝马中国区CEO高乐，日产（中国）投资有限公司董事长西林隆，现代汽车（中国）投资有限公司总裁李赫俊，比亚迪股份有限公司董事长王传福，奇瑞汽车有限公司董事长尹同跃，南京

金龙汽车董事长黄宏生，中国电工技术学会名誉理事长周鹤良，中国工程院院士吴锋，德国汽车工业协会董事总经理Joachim Damasky，美国加州大学戴维斯分校交通研究院院长Daniel Sperling，中国普天信息产业集团有限公司总经理陶雄强，中国汽车工业咨询委员会主任安庆衡，丰田汽车（中国）总裁前川智士，零跑汽车董事长朱江明，上海国际汽车城有限公司总经理荣文伟，bp中国总裁杨筱萍，北京市科委新能源与新材料处处长许心超，上海新能源汽车推进办公室主任刘建华等嘉宾，争相表达了对我国新能源汽车10年发展取得成绩的肯定和对未来发展的展望与建议。

最后，陈清泰作了总结发言。他指出，中国搞了10年电动汽车，取得的效果归纳为一点，就是赢得了先发效应。在这10年中，中国电动汽车产业几乎每年上一个台阶，市场对电动车的认可程度一年比一年提高。原来完全靠政策推动的市场，转向了政策和市场双驱动。他同时指出，从现在开始到2020年是一个节点，我国电动汽车产业面临着严峻挑战，一个是补贴政策退坡；另一个是外资大举进入。对中国汽车企业来说，这是巨大挑战。他建议，中国企业应该以和平的心态对待，一要认认真真做好自己的工作，提高自己的核心竞争力；二要虚心向外资学习。

本届会议共有268名理事和特邀嘉宾参会，其中包括欧阳明高、陈清泉、陈立泉、孙逢春、吴锋等两院院士；王传福、安进、尹同跃等知名企业。

陈清泰：电动车已经进入产业化阶段

■ 商车

在中国电动汽车百人会论坛上，中国电动汽车百人会理事长陈清泰判断，电动汽车已经进入了产业化阶段。

他表示，要评估这次汽车革命影响的深刻程度，就要跳出电动汽车的局限，放眼未来的能源、交通和城市；要充分获得汽车革命造福社会的效能，就要将未来的汽车、能源、交通、城市看作一个相互交融的整体来部署、规划和推进，才能取



陈清泰

得好的效果。

陈清泰分享了几点他

的看法：第一，汽车革命与能源革命协同，将大幅

度改善能源结构。

第二，电动化需要放在绿色化的基础之上。

可以预期，到2025年前后，电动汽车的性价比将超过燃油车，太阳能和风能等发电成本低于化石能源，市场将以强大的力量驱动电动汽车发展和能源结构转型，以日益加快的步伐走向零排放公路交通。

第三，共享出行，有望重构城市交通。

第四，跨界技术和造

车新势力的加入，增强了创新活力。

第五，协同发展，需要加强顶层设计。

陈清泰表示，这次汽车颠覆性变革的底层是可再生能源，是电动化、网联化、智能化、共享化的高度融合。而这几个方面，恰恰都是我国近年来发展状况较好的新兴领域，有一定的比较优势。“如果把握得好，我们有可能成为一个赢家。”

李冶：2019将加快柔性充电技术推广应用

■ 商车

国家能源局监管总监李冶在中国电动汽车百人会论坛2019上表示，2018年11月份，国家能源局会同国家发改委、工信部、财政部，联合印发了《提升新能源汽车充电保障能力行动计划》。力争用3年的时间，大幅度提升充电技术水平，提高充电设施的产品质量，加快完善充电标准体系，全面优化充电基础布局，显著增强充电网络互联互通能力，加速提升充电运营服务的品质，进一步优化充



李冶

电基础设施的发展环境和产业格局。

李冶表示，2019年，

能源局将扎实组织推进我国充电基础设施的发展，主要有3个方面的

工作要做。

第一，支持探索创新充电商业模式。初步想借鉴各国先进经验，会同相关部委加大协调力度，来督促车企深度参与充电运营服务，支持整车企业向充电服务运营商购买配套服务，更好地发挥车企引领作用，促进车桩协同发展，提升用户的充电体验。

第二，加快推动先进的技术研发，加快柔性充电技术推广应用。加强无线充电、智能充电等关键技术攻关，在重点领域开

展充电设施与电网互动实验示范。加强装备研发，做好技术储备，适应未来电动汽车大规模发展的智能互联变革，迎接电动汽车的新时代。

第三，推动充电服务平台的整合发展，积极发挥充电基础设施，促进联盟等行业协会组织的作用，在各运营企业信息平台基础上，利用中央财政资金的杠杆作用，加快推动国家级服务平台的整合发展，为新能源汽车用户提供更加智能、便捷的充电服务。

企业直通车

宇通领衔客车产业“氢”时代

2019年1月11~13日，中国电动汽车百人会论坛在钓鱼台国宾馆隆重举行。国家电动客车电控与安全工程技术研究中心副主任李飞强发表了主题为《宇通燃料电池公交车示范运营进展》的演讲。

这是自2018年以来，宇通客车第二次以“氢能”为主题亮相百人会。活动外场，宇通ZK6125FCEVG5燃料电池客车再度亮相。不同的是，

经过一年的探索升级与市场拓展，该车已在张家口、郑州等地示范运营，正式迈入商业化阶段。

在宇通客车看来，充分认识氢能与燃料电池技术的复杂性、探索创新，培育具有全球竞争力的氢燃料电池客车产品，推进氢燃料电池客车批量化示范运营，是一项长期而艰巨的必要任务，更是责任所在。

李飞强介绍，早在

2009年，宇通客车就开始研发燃料电池客车，迄今为止已有十年历程。2012年，宇通正式组建专职燃料电池客车研发团队，大力布局氢能领域，并率先取得首个燃料电池商用车资质认证、公告，组建行业首个燃料电池与氢能工程技术研究中心。

近年来，通过燃料电池客车整车集成与控制、动力系统匹配等关键技术突破，宇通氢燃料电池客车已完成三代产品开发，在系统使用

寿命、环境适应性等方面均得到大幅提升，续航里程进一步加大。

车型方面，宇通客车已完成10米、12米“双配置”燃料电池公交、9米燃料电池团体车等热门车型，并已完成小规模示范运营。

为了让用户更好的了解并使用氢燃料客车，宇通在产品和服务等方面，还下了更多功夫。

李飞强介绍，宇通氢燃料电池客车，整车通过碰撞、

涉水、可靠性等路试试验，安全、可靠性方面得到充分验证；同时，为进一步验证氢燃料电池客车的整体性能与运营效果，宇通客车率先在行业内开展了低温启动、负排放等多项试验。

宇通相关负责人表示，未来，以推动产业进一步发展，构建和完善氢能发展生态为己任，宇通氢燃料电池客车还将打造更多市场样板。

商车

部分国家制定零排放时间表 2030年是多数选择

■ 商用车

1月12日,中国电动汽车百人会论坛2019,以“全球零排放与全面电动化大会”为主题的高层论坛,邀请了多个国家和地区的嘉宾来分享他们的经验。

首先,欧盟委员会气候行动总司司长 Artur Runge—Metzger 在演讲中表示,变革的重要推动力是法律法规,欧盟有一个新的二氧化碳排放标准:乘用车和货车到2030年要降低30%二氧化碳排放,使得欧盟能够在2030年之后实现去碳化。“我们需要和中国以及全世界其他国家开展合作,才能够进一步推动这项旅程。”

他介绍道,欧盟制定了2050年全面去碳化的目标,在不同的交通运输

领域,欧盟把关注点放在了乘用车、货车以及巴士,并制定了新的二氧化碳的排放标准。对于乘用车和货车,到2030年,需要降低30%的二氧化碳排放,以此来应对2050年全面去碳化的目标。

印度国家转型委员会首席顾问 Anil Srivastava 表示,全球污染最严重的城市,有14个都在印度,87%的碳排放都是来自于车辆。因此,大力发展零排放汽车,对于印度而言有着现实的意义。

怎么降低污染,减少排放?印度从两方面同时着手。Anil Srivastava 表示,一方面是能源结构的调整。“我们要充分利用我们的可再生能源,提升发

电当中可再生能源的比例,在未来10年要达到超过50%,从化石燃料为主的能源结构向可再生能源为主的结构过渡。”另一方面是车辆结构的调整。未来,印度2500万辆车辆的生产当中,会有相当比例来自清洁车辆。

美国加州能源委员会委员 Janea A.Scott 表示,在加利福尼亚41%的温室气体排放,都来自于交通行业,所以要做零排放汽车,这样才能够实现气候的目标。

英国在2040年,所有的新车和货车都要实现零排放。英国交通部电动汽车设施部主任 Tomas De Staic 表示,实现这一目标主要依靠电动化,在2030年政府公有车辆,首先要

完成向超低排放车辆转型。他还特地举了国际合作的例子,通过与吉利在出租车领域的合作、与比亚迪在公共交通领域应用纯电动巴士,帮助了英国通往低碳之路。

挪威驻中国环境参赞 Ingvild Anereassen Saeverud 表示,挪威希望在2025~2030年这个时间段,所有新增的私家车和货车实现零排放。公交车同样如此,通过使用生物沼气或者纯电动做到零排放。除了电动车,海上交通(如渡轮)也将逐步推广电动化。为此,挪威政府去年宣布,将把强有力的补贴、税收激励政策延续至2021年。

荷兰的时间节点跟挪

威基本一致。2025年,新增公交车需要做到零排放,2030年开始,所有的公交车都要零排放。物流领域,荷兰也提出了零排放的计划,通过采用轻型电动卡车以及智能网联汽车实现物流的更高效与超低排放。

“总的目标是:2030年,让100%销售的新车变成零排放。因为荷兰有50%的国土是在海平面之下,如果气候变化,有1/2的荷兰国土会消失。”荷兰基础设施与水资源管理部可持续出行高级顾问 Gerben Passier、汽车与燃料处负责人 Elizabeth Maria de Wit 说道。

在氢能方面,荷兰也有所行动,预计2020年,加氢站可达到20个。

商用车新闻网

Http://www.cvnews.com.cn

深度原创 全媒体平台发布



大通EV30：为城市物流而生 解决三大客户痛点

■ 商用车

在城市末端配送解决方案上，一款真正基于纯电动物流车架构的产品来了，它就是上汽大通纯电智能物流专家EV30。

2019年1月14日，上汽大通在海南博鳌举行了以“智·创未来”为主题的发布仪式，宣布又一款新能源车型、纯电智能物流专家EV30正式上市，官方指导价格区间为126900~181700元（未扣除国补地补）。

在仔细了解这款产品后，《商用汽车新闻》记者最大的感受是：在商用车领域，上汽大通不做则已，一做就要做到最好。

全新正向开发的智能纯电物流车

不同于一些企业基于油车的架构把油车改为电车，上汽大通EV30天然为纯电而生、为城市物流而生。上汽大通MAXUS EV30不但采用行业首创的纯电动专属平台架构，而且结合物流需求全新标定，是纯电智能物流专家。

作为一款全新正向开发的智能化纯电动产品，EV30在诸多方面领先行业：电池包空间规整，并同步考虑大电量布置，保护框架优化，防撞能力大大提升；业内首次采用轻量化铝车身框架，整车减重200公斤，达到了同级别产品中的最高水平；通过布置优化，EV30地板离地高度仅540毫米，这一数据在同级最低，更便于装卸物品；该车前后轴质量分布合理，采用70kW、220N·m的同级最大电机，使用户常用的0~50km/h加速性能提升25%，并且仅需5.3秒，堪称同级最强动力；同时，最大爬坡度达到30%。

在关键的电池寿命、续航里程上，EV30均进行了进化，实续航最佳、能耗最低、充电最快、电池耐用，满足城市物流效率及效益的需



上汽大通纯电智能物流专家EV30

求。上汽大通MAXUS EV30续航里程达400km，可有效节约用户时间成本，满足物流高强度运营。即使最低的电量配置35kWh，运营里程也可达280公里，足以满足城市物流配送的需求。

此前，从事城市物流配送的企业曾经测算过，150~400公里的距离，使用纯电动物流车最经济，EV30恰好就在这一区间。按照一年行驶3万公里来计算，对于EV30来说，电费只需3300元，既比同类产品减少20%，又比同类燃油车节约1.2万元，适合物流运输客户低成本使用需求。-30℃~+50℃，EV30高可靠性的电池均可正常使用，甚至在使用5年或行驶20万公里后，电池包的储电能力仍能保持在80%以上。

为了打消用户的后顾之忧，EV30还推出了电池5年或30万公里的质保，高于行业标准。

真正考虑到城市物流配送的痛点

在装载空间、充电方式上，上汽大通EV30充分考虑到城市物流配送企业的痛点，希望有不低于传统燃油车的装载能力，同时充电方便快捷。

对物流行业来说，装得多、跑得快、周转效率高是硬道理。为此，EV30内部宽度设计为1706mm，使装载容积扩大5%，最大载货空间达6.3立方米，在同类产品中载货空间最大。加上同级最低的地板离地高度，用户可以在最少物流次数中完成最多货物运输。

上汽大通EV30可提供直流、交流、快充、慢充多种充电方式，充电15分钟，上汽大通MAXUS EV30续航即可达100km，45分钟可充至80%电量，方便用户在配送货的间隙轻松补电。

为满足客户的特殊需求，上汽大通还开发了VTL供电模式，可对车辆应急供电，可连接外部用点装置，广泛适用于道路救援、野外施工、电器供电等场景。

此外，针对一些客户希望方便管理车辆、实现车桩对应充电的需求，EV30还可提供充电桩-VIN码匹配识别的功能，可以实现车辆与专属充电桩一一对应的功能。

智能方面，EV30也可圈可点。凭借上汽大通先进的蜘蛛智联系统，EV30灵活实现大数据在企业、车、人、道路的互联互通，打造定制化智能车队管理平台。通过整合车辆调度、车辆使用、

安防监控、运营管理、远程升级等多项实用功能，上汽大通MAXUS EV30为用户提供从购车开始的全流程服务。

在车辆调度上，EV30就像一位“私人助理”，既可帮助用户编辑车队分组、发送任务，还能灵活调配车队车辆。送货中，用户可以享受在线语音导航、微信通讯、远程车控车况及充电桩查询以及智慧停车等便利操作。安防监控方面，EV30提供电子围栏、车况诊断以及安防控制功能，规避掉配送途中可能出现的故障等问题。此外，随时查看车辆历史轨迹、对司机驾车行为进行客观评价、生成运营报表、维保预约等功能，能够让用户对车辆管理一目了然。

值得一提的是，蜘蛛智联系统还支持二次开发定制，为各类企业提供完善的用车管理解决方案，目前已有多家物流企业在洽谈合作。当系统升级时，用户无须进4S店操作，而是可以OTA在线迭代升级，节约用户宝贵的时间。

助力绿色高效智能的城市物流

可以说，城市末端配送的现实痛点，EV30都一一考虑到了，并且做到更进一

步：针对不同客户的个性化需求，EV30均可满足，这源于EV30背后的大杀器——蜘蛛智选C2B。作为C2B大家族的一员，EV30采用上汽大通业内首创的C2B大规模智能定制模式，拥有为用户深度定制最契合自己需要的产品和服务的独特优势。

通过“蜘蛛智选”智能选配器，用户可享受在线选配、在线选择经销商、日历订车、订单跟踪、定金支付等智能定制功能，还可根据自己的实际使用场景和需求，从轴距长短、电量大小、尾门打开方式甚至快充或慢充等丰富选项中选择对应配置，从而获得一辆运输路上真正想要的好助手。

随着我国成为全球最大的新能源车市场和世界第一快递大国，国家将结合城市配送需求，制定新能源城市配送车辆便利通行政策，改善车辆通行条件，并促进“互联网+货运物流”的新业态、新模式发展。可以预见，随着“汽车新四化”中的电动化、智能化、网联化相结合，物流配送新能源车市场将不断创新提速。

上汽大通此次上市的EV30系列产品（包括新能源微客、微卡、方厢车），是解决末端物流痛点、打造新能源智能物流链的关键一环。至此，上汽大通的新能源智能物流解决方案可涵盖电商快递、城配物流、小微企业物流、智能移动仓储、末端智能配送等各类使用场景，并使运营方、驾驶者、仓储、道路等方面的每一个数据，都可通过智能共享发挥价值。凭借绿色低碳、智能网联、智能定制、实用空间、安全可靠的的优势，基于行业首创纯电动专属平台架构与智能后台服务，上汽大通MAXUS EV30将使城市物流更绿色、高效、智能、便捷和可靠，让人们享受更加美好的城市生活。

2019商务年会武汉召开

东风汽车股份正式发布 “163倍增”中期事业计划

■ 商用车

1月15日，东风汽车股份有限公司（以下简称“东风汽车股份”，英文简称“DFAC”）在武汉召开了以“聚焦客户，突破转型”为主题的2019商务年会。

东风汽车集团有限公司党委常委、总会计师乔阳，东风汽车有限公司副总裁、东风汽车股份有限公司董事长丁绍斌，襄阳市政府相关负责人代表，东风汽车股份领导班子成员、各职能部门代表、各事业单元负责人代表及来自全国各地的经销商、供应商、合作单位代表、用户代表及新闻媒体记者700余人汇聚一堂。大会由东风汽车股份党委书记郭涛主持。

东风汽车股份总经理陈彬作总经理主题报告，回顾总结2018年经营成果，筹划布局2019年发展新举措，阐述了“聚焦客户、突破转型”的意义，并正式发布了“163倍增”中期事业计划（2019~2023）。

聚焦主业、逆流而上 DFAC跑出加速度

作为东风公司轻型商用车领域的唯一承担者，DFAC走过一条曲折不凡的道路。经过成本战略的转型调整、质量战略的转型提升，聚焦主业、聚焦客户的DFAC不断苦练内功、夯实基础，不断改革创新、突破转型，努力打造客户体验领先的产品和服务，全价值链体系竞争力得以增强，销量逐年跃升一个台阶。2018年，在宏观经济下行压力增大、政策法规趋严、商用汽车市场整体乏力等不利因素下，主动变革、不断突破的DFAC逆流而上，跑出加速度。

2018年，DFAC累计汽车销售突破15.4万辆，同比增长9%，全面跑赢大势；主业东风轻卡重回10万辆销量平台，同比增长9%；新能源汽车首次超过3万辆，



东风汽车股份2019商务年会现场

同比增长13%，在纯电动商用车领域已然处于行业第一阵营；东风轻型商用车市占率达7.4%，较去年同期提升0.5个百分点。

在细分市场领域，DFAC也可圈可点。作为一款打通“物流‘最后一公里’”的小轻卡车型——东风途逸兼具高颜值与高品质，满足客户短途运输需求，正式上市不到一年，实现销售突破7000辆，屡获行业客户大单，取得销量和口碑的双丰收，成为2018轻卡细分市场的一匹“黑马”；东风多利卡D9系列销量达到12000辆，同比增长150%；东风轻型工程车——东风福瑞卡千钧王厚积薄发，以良好的品质和服务赢得客户口碑，全年销售12715辆，同比增长19%。2018年，面对客车市场下滑、尤其是客车底盘市场下滑31%的不利局面，客车底盘市占率突破69%，连续8年保持流通底盘行业第一；东风御风A08燃油车及皮卡实现快速增长。

聚焦客户、深化改革 DFAC锤炼体系力

2018年，DFAC坚持推行客户文化，在全价值链推进以市场为导向、以客户

为中心的质量提升和改革创新。商企、研发领域重构清晰的中长期商品战略，建立客户导向的研发体系，不断提升商品竞争力，提升产品开发品质。

2018年，DFAC已完成国六产品全面布局，东风途逸小轻卡行业率先实现国六b标准升级，为国六攻坚战赢得市场先机。制造、采购领域，积极推动制造力和制造效率提升，构建面向客户的APW生产方式（日产-雷诺联盟生产方式），产品初期品质和耐久期品质都得到增强；构建中高端供应商平台，市场VES（车辆评价系统）品质不断提升，市场部品不良率显著下降。

营销、服务领域，积极加速营销转型，深挖客户需求，以品质和服务感动客户。同时，以差异化定制锁定行业客户需求，全面提升行业客户营销体系能力，真正实现价值营销。2018年，东风轻型专用车在环卫、清障、冷藏、房车、危化等重点行业实现跨越式增长，销售接近3万辆，在轻型商用车改装车行业保持第一位。以市场需求为导向，整合东风轻卡、新能源、工程车售后服务业务资源，成

立客户服务中心，建立快速响应机制，积极拥抱客户，消除抱怨。

管理方面，持续推进组织人事效率双强化工作，精简职能部门、优化科级机构，实现“小机关、大事业部”的组织形态；500万元重金奖励科技创新人才、百万元年薪竞聘，吸引营销人才奋战市场，全员掀起干事创业的激情，不断夯实创新发展的基石。

正是基于以客户为中心的企业经营理念，DFAC不断实现产品质量水平的提升，全价值链体系竞争力不断增强，产品口碑和美誉度不断提升，东风轻卡4T平台系列车型NTBS调查总体满意度位居行业第一。

聚焦市场、突破转型 发布“163倍增计划”

会上，东风汽车股份总经理陈彬在商务大会上正式发布了命名为“163倍增计划”的公司中期事业计划。即“1”代表着DFAC将达成LCV行业质量第一；“6”代表着将从围绕市场战略的6个方向进行突破发展；“3”代表着到2023年，将完成30万辆挑战目标。DFAC将始终坚持“致力于成为客户

体验领先的轻型商用车企业”的企业愿景，实现“智慧物流最佳解决方案的合作伙伴”的企业定位，全面贯彻落实市场战略。

未来，DFAC将持续推进以客户为中心的质量提升活动，推进联合开发中心建设，通过积极导入新一代战略轻卡T17、通过平台化建立提高通用化，实现质量水平达成国内轻型商用车领域第一。经过公司内部3次大规模的研讨，DFAC制定了围绕市场战略，推进6个突破，包括2个转型（商品转型突破、业务转型突破）、2个提升（营销及服务能力提升、研发制造能力提升）、2个支撑（体制机制深度市场化改革支撑、企业文化支撑），完成公司战略转型升级的中期事业方向。

围绕市场战略，通过商品转型突破、业务转型突破、营销及服务能力提升、研发制造能力提升、体制机制深度市场化改革支撑、企业文化支撑6个突破方向，到2023年，DFAC将用5年的时间实现销量目标挑战30万辆，力争市占率达到16%，恢复行业领先地位。

此外，本次商务年会，东风汽车股份还对2018年度优秀经销商进行了表彰，并对公司多年坚持的特色公益项目——“卡车兄弟爱心基金”进行现场捐赠。

“人到半山路更陡，船到中流浪更急”。面对已经到来的2019年和寒流来袭的国内车市，DFAC深感一份重大的责任和使命，也拥有继续超越的信心和动力。2019年，DFAC将以国六切换为契机深挖细分市场价值，实现重点市场突破、持续推进全价值链品质体系提升及制造能力提升、构建彻底的以业绩导向的薪酬激励制度及以客户为导向的组织机构改革等方面展开工作，力争汽车销量突破16万辆。

东风柳汽：2018稳步收官 2019冲刺6.9万辆

■ 商用车

岁末年初，重卡国六标准势不可挡，为2019年重卡市场带来了新的挑战。蓝天保卫战、国家基础设施建设投资计划，使得各重卡企业纷纷瞄准工程车、新能源车等细分市场。2019年，重卡市场已暗潮涌动，各重卡企业已做好战略部署，正摩拳擦掌，蓄势待发。

2019年1月11日，东风柳州汽车有限公司（以下简称“东风柳汽”）在广西柳州市召开了以“价值营销，促品牌向上；客户聚焦，创销量新高”为主题的“东风柳汽2019商用车营销年会”。东风柳汽总经理宣颖、副总经理唐竞等领导以及来自全国各地的经销商、服务商、配件商、合作伙伴、行业客户代表、新闻媒体等出席了本次会议。会议在总结2018年全年工作的同时，对2019年工作进行了部署和规划，晋级式销量目标制定，从5跨6近7。

2018年：稳中求进 商用车销量创历史新高

受宏观环境及政策法规影响，2018年中重卡市场先扬后抑，全年TIV同比下降3%，东风柳汽逆势增长，完成国内商用车销售55033辆，再创东风柳汽历史新高。其中，工程车销量大幅提升，同比增长28%。2018年，东风柳汽完成了重型、准重型、中型、轻型四大平台全面布局，全新商用车2.0平台产品成功切换，新平台累计销量占比94%。轻量化、智能化、电动化、共享化、网联化等“五化”技术布局初见成效。东风柳汽商用车在行业内率先践行数字营销，2018年，实现线上成交1801辆。新基地建设稳步推进，确保商用车年产能10万辆。



现场展车

《商用汽车新闻》记者获悉，地处广西中北部的柳州企业东风柳汽，乘着“一带一路”建设东风，作为东风公司面向东南亚的重要出口基地，坚持“商乘并举”重要发展战略，2018年出口汽车（含商用车与乘用车）超越4500辆。2019年也将继续发挥区位优势，针对海外市场，仅商用车销量目标就定为4000辆。

2019年：聚焦明星产品 挑战晋级销量目标

会上，唐竞针对2019年市场发展趋势作出了判断分析，“经济结构增长方式，由高速增长向高质量增长转化，要素驱动向创新驱动转变。商用车市场发展趋势，主要分为三块内容：高效物流带动大马力牵引车市场保持增长，黄标车淘汰带来车辆更新机会，基础设施建设促进城市渣土车需求保持旺盛。”

针对2019年中重卡市场总量预判，东风柳汽总经理助理、商用车销售公司总经理李克平给出了他

的答案，从经济结构转型、城镇建设加速还是环保治理法规趋严、物流及需求升级等多方面推测，市场容量预计达到105万辆，同比下滑14%，但总量仍处于历史高位。

2019年，将是东风柳汽商用车全新平台导入后的发力之年，挑战6.9万辆产销目标，其中国内6.5万辆。

针对这次晋级挑战目标，唐竞讲述了6点规划，“一是聚焦资源，分品系、分行业打造明星车型；二是创新突破，加快商用车新技术布局；三是打造钢铁网络，实现网络升级；四是推进商用车新能源4个‘一’工程建设；五是精准行销，践行以客户为中心的行销管理体系；六是合规经营，打造风清气正营销生态。压力与希望同生，通过产品突破、营销创新、渠道下沉、服务升级，全方位提升全价值链竞争力。”

产品层面，东风柳汽商用车2019年将通过平台化商品提升与模块化商品开发，来提高商品与用户运

营的匹配效率。通过明星车型打造，实现用户、经销商与柳汽三方共赢。李克平在营销报告中强调，“聚焦九大细分市场打造明星车型，为用户带来运营收益最大化，为经销商带来稳定销量和利润，为柳汽实现品牌价值提升。”

本次年会，会场外展示了数十辆柳汽商用车产品，其中部分展车为国六新品。李克平在会上表示，2019年，东风柳汽商用车产品将全系升级为国六排放标准。除了产品排放标准升级外，东风柳汽在提升产品配置及品质方面也是下足功夫。全新升级的乘龙H7 2019款也亮相本次年会，这款主要面向13升大马力长途配货物流细分市场的车型，在舒适、安全、可靠、省油、高效和智能等六大方面进行了78项技术升级，将为客户提供更优的运营解决方案。现场展出的还有乘龙L2EV轻卡、乘龙M3EV环卫车、载货车在内的纯电动车型，收获了不少现场用户青睐。

市场、渠道、服务、 金融齐发力

在市场营销方面，加速“五化”技术落地，抢占市场先机。夯实环桂，突破华北、华东，提升西南，培育西北。围绕价值营销，深入分行业物流生态圈，实施关键客户开发；深入客户群体，实施标准化、精准化营销活动，线上线下联动，创新客户行销。聚焦重点市场，结合产品、区域开展多维度推广活动。以“品牌+口碑”为提升主线，聚焦重点行业，开展精准传播，创新体验模式，借助新媒体营销，助力品牌口碑提升。

在渠道建设方面，围绕客户价值体现，强化经销商大客户行销、互联网营销、客户关系管理、金融服务、后市场业务、售后服务等六大能力建设，扶持与柳汽携手共进的战略合作经销商做大做强。

在服务方面，坚持以客户为中心，以能力提升为主线，加强包括运营能力、技术专业能力和客户维系能力、执行管理能力、配件保障能力在内的服务保障能力体系建设，为客户提供快速的维修服务和高效的增值服务。厂商协同进行主动市场预测，优化库存结构，缩短供货周期，综合全面提升客户满意度。

在金融政策方面，落实产品、行业、区域“3个聚焦”，提供更全面、更灵活的金融组合产品，更好地满足渠道和终端客户的需求，实现销量及盈利水平的提高。

2018年，东风柳汽商用车以5.5万辆销量谱写了新的辉煌！2019年，面对机遇与挑战并存的市场环境，东风柳汽显然已经做好充足准备，箭已在弦上，向着国内6.5万辆、海外4000辆目标全力进发。

福田奥铃6S店开业: 一站式服务还0利润售车

■ 本报实习记者 刘一乐文/图

东北这片黑土地,是我国重要的商品粮、原材料、能源和装备制造业基地,“振兴东北”战略实施以来,对现代物流的需求大大提升。多年来稳居国内中高档轻卡市场销量头把交椅的福田奥铃,一直将东北、尤其是吉林省视作福田奥铃业务发展的重要的区域。随着批发、零售、物流企业整合供应链资源,传统实体商品交易市场的转型升级,福田奥铃的市场保有量也在不断攀升。

2019年1月11日,东北亚国际机械城福田奥铃6S店开业盛典暨秋冬新品发布会在长春举办。东北亚国际机械工业高峰论坛、2019东北亚机械工业博览会、吉林省物流协会2019年会、鑫利达集团爱心基金启动仪式也同时举行。

6S店买车 省心、省钱、省时

“客户第一、经销商第二、奥铃第三。”福田奥铃事业部营销公司品牌副总经理张春来表示,奥铃是福田轻卡的核心战略业务,经过十几载的磨砺和发展,福田奥铃一直坚持以客户为中心,做好产品规划,提升产品性能。“奥铃6S店为客户提供一体化一站式服务,给客户最大的产品附加值,超越期待。”

东北亚国际机械城福田奥铃6S店更具汽车新零售特征,突破了传统4S店的整车销售、零配件、售后服务和信息反馈的汽车销售形式,创新性地加入了定制化和团购业务,并延伸到上牌、保险、车检、汽车金融、二手车交易等车辆全价值链业务,形成规模化、系统化的汽车销售服务综合体,实现顾客价值的最大化。通过6S店,福田奥铃在吉林



奥铃新捷运重载版劲擎上市

地区个体市场在做强的同时,也将布局并开拓专用车市场。

“订好车,客户就坐着喝茶、嗑瓜子、聊天,我们来办之后的所有程序,只要负责最后开回家就可以了。”东北亚机械(吉林)进出口贸易有限责任公司总裁王明认为,当下社会,人们的时间成本最高,一站式购车可以节约大量的时间,更大程度贴近用户的消费需求,提供优质的产品、有竞争力的价格、更周到的服务,达到让用户省心、省钱、省时的目的。“6S店的全部花销一定是比4S店低,这样客户省钱,商家也有钱赚,形成共赢的局面。”

东北亚国际机械城福田奥铃6S店的成立,是福田奥铃与经销伙伴鑫利达集团合作十余年之后的新起点。鑫利达集团销售福田奥铃旗下全品类车型,在全速发展中形成了庞大的用户基础及广阔的行业资源。此次与长春市长德新区联合打造的东北亚(长春)国际机械城,投资10亿元人民币,建筑面积26万平方米,成立机械一体化园区,还有会展中心、检测线、餐饮区、商务中

心在内的4个配套设施区域,力争成为东北最大的机械市场。

新品上市 服务是保障

当天,奥铃新捷运重载版劲擎上市。它是基于50万用户的大数据分析,依托福田汽车全新超级卡车平台,为用户量身打造集“品质更高、承载更强、盈利更快”优势于一身的升级产品。针对日益年轻化、个性化的用户群体,在车辆的舒适性方面也进行了全面升级,致力于为用户提供媲美轿车般的超舒适驾乘体验产品。

“产品是基础,服务是保障。”福田奥铃事业部营销公司销售总监杨雪峰介绍,福田奥铃专业的服务网络覆盖全国,东北地区就有50余家服务站,库存配件超过2亿元。

不仅是福田奥铃自己这样说,客户也是这样讲。从2015年就开始,每年最少购买两辆奥铃轻卡的个体运营户徐先生,从事瓜果生鲜的冷链物流生意。他告诉记者,一次意外,车辆的刹车片出现问题,长春的售后网点临时没有库存,百公里外的松原网点有货。于是,售后

人员驱车从松原赶到长春,为问题车更换刹车片,保障了车辆的顺利送货。“买车是一方面,关键看服务,奥铃不会出现有问题没人管的事儿。”

生意越做越大,徐先生今年准备淘汰2016年以前的车,知道最近奥铃全系车型的优惠力度不小,所以特意赶来参加今天的活动。老用户们都琢磨着趁划算入手新车,不少新用户通过老用户的举荐,也前来看看新产品,了解一下行情。

多重优惠 当天销车170辆

到底有多大的优惠,又有多大的惊喜呢?杨雪峰表示,奥铃全部车型都0利润销售!

除此之外,贷款购车0首付0利息;享受3年免费检车;部分车型还可以享受15000元燃油补贴;一年售后质保,免费保养;上门服务;大客户享受总对总成本价购车;二手车置换有2000元补贴。现场购车,还能再降4000元。

王明为客户们算了一笔账,仅3年免费检车这一项,便可以省去2000多元,加上购车的各种重叠

优惠,能省下近万元费用。

如此优惠,还是吸引到不少用户购车,当天便拿下了170辆订单。奥铃大客户长春迅驰城市食品配送有限公司总经理丛玉强表示:“一直用福田奥铃,不论是车的品质、大家的口碑还是经销商服务,都是一流的,除了奥铃,根本不需要考虑其他品牌。”

专注公益 助力用户脱贫

“每卖出一辆福田奥铃车,就往基金里注入10元,用于帮助有需要的人。”企业当然需要逐利,但也要承担起相应社会责任,在各方见证下,鑫利达集团爱心基金正式启动。王明在接受《商用汽车新闻》记者采访时表示,去年爱心基金已经捐出6万余元用于公益事业。众人拾柴火焰高,今年通过与福田奥铃合作,优先对奥铃的贫困用户发起救助,帮助其子女和父母得到妥善安置。

张春来告诉《商用汽车新闻》记者,这是企业“精准扶贫”的一方面,帮助用户早日致富,企业也应当竭尽全力。福田奥铃与国内优质速运、物流企业建立合作,为没有稳定业务的用户提供业务机会,打造价值链各端互利共赢。通过这一举动,奥铃的品牌认知和品牌形象塑造,在公众层面进一步得到提升。

坚持“以用户制胜,以口碑致远”的福田奥铃,全系产品在行业媒体和用户方面获得高度认可。2019年,是福田奥铃致力于中国轻卡领军品牌战略的开局之年,将集中资源,开启人才、研发、技术、采购、制造、营销、服务、品牌等8个方面的领军行业,随时蓄势再出发。

谭旭光：潍柴动力要提前5年实现千亿美元目标

■ 本报实习记者 王宣

2019年1月8日上午，2018年度国家科学技术奖励大会在人民大会堂隆重召开，表彰2018年度国家科学技术奖获奖者。其中，潍柴动力“重型商用车动力总成关键技术及应用项目”荣获国家科技进步一等奖。当天下午，潍柴动力在国家会议中心举行“潍柴动力13G发布暨卓越动力系统上市仪式”，推出了中国商用车动力总成的最高配置，重新定义中国商用车新标准。

破解世界性难题 获奖实至名归

“动力总成，是重型汽车最为核心的技术。”在当天下午的发布会上，潍柴动力股份有限公司董事长谭旭光如是说道。

最为核心的技术，其实往往便意味着这可能也是最难的技术。首先，即使将动力总成系统内所包含的发动机、变速器、车桥拆分来看，每一部分的研制都并不容易。此外，如何将这三部分更好地融合在一起，更是困扰重型车动力性和可靠性提升的世界性难题。由于动力总成三大核心部件独立研发制造所需的条件不同、企业不同，在缺少一体化研究的情况之下，导致动力总成的三大核心部件缺少配合，车辆更容易出现故障。

但在潍柴动力面前，这个问题已经得到了及时的解决。2005年，潍柴动力战略重组湘火炬，形成了产品经营+资本运作双轨驱动的发展模式，与新加入的企业文化融合，分享各自的优势文化融合为潍柴动力发展的新动力。集合各自优势后，潍柴动力整合旗下陕汽重卡、法士特变速器、汉德车桥优质资产，首创全球“重型



谭旭光

柴油机+变速器+车桥”动力总成黄金产业链商业模式。谭旭光现场表示，“潍柴动力创新了一种模式，这是全世界都没有的。这种模式就是系统开发的模式，让我们始终能够对客户从单一的供给向系统的满足转型。”

15载砥砺前行，谭旭光现场表示，“这些年，无论是潍柴动力还是法士特、陕汽、汉德车桥，战略价值观都是高度一致的，那就是发展的价值观、创新的价值观。如果没有这样的价值观，潍柴动力是不可能走到今天的。为发展、为创新，潍柴动力始终保持了比较高的研发投入，动力总成3个板块的研发费用占到销售的4%~5%，这就是潍柴动力始终保持成功的最重要原因。”

高投入、高专注的努力不会白费，潍柴动力不断发展创新，打造了全球首家动力总成研发基地，支撑起了自主品牌重型商用车独占国内市场99%的份额，并形成了产品的批量出口。据相关数据显示，近3年，潍柴动力的动力总成产品累计实现销

售收入912亿元，新增利润109.4亿元，实现了巨大的经济效益以及环保效益，形成了我国重型商用车动力总成在全球的竞争优势。

卓越动力系统 重新定义中国商用车新标准

活动现场，潍柴动力股份有限公司董事长谭旭光、潍柴动力股份有限公司执行CEO张泉、潍柴动力股份有限公司执行总裁兼陕重汽总经理袁宏明及潍柴动力股份有限公司执行总裁兼法士特总经理严鉴铂，共同揭晓了潍柴动力13G新品。此举，也标志着潍柴卓越动力系统的正式发布。

此次潍柴动力发布的新品，是目前中国商用车动力总成的最高配置，将重新定义中国商用车新标准。将潍柴13G发动机、法士特1810集成化AMT自动变速器和汉德HDZ425单级减速驱动桥有机组合在一起。此外，现场还了解到，这款发动机已经具备了商业化的条件，在2019年1月1日已经正式装配了陕汽的重型汽车。之后，从2020年开始，潍柴动力也将陆续推出全系列的柴

油发动机动力总成。

此次发布的潍柴13G发动机B10寿命180万公里，保养里程12万公里，进一步挑战可靠性和寿命新高度。功率最高可达650马力，最大扭矩2650N·m，最大扭矩转速延伸至950r/min，其可靠性、油耗、噪声、轻量化等指标，均领先行业竞品。

“这些年来潍柴动力在动力总成系统匹配和开发上下了很大功夫，3个总成形成一个系统，每年投入研发资金巨大，特别是2018年，达到了最高数，30亿元。”谭旭光现场说道。“做制造业，不能忽悠，技术不是忽悠出来的，是踏踏实实干出来的，是科研人员想出来的。给科研人员一个创新的生态，让其产生创新的动力，这才是脚踏实地。”

战略目标迈向高端 千亿美元目标提前5年实现

揭幕仪式结束后，潍柴动力特意留出时间进行了一个简短的记者发布会，谭旭光针对目前媒体所关注的问题一一进行了回答。

在谈及潍柴动力的2020~2030战略，谭旭光表示，潍柴动力的目标是迈向高端。潍柴动力的柴油发动机动力总成，将一定是挑战世界一流的。此外，谭旭光还提到，之前战略中提出的要在2030年收入1000亿美元的目标，如今要提前5年，到2025年就提前实现。并称，自己说到的就一定会兑现，希望大家拭目以待。

此外，谈起当下行业内新能源浪潮，谭旭光则表示，新能源并不是什么都可以取代，对于城市内200~300公里的用车，是具有条件使用新能源的，但是，无论城市公交还是城市物流抑或是高速公路的物流配送，包括之前热议的公转铁、公转水，都是一种期待，都不能替代重型车点对点的高效服务。未来新能源上，有一部分细分市场可以采取氢燃料电池来取代，没有氢燃料的区域里，可以使用固态氧化物燃料电池，甚至可以使用现在正在开发的HPDI高压直喷技术，这三种都是目前世界领先的技术。但在商用车行业，特别是重型商用车行业，未来30~50年，是离不开重型柴油发动机的。当下，国六b阶段的要求已经超越世界一流标准，治理环境污染不是治理柴油车，当下急需的是加速国三标准以下车辆的淘汰进程。

从追赶、并跑再到领跑，从一个地方企业到如今的国际化大集团，潍柴动力的每一步都脚踏实地专注的做与自己主业相关的事项。心无旁骛攻主业，潍柴必将以其专注、创新、发展的价值观，为重型商用车市场带来一个又一个的奇迹，实现潍柴动力的世界高端发展之路。

人民日报

守正创新 融合传播



真情贴近海外读者
真诚服务华人华侨
真实展示中国形象
真切表达中国情怀



权威 实力 源自人民



有品质的新闻



Read China



打造中小学德育教育
新媒体平台



参与 沟通 记录时代



参与 沟通 记录时代



创新 聚合 赋能



讲好中国故事
传播中国形象



你就是我 我就是你



做治国理政图书
做文化传承图书
做读者枕边图书



报道多元世界
解读复杂中国



中国汽车社会舆论领袖



守望资本市场
推动社会进步



做中国人的健康顾问



新闻人家园
学术界窗口
专业期刊“领头羊”



政论智库传媒集团



以人物记录时代



新生活 新安全



看懂中国经济



为民生服务



人文家国 历久弥新



忠诚国家利益
崇尚专业和谐



DISCOVER CHINA
DISCOVER THE WORLD



心怀良知 科学为上
传播健康 为善最乐



开心读报 快乐生活



报道变革中国
守望金融世界



报道基金关注的一切



准确 全面 客观 权威



思想力量 权威影响



权威学术期刊
CSSCI来源期刊



治理经验汇聚、交流、分享
权威平台



中国城市社会舆论风向标



汽车消费者的意见领袖



享受极致驾驶乐趣



商用车企业和用户赚钱好帮手



服务行业发展
见证城轨力量



房车时代 旅居生活



守护校园安全
创造和谐校园



海外华人网上家园
中国形象传播平台



世界很精彩



有深度的汽车人在此汇聚



实时报道证券中国



中国思想理论门户



有温度的人物网站



国家一类新闻网站



网尽能源资讯



精品健康新闻
健康服务专家



专注民生 服务民众