商用车行业观察者、记录者、引领者

# 商用汽车新闻

□ 主管：人民日报社 □ 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 □ 邮发代号 80-517 □ 定价：7元

2021 第18期

国内统一连续出版物号 CN11-5506/U

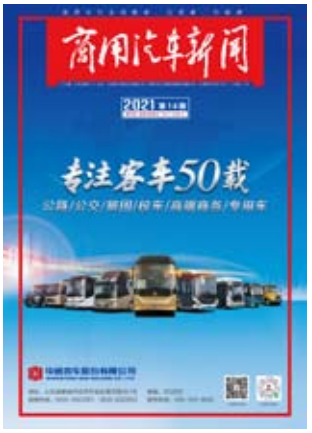
专注客车50载

公路/公交/旅团/校车/高端商务/专用车

中通客车股份有限公司
ZHONGTONG BUS HOLDING CO.,LTD

地址：山东省聊城市经济开发区黄河路261号　邮编：252000
销售热线：0635-8322091　0635-8322624　服务热线：400-760-8000

中通客车官微　中通客车商城





| | |
|---|---|
| 出版人兼总经理 | 余春瑜 |
| 总编辑 | 董铠 |
| 执行主编 | 李晓菲 |
| 记者 | 周晨 张雅静 王云飞 陈津 |
| 校对 | 付建生 |
| 美编 | 毛磊 |
| 社址 | 北京市朝阳区金台西路 2 号人民日报社新媒体大厦 6 层 |
| 邮编 | 100142 |
| 新闻热线 | 010-88129709 |
| 广告热线 | 010-88152946 |
| 订阅热线 | 010-88152946 |
| 传真 | 010-88129709 |
| 国内统一连续出版物号 | CN11-5506/U |
| 邮发代号 | 80-517 |
| 广告经营许可证号 | 京海工商广字第 8038 号 |

商用车新网官方网站

商用车新网官方微信

总第 718 期

2021 年 9 月

国内统一连续出版物号：CN11-5506/U

邮发代号：80-517

定价：7 元

主管

人民日报社

出版

《中国汽车报》社有限公司

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

# 开启九寨沟绿色观光之旅
## 比亚迪纯电动客车守护最美人间仙境

■ 商 车

金秋九月，正是九寨沟最绚烂的时节。9 月 19 日，“阿坝大九寨旅游集团比亚迪纯电动客车交车仪式”在九寨沟观光公司红山头停车场举行。85 辆比亚迪纯电动客车 K9 将陆续批量交付，投入九寨沟作为景区内部的游客接驳使用，在提升往来旅客游览体验、开启当地用车全面电动化新篇章的同时，也作为文化载体，促进绿色交通与生态旅游的有效融合，助推九寨沟全域绿色发展建设。

### 比亚迪携手大九寨引领景区接驳用车纯电升级

近年来，人们对美好生活的需求日益提高，资源独特、生态良好、环境质朴的自然保护区，成为更多公众旅游休闲的首选之地。人间仙境——九寨沟景区作为享誉中外的世界自然遗产、国家 5A 级风景名胜区，是中国第一个以保护自然风景为主要目的的自然保护区，具有极高的生态保护、科学研究和旅游价值，以自然奇异的山水风光与特色鲜明的藏族文化吸引着八方来客。

阿坝大九寨旅游集团作为阿坝州旅游产业龙头企业，在响应国家“绿水青山就是金山银山”的号召下，对九寨沟景区的开发与发展始终坚持创新、绿色、共享理念，以“为世界保留一块净

土”为社会愿景，通过率先成立景区统一调度观光车队、批量应用新能源摆渡车辆等科学管理手段，充分保证自然资源的珍惜性与可持续发展性，树立旅游景区高质量发展新标杆，为旅游产业作出表率示范作用。

比亚迪作为全球新能源汽车引领者，旗下纯电动客车以领先核心技术、制胜产品品质、丰富市场经验，得到了海内外客户的广泛好评，其“用技术创新满足人们对美好生活的向往”的品牌使命，也与大九寨旅游集团的社会愿景、九寨沟“生态保护•绿色旅游”的发展理念不谋而合。

以绿色动力为各方游客带来低碳出行；以先进新能源科技守护这一方碧水净土作为九寨沟景区的第一批纯电动客车，比亚迪 K9 后续将逐步应用在九寨沟景区，在旅客集散地及主要景点之间运行，接驳路线将途经树正群海、诺日朗瀑布、珍珠滩瀑布、五花海、长海等著名景点，全程 49 公里，往返需 100 分钟。据悉，该批车辆还将服务于 9 月 27 日举办的 2021 年四川省文化和旅游发展大会，以崭新面貌成为传递“美丽阿坝”的文化使者与流动名片。

## 领先新能源科技 助力生态绿色文旅发展

国家文旅部鼓励“传统旅游文化产业进行数字化转型升级”，后疫情时代旅游客运行业复苏不可阻挡，旅游行业正迎来新机遇，向着高品质、多元化、更环保、更绿色的方向发展。比亚迪商用车始终坚持电动化战略不动摇，在绿色交通与生态旅游融合发展新趋势之下，不断优化产品，为景区可持续发展带来新能源客车整体解决方案。

本次九寨沟景区引入的比亚迪纯电动客车 K9，车长 12 米，是比亚迪新能源客车领域的开山之作、公交电动化智能化的“开创者”，单车行驶最高里程超过 59 万公里，历经 10 年市场考验，迭代升级、品质可靠。在保证时尚外观设计的同时，K9 搭载比亚迪自主研发的核心“三电”技术，采用全球领先轮边驱动技术、全新一代铝合金轻量化车身、智能钥匙系统等配置。

此外，根据九寨沟景区的地理环境和载客需求，该批 K9 设置座位 43 个，可载客人数达 83 人，整车电量 355kWh，所有电池包均分布在车辆底部，在满足日常运营需求下，车辆底盘更稳，行车稳定性更高，也为设置更多座位预留了空间。

绿色成就美好生活。比亚迪通过技术先进、安全可靠、绿色环保的客车产品，促进更多地区实现绿色旅游的可持续发展。以 K9 为代表的比亚迪新能源客车已规模化运营在纳木措、桂林、黄山、景德镇、福建平潭、杭州千岛湖以及韩国济州岛、日本富士山、新西兰怀赫科岛等国内外知名旅游胜地，为低碳出行交通体系建设贡献绿色能量。

浪漫秋风，斑斓彩林；湖山同色，神奇九寨。比亚迪纯电动客车驶入童话世界，以绿色纯净、零污染的新能源科技，默默守护这一片碧水净土，做“讲好阿坝故事”的流动窗口。今后，比亚迪也将凭借领先新能源科技，携“绿色梦想”，合作更多有志之士，继续助力旅游交通绿色升级，让大自然的山水绚烂在时间长河中更长久地“留存”。

■ 责任编辑：李晓菲

# 晟通旅运携手中通客车
# 打造“VIP旅游”标杆案例

■ 商 车

“三千奇峰拔地而起，八百溪流蜿蜒纵横”，描述的正是湖南张家界的美景，这里被誉为“中国山水画的原本”。这里的山，伟岸奇崛；这里的水，温润甘甜；这里的人，热情好客。在这座以旅游为“生命线”的城市，有着多家旅游客运企业，它们用责任与担当充当着“摆渡人”，串联起数不胜数的美景，给了游客想要的“诗和远方”。

张家界市晟通旅游客运有限公司（简称“晟通旅运”）就是其中一员，虽然它是一家新企业，却在董事长李小磊这名旅游客运行业“老将”的带领下，走出了疾速而不失稳重、跨越而不失坚定的步伐。

## 100% 的信任 “双通”强强联合

从成立时间上看，晟通旅运是一家“年轻”的公司——2019 年 11 月成立，2020 年 10 月正式通过张家界市交通局许可。虽然公司成立时间不长，但李小磊却是旅游客运行业不折不扣的“老将”。

2005 年，警察转业后的李小磊毅然决定回到张家界，成为旅游客运领域积极探索的先行者。如今，旅游客运行业如战场，加之新冠肺炎疫情反复等多重不利因素叠加，旅游客运企业的生存空间被进一步挤压，处处透露着鏖战的浓烈火药味。有着 16 年旅游客运管理经验的李小磊并没有畏惧，而是继续创新前行。

对于旅游客运的发展，李小磊有着自己深刻的理解：“旅游客运的发展涉及到方方面面。

其中，车辆是旅游客运企业的生产工具，其好与坏，直接关系到企业后续发展能否长远。作为新企业，我们选车时需要更谨慎。”

经过多方对比后，晟通旅运最终选择了与中通客车合作。2021 年 3 月，首批 20 辆中通 9 米世腾旅游客车正式交付晟通旅运，致力于打造“标杆级”的旅游客运服务；2021 年 6 月，晟通旅运又采购了 30 辆中通 12 米世嘉旅游客车，助推高品质“全域旅游”再升级。截至目前，晟通旅运共有 50 辆旅游客车，全部为中通客车，这其中传递的信任与认可不言而喻。

“之所以连续选择中通客车，首先取决于信任。”李小磊表示，“记得，我们选购第一批车辆的时候正是 2020 年 2 月下旬，当时全国的疫情非常严重，中通客车工作人员通过线上线下的各种途径，给予我们支持和指导。今年，张家界疫情解封后，中通客车技术人员便第一时间来到公司进行调研，进行技术支持和培训。中通客车对于我们这家新成立公司的重视，让我们作为客户感到放心。”

现在，中通客车在湖南地区有 27 家售后服务站，同时建有 2 个配件中库，可做到 7×24 小时的全时服务响应。这些，更为晟通旅运的运营带来了强大无忧的“后勤”保障。

那么，这两批陆续交付晟通旅运的旅游客车，现在运营情况如何呢?

李小磊提供了一组数据：自今年 4 月至今，晟通客运已服务旅客 5 万余人次，无一起服务投诉，乘客满意率为 100%。“这 50 辆车运营情况非常良好，很受公司各部门领导、驾驶员和游客的欢迎。这也充分证明，我们连续选择与中通客车合作是正确的。”李小磊说。

虽然晟通旅运是一家新企业，但其与中通客车的合作形成了“双通”强强联合的共赢之局，为其可持续发展筑牢了坚实根基。

## 启动“VIP 旅游”战略 让游客爱上张家界

时代引领发展脚步，时间铭刻奋斗足迹。当下，形势在变、政策在变、市场在变、乘客需求也在变，旅游客运企业也需要跟着变，才能在竞争中赢得先机。晟通旅运就是这样一个企业，它善于审时度势、顺势而为。

李小磊告诉记者：“当前旅游客运市场竞争十分激烈，我们作为新企业要想在市场立足，就必须做和别人不一样的。于是，我们制定了打造高端旅游、为乘客营造‘VIP 体验’的发展战略。”

晟通旅运坚持从客人的角度出发去思考问题，在细节上下功夫，坚持“两个始终”：一是始终提供安全驾驶服务，让客人的出行体验达到最佳；二是始终保持车辆外干净整洁、车辆内空气清新。选择中通客车产品，则是晟通战略逐步落地的重要保障。

据了解，晟通旅运采购的第一批中通世腾旅游客车，是中通客车久经市场考验的经典旅游车型。其外观时尚、内饰温馨且舒适，并采用了中通特有的 5S 节能技术及专业安全技术，可谓是集安全、环保、舒适为一体。李小磊说：“正是因为第一批中通客车真正做到了让我们放心、省心、安心，所以才有了后面更深层次的合作。”

“第二批单档世嘉旅游客车，则给我们带来了更多惊喜。车辆采用了 2+1 的豪华座椅布置，可前后左右调整；同时采用大侧窗、大通道、静音空调等，各种车载娱乐设施也一应俱全，并辅以 100% 环保材料的内饰，为游客营造了更舒适、更便捷、更健康的旅游体验。同时，在安全保障上，该车辆配装了智能主动安全系统，全方位保障了车辆安全通畅；而灯源、动力系统的优化，则全面提升了车辆的节能性。”李小磊介绍道。

优秀的客车产品和性能，为晟通旅运打造“VIP 旅游”奠定了坚实的基础。如今，经历了从无到有、从小到大的晟通旅运，业务范围已涵盖湖南省常规旅游线路。对于未来的发展规划，李小磊表示：“我公司将紧抓机遇、乘势而上，继续与中通客车深化合作，携手共创更加灿烂辉煌的明天。”

无疑，中通客车凭借实力赢得了晟通旅运的信任与认可。接下来，中通客车将继续努力，不负所托、不负众望、砥砺前行，助力更多人把向往的风景变成走过的地方。

■ 责任编辑：李晓菲

# 海外市场捷报频传
## 金龙客车彰显中国实力

■ 商 车

厦门是“一带一路”的重要支点城市，诞生于厦门的金龙客车，在2000年率先开启了中国客车海外营销之路。历经20余年的海外市场开拓，金龙客车在境外构建了完善的销售和服务网络，产品远销140多个国家和地区，出口量累计突破12万辆，位居客车行业第一。国家先后在厦门设立了自由贸易试验区、金砖国家新工业革命伙伴关系创新基地，金龙客车充分利用地理优势和政策红利，成立了全资子公司——金龙国贸。

2020年，受疫情的不利影响，金龙客车与埃及总经销商排除万难，仍实现了对埃及出口3897辆轻客的成绩，稳定了当地客车细分市场的龙头地位。

2021新年伊始，金龙国贸迎来了出口“开门红”，530辆汽车产品出口埃及，拉开了金龙国贸2021年海外新征程的序幕。金龙客车轻客埃及订单今年前8月已累计出货约2500辆，出口占有率约50%，全年预计将突破4500辆。9月下旬，预计还将有710辆车辆交付发运。

目前，金龙轻客在埃及的保有量已超过40000辆。金龙轻客已经成为埃及街头不可或缺的一道风景线：如果站在埃及首都开罗街头，你会经常有机会看到金龙轻客呼啸而过的身影。随着与埃及合作的不断深化，金龙将进一步提升产品质量、做好售后服务，助力埃及公共交通质量的提升。

不仅是埃及，金龙在玻利维亚市场也取得了不错的成绩。金龙轻客自2012年开始进入玻利维亚市场，经过9年多的开拓与耕耘，金龙轻客产品在玻利维亚市场牢牢占据当地新车销量第一的位置，成为当地民众最喜闻乐见的汽车品牌。2019年12月，金龙客车出口玻利维亚第20000辆轻客正式下线。今年7月，375辆顺利交付，预计在9月下旬还将发运567辆。

如今，金龙客车已深深融入玻利维亚民众的生活，成为这片国土的一个重要元素。无论是在玻利维亚的大小集市还是在世界海拔最高的拉巴斯国际机场，亦或是被誉为“死亡之路”的北央葛斯公路，都能看到金龙客车的身影。

依托金龙客车遍布全球的渠道网络和客户资源及其所属的金龙汽车集团强大的供应链资源，金龙国贸将不断夯实品牌力与产品力，打造高质量产品和服务的进出口平台。继往开来，开创外销新局面，持续推动“中国制造”走向世界，为中国对外贸易发展作出新贡献。

■ 责任编辑：李晓菲

# 上汽大通王瑞：轻客“小目标”将达成
## 下一步技术团队要卖车?

■ 商 车

尽管市场略显疲态，一路扶摇直上的上汽大通却势头不减。8 月，上汽大通 MAXUS 热销 15022 辆，同比劲增 20%！海外畅销 5871 辆，1~8 月售出 32323 辆，已超去年全年。

在成都车展上，上汽大通 MAXUS 同样延续这股气势，一口气发布 6 款新车，共计 18 款潮改车型齐聚展台，展示了赛车、越野、旅行、家庭娱乐、冲浪等千面用车场景，充分体现了中国汽车定制专家的实力，也为上汽大通 MAXUS 8 月气势如虹的销量提供了最好的注脚。

今年，上汽大通干得是真不错，在备受缺芯困扰、需求疲软的汽车市场，上汽大通 MAXUS 依然交出了一份漂亮的成绩单。其中，最亮眼的莫过于轻客及海外市场。

### 轻客“小目标”越来越近

继 7 月不断逼近宽体轻客销冠，8 月，上汽大通 MAXUS 拿下“销量 6440 辆、同比劲增 35%”的出色战绩，进一步夯实了其在宽体轻客行业的领先地位。

这距离上汽大通总经理王瑞年初提出的“小目标”——市占率在 40% 以上、要当第一越来越近。

“现在只差一点点，不过，也快了，我们正在加速。”王瑞告诉商用汽车新闻记者，上汽大通 MAXUS 宽体轻客的销量目标是今年做到行业冠军，这个目标不变。

这源于两方面的底气：一是渠道。今年，上汽大通强化宽体轻客渠道建设，把做得不好的区域全部圈出来，开直营店，通过直营店来带动销售。“目前看，效果还不错，在西安、广州、济南、太原等地的直营店中，轻客的市占率增长很快。”

二是产品。以 V90、V80 PLUS、V80 等主力车型构建的轻客天团具备了较强的产品力，最近这几年快速释放。“赛道版

轻客”EV90 闪和海外热销就是最好的例证。

全新发布的 EV90 闪，这可是能上赛道比赛的轻客，首创的剪刀门及赛车涂装加上“贴地飞行”姿态，还加装以前定风翼、侧裙板、宽体包围、后扩散器、车顶尾翼为核心的空气动力套件，尽显竞技风范。

而轻客天团在海外卖得也很好。7 月，包括 EV30、EV90、V90 在内的逾 5000 辆车批量出口英国、挪威、爱尔兰等欧洲发达国家，刷新了中国品牌单一车型出口欧洲的最大批量纪录。在挪威，由 EV30、EV80、EV90 组成的轻型商用车产品阵营，在细分市场的市占率已跃居第二位。

王瑞表示，伴随宽体轻客领域渠道力的提升，产品力将会更快释放，市占率还会进一步攀升。

## 海外市场“一枝独秀”

今年，上汽大通在海外市场的表现也异常亮眼。最新数据显示，8 月上汽大通 MAXUS 海外畅销 5871 辆，1~8 月售出 32323 辆，已超去年全年。

在全球汽车市场都受到芯片供应不足、海运资源紧张影响之下，为何上汽大通却能抓住机会实现出口超过去年全年?

王瑞表示，一是此前海外出口的基础工作做得比较扎实。上汽大通进入的海外市场都是经济相对比较发达的国家和地区，主要聚焦在欧洲、美洲与澳洲，它们经济复苏很快，汽车消费回暖也较快。

二是动手早、准备早。“全球车企都受到了缺芯的影响，相对而言我们比较拼，想方设法抢运车辆前往海外，供给充足，再加上上汽大通突出的产品力，因此销量增长很快。”

以智利为例，今年一季度，上汽大通 MAXUS 皮卡的市占率连续 3 个月排名榜首，1~7 月终端销量持续走高，目前，上汽大通 MAXUS 在智利的皮卡终端用户已经突破 1.5 万。这背后，正是由于上汽大通供给保障有力，配合此前打下的市场基础与口碑，从而取得上述成绩。

三是新能源产品表现优异。上汽大通 MAXUS 抓住了欧洲新能源市场飞速发展的机遇，其新能源产品受到个人和企业用户的广泛欢迎，实现多点开花。

后续随着芯片供应短缺的缓解，海外销量还将持续上涨。据王瑞透露，目前海外已收到 1.5 万辆的订单，收到定金的达 1.2 万辆，其中，一大部分都是皮卡。

## 模式创新 直联用户

除了轻客及海外市场，其他板块如 MPV、皮卡等，上汽大通 MAXUS 均呈现上扬的势头。

“势”很重要，上汽大通 MAXUS 今年一直保持着这股昂扬的势头，始终呈现一种创新、激情的面貌，这一点，在成都车展上体现得淋漓尽致，无论是 6 款新车 C 位出道还是 7 款“按需定制”车型全新亮相，上汽大通展现了对不同细分场景以及跨界需求的深刻理解，这也源于其 C2B 原厂定制的 DNA。

这一 DNA，也让各个细分板块拥有长足的竞争力和可以想象的市场增长空间。

MPV，8 月销量达到了 3698 辆，其中，G50 PLUS 表现尤为出色，得益于 C2B 差异化的竞争能力，上汽大通 MAXUS 充分发挥定制化优势，打造了 MPV 专家的形象。未来，上汽大通 MAXUS 还将持续推进、强化这一标签，凭借完善的产品布局，持续提升市场份额。

皮卡，8 月销量达 4312 辆，同比大涨 111%。海外表现可圈可点。王瑞表示，上汽大通 MAXUS 皮卡的产品和价格都很有竞争力，在渠道方面也做了很大的努力，最近一两年会持续发力。

在采访中，王瑞透露，基于 C2B，上汽大通 MAXUS 持续在做模式创新，比如积极试点直销模式。“我们有许多车直接在线上卖，内容团队一天至少一个短视频，员工自己来讲车。此外还有直营店模式，我们将重点布局十余家直营店，算上房车，直营店大概 20 余家。”

甚至几天前上汽大通正式决定，上海一家 4S 店由技术中心管理，把销售部门全部撤掉，技术中心派团队轮流前往一线直面用户，向用户推荐产品与功能，同时，深入了解用户的真实需求。

王瑞表示，这是另一种模式创新，让产品的设计者与用户能够更直接地“直联”，反哺于产品开发，也能解决未来产品定制“百花齐放”对经销商的挑战。

■ 责任编辑：李晓菲

广告

奥铃轻卡

—轻卡:更多人买奥铃—

奥铃轻卡

2年销量翻一番

3年增长100亿

# 专业试验场+长道路实测
## 谁是节油赛场上的国六真王者

■ 记者 陈 津

车辆省不省油，首先和发动机相关，其次和整车匹配相关。那么，在广大卡友普遍心存疑虑的国六阶段，国六发动机对整车油耗究竟是否“友好”？国六整车匹配程度又会对最终油耗产生怎样的影响?

在第十四届中国国际卡车节油（能）大赛（以下简称“节油大赛”）上，通过试验场测试+长道路实测，将会告诉卡友答案。

### 油耗权威赛事公正客观

中国国际卡车节油（能）大赛创立于2006年，是卡车行业备受用户认可的专业赛事。十三届传承跨越，节油大赛与中国卡车行业共同成长，将结合干线、城郊、同城等不同使用场景，从行业用户的角度推选出物流用车推荐车型，并分享节油驾驶经验。

同时，节油大赛紧跟时代发展潮流和商用车行业发展大势，不仅见证了卡车全产业链为节能降耗作出的每一分努力，还在赛程及赛事设置上推陈出新，更加注重将专业性、权威性和趣味性相结合。

记者从活动组委会了解到，第十四届节油大赛，将在试验场测试的基础上增设长道路实测项目。今年，玉柴K11将以“挑战者”的身份参与到活动中来，分别配套一汽解放青岛与东风柳汽旗下两款车型，通过专业试验场和实际道路长测两个环节，来充分验证发动机的节油性能。

节油大赛组委会相关负责人告诉记者，节油大赛多年来一直坚持满载实测，携手中国定远汽车试验场与中国汽车技术研究中心，进行专业的油耗评测，凭借其客观、公正、专业的定位，14年来已经成为行业最权威的

油耗评测活动。

也正是基于此，玉柴选择参与到节油大赛中来，希望借助大赛的专业、权威、公正测试来佐证其产品的节油性能。其中，配装玉柴 YCK11460-60 国六发动机的一汽解放青岛 JH6 8×4 载货车（带车箱），将参与定远试验场的专业场地测试；搭载玉柴 YCK11460-60 国六发动机的东风柳汽乘龙 H7 8×4 载货车，则将参与长道路实测。

## 明星动力借赛事验证实力

记者从节油大赛组委会了解到，9 月 23 日 ~28 日，长道路实测正式启动，线路长达 1500 多公里，从邯郸出发，终点为成都，组委会希翼通过 1500 多公里复杂路况的跟车实测，来展现车辆的真实油耗。

之所以选择这条路线，源于邯郸—成都，涵盖了高速、国道、省道、上坡路、下坡路、铺装路面等。通过多种实际路况结合，才能充分验证产品到底节不节油。

届时，用户将驾驶着自己的车辆从邯郸配货出发直到抵达成都，活动全程邀请权威媒体见证、跟车拍摄并实时记录油耗。

玉柴机器相关负责人表示，之所以选择 YCK11460 国六发动机参赛，是因为前期用户具体应用时已经体现了较好的节油性，希望通过第三方、权威机构的油耗测试，让玉柴国六发动机油耗低这一观点更有说服力，也更能打消用户的顾虑。因此，专业试验场 + 实际道路长测两个项目的结合，能够真实地反映出车辆与发动机的油耗水平，从而解答广大卡友对于国六车型油耗水平的疑问和顾虑。

其次，搭载不同车型参赛，既能更好地体现玉柴 K11“节油王者”的实力，也可以展现这款国六动力强大的稳定性与适应性——匹配在不同车辆、在不同地区满足不同卡友的用车需求。而这些客观、真实的测试数据往往更具说服力，可以为广大卡友提供可靠的参考。

## 口碑卓著的国六动力

随着全面国六时代的到来，满足国六排放标准的卡车将逐步成为市场主流，国六发动机的性能和品质也越来越被用户所关注。作为玉柴布局国六的扛鼎之作，玉柴 YCK11 系列国六柴油发动机在可靠性、油耗、噪声、轻量化等指标上都处于行业领先地位，在卡友群体中更是有口皆碑。

本次节油大赛启动之前，多位组委会专家与评委也对采用模块化技术设计的玉柴 K11 给予肯定，认为这款发动机结构紧凑、动力强劲、维修便利，是国六动力之中的“明星”产品。

资料显示，玉柴 K11 排量为 10.98L，马力覆盖 430~500ps，最大扭矩达 2200N·m，性能方面十分出众。记者在用户走访中也发现，卡友们对于这款发动机评价很高，认为它体积小、自重轻、油耗低、舒适性高，能够显著提升发动机燃烧效率，提高整车燃油经济性，并且符合未来卡车绿色环保、轻量化的发展需求。

另外，记者从相关人士处了解到，为提升产品品质，玉柴将核心供应商纳入质控体系进行考核，还向全球顶尖供应商采购发动机核心零部件。正因为如此，玉柴 K11 的可靠性与耐用性得到了大幅提升，并且已经与国内主流汽车集团实现全面配套，市场销量非常出众。

值得一提的是，此次玉柴 K11 发动机的参赛，引起了业内人士的高度关注，尤其是部分从事绿通、快递快运、资源运输的卡友，非常期待玉柴 K11 实测数据的出炉。他们表示，在高速公路按轴收费的背景下，国六卡车用户渴望一款高效节油、可靠舒适的柴油发动机。

## 结语：

经历 15 载风雨洗礼，无论是运输行业还是卡车市场，都经历了太多的变化，节油大赛为用户遴选节油车辆的初心却始终未变，玉柴发动机节油可靠的优秀品质亦从未改变。正所谓“天高任鸟飞，海阔凭鱼跃”，尽管国六全面实施令未来的卡车市场风云变幻，但省油依旧是卡友们的主要需求，也将是企业抢占市场的制胜法宝！那么，在专业试验场 + 长道路实测的双重验证之下，玉柴 K11 能否在此次节油大赛中挑战国六最佳油耗极限？让我们拭目以待！

■ 责任编辑：李晓菲

# 新能源棋局已摆好
## 一汽解放下一步落子何处?

■ 记者 张雅静

近日，记者通过企查查App发现，一汽解放（SZ000800）已于9月9日成立一汽解放新能源汽车销售有限公司（以下简称“新能源汽车销售公司”），法定代表人为王志才，注册资本2亿元人民币，由一汽解放100%控股。新公司经营范围包含：新能源汽车整车销售、新能源汽车换电设施销售、新能源汽车电附件销售等。

2020年，“碳达峰、碳中和”战略目标的提出，为我国的新能源商用车产业发展按下“快进键”。一汽解放，作为中国商用车行业的领军品牌，早早便洞悉了这一行业发展趋势。近几年，一汽解放通过持续加大产品科技投入，实现新能源产品在轻、中、重、微、客市场全覆盖，以纯电、混动、燃料电池三线并举，打造了解放新能源生态圈。

另外，根据一汽解放发布的2021半年报，一汽解放已经按照计划完成了轻型混动、J6L中型、重型全系、燃料电池全系新能源产品的试制、标定、布局等各项任务。特别是牵引车，涵盖了纯电动、换电、燃料电池的9款产品。其中，纯电动产品的续航里程可以达到200km以上，并且已在一些干线物流场景实现应用；换电产品在河北、山西等地也实现了投放；此外，燃料电池产品也能达到400km以上的续航里程。

此外，为打造差异化竞争优势，一汽解放在全面进行产品布局的同时，整合行业内优质资源，以用户价值为导向，积极探索智慧运输商业模式，力求为用户提供车电分离、充换电站运营、后市场等相关业务的新能源整体解决方案。

新能源汽车销售公司的成立，是一汽解放在新能源产业发展过程中的又一重要落子。此举，透露出两个重要信号：一是一汽解放的产品制造环节已经初步布局完毕，市场前景可观，后续需要将工作拓展至产品营销服务环节，继续发力。

其二，一汽解放的新能源盘子越做越大，要集中力量办大事，另起炉灶，独立经营也是意料之中。

如今，伴随新能源产品市场化进程的不断加速，越来越多的头部企业入场，新能源赛道上的竞争将更加激烈。此时，品牌要脱颖而出，必须拿出真功夫、真本事。一汽解放作为商用车行业发展的引领者，已然“秣马厉兵”，做好了充分准备。

另外，记者了解到，除新能源汽车销售公司外，一汽解放还将于9月底成立新能源事业部，并发布全新的新能源发展战略，这些消息的流出，都让外界对其接下来的动作充满期待。

■ 责任编辑：李晓菲

# 9月连发两起重大安全事故
## 商用车安全难题为何如此难解?

■ 记者 陈 津

9月4日，黑龙江省七台河市勃利县境内229国道大四站镇双兴岭村路段，一辆重型半挂牵引车追尾一辆无牌拖拉机，造成15人死亡、1人受伤。经初步调查，本次事故的直接原因，是重型半挂牵引车涉嫌严重超载、超速，且未与前方同向四轮拖拉机保持安全距离。

9月5日，安徽太湖县牛镇镇龙湾村路段，一辆皮卡车冲出道路，坠入约80米深的崖谷。事故造成12人死亡、1人受伤。虽然事故原因尚在调查中，但是，皮卡车超员载客已经是不争的事实。

短短两天时间，接连发生两起造成10人以上死亡的重大安全事故，商用车安全问题再次以鲜血淋漓的方式为行业敲响了警钟。

### 为什么出事儿的总是它?

在卡车事故率居高不下、安全事故触目惊心的当下，卡车安全既是一个社会关注度极高的话题，又是行业始终难以越过的难题。规范货运市场发展、破解卡车安全难题，既是行业健康发展的需要，也是社会大众的普遍呼声。

然而，“冰冻三尺，非一日之寒”。长期以来，由于粗放式发展方式导致的问题进一步显现。货运行业面临着运力过剩、无序竞争、运价“内卷”等难题的困扰，卡友的盈利空间也因此受到严重挤压，竞争加剧、收入骤减等问题，更是成为了散户群体中的普遍现象。

为了提高运输效益，越来

越多的卡友开始疲于奔命，甚至漠视交通安全法规。尤其是超速、超载、疲劳驾驶等严重违法行为屡禁不绝，不仅给大货车及卡车司机群体的形象带来了负面影响，更对整个社会的道路交通安全造成了巨大负担。

公安部交通管理局数据显示，我国货车责任道路交通事故占汽车责任事故总量的30.5%，远远高于货车保有量占汽车总量的比例。另外，国内货运行业个体经营占比高达60%以上，并且整体呈散、小、多的格局，盈利及抗风险能力较弱，从根本上制约了行业规范健康发展。

再加上全国各级执法与监管部门效能不足、货车违规生产问题层出不穷、货运企业安全管理水平较弱、国内道路交通标示细化不够等因素的影响，导致我国的货运市场秩序、道路运输行业以及道路交通安全的发展受到了严重阻碍。

## 优化交通安全环境需多方合力

面对如此多的隐患和风险，货运行业亟需提高道路交通安全水平，而这需要结合人、车、路、政等多方面因素全盘考虑。

这其中，不断完善道路交通安全法律法规体系，针对卡车一般安全、主动安全、被动安全以及运营管理等方面发布严格的政策法规是重中之重。例如，交通运输部在2018年5月发布的《营运货车安全技术条件》，规定了卡车的整车、制动系统、安全防护、载荷布置标识与系固点、报警与提示等安全技术要求和试验方法。

该法规的出台，不仅助推了营运装备的标准化，还切实提升了货车安全性能，从源头上预防和减少了道路交通事故发生的概率。在加强立法的同时，相关职能部门更需要加强执法与监管效能，严查车辆违规生产以及货车超载、超速等严重违法行为，化解道路交通安全风险。

物流企业及运输车队也能在物联网、大数据等新技术的加持下，实时获取车辆运营数据，并且通过远程操控的方式对车辆、司机的异常行为进行提醒和干预，从而保障车辆及相关人员的安全。

除此之外，加快提高卡友交通安全意识以及卡车安全装置的普及率，也是降低卡车安全事故发生率的有效手段。尤其在先进理念、车辆安全技术的帮助下，货运车辆的主被动安全性能将进一步提升，卡车交通安全事故的死亡率也能够不断降低。

## 商用车安全问题亟需更多关注

近年来，作为商用车行业权威媒体——商用汽车新闻多次呼吁行业聚焦商用车安全问题的解决。

2018年，商用汽车新闻联合中国汽车新闻工作者协会共同发起建立中国卡车安全联席会的倡议，力邀国家部委、行业协会、主流车企、权威媒体加入，汇集各方智慧，为卡车安全难题的破解提供了新思路。

2019年11月5日，中国卡车安全联席会围绕卡车安全，吸收各方安全理念、研究成果和管理经验，发布了卡车行业首本由国家部委、行业协会、主流车企、权威媒体合力撰写的《卡车安全报告》，展现了其助力卡车安全现状改善的决心。

今年，商用汽车新闻将再度携手各方发布《2021中国商用车安全报告》。聚焦商用车安全，联合产业链各方，为破解商用车安全难题、优化交通安全环境助力。

■ 责任编辑：李晓菲

# 福康F2.5发布
## 蓝牌轻卡动力头部玩家来了

■ 商 车

“过往可鉴，未来可期”，用来形容福田康明斯 F2.5 发动机再合适不过了。

业内一直有“无福康，不轻卡”的说法，作为高端轻型动力的代表，福田康明斯怎么可能会缺席 2.5L 排量这个巨大的市场。

9 月 6 日，福田康明斯 F2.5 升轻型柴油国六动力在北京正式发布。这款产品秉承福田康明斯 F 系列卓越动力基因，由尖端智慧科技加持，适用于最新“蓝牌轻卡新规”标准要求，可满足主机厂产品的定制化需求，并满足终端用户对蓝牌轻卡高效出勤的期待。

可以说，在蓝牌轻卡动力市场，又一位强大的玩家终于来了。

商用汽车新闻记者了解到，虽然 F2.5 发动机刚刚发布，但是它早已与多家主机厂进行匹配，马上进入投放阶段。9 月 10 日，福田欧马可 S1 超级卡车搭载福康 F2.5 动力产品首台正式下线，并举行了福田康明斯 F 系列国六轻型动力第 200000 台交付仪式。

### 传承 F 系列“跑得快 就不坏”特质

如果要用一句话来概括康明斯 F 平台，“跑得快，就不坏”最合适不过了。福田康明斯基于 F 平台而推出的 F2.8、F3.8、F4.5 投放中国市场十多年来，拥有着可靠、耐久、高效的口碑，有着广泛的市场基础和用户群体。

一组数据可以佐证：福田康明斯 F 系列累计销量已经突破 150 万台；在中国市场，自 2009 年 F3.8 产品正式上市，仅仅用了五年时间就达到了年销量 10 万台；总运营里程已超过 20 亿公里；即便刚实施不久的国六排放标准，F 系列国六机型的市场保有量也达到 12 万台，最长



广告

行驶里程达到 50 万公里。

多年的实际应用和客户口碑，汇集而来的就是："跑得快，就不坏"，它形象地说明了 F 系列的可靠性、动力性。

刚刚发布的 F2.5 国六柴油动力，同样传承了 F 平台这一优点，并且进一步发扬光大。康明斯副总裁、中国区发动机事业部总经理汪开军表示，康明斯全新 F2.5 发动机是专为蓝牌轻卡开发的新一代产品。它在传承康明斯 F 平台优秀基因的同时，针对中国蓝牌轻卡高效运输的需求量身打造，实现了软硬件方面的全面升级。

这种升级体现为动力性、经济性、驾驶舒适性和可靠性的全面提升。

## 动力性、可靠性、舒适性全面升级

从技术参数来看，F2.5 国六动力功率为 96~130kW，最大扭矩达 460N.m，采用 IAT+DOC+DPF+SCR+ASC 的技术路线，同样是非 EGR 排放后处理系统，可满足国六、Tier3/4 及欧四、欧五排放。

从商用汽车新闻记者此前对国内 2.5L 国六柴油动力的盘点来看，福田康明斯 F2.5 动力，无论是最大扭矩还是功率输出表现都相当优秀，名列前茅。

所以 F2.5 拥有强劲的动力表现就很好理解了。康明斯中国区发动机事业部工程总监锁国涛表示，通过对增压器、凸轮轴及动力缸等硬件升级优化，F2.5 的低速扭矩提升 10%，实现更宽的低速大扭矩区间，定制化、场景化开发模式，确保发动机可适应各种复杂艰难工况。

后处理系统沿用福田康明斯国六平台的非 EGR 设计，让 F2.5 的系统结构更简单，让更复杂的国六系统在可靠性上优于同期国五水平。

在售后服务方面，用户担忧的维保和油品适应性，F2.5 也统统考虑到了。福田康明斯 F2.5 大幅提升油品适应性，后处理系统 DPF 免清灰里程最高可达 50 万公里，以城配市场年均行驶里程 5 万公里计算，基本上可以实现 10 年免清灰。F2.5 在 NVH 上也进一步优化，发动机怠速噪声仅为 68dBA。

## 国六时代打造更智慧的"心脏"

而且，F2.5 动力还有一大优势，那就是与主机厂从需求端就开始的深度联合开发、标定。

据介绍，F2.5 在研发伊始，福田康明斯就与母公司——福田汽车及其他重要合作伙伴在传承康明斯 F 旗舰平台优秀基因的同时，从市场需求输入、技术的前瞻性开发、用户价值创造等方面通力合作，充分汲取市场和客户需求的动态输入，重点针对蓝牌轻卡高效与载货兼顾的需求，通过对动力链定制化优化，确保这款动力更符合蓝牌轻卡的运营需求。

特别值得一提的是，数字化的应用，让 F2.5 更"智慧"，更适应国六时代对于车辆管理以及维保的需求。F2.5 采用福田康明斯智慧大脑 CBM2.0 系统，整合发动机及后处理的电控管理，结合车联网大数据 CDS 和 CSU，从而提升整车出勤率。

F2.5 的推出，不仅使康明斯国六产品线进一步丰富，也将让福田轻卡在蓝牌新政实施后增加强有力的竞争砝码，中国的 2.5L 国六柴油动力又多了一名有实力的玩家。正如福田汽车总经理常瑞所言，福田康明斯新一代 F2.5 国六动力将助力福田轻卡在蓝牌时代继续引领行业发展，是福田汽车实现下一个千万台目标的重要抓手。

■ 责任编辑：李晓菲

# 国六切换威力仍在释放
## 8月：重卡、微卡跌幅双双“过腰”

■ 记者 李晓菲

9月10日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）向行业通报了2021年8月汽车市场产销情况。

从中汽协此次发布的8月数据可以看出，本月汽车产销同比、环比均呈下降态势，而且商用车产销降幅大于乘用车。中汽协分析认为，乘用车产销下降，与车规级芯片生产供应紧张有关，商用车产销大幅下滑，则与国六排放标准切换密切相关。

值得一提的是，本月新能源汽车产销继续保持迅猛增长，产销量首次超过30万辆，再创历史新高。

具体产销数据显示，8月，汽车产销分别达到172.5万辆和179.9万辆，环比分别下降7.4%和3.5%，同比分别下降18.7%和17.8%。1~8月，汽车产销1616.6万辆和1655.6万辆，同比分别增长11.9%和13.7%，增速比1~7月继续回落。

### 商用车：下行压力大 国六切换引发持续动荡

8月，商用车市场继续回落，产销分别完成22.9万辆和24.7万辆，环比分别下降27.5%和20.9%，同比分别下降46.2%和42.8%。在商用车主要品种中，与上月相比，货车和客车产销均呈下降态势，货车降幅更为明显；与去年同期相比，客车产销呈小幅增长，货车大幅下降、近乎“腰斩”。

与2019年同期相比，本月商用车产销同比下降23.1%和19%，与7月相比，增速已经由正转负。

1~8月，商用车产销分别

完成 327.5 万辆和 344.4 万辆，同比微增 0.6% 和 5.5%，增速比 1~7 月明显回落。在商用车主要品种中，与上年同期相比，客车产销保持较快增长，货车生产小幅下降、销售小幅增长。

自 5 月以来，商用车市场产销连续出现大幅下滑，疫情散发叠加国六切换，对商用车市场特别是货车市场造成了严重冲击，除月度销量持续下滑外，自年初累计销量增幅也不断收缩，1~8 月，产销累计增幅已经回落至 0.6% 和 5.5%。今年四季度，商用车市场面临的下行压力仍然很大。

## 卡车：止跌无望 重卡、微卡跌幅过半

8 月，货车市场仍然不乐观，销量环比降幅有所收窄，同比降幅继续扩大。

从产销数据上看，8 月，货车产销分别完成 19.3 万辆和 21 万辆，环比分别下降 29.3% 和 23.7%，同比分别下降 50.6% 和 47.1%。

其中，重型货车销量完成 5.1 万辆，同比下降 60.5%；中型货车销量完成 0.8 万辆，同比下降 35.5%；轻型货车销量完成 12 万辆，同比下降 36.8%；微型货车销量完成 3.0 万辆，同比下降 53.0%。四大类货车产销环比、同比均呈下降态势，尤其重型货车、微型货车，降幅更为明显。

1~8 月，货车市场产销分别完成 293.9 万辆和 311.1 万辆，同比累计增长分别为 –2.1% 和 3.3%。与去年同期相比，货车市场生产已经由正转负，销量增幅则不断缩小。

从 8 月货车市场产销数据不难看出，货车市场延续 3 个月的“减速”仍在持续，四季度货车市场压力仍然很大。

## 客车：整体向好 轻客增幅 15.9% 领涨市场

8 月，客车市场保持住了增长态势，继续大幅跑赢商用车大盘，并且已经连续 5 个月领先大盘。

整体来看，8 月，客车市场产销分别完成 3.6 万辆和 3.7 万辆，环比分别下降 15.7% 和 0.9%，同比分别增长 3.0% 和 6.6%，同比、环比均好于商用车整体。

其中，大型客车销量完成 0.3 万辆，同比下降 29.3%；中型客车销量完成 0.38 万辆，同比下降 13.5%；轻型客车销量完成 3.0 万辆，同比增长 15.9%。在客车市场 3 个主要细分市场中，轻型客车的表现仍然是“一枝独秀”。

1~8 月，客车市场产销分别完成 33.6 万辆和 33.3 万辆，同比累计增长分别为 32.1% 和 32%。累计涨幅虽然比 1~7 月有所回落，但从整体来看，客车市场仍在持续向好。

## 新能源商用车：销量同比大增 55.8%

8 月，新能源汽车市场仍然表现火热，产销环比和同比继续保持增长。

从具体产销数据上看，本月，新能源汽车产销分别实现 30.9 万辆和 32.1 万辆，首次超过 30 万辆，创下历史新高。环比分别增长 8.8% 和 18.6%，同比增长均为 1.8 倍。1~8 月，新能源汽车产销分别实现 181.3 万辆和 179.9 万辆，同比累计分别增长 192.8% 和 194.0%。

其中，新能源商用车产销分别完成 1.5 万辆和 1.4 万辆，环比分别增长 5.1% 和 –2.3%，同比分别增长 66.6% 和 55.8%。1~8 月，新能源商用车产销均完成 9.5 万辆，同比累计增长均为 60.3%。

中汽协数据显示，8 月，新能源汽车渗透率已经提升至 17.8%，1~8 月，渗透率也已经提升至近 11% 的水平。按照这样的态势发展，我国有望提前实现 2025 年新能源汽车 20% 市场份额的中长期规划目标。

展望四季度，中汽协分析认为，我国国民经济运行总体保持稳定，支撑了汽车消费需求保持稳定。但是也应该看到，汽车供给端出现较大波动、复杂多变的国内外形势带来诸多不确定性、海外疫情导致的芯片供应短缺问题依然存在，叠加四季度市场需求的提高，也将加剧供应有限的问题。与此同时，商用车市场需求的波动以及原材料价格持续保持高位，也将进一步加大企业成本压力，影响企业运行。

在此基础上，中汽协初步判断，汽车市场全年表现或将弱于预期。

■ 责任编辑：李晓菲

# 8月客车销量观察：行业累销增幅“由正转负”

■ 记者 李晓菲

上月，6米以上客车市场销量急转直下，连续几个月的上涨形势戛然而止。8月，6米以上客车市场形势略有好转，环比小幅上涨，同比降幅则进一步扩大。随着国内疫情再度出现反复，整个客车市场形势更加不容乐观。

从具体销量数据上看，本月6米以上客车市场销量较上月小幅上涨，整体略有起色。从Top10企业销量排名来看，名次变化依然很大，除宇通继续稳坐榜首之外，其余客车企业可谓“几家欢喜几家愁”。

## 8月：环比微增11% 同比6家企业跑赢行业

中国客车统计信息网数据显示，8月，6米以上客车市场共销售6898辆，环比增长11.58%，同比下降23.3%。与上月相比，环比小幅增长，同比降幅进一步扩大。

整体来看，8月，6米以上客车市场Top10企业环比、同比均是“五升五降”，略好于7月。本月Top10榜单中，月销量超过千辆的企业仍然只有宇通一家，达到3044辆。在上月基础上继续大幅上涨50.77%，与第二名拉开了一个数量级的领先优势。

具体来看，8月，6米以上客车市场销量Top10的企业依次为：宇通客车、苏州金龙、比亚迪、金旅客车、中通客车、厦门金龙、福田欧辉、安凯客车、中车时代、江西晶马。

本月，6米以上客车市场值得关注的特点有以下几个：

一是宇通的优势地位进一步凸显，从销量上来看，宇通的单月销量已经超越半数上榜企业

| 8 月 6 米以上客车 Top10 企业销量排名（单位：辆） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 本月完成 | 市场份额（%） | 环比增长（%） | 比同期增长（%） |
| 1 | 宇通客车 | 3044 | 44.13 | 50.77 | -26.53 |
| 2 | 苏州金龙 | 886 | 12.84 | 59.35 | 155.33 |
| 3 | 比亚迪 | 589 | 8.54 | 371.2 | -43.96 |
| 4 | 金旅客车 | 546 | 7.92 | 53.37 | 42.19 |
| 5 | 中通客车 | 459 | 6.65 | -44.16 | -37.80 |
| 6 | 厦门金龙 | 369 | 5.35 | 17.14 | -32.17 |
| 7 | 福田欧辉 | 209 | 3.03 | -41.46 | 22.22 |
| 8 | 安凯客车 | 173 | 2.51 | -15.2 | -3.89 |
| 9 | 中车时代 | 112 | 1.62 | -74.13 | 2.75 |
| 10 | 江西晶马 | 60 | 0.87 | -16.67 | 53.85 |
| | 行业整体 | 6898 | —— | 11.58 | -23.3 |

商用汽车新闻制表

的前 8 月累计销量；从市场份额上看，宇通占据了 6 米以上客车市场的近“半壁江山”，其行业龙头地位无可撼动。在客车市场整体需求萎靡的背景下，强者恒强、弱者出局的情形，将在未来不断上演。

二是苏州金龙的上升势头仍在持续，行业排名不断向上，本月更是冲到了排行榜第二名，其后续表现值得关注。

三是金旅客车排名上升至行业第四，值得关注的是，其环比、同比在本月均实现大幅上升，市场表现稳健。

从市场份额上看，宇通客车份额进一步提升，达到 44.13%；排名第二的苏州金龙市场份额达到了 12.84%；排名第三的比亚迪，份额 8.54%；行业排名后五位的企业，市场份额均未超过 6%。

## 1~8 月：累计增幅“由正转负” 5 家企业跑赢行业

累计销量维度，中国客车统计信息网数据显示，1~8 月，6 米以上客车市场共销售 56987 辆，与去年同期相比，累计同比下降 2.77%，累计增幅在本月由正转负。

具体来看，1~8 月，6 米以上客车市场销量 Top10 的企业排名依次为：宇通客车、中通客车、苏州金龙、厦门金龙、厦门金旅、比亚迪、中车时代、福田欧辉、安凯客车、银隆。

虽然 8 月 Top10 榜单排名变化较大，但并未对 1~8 月累计销量排名造成太大影响。Top10 榜单中，排名前 7 位的企业均未发生变化。排名第八、第十的企业发生了变化，其中，上月排名第八、第十的福田欧辉、银隆，本月互换了位置，银隆上升两位、排名第八，福田欧辉排名第十。排名第九的安凯客车未发生变化。

与去年同期相比，今年 1~8 月，6 米以上客车市场销量 Top10 的企业，有 5 家实现了同比正增长，分别是银隆、苏州金龙、中车时代、厦门金旅、宇通客车。其中，增幅最大的还是银隆，达到了 161.41%，连续俩月同比增幅领跑行业。并且，行业整体同比小幅下降 2.77 个百分点，只有以上 5 家企业跑赢了行业。

从 1~8 月累计销量市场占比的维度来看，与去年同期相比，今年 1~8 月，6 米以上客车市场有 5 家企业实现了市场份额的正增长，分别是宇通客车增 5.21%、苏州金龙增 2.76%、银隆增 1.71%、厦门金旅增 1.1%、中车时代增 0.78%，份额增幅最大的仍然是宇通客车。

上半年，6 米以上客车市场表现不错，随着下半年的开启，市场形势转“冷”。如今，“金九银十”的到来，却又因为疫情的反复，增加了更多不确定性，无论是从整体经济形势还是行业格局来看，6 米以上客车市场的竞争难度仍在持续升级。

■ 责任编辑：李晓菲

| 8月6米以上新能源客车Top10企业销量排名（单位：辆） | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 本月完成 | 去年同期 | 上月完成 | 比同期增长（%） | 环比增长（%） |
| 1 | 宇通客车 | 915 | 1898 | 667 | -51.79% | 37.18% |
| 2 | 比亚迪 | 589 | 1051 | 125 | -43.96% | 371.20% |
| 3 | 苏州金龙 | 423 | 165 | 206 | 156.36% | 105.34% |
| 4 | 中通客车 | 272 | 335 | 220 | -18.81% | 23.64% |
| 5 | 厦门金龙 | 138 | 298 | 170 | -53.69% | -18.82% |
| 6 | 中车电动 | 112 | 83 | 433 | 34.94% | -74.13% |
| 7 | 安凯客车 | 92 | 15 | 100 | 513.33% | -8.00% |
| 8 | 奇瑞万达 | 70 | 36 | 0 | 94.44% | —— |
| 9 | 厦门金旅 | 64 | 86 | 87 | -25.58% | -26.44% |
| 10 | 广西申龙 | 59 | —— | 8 | —— | 637.50% |
| | 行业整体 | 2897 | 4922 | 2856 | -41.14% | 1.44% |

商用汽车新闻制表

# 8月新能源客车销量观察：Top10格局再变 行业同比下降41%

■ 记者 周晨

中国客车统计信息网数据显示，2021年8月，国内重点客车企业共销售6米以上新能源客车2897辆，同比下降41.14%，环比增长1.44%。1~8月，国内重点客车企业共销售6米以上新能源客车24382辆，同比下降13.93%。

整体来看，8月，6米以上新能源客车市场销量虽然环比微增，但是整体市场依旧低迷。

## 8月：比亚迪重回第二 苏金冲上第三

8月，6米以上新能源客车销量Top10的企业分别为：宇通客车、比亚迪、苏州金龙、中通客车、厦门金龙、中车电动、安凯客车、奇瑞万达、厦门金旅、广西申龙。

宇通客车位居第一，8月共销售新能源客车915辆，同比下降51.79%，环比增长37.18%。与第二名的差距进一步扩大，增加到300余辆。

比亚迪这几个月的销量经历了“大起大落”，从7月的第八名一举重回第二名。8月销量589辆，同比下降43.96%，环比大涨371.20%。

苏州金龙首次冲上第三。8月销量423辆，同比增长156.36%，环比增长105.34%，成为8月Top10企业中难得的一家同比、环比均大幅增长的企业。

中通客车的表现比较稳定。8月销量272辆，位居第四，同比下降18.81%，环比增长23.64%。

总体来看，8月新能源客车市场格局再次进行了一轮“大洗牌”。除了宇通客车与中通客车依旧稳居第一和第四，其他企业排名均发生了不小的变化。此外，奇瑞万达以及广西申龙两家企业

| 1~8 月 6 米以上新能源客车 Top10 企业销量排名（单位：辆） | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 1~8 月累计 | 同期止累计 | 比同期累计增长（%） |
| 1 | 宇通客车 | 5382 | 7110 | -24.30% |
| 2 | 比亚迪 | 3332 | 4966 | -32.90% |
| 3 | 中通客车 | 2215 | 2580 | -14.15% |
| 4 | 中车电动 | 2058 | 1633 | 26.03% |
| 5 | 银隆新能源 | 1558 | 596 | 161.41% |
| 6 | 苏州金龙 | 1518 | 1443 | 5.20% |
| 7 | 厦门金龙 | 1422 | 1146 | 24.08% |
| 8 | 南京金龙 | 1332 | 1144 | 16.43% |
| 9 | 安凯客车 | 748 | 718 | 4.18% |
| 10 | 福田欧辉 | 649 | 1936 | -66.48% |
| | 行业整体 | 24382 | 28329 | -13.93% |

商用汽车新闻制表

冲进前十，为 Top10 榜单增添了新看点。

从销量上看，8 月，Top10 企业之间均存在不小的销量差距，老牌客车企业的优势更加凸显。

再从同比、环比数据看，8 月，Top10 企业同比“四升五降”（一家数据缺失），环比“五升四降”（一家数据缺失）。销量表现较上月来看有所回升，较去年同期差距仍然较大，整体而言依旧不容乐观。

从市场份额来看，8 月，宇通客车市场占比达到了 31.50%，近三成，稳居第一；排名第二的比亚迪市场占比 20.33%；苏州金龙占比 14.60%。前三名企业的市场占有率近 70%，市场集中度进一步提高。

## 1~8 月：宇通销量破 5000 辆 Top8 销量均破千辆

1~8 月，6 米以上新能源客车销量 Top10 企业排名依次为：宇通客车、比亚迪、中通客车、中车电动、银隆新能源、苏州金龙、厦门金龙、南京金龙、安凯客车、福田欧辉。

宇通客车销量突破 5000 辆，前 8 月销量 5382 辆，累计同比下降 24.30%。整体销量领先第二名 2000 余辆，一骑绝尘。

比亚迪保持第二，前 8 月销量 3332 辆，同比下降 32.90%。并且与第三名之间的差距也拉大到了 1000 余辆。

中通客车与中车电动之间的三四名之争依旧激烈。前者前 8 月销量 2215 辆，位居第三；后者前 8 月销量 2058 辆，位居第四。两者之间的差距很小。

银隆新能源是今年惟一一家整体销量始终好于去年的企业，虽然 8 月单月销量表现不佳，但依旧以 1~8 月累计 1558 辆的销量保持第五，累计同比增长 161.41%。

此外，凭借 8 月出色的销量表现，苏州金龙累计排名也得到了提升，从 1~7 月的第八上升至第六，并且与排名第五的银隆新能源差距仅有 40 辆，实力不可小觑。

再从市场份额来看，宇通客车市场占比 22.07%、比亚迪占比 13.67%，依旧保持断层领先。由此可见，虽然 8 月新能源客车市场格局发生了不小的变化，但对 1~8 月的累计销量表现并未产生太大影响。

近几个月来，6 米以上新能源客车市场始终处于低迷状态。不少老牌车企凭借长期的行业积累以及稳健的表现，使得自身优势逐步凸显，同时，各个企业之间的差距也在逐渐拉开，市场份额也更加向头部企业集中。行业遇冷，更是证明企业实力的时机。未来，究竟哪些企业能在群雄环伺的市场格局中突出重围？商用汽车新闻将持续关注。

■ 责任编辑：李晓菲

| 8月轻客Top10企业销量排名（单位：辆） | | | |
|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 本月完成 | 同比增长（%） |
| | 行业 | 30471 | 15.9 |
| 1 | 江铃汽车 | 8588 | 50.9 |
| 2 | 上汽大通 | 6440 | 34.6 |
| 3 | 长安汽车 | 4006 | 28.0 |
| 4 | 福田汽车 | 2942 | -3.8 |
| 5 | 南京依维柯 | 2300 | -11.8 |
| 6 | 东风汽车 | 1641 | -1.6 |
| 7 | 江淮汽车 | 1028 | 17.1 |
| 8 | 宇通客车 | 884 | 5.0 |
| 9 | 厦门金旅 | 661 | 41.5 |
| 10 | 厦门金龙 | 507 | -42.3 |

商用汽车新闻制表

# 8月轻客销量观察：仅6家企业增长 全顺累计销量近6.9万

■ 商 车

疫情反复、芯片短缺、国六实施以及蓝牌新规，都没能阻挡轻客增长的脚步。8月客车销售3.7万辆，同比增长6.6%，其中，轻客销售3万辆，同比增长15.9%。

从各品类表现来看，轻客表现仍然好于大客和中客，8月大客销售3069辆，同比下降29.3%；中客销售3814辆，同比下降13.5%，轻客成为惟一正增长的客车品类。

1~8月，大客累计销售2.9万辆，同比下降8.4%；中客累计销售2.7万辆，同比增长7.2%；轻客累计销售27.7万辆，同比增长41.6%，增幅最大。

## 江铃月销超8000辆

8月，前十名轻客企业没有再出现全线增长的态势，下降的企业反而增加，呈现“六升四降”的状态。其中，江铃汽车作为轻客行业的龙头老大，依然位居首位，销量达8588辆，且增速也是前十家企业中最高，达到了50.9%。紧随其后的是上汽大通，以6440辆、34.6%的增幅位居第二，这也是惟二单月销售超过5000辆的企业。

表现突出的还有长安、江淮、金旅和宇通，均实现正增长，尤其是江淮、宇通，位次提升了两位，江淮从上个月的第九升至第七，而宇通从第十升至第八。这个月，江淮星锐实现了单月产销突破千辆的目标，发展向好；宇通自从5月进入轻客销量前十以来，也呈现着稳健的发展状态，位次不断攀升。

长安同样保持了稳健发展的势头，8月长安销量增幅达28%。今年以来，长安在轻客市场表现优异，一直保持较快的增长。

遗憾的是，8月轻客前十名依然没有金杯的身影，上半年的高速增长止步于7月。

## 新政影响各有利弊

8月行业一个重要的政策，就是蓝牌新规。最近，国家工信

| 1~8 月轻客 Top10 企业销量排名（单位：辆） | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 1~8 月累计 | 同期止累计 | 比同期累计增长（%） | 市场份额 | 同期市场份额 | 份额变化 |
| | 行业 | 276978 | 195545 | 41.6 | —— | —— | —— |
| 1 | 江铃汽车 | 68891 | 50040 | 37.7 | 24.87% | 25.59% | -0.7% |
| 2 | 上汽大通 | 51528 | 30985 | 66.3 | 18.60% | 15.85% | 2.8% |
| 3 | 长安汽车 | 38827 | 24786 | 56.6 | 14.02% | 12.68% | 1.3% |
| 4 | 福田汽车 | 28451 | 23571 | 20.7 | 10.27% | 12.05% | -1.8% |
| 5 | 南京依维柯 | 23799 | 16793 | 41.7 | 8.59% | 8.59% | 0.0% |
| 6 | 东风汽车 | 15564 | 10472 | 48.6 | 5.62% | 5.36% | 0.3% |
| 7 | 金杯汽车 | 11685 | 6179 | 89.1 | 4.22% | 3.16% | 1.1% |
| 8 | 厦门金龙 | 9255 | 8568 | 8.0 | 3.34% | 4.38% | -1.0% |
| 9 | 厦门金旅 | 8855 | 6604 | 34.1 | 3.20% | 3.38% | -0.2% |
| 10 | 江淮汽车 | 7246 | 6582 | 10.1 | 2.62% | 3.37% | -0.7% |

商用汽车新闻制表

部和公安部联合发布《关于进一步加强轻型货车、小微型载客汽车生产和登记管理工作的通知（征求意见稿）》，在座椅布局和车身长度两方面对轻客产品提出了最新的技术规范。新规的出台，是为了整治轻型货车“大吨小标”以及部分小微型载客汽车私自安装座椅进行营运的现象。

按照新政策的要求，轻客 9 座及 9 座以下车型的车长不能超过 5500mm，这就意味着 5.5 米轻客将成为未来蓝牌轻客车型的第一道门槛。

对目前的轻客而言，绝大多数能挂蓝牌的车型都满足该长度标准，只有一小部分车型需要调整。而且，新规对于欧系轻客是个利好，载货用途的欧系轻客不受发动机排量、货箱和轮胎的限制，未来在与合规蓝牌轻卡的竞争中将更占据主动和上风。

而实施两个月的国六排放标准，劝退了部分对价格敏感的用户，毕竟国六车相比国五车肯定是贵的，而对于路权、环保比较看重的部分客户则影响不大，商用汽车新闻记者从部分企业了解到，早在去年国六轻客就已开始销售。以江铃为例，去年在销的江铃福特轻客有近 30% 的车型已经符合国六排放标准，从去年上半年开始，江铃福特轻客就已经开始销售国六车型。

## 市场份额“四升四降一持平”

从 1~8 月轻客累计销量来看，江铃依然占据主导地位，增速达 37.7%，这并不是最高的。上汽大通、长安、南京依维柯、东风和金杯都保持非常高的增长速度。

其中，江铃以 6.9 万辆的累计销量居首，但是市场份额下滑了 0.7 个百分点；上汽大通紧随其后，位居第二，累计销量近 5.2 万辆，实现了销量、份额的同步增长，市场份额增长了 2.8 个百分点，也是增长最多的企业。

以长安、福田、南京依维柯为代表的企业，稳定在第二梯队，销量均在 2 万辆以上。之后是东风、金杯，销量均过万辆，分列第六七名。金龙、金旅和江淮依然位居第八至第十位，销量在万辆以下。

前 8 月市场份额呈现“四升四降一持平”的状态，上汽大通、长安、金杯、东风增长，南京依维柯持平，其余企业下降。

尽管 8 月轻客实现了 15.9% 的增长，但环比增幅的不断下降值得关注。终端市场比较低迷，是导致增速下降的主要原因，这里头受到几个因素的影响：国六实施、进出口受疫情影响、小微企业日子难过、运价低迷、平台互相压价、运输行业的低门槛等等。但对标 2019 年，今年 1~8 月，轻客销量仍处于高位，9 月之后环比增幅能否止跌回升、迎来“金九银十”？对此，商用汽车新闻将持续关注，为读者带来最新的轻客市场分析报道。

■ 责任编辑：李晓菲

# 8月重卡销量观察：销售5.1万辆 遭遇“四连降”

■ 记者 张雅静

| 8月重卡Top10企业销量排名（单位：辆） | | | |
|---|---|---|---|
| 排名 | 企业名称 | 本月数据 | 同比增长（%） |
| | 行业 | 51349 | -60.5 |
| 1 | 重汽 | 14026 | -34.0 |
| 2 | 东风公司 | 8394 | -68.6 |
| 3 | 陕汽集团 | 7269 | -64.7 |
| 4 | 中国一汽 | 7192 | -73.9 |
| 5 | 福田汽车 | 3581 | -70.9 |
| 6 | 上汽红岩 | 2802 | -54.0 |
| 7 | 大运汽车 | 2494 | -25.3 |
| 8 | 江淮汽车 | 2388 | -51.8 |
| 9 | 北奔重汽 | 850 | -23.3 |
| 10 | 徐工汽车 | 777 | -61.2 |

商用汽车新闻制表

8月，我国重卡市场销售5.1万辆，同比下降60.5%，市场遭遇“四连降”。

中国汽车工业协会发布的产销数据显示，2021年8月，货车销售21万辆，同比下降47.1%；1~8月，货车累计销售311.1万辆，累计增长3.3%。其中，8月，重卡销售5.1万辆，同比下降60.5%；1~8月，重卡累计销售117.4万辆，累计增长8.1%，涨幅相比前7个月，收窄9.2个百分点。

## 8月重卡Top10：市场持续下行 5家降幅超六成

具体到各个企业的表现，2021年8月，重卡Top10企业中无一实现正增长，5家降幅超过行业平均水平。

在销量方面，2021年8月，重卡Top10企业中，仅中国重汽销量超过1.4万辆，排名行业第一，东风公司和陕汽集团分别销售8394辆和7269辆，分列第二三位。

尽管广大整车厂、经销商对2021年重卡市场走势早有预判，但进入7月之后，销量降幅之大还是令全行业始料未及。通过数据可以看出，国六排放标准实施后，市场需求严重萎缩，单月总销量已经跌至5万余辆，Top5重卡品牌销量普遍下降了六七成，形势非常严峻。

## 1~8月 重卡Top10：解放超30万辆 重汽跃升第二

2021年1~8月，重卡Top10企业中，5家同比累计实现正增长。其中，中国重汽累计增长39.9%，东风公司累计增长9.1%，高于行业平均增速。

从销量数据上观察，2021年1~8月，中国一汽累计销售30.7万辆，占据着排行榜首位；中国重汽以累计销售22.6万辆的成绩赶超东风公司，跃升至行业第二；陕汽集团和福田汽车则以16.1万辆和9.3万辆的成绩分列四五位。

此外，重卡Top10企业合计市占率为97.5%，其中，8家企业市占率都呈现出不同程度的缩水，仅中国重汽、东风公司

| 1~8 月重卡 Top10 企业销量排名（单位：辆） | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 排名 | 企业名称 | 1~8 月累计数据 | 同期累计数据 | 累计增长（%） | 市场份额（%） | 同期市场份额（%） | 份额变化（%） |
| | 行业 | 1173780 | 1085583 | 8.1 | —— | —— | —— |
| 1 | 中国一汽 | 306873 | 293043 | 4.7 | 26.1 | 27.0 | -0.9 |
| 2 | 中国重汽 | 226499 | 161948 | 39.9 | 19.3 | 14.9 | 4.4 |
| 3 | 东风公司 | 224500 | 205692 | 9.1 | 19.1 | 18.9 | 0.2 |
| 4 | 陕汽集团 | 160796 | 150331 | 7.0 | 13.7 | 13.8 | -0.1 |
| 5 | 福田汽车 | 92965 | 105254 | -11.7 | 7.9 | 9.7 | -1.8 |
| 6 | 上汽红岩 | 52824 | 51618 | 2.3 | 4.5 | 4.8 | -0.3 |
| 7 | 江淮汽车 | 30575 | 36535 | -16.3 | 2.6 | 3.4 | -0.8 |
| 8 | 大运汽车 | 22121 | 22449 | -1.5 | 1.9 | 2.1 | -0.2 |
| 9 | 徐工汽车 | 14960 | 17809 | -16.0 | 1.3 | 1.6 | -0.4 |
| 10 | 汉马科技 | 12085 | 15891 | -23.9 | 1.0 | 1.5 | -0.4 |
| 商用汽车新闻制表 | | | | | | | |

2 家实现正增长。特别是中国重汽，不仅在销量上表现较为稳健，而且市占率也上升了 4.4 个百分点，这样的成绩放在如今的市场大环境下，显得更加难能可贵。

进入 9 月，重卡市场迎来传统销售旺季，但鉴于现阶段运价下滑、环保限行限产等多方面因素，重卡销量止跌上扬的可能性微乎其微。但是，对于国内的重卡生产企业来说，此时信心比黄金更重要。因为越是困难的时候，越可能潜藏着机会。复杂的市场形势下，一场对企业体系力、产品力、营销力以及服务水平的综合考验已经悄然展开……

■ **责任编辑：李晓菲**

企业直通车

# 培育全新动能 上汽红岩公司正式更名

**本刊讯** 2021 年 9 月 8 日，经重庆两江新区市场监督管理局核准，“上汽依维柯红岩商用车有限公司”正式更名为“上汽红岩汽车有限公司”。

2021 年 1 月 4 日，上海柴油机股份有限公司（以下简称“上柴股份”）发布公告称，上柴股份拟以发行股份的方式购买上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”）持有的上汽依维柯红岩商用车有限公司（以下简称“上汽红岩”）56.96% 股权及上汽依维柯商用车投资有限公司（以下简称“上依投”）50% 股权，购买重庆机电控股（集团）公司（以下简称“重庆机电”）持有的上汽红岩 34% 股权及上汽菲亚特红岩动力总成有限公司（以下简称“上菲红”）10% 股权；以现金方式购买上依投持有的上汽红岩 9.04% 股权，并拟配套融资。

2021 年 8 月 26 日，上柴股份上述重大资产重组资产交割实施完成，上汽红岩 100% 股权、上依投 50% 股权及上菲红 10% 股权已过户至上柴股份名下。本次重组完成后，上柴股份将形成“重型卡车 + 动力总成”一体化发展布局。值得关注的是，本次重组募集配套资金，将投向标的资产上汽红岩“智慧工厂”项目、“新一代智能重卡”项目。募投项目的实施，有利于提升其整体竞争实力。

此次资产重组，上汽红岩迎来了全新发展机遇，可实现资本、技术、人才等优势融合，持续增强核心竞争力，做大做强重卡业务，提升市场占有率和行业影响力。

**商 车**

| 8 月轻卡 Top10 企业销量排名（单位：辆） | | | |
|---|---|---|---|
| 排名 | 指标名称 | 本月完成 | 同比增长（%） |
| | 行业 | 120097 | -36.8 |
| 1 | 福田汽车 | 24222 | -34.4 |
| 2 | 东风汽车 | 16289 | -19.3 |
| 3 | 长安汽车 | 11575 | -23.6 |
| 4 | 长城汽车 | 11020 | -47.4 |
| 5 | 江铃汽车 | 9905 | -35.2 |
| 6 | 江淮汽车 | 8427 | -60.4 |
| 7 | 上汽大通 | 6713 | 4.8 |
| 8 | 中国重汽 | 6107 | -63.5 |
| 9 | 金杯汽车 | 4714 | -13.1 |
| 10 | 一汽集团 | 4142 | -52.7 |

商用汽车新闻制表

# 8月轻卡销量观察：轻卡仍“跌跌不休” 仅一家企业增长

■ 商 车

在国六排放以及蓝牌新政的影响下，8 月卡车市场仍在下滑，这已在行业预料之中。

作为卡车行业里最大的细分市场——轻卡，8 月销量表现如何？又将呈现什么样的变化？请看商用汽车新闻记者带来的 8 月轻卡销量盘点分析。

## 8 月 仅一家企业增长

8 月，轻卡行业进一步进入下行通道，仅一家企业实现同比增长。我们先看看行业整体情况。

从产销数据上看，8 月，卡车销售 20.95 万辆，环比下降 23.7%，同比下降 47.1%，同比、环比均出现了较大幅度的下降。

其中，重卡销量完成 5.1 万辆，同比下降 60.5%；中卡销量不足万辆，同比下降 35.5%；轻卡销量完成 12.0 万辆，同比下降 36.8%；微卡销量完成 3.0 万辆，同比下降 53.0%。可以看出，在整个卡车市场，重卡降幅最大，微卡次之，接下来才是轻卡。

1~8 月，卡车累计销售 311.1 万辆，同比增长 3.3%，其中，轻卡累计销售 145.6 万辆，同比增长 5.1%，与重卡和中卡相比，增幅最小。

对于 8 月轻卡市场的“冷”，行业都已有预期。这里头有多方面的因素，一是 8 月本就是销

售淡季；二是受国六排放升级的影响较大，用户购车的需求或提前透支、或延后消费；三是蓝牌新政出台征求意见稿，8月3日，工业和信息化部、公安部发布《关于进一步加强轻型货车、小微型载客汽车生产和登记管理工作的通知》（征求意见稿），业内最关注的发动机排量不大于2.5L以及货箱和轮胎尺寸要求终于落地，这无疑将让蓝牌轻卡市场处于调整期或政策震荡期，影响了市场销量；四是整个运输市场比较低迷，运价低，加之部分平台推波助澜，扰乱市场，各种因素综合在一起，导致终端销售疲软。

8月，前十名企业中，仅上汽大通（主要是上汽轻卡）一家企业实现增长，其余企业销量均同比下滑。

在这里面，影响最大的莫过于国六排放和蓝牌新政，7月1日国六排放标准正式实施，8月蓝牌新政征求意见稿。对于生产企业而言，一方面要积极推广国六，加大国六产品在终端的投放；另一方面要调整产品结构，以满足蓝牌新政的要求。这两个政策导致了用户处于观望的状况，8月轻卡市场整体低迷。

## 企业排名位次继续变化

从具体企业表现来看，福田汽车以2.4万辆居首位，东风紧随其后，以1.6万辆升至第二，长城从上个月的第二跌至第四。接下来是长安，超过长城位居第三，不过两家企业差距并不大，仅500辆的差距。第五是江铃，以9900辆的销量超过江淮。第七名到第十名这个月发生了较大的变化，上汽大通跃升第七，重汽位居第八，金杯超过一汽位居第九，一汽以4100辆的销量居第十。

可以说，8月的轻卡市场变化太大了，上汽大通的崛起，东风、长安和江铃的优异表现，让8月的轻卡市场低迷之中仍有看点。长城皮卡这个月不复7月的辉煌，位次下滑较大，而治理“大吨小标”，也让一些企业产品重载的优势不再，连续下滑且幅度较大。8月，Top10企业中，仅福田一家月销超2万辆，过万辆的企业仅3家，有两家企业月销不过5000辆。

作为惟一销量增长的企业，上汽大通继续保持增长的势头，但增速也已开始下降，同比增长仅4.8%，从中也可以看出8月轻卡市场的低迷。

8月轻卡市场的冷风阵阵，也使得1~8月轻卡累计销量增幅仅实现个位数的增长，有3家累计销量增速未能实现增长，分别是中国重汽、一汽和金杯。在保持累计销量增长的企业中，上汽大通涨幅最大，达30.8%；其次是东风，增幅达12.2%；江铃第三，增幅为11.8%。

## “金九银十”会否到来

1~8月，福田汽车以超30万辆的累计销量遥遥领先，接下来是东风、长城和江淮。东风以15.6万辆的累计销量超过长城，位居第二，长城则以14.7万辆位居第三。之后是江淮、长安和江铃，分列第四到第六。中国重汽、一汽仍位居第七、第八。上汽大通位列第九，与一汽进一步缩小差距，保持了领先于第十名金杯汽车的状态。

从市场份额来看，6家企业实现增长，其中，福田份额增长最多，涨幅达到1个百分点，继续保持轻卡龙头老大的强势地位；上汽大通增幅次之，份额增加了0.8个百分点。东风市场份额增长了0.7个百分点，江铃上涨0.5个百分点，表现稳健，长城、长安的市场份额略增，余下4家企业的市场份额呈现下降态势。

可以说，8月的轻卡市场，让上半年提前获得的红利慢慢被消耗殆尽，老牌轻卡企业日子不好过，新进入的企业也面临着更大的挑战。政策的变化、渠道的竞争力以及产品的挑战，在之后会越来越显现，难怪有轻卡企业负责人称，“十四五”行业将进入淘汰赛。

如何在这场淘汰赛中赢得胜利、守住自己的市场地位，就看各个企业的产品储备、战略定位以及管理水平了。销量只是观察行业的一个窗口，从这个窗口可以窥见行业发展及企业状况。当艰难的8月已经过去进入9月，传统的“金九银十”会否到来？商用汽车新闻将持续关注，带来深入的分析报道。

■ 责任编辑：李晓菲

JAC 江淮汽车

广告

# 江淮超越 为您圆梦

江淮超越 Q7

## 经销网络 公开招募

江淮超越致力于为从事物流运输行业的个体和企业提供品质一流、经济高效的产品方案，与您共创社会财富、成就梦想!

江淮超越是江淮重卡树立高质量发展形象，打造高性价比市场口碑的明星产品线，是江淮重卡倾力打造择优发展的新品牌!

江淮超越招商热线：4008006633/0551-62298720/0551-62298700

# 沃尔沃在华开启“卖卖卖”模式

■ 商 车

9月15日，秉持“每一程 致梦想”的美好愿景，沃尔沃卡车在北京举行了以“沃逢知己 共赴卓越”为主题的中秋媒体沟通会。沃尔沃卡车全球高级副总裁、沃尔沃卡车中国总裁董晨睿，销售副总裁胡平，服务副总裁梁军，网络副总裁马薪淼，市场与传播副总裁郭涛出席了此次活动。

沃尔沃卡车在向媒体表达感谢的同时，亦介绍了“沃承诺”服务升级计划，并公布了经销商及战略合作招商细则，邀请致力于开拓运输事业的行业伙伴“知己”加入沃尔沃卡车，共赴推动高效运输的卓越之旅。

在2020年国内卡车市场的消费结构当中，重型卡车占比达到32.82%，其中，超过一半是牵引车。超载治理从严，单车运力下降对车辆需求提升，加之国三标准卡车即将退出市场等多种因素影响，重卡市场呈现需求向好趋势。

董晨睿在致辞中表示：“伴随着全新一代沃尔沃卡车登陆中国以及本土化项目落地，沃尔沃卡车将缩短交付周期，提升定制化服务能力。通过高质量的产品、技术与服务，为客户提供专业的物流运输解决方案，帮助客户提升运营效率和盈利能力。沃尔沃卡车期待与专业、负责的物流企业伙伴携手共进，共同推动中国物流行业更安全、更高效发展。”

活动现场，胡平表示，沃尔沃卡车一直以来致力于打造高效物流运输，未来还将通过网联化、智能化和电动化推进行业实现可持续发展。凭借契合物流发展趋势的高效、安全和舒适等特性，沃尔沃卡车正以卓越的动力性、持久稳定的可靠性以及独有的领先安全技术、完美的驾乘体验，帮助数以万计的客户提高运营效率。这既是沃尔沃卡车核心竞争优势所在，同时也为经销商前行稳赢提供强劲动力。

不仅如此，在本次沟通会上，梁军介绍了全新升级的“沃承诺”服务，以客户满意为中心打造“极速、专业、无忧”的高品质服务，提升客户体验，创造客户价值。预计明年，沃尔沃卡车“出勤率保障中心”亦将全面上线，届时，通过互联网科技和大数据管理，沃尔沃卡车将为客户提供智能保养规划、远程在线服务以及故障实时监控等贴心服务，让客户真正感受到“关爱就在身边”。服务标准的提升，服务品质更加纯正，为经销商服务能力建设提供必要支持。

“沃”逢知己，共赴卓越。通过本次媒体沟通会，沃尔沃卡车希望以媒体为桥梁，让更多致力于推动高效运输的商业伙伴融入沃尔沃卡车的发展愿景。对此，马薪淼在随后的发言中发布了沃尔沃卡车事业伙伴招募计划。通过因地制宜、精准投资的经销模式，在全国范围内招募经销商及战略合作伙伴，继续扩张中国区服务网络覆盖，致力于不断提升客户满意度。通过与时俱进、灵活多样的直播及O2O模式，沃尔沃卡车将全面赋能经销商及“带货达人”，通过设置多级进阶通道，实现线上线下融合发展。沃尔沃卡车还将通过安全高效的卓越产品、系统专业的“陪伴式培训”、面面俱到的政策支持，带领事业伙伴奔赴创富人生，成就彼此。

未来，沃尔沃卡车还将一如既往地与合作伙伴一道，与更多的中国客户共赴卓越，共赢未来。

■ 责任编辑：李晓菲

# 售价5.59万起
# 长安凯程神骐T30正式上市

■ 记者 周晨

8月3日，工业和信息化部、公安部发布《关于进一步加强轻型货车、小微型载客汽车生产和登记管理工作的通知》（征求意见稿）。通知指出，要从产品源头有效消除轻型货车“大吨小标”、超载运输隐患，并对轻型货车相关技术要求及现行法规进行了多项更新。

可想而知，该政策真正落地之后，必将带动轻卡市场新一轮的震荡。

相较轻卡而言，小卡拥有着更高的通过性、实用性以及灵活性，能够满足大多数用户的城配运输需求。随着蓝牌新政的落地，小卡在货运市场将迎来新的机会。

9月9日，长安凯程旗下新品——神骐T30小卡在北京正式上市。产品聚焦短途物流、城乡配送等运营场景，为今年十分热闹的小卡市场再添新能量。

## 多年积淀 解锁用户痛点

事实上，长安凯程在小卡领域的探索积累已达10年之久。2011年，长安凯程推出神骐T10，车辆凭借高承载、高可靠、高性价比等优势，迅速打开了短途城乡物流市场。从升级换代的神骐T20再到全新上市的神骐T30，长安凯程在小卡市场占据了不可忽视的地位。



广告

依托自身高效的体系建设、完善的产品布局、深厚的市场积累，如今，长安凯程旗下小卡已经拥有了具有一定黏性的固定用户群。这也令其在新风口来临之时能够迅速迎风而上，聚焦用户痛点、难点，用新产品开拓更加广阔的市场。

“这些年，伴随中国城市化进程的快速发展，短途物流已经成为物流业发展的重要分支。致力于短途物流领域的长安凯程，核心使命就是为用户提供最佳的产品。通过对上百万商用车用户数据的分析，几千名实际用户的调研，我们锁定了用户对产品的核心需求就是功能、品质及智能化。基于此，我们研发了此次上市的长安神骐T30。”发布会现场，长安凯程营销中心总经理李福龙表示。

## 品质可靠 适应多种工况

据李福龙介绍，神骐T30作为长安凯程最新推出的智能化小卡，定位高端城配物流市场，致力于以“新装载、新品质、新智能”为用户带来全新的驾驶体验。

在品质及承载力方面，正式上市之前，神骐T30就在试验场进行了高速测试、性能测试、复杂路况测试，试验里程达到30万公里以上；同时模拟不同用户的用车场景，在高温、高寒、高海拔、强日照等地区以及极端路况下进行实验，试验里程达到5万公里，成功扛过了重重考验。

超强的耐久性及可靠性，来源于高强度材料的使用。据悉，神骐T30的底盘采用全尺寸轻卡直通大梁，材质上采用宝钢B510和B610高强度钢材，纯钢铸造，强度及刚度在同级别产品中处于领先水平；纵梁与横梁采用接触焊接工艺，承载力在业内数一数二；此外，神骐T30的货箱采用了6/7+6高钢性主副板簧，主簧最厚达0.9cm，加宽加厚设计，提升车辆承载力。同时，前悬架还标配了稳定杆，在保证承载能力的同时，低速转向自动回正、高速操纵更稳、重载急速变道不侧倾，整车操控更平稳。

在动力方面，神骐T30搭载了东安DAM16KR 1.6L汽油发动机，最大功率马力122ps，最大扭矩158N.m；传动系统匹配东安T18变速器，牵引力大，重载也能轻松起步；同时，车辆还满足国六b排放标准。

并且，此次上市的神骐T30，还提供了单排、双排两大系列近40款车型供用户选择，可轻松满足各种用工环境。

## 配置智能 打造行业高端小卡

“新智能”体现在神骐T30的一系列智能化配置上。据悉，神骐T30全系搭载了7寸彩色触摸中控屏。屏幕支持多点触控，操作更加方便；蓝牙与手机互联功能，能够实现安卓、苹果系统手机映射，车辆与手机无缝互联；此外，手机物流平台App还可通过屏幕触控在线接单，真正做到车机互联、车物互联，为用户解锁智慧物流体验。

同时，车辆还配装了高清倒车影像系统，可辅助用户倒车、泊车，全方位扫除视野死角；车内设置的USB接口，支持5V、2.1A快充，可随时随地为手机充电；并且，神骐T30是行业内惟一带有胎压监测的小卡，行车安全有较高保障；同时，仪表系统增加夜间模式，功能更加人性化，更加照顾用户的行车体验。

值得一提的是，活动当天，快狗物流小哥还驾驶神骐T30从建材城、批发市场将货物拉到了发布会现场，切实体验了新车的各项功能，并对车辆给出了不低的评价。

虽然神骐T30定位高端，但在售价方面也具备超高性价比。发布会现场，李福龙公布了神骐T30新品的售价：单排5.59万~6.44万元、双排5.89万~6.64万元。同步开启新车抢订“双重礼遇”，还贷礼：贷款3万元购车，免1年利息；换购礼：长安汽车老客户增换购免费赠送6次基础保养；同时，长安凯程还为车辆提供了6年或20万公里超长质保，保障用户行车无忧。

2021年可谓小卡市场“繁花似锦”的一年。各个车企的小卡新品层出不穷，紧盯这一轮的行业新风口。神骐T30能否在激烈的竞争中脱颖而出？等待市场给我们答案。

■ 责任编辑：李晓菲

# 开业当天拿下200辆订单
## 又一高端轻卡4S店在小榄开业

■ 记者 陈 津

金秋结硕果，启航迎新程。9月17日，中山庆铃小榄店开业典礼暨庆铃五十铃国六产品推介会在中山经济重镇小榄隆重举行。

庆铃五十铃携手中山庆铃汽车销售服务有限公司（以下简称“中山庆铃”）再度拓宽品牌销售和服务网络，并凭借庆铃专营店的优质产品与服务，为小榄镇用户带来更好的购车体验。

庆铃汽车股份有限公司（以下简称“庆铃汽车”）华南区总监范佘兵来到现场并致辞。他表示，庆铃汽车已与中山庆铃精诚合作20年，“在这20年里，我们看到了中山经济的蓬勃发展，也看到了越来越多庆铃五十铃产品被各行业所应用。”

多年来，中山庆铃不仅成为了庆铃五十铃品牌客户事业快速成长的见证者，还引领行业实现了从销售商向服务商转变。如今，从城市到镇村，中山庆铃已在中山、江门地区遍布销售和服务网点，形成了“中山旗舰1+N专营”的网络发展格局。

### 创新引领 凭实力赢得市场

商场如战场，尤其在日新月异的国内轻卡市场，庆铃五十铃为何能从激烈的市场竞争中脱颖而出，并以高端引领的姿态“笑傲群雄”？

范佘兵认为，主要靠实力！



广告

他告诉记者，自 1985 年成立以来，庆铃汽车始终秉持“让更多用户使用世界水准商用车”的企业理念，向用户提供更高技术价值、经济价值与使用价值的高效能轻卡。36 年的坚持，让庆铃汽车公司不断把五十铃最新、最先进的产品技术同步导入中国，五十铃高品质的产品理念也早已深入人心。

为了更好地满足国内用户的需求，庆铃汽车还以用车场景及用户习惯为依据，对引进车辆做二次适应性开发。例如，在此次活动上亮相的庆铃国六产品，便具备时尚舒适、实用高效、经济节能、可靠安全、轻量化等核心优势，能够显著提升车队运输效率，降低物流公司运营成本，帮助客户实现降本增效，深受全国卡友的喜爱。

除了引领国六市场之外，庆铃汽车公司持续推进新能源汽车正向研发。范佘兵表示，此次推介会展示的新能源车型，全部采用了可靠耐用的磷酸铁锂动力电池，不仅支持长巡航和快充电，电池包防护等级更是达到 IP68。此外，庆铃新能源车型曾创下行驶 25 万公里、电池衰减 5%、且“三电”系统无重大故障的纪录，其技术与品质已获得行业高度肯定。

正因为如此，中山庆铃董事长吴伟森在致辞中表示，他对中山庆铃小榄店的未来充满信心。同时，他还对庆铃五十铃的国六和新能源系列产品赞不绝口，认为这些产品“代表着目前国内轻卡的最高水平”。

## 用户至上 以口碑成就品牌

俗话说，“金杯银杯，不如用户的口碑”。随着全面国六时代的到来，车企更应该顺应市场发展趋势，直面用户高端化、个性化、多样化的产品需求，坚守品质底线，并且凭借产品和服务上的优势塑造口碑，为用户带来更好的用车体验。

吴伟森坦言，庆铃五十铃在中山地区的销量超过 2 万辆，有很多客户的车辆使用年限已经超过 7 年或者 50 万公里，“无论是整车还是发动机，都没有出现过使用故障或者大修，产品表现非常出色。”他还表示，庆铃五十铃的国六和新能源系列产品在外观、内饰、动力系统方面都有了较大的提升，“增加了很多的科技感，能够给客户带来更好的使用感受。”

对此评价，易路美道路养护科技有限公司（以下简称“易路美”）梁伟红表示高度赞同。他说，自 2019 年与中山庆铃合作以来，易路美已经使用庆铃底盘超百辆，“囊括中卡、轻卡、皮卡、新能源等全系列产品。”

商用汽车新闻记者了解到，作为生产道路养护系列产品的高新企业，易路美具备自主研发的领先防撞车改装技术，并且与庆铃优质的底盘产品高度契合。

目前，易路美采用庆铃底盘改装的防撞车已经畅销全国，得到了广大用户的一致好评！因此，易路美决定再次与中山庆铃合作，并在推介会现场签订了 200 辆庆铃改装车底盘订单，用行动展示了其对庆铃五十铃产品的坚定信心。

可以预见，随着中山庆铃小榄店的顺利开业，庆铃五十铃的全国销售服务网络拓展将再进一步。不仅为中山物流市场提供了一个更高水平的运输装备平台，持续为当地卡友创造更大的财富；还提升了庆铃五十铃的网络密度，助力其国六和纯电动产品销量增长。

■ 责任编辑：李晓菲

# 蓝牌新政
## 能否将潍柴推上轻型机“头把交椅”？

■ 记者 王云飞

蓝牌新规即将落地，轻卡市场进入转折期，产业链也将面临“洗牌”。

8月初，两部委发布《关于进一步加强轻型货车、小微型载客汽车生产和登记管理工作的通知》(征求意见稿)，从“轮胎、发动机、货箱”等配置参数入手，剑指“大吨小标”顽疾。

其中，新规要求，蓝牌轻卡发动机（柴油）排量不大于2.5L（不包括冷藏车），这无疑是给轻卡动力划定了“红线”。作为国内发动机产销“一哥”，潍柴动力在轻型发动机领域又将祭出哪些“大杀器”？

### 领跑法规 2.5L 机型抢先入市

“早在2020年，潍柴便已经着手2.5L发动机的立项研发，并在今年8月实现WP2.5N发动机的批量上市，是行业内最早完成合规机型迭代升级的发动机企业。”潍柴轻型动力相关业务负责人表示，WP2.5N发动机旨在解决行业现有机型动力不足的痛点，却没想到和蓝牌轻卡新规“歪打正着”。

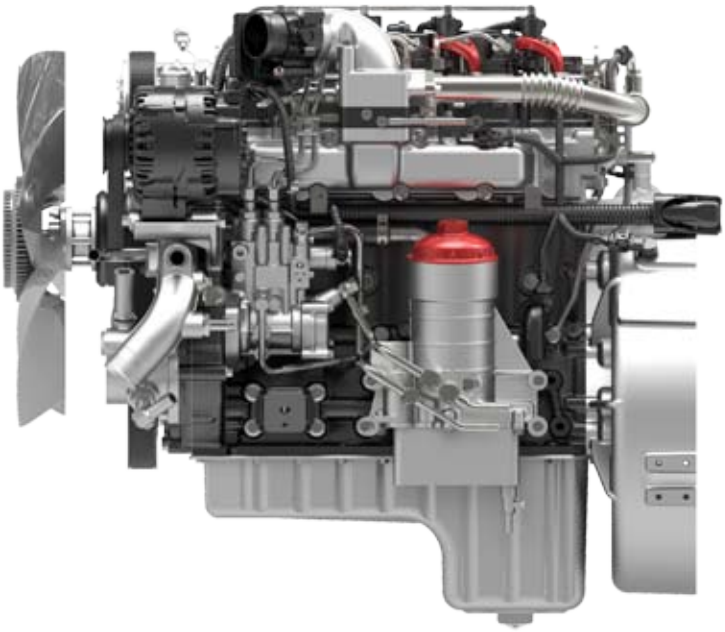
在潍柴看来，产品和市场



广告

相互促进，无论政策法规如何变化，解决用户痛点和提升产品竞争力，是提升市场份额的“不二法门”。若产品做不好或准备不足，企业将难以抓住市场机遇；只有深刻了解市场需求、专注产品竞争力的提升，才是赢得市场的关键。

“WP2.5N 发动机，是潍柴基于对细分市场的精准研判开发的新机型，具有自重轻、动力爆发性强、经济性好、可靠性高等优势。”该负责人表示，蓝牌新规把所有整车厂和发动机厂拉回了同一“起跑线”，在排量、功率相同的情况下，产品比的是“内功”，高可靠性、高经济性和高舒适度，是潍柴产品抢占市场的最大竞争力。



据介绍，在轻型机领域，潍柴所有国六机型均达到了超 10 万公里的可靠性验证。其中，WP2.5N 发动机与竞品相比，动力性提升 5%~10%，油耗节省 1~1.5L/100km，噪声降低 1~2dB；并且，整机采用铸铁缸盖，自重减轻近 20 公斤，可助力客户多拉快跑，实现收益最大化。

不仅如此，针对蓝牌轻卡日用超市配货细分市场，潍柴有 WP2.3N 发动机；针对冷藏车市场，潍柴有 WP3N 发动机，全面满足轻卡市场的差异化动力需求。

## 全面布局 剑指产销头把“交椅”

“下半年，预计潍柴 WP2.5N 发动机产能可达到 1000 台 / 天，并将快速打开合规蓝牌轻卡市场。”该负责人强调，潍柴轻型机主打性价比，旨在为客户提供合规、可靠、高竞争力的“芯”动力，带来最佳的动力解决方案。

一直以来，潍柴致力于成为全系列、全领域动力供应商；其以 WP2.5N 为代表的全新 N 平台发动机，与一汽解放、东风、中国重汽等整车企业实现了深化合作，形成了竞争合力。

据悉，在当前的轻型机领域，潍柴 N 平台拥有 WP2.3N、WP2.5N、WP3N、WP4.1N、WP4.6N 等 5 款产品；并且，按照计划，潍柴在年底前还将推出一款 2.3L 新机型。届时，潍柴将实现对轻、中卡四缸柴油机型谱及动力段的全面覆盖。

“得益于全新 N 平台的上市，近两年，潍柴在相关细分市场的份额增长达到 10%；今年 1~7 月，行业销量同比增长 10%，潍柴销量同比增长 41.4%，市场份额增长 4%，达到了 18%；到年底，潍柴轻型机总销量有望冲击第一。其中，WP2.5N 发动机的市场份额预计达三成以上。”该负责人如是说。

在蓝牌新政即将落地的“敏感期”，潍柴不断将客户需求转化成产品竞争力，促进了销量和市场占有率的持续攀升。未来，借助蓝牌新政带来的市场红利，潍柴能否坐上轻型机产销“头把交椅”？让我们拭目以待。

■ 责任编辑：李晓菲

# 重组成果凸显
## 上柴股份持续加码新能源赛道

■ 商 车

近日，上海柴油机股份有限公司（以下简称“上柴股份”）重大资产重组事项已取得阶段性成果。

具体来看，8月26日，重大资产重组资产交割实施完成，上汽红岩100%股权、上依投50%股权及上菲红10%股权，均过户至上柴股份名下。9月9日，经市场监督管理局核准，“上汽依维柯红岩商用车有限公司”正式更名为“上汽红岩汽车有限公司”。9月10日，上柴股份拟以人民币19900万元的对价受让上汽集团持有的捷氢科技6.1268%的股权，对应捷氢科技注册资本人民币3553.5714万元。

“十四五”期间，国家能源建设重点围绕“碳达峰、碳中和”展开部署，上柴股份通过系列资本运作，深刻践行“新四化”发展战略，争当“双碳”行动先行者。

### 深刻践行“新四化”发展战略 持续加码新能源赛道

在上汽集团商用车“新能源化、智能化、网联化、定制化”新四化战略的指引下，上柴股份积极践行“新四化”的发展战略，持续加码新能源赛道。

作为本次重组标的之一的上汽红岩，积极布局新能源重卡市场，目前已熟练掌握电驱、电控、电池系统等应用开发，打造出杰狮、杰虎、杰豹三大平台，构建起氢能重卡和纯电动重卡两大产品矩阵，全面覆盖牵引车、自卸车、载货车、专用车四大细分领域。

近期，上汽红岩全新一代



广告

（第六代）智能重卡——红岩 H6 即将全面上市，同时，近千人的重庆工程院、软件智能中心正在积极筹建中，持续推动企业管理体系、开发流程、技术规范完善以及智能网联、电子架构和软件工程等“新四化”能力建设。

在氢能重卡领域，7 月，上汽集团与鄂尔多斯市政府正式签署《关于新能源汽车产业链项目投资协议》，上汽集团及旗下上汽红岩、捷氢科技，将在鄂尔多斯市伊金霍洛旗投资 20 亿元，建设全球首个万辆级氢能重卡产业基地。根据项目规划，上汽红岩即将启动氢能重卡产业基地奠基，加快推进鄂尔多斯氢能重卡项目。

在“碳中和”体系下，我国正大力扶持氢能及氢燃料电池行业的发展。日前，京沪粤氢燃料电池汽车示范城市群的落地，标志着已进入行业加速的快车道。业内人士表示，“示范应用政策将会拉动上下游产业链的发展以及核心技术的进步，实现成本的降低。”

值得一提的是，上汽红岩氢燃料重卡已被多个氢能示范城市列为推荐车型，其所搭载的氢能反应堆，输出能力和耐久性已达到国际一流水准；捷氢科技新园区已建成投产，成为了国内首个全面覆盖膜电极、电堆、电池系统的车规级氢燃料电池制造基地。

中国氢能联盟预测，2025 年，我国氢能产业产值将达到 1 万亿元。上柴股份资产重组中购买上汽红岩、参股捷氢科技等优质资产，无疑是赛道“抢跑”的先手布局。

本次重组完成后，上柴股份将形成“重型卡车 + 动力总成”一体化发展布局。值得关注的是，本次重组募集配套资金，将投向标的资产上汽红岩“智慧工厂”项目以及“新一代智能重卡”项目，募投项目的实施，有利于提升上柴股份的整体竞争实力。

## 重组成果凸显 氢能重卡重磅加持产品矩阵

上柴股份目前主导产品柴油发动机，主要配套于境内商用车行业与工程机械行业，且公司通过重大资产重组，实现了“重型卡车 + 动力总成”的协同发展。近年来，公司始终立足综合性动力供应商定位，加速新能源转型，推动产业链一体化布局。

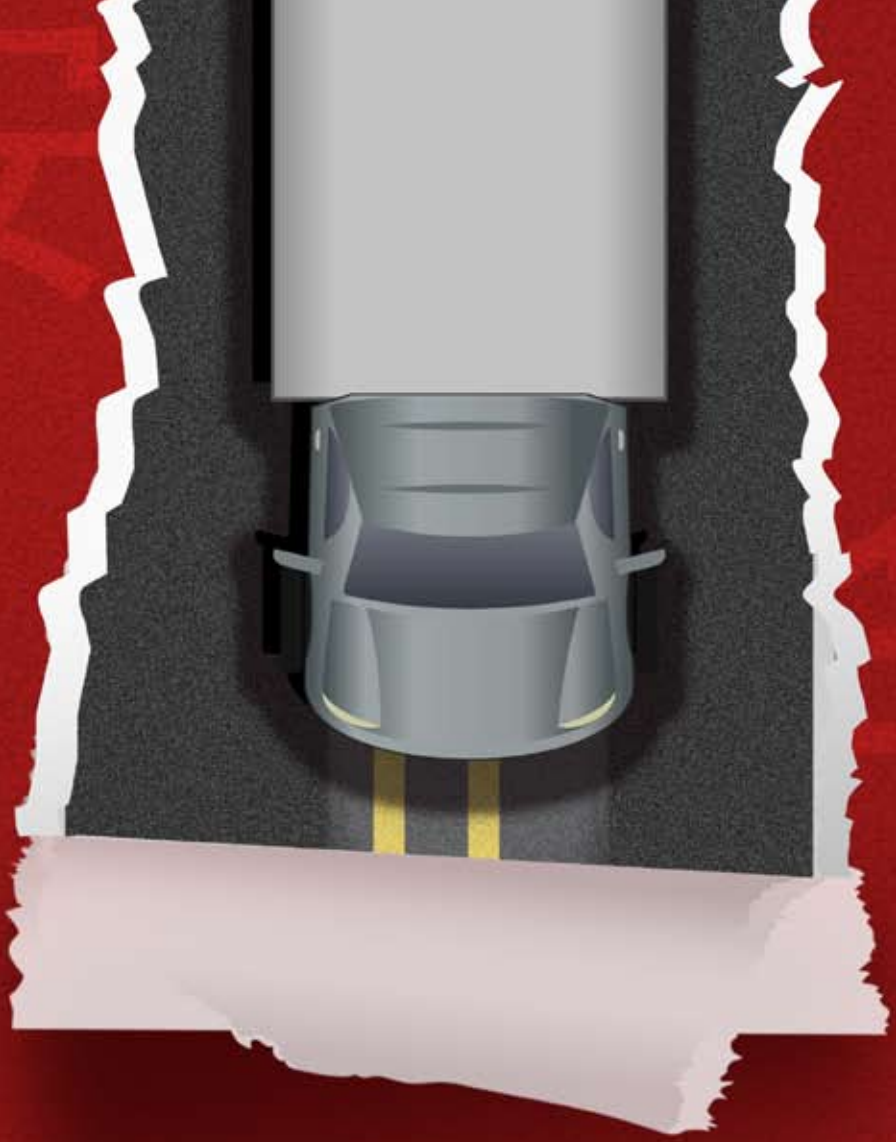
上柴股份通过系列资本运作，一方面有望提升公司应对传统动力新能源化的竞争力，与原有柴油发动机业务形成互补效应，且在客户通道、销售网络和订单获取上产生市场协同效应。公开资料显示，作为公司资产重组标的之一的上汽红岩，拥有完善的新能源重卡产品矩阵，今年计划先期向内蒙古鄂尔多斯市交付 500 辆搭载捷氢科技燃料电池系统的新能源重卡。

另一方面，受益于上柴股份、上汽红岩及捷氢科技的深度合作以及公司新能源动力技术研究进展加速，上柴股份有望加强在新能源非道路产品和商用车整车集成领域的核心竞争力。资料显示，全球范围内，挖掘机、船舶等非道路产品以及中型卡车、重载卡车等道路产品，均已展开在燃料电池领域的试点工作。公司在上述领域具备领先的研发技术和市场优势。

未来，上柴股份将坚持“重型卡车 + 动力总成”两翼格局协同发展，塑造自身发力亮点。同时，以新能源转型为发展驱动，切入新赛道，跑出上柴“加速度”，促进上市公司高质量发展。

■ 责任编辑：李晓菲

广告



# 高兴出行
# 平安回家

疲劳不驾驶 行车更安全