

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

2022 第4期

国内统一连续出版物号 CN11-5506/U

SINOTRUK
中国重汽

汕德卡C9H
德系品质
智享未来



德智体美劳全优王



高端重卡新典范

亲人服务热线
4001-888-666



智慧重汽微信公众号



中国重汽微博公众号

比红码更可怕的是“层层加码”

■ 李晓菲

“10个面包吃7天”

“用土豆数日子”

“驾驶室里住20天”

“上不去下不来，沦为高速难民”

……

以上新闻的主角都是货车司机。近来，他们的“高速漂流记”破圈儿式地吸引了各大媒体聚焦，这个有着千万之众却异常沉默的群体，从未有过如此“高光”的时刻，前所未有。

往常，他们疲于奔命，在沉默中工作、生活，是舆论聚光灯下的“隐形人”；如今，他们却一改往常，频频发声，引来了各路媒体关注，更因各种窘迫遭遇频上热搜。

深究其原因，除了特殊时期全民抗疫的客观原因，剩下的就尽是心酸了。

在当下的特殊时期，真正把“货车司机被困路上”推上热搜的，远非货车司机的遭遇本身，根源在于因此导致的疫区“供应难”。如果说吉林的本轮疫情只是引起了公众对物资供应问题的一丝疑虑，那么，上海这轮来势凶猛的疫情，则彻底放大了人们心中对物资供应的不安全感，毕竟，那可是上海。

这种不安全感是否必要？从供应量上来说，当然没有必要。从4月12日举行的国务院联防联控机制发布会披露的信息来看，截至4月11日，相关部门已组织11省份开展联保联供，已累计向上海供应1.8万吨蔬菜等生活物资，还无偿支援了面包等食品5400多吨。

供应量管够，为什么依然有人买不到菜、拿不到物资？菜呢？菜在困在路上的一辆辆货车车厢里呢。

一边是城市里的物资紧缺，一边是卡在各个环节畅通不起来的物资运输，这种割裂的对比，一下子让货车司机群体受到了前所未有的聚焦：他们才是供应链上最不应该被忽视却又最容易被忽视的“一环”。

在这种广泛的关注之下，货车司机的心酸和窘迫纤毫毕现。

最紧迫的问题，是“痕迹斑斑”的行程码带来的。干线物流跨度大，而当下全国多地突发疫情，长距离运输的货车司机经常一趟活儿跑不完，行程码就已经带星了。而一旦带星，就极有可能被劝返、被隔离……更糟糕的是，再充分的提前准备，也难以应对各地不统一的疫情防控要求。在他们看来，“层层加码”比红码严重多了，对于迫切需要“流动”起来的他们来说，各地政策不统一甚至“层层加码”带来的不确定性是最致命的。

对于很多非业内人士来说，货车司机是个面目模糊的群体。大部分人并不知道，这个群体有着近2000万之众，他们驾驶着千万量级的货运车辆，常年承担着我国综合运输体系中70%以上的货运份额。

这个沉默的群体，在当下疫情反扑的特殊时刻，因为“复杂”的行程码，成为了各地疫情防控的重点关注对象，贴封条、关车窗、劝返……层出不穷、花样繁多，全然不管货车司机如何生活，更枉顾“全国一盘棋”的疫情防控需要。对于那些在国务院、各部委连发做好货运物流保通保畅工作通知之后仍然各自为政的地方而言，“层层加码”才是他们眼中“最安全的码”，“一刀切”才是斩断疫情最快的刀。

如今，疫情防控形势依然严峻，尽快斩断疫情传播，需要各行各业各司其职、全力以赴。与此同时，避免疫情防控带来的次生风险同样重要。首先要做的就是把困在各地的货运运力释放出来，让保障物资供应的道路尽快畅通起来！在此，我们也呼吁：给予货车司机群体更多关注，让“层层加码”的懒政无处遁形！



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 728 期

2022 年 4 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



牵手中通“U-LINK” 菏泽公交走出高质量“智慧转型路”

■ 记者 陈津

自2021年12月5日“U-LINK”平台问世以来，中通客车用行动展示了“用数据构筑创新生态，以科技带动产业升级”的发展决心与实力。

“U-LINK”平台从硬件到软件全面实现智能化、网联化、数据化的强大能力，也帮助越来越多的公共交通运营企业，在智慧出行系统打造上迈向新阶段。

3月11日，在走访菏泽公共交通集团有限公司（以下简称“菏泽公交”）时，菏泽公交党委书记、董事长殷正红告诉商用汽

车新闻记者，城市公共交通已经从原来的人员密集型产业，逐渐转变为技术密集型产业。

对坚定走在新能源以及信息化发展道路上的菏泽公交而言，“U-LINK”平台来得正当时。

坚持公益性及市场化

菏泽公交成立于1977年，是菏泽市属国有大型公益性企业。2013年以来，在当地市委市政府的大力支持下，菏泽公交不断加大新能源车辆的推广力

度，以平均每年100辆的速度投放纯电动公交车。

目前，菏泽公交拥有车辆总数1095辆，其中895辆为中通客车股份有限公司（以下简称“中通客车”）生产的车辆。“相比而言，中通客车的产品质量更好、性价比更高，易损件、易耗件采购也很方便，有利于车辆保养及维护。”殷正红介绍道。

大批量新能源公交车的投放使用，让菏泽公交找到了平衡公交公益性与市场化的高质量发展道路。一方面，新能源公交车

较低的运营成本，有效帮助菏泽公交减少运营压力，坚守了公共交通的公益性。例如，实行较低收费标准，对学生、老年人等特殊人群推出优惠政策等。

另一方面，纯电动公交车的大规模应用，帮助菏泽公交实现了信息化服务体系打造。借助人工智能、车联网、云计算等新技术，通过大数据管理系统以及“U-LINK”等智能网联产品及平台，菏泽公交构建了完善的智能车辆指挥调度中心，能够及时为当地乘客提供更加高效、快捷且舒适的出行服务。

智能网联平台丰富的可拓展性，还让依靠信息化管理的菏泽公交开发出一系列全新功能提高服务品质。例如，针对商务出行和旅游市场，菏泽公交可以通过手机App定制公交线路，做到点对点服务；针对学生安全出行，菏泽公交开发了乘车信息推送系统，只要学生刷卡上车，家长就能通过微信收到孩子的乘车信息，让公交车具备校车般的服务功能。

因此，除了45条常规线路之外，启用大数据管理系统、“U-LINK”平台的菏泽公交，还开发了270条定制线路，并且能够根据现有车辆、路线以及车流量不断优化运营计划，真正做到低碳、绿色运营。

管理做减法 效率做加法

近几年，受高铁、网约车、共享单车等新业态冲击，道路公共交通客流量出现严重萎缩。同时，



公共交通行业的行业属性，也决定了运营企业需要面临安全、成本、服务等多方面的压力。

面对挑战，殷正红坦言，“公交公司首先要做的，就是学会精打细算。”因此，菏泽公交率先把握住公交信息化和智能化行业发展趋势，引入智慧公交大数据运营平台，通过智慧调度、智慧出行与可视化管理，实现降本增效。

2021年，接入“U-LINK”平台后的菏泽公交大数据管理系统，不仅集成车辆自检、路况信息、驾驶员行为分析等实用功能，还能通过手机端一键报修，让厂家第一时间接收到车辆故障信息，从而快速完成抢修服务。“有效弥补了原有大数据管理平台在车辆管控、成本管理、业务开拓、个性化服务等方面的不足。”殷正红表示。

“U-LINK”平台还能实时管控车辆，规范司机驾驶行为，无论是车辆的行驶里程、维护间隔、配件使用情况还是驾驶员的

心情、表情、身体状况，都能被大数据收集。“什么时候该换轮胎、电瓶，什么时候该做保养，甚至司机日常工作考核都能在平台上完成，不用再和以前一样全靠人工统计。”殷正红表示。

凭借中通客车成熟的新能源公交产品以及领先的智慧解决方案，菏泽公交实现了全程运营可视、可管及可控，为市民安全、便捷出行提供了有力保障。殷正红告诉记者，“菏泽公交已经告别了靠几十个后勤人员管几百上千辆车的日子，现在各个线路公交车扎堆到站或者大间隔的现象也得到了显著改善。”

通过车辆运营全周期的持续赋能，中通客车全新车联网+服务产品“U-LINK”将全面助力客车行业转型升级。而以“高品质”产品和服务引领新能源市场的中通客车，也定能在公共交通领域大展拳脚，帮助更多公交运营企业步入智慧公交时代。

■ 责任编辑：李晓菲



嘉兴区域破万 2022强势开局 上汽大通做对了什么？

■ 记者 张雅静

2022年开年，上汽大通捷报频传。

继1~2月宽体轻客取得累销9230余辆、增长17.4%的好成绩之后，上汽大通在嘉兴地区又迎来了轻客区域销量过万辆的新突破。

作为引领国内轻客行业发展的品牌之一，上汽大通在过去11年来，总能以不断刷新的“大通速度”带给外界惊喜。为什么总是上汽大通？上汽大通究竟靠什么在激烈的轻客市场

竞争中连连赢得出色战绩？

持续深耕 提速产品更新迭代

现阶段，国内轻客市场主要分为日系轻客和欧系轻客两大派系。在销量方面，自2014年开始，欧系轻客赶超日系轻客，到2021年，欧系轻客的销量占比已超六成。而上汽大通在品牌诞生之初，就前瞻性地选择站在了欧系轻客这条赛道上。

过去10年来，上汽大通持续深耕，形成了以V90、V80 PLUS、V80为核心的轻客产品矩阵，全面覆盖旅游通勤、商务接待、城配物流等多个细分领域。

近年来，城市集群的形成、网购规模的扩大、快递物流稳定增长，让欧系轻客作为专业物流车，在城市交通运输体系中所扮演的角色越来越重要。同时，随着旅游市场“大转小”趋势越发明显，欧系轻客大空

间、更舒适的属性，也更容易满足旅游市场“百变化”的场景需求。

以上，无疑带来了上汽大通更多可供探索的新领域、新机会。

但是，市场体量大、发展前景好，在一定程度上也意味着参与其中的“玩儿家”多、竞争压力大。

对此，上汽大通选择紧跟市场、追随用户，以丰富而全面的产品拓展赛道的宽度。

可以看到，在几个月时间里，上汽大通接连更新迭代了包括V80 PLUS全能王、V80带货王以及V90墨、V90玛特版、V90机车版等十余款新车。这些新车覆盖城配物流、商旅、经营等不同的应用场景，无论是物流、商务人士高端出行还是“Z世代”年轻人玩儿车，都能在其中找到属于自己的那款Dream Car。

嘉兴地区就是典型案例。3月11日，上汽大通嘉兴第10000辆轻客车主交车仪式在嘉兴万龙4S店举行。作为上汽大通宽体轻客的“先锋市场”，产品“定制化”的优势，是上汽大通在嘉兴“攻城拔寨”的法宝。

数据显示，2021年，上汽大通宽体轻客在嘉兴地区，就以高达45%的市占率超越众多合资竞品，遥遥领先。2022年，嘉兴地区1~2月的市占率高达43.8%，连续数月斩获地区销冠。此次区域销量突破万辆，成为了上汽大通宽体轻客在嘉

兴地区又一里程碑事件。

打破边界 深化定制化服务内涵

定制化，既是当下潮流所在，也是上汽大通的优势所在。

从首创C2B用户共创定制到如今成为畅销海内外的“中国汽车定制专家”，上汽大通一直在积极打破定制化的边界。

以前，通过“蜘蛛定制”平台定制新车，是消费者对上汽大通定制化服务的第一印象。在这一平台上，他们可以和厂家达成高效而精准的互动，可选择大到发动机、变速器，小到座椅靠背的材质和颜色，打造符合应用场景、贴合自身使用习惯的专属产品。

如今，上汽大通的定制化，已经从单一的产品定制向营销、售后多维度演变。

比如“蜘蛛定制”平台，已经转变为覆盖用户选车、购车及用车全生命周期支持用户个性化需求的在线营销服务平台。通过电商、营销、社交、管理、金融、服务、培训等属性，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服务。

同时，针对售后环节，上汽大通在2020年还上线了Max.Care云服务平台，用户可随时预约保养、保内维修、线上故障诊断、上门取送车等服务。而这种以用户思维为核心、定制贯穿于业务全流程的服务，不仅给用户带来了便利，也让

嘉兴万龙这样紧跟上汽大通而变的经销商尝到了“甜头”。

记者了解到，依托“蜘蛛定制”和Max.Care云服务平台，上汽大通嘉兴万龙的售后人员能够在线上完成接单，主动为工作繁忙的用户提供上门维保服务，这些举措受到新老用户的广泛好评，“老带新”“回头客”多就是例证，有效带动了嘉兴市场销量破万辆。

不止于此，2021年10月，上汽大通用户共创中心落成，上汽大通对C2B定制模式完成了又一次升级迭代。据了解，共创中心将成为上汽大通直达用户的重要纽带，用户通过线上预约、线下交流，便可以直接参与到产品定义、设计、研发与落地的全流程，成为品牌的拥有者、共建者。而这一设定，无疑对年轻用户具有足够的吸引力。

无论是扩大产品矩阵还是深化定制化服务内涵，在11年发展历程中，上汽大通始终在围绕用户、围绕需求做功课，这成为了其不断在轻客市场披荆斩棘的驱动力。

如今，在市场和政策双导向下，欧系轻客市场方兴未艾。这对于上汽大通来说，是机遇，更是挑战。此次在嘉兴市场迎来10000辆轻客的销量新突破，是上汽大通虎年的又一抹“开门红”。相信，上汽大通未来也将以定制化基因赋能，持续打造更多轻客新品，为轻客用户带来实实在在的价值。

■ 责任编辑：李晓菲



真大方 特能装

远程星享V强在哪里？ 产品架构和生态

■ 商用车

自重卡、轻卡、小微卡、LCV和客车五大产品线后，远程汽车在轻型客车领域又补充了产品线。近年来上新速度频繁的远程汽车，于3月7日重磅发布了两款微面产品——远程星享V，分别是V5E（4.5米）和V6E（4.8米），并以极具竞争力的产品和吸引力的价格引发行业关注。

在城镇化进程加速、居民

消费升级及新经济发展，城配物流市场快速增长。同时，国家大力推进城市绿色货运配送示范创建，推进城市货运往更绿色、更集约、更高效发展的背景下，远程星享V来得正当时。

引领VAN从1.0到2.0

远程汽车是这样定义远程星享V的：将引领VAN车实现

从1.0代向2.0代的跨越，推进远程汽车城配物流产品线的全面进化。

具体到远程汽车的城配物流产品，从2021年4月的锋锐小卡F3E发布到7月远程汽车推出首款基于“可拓展智慧新能源轻卡专属GLA架构”的产品——远程星智再到如今的远程星享V，从小微卡、轻卡到微面、轻客，“远程星享”将成为

继星智、锋锐之后补全远程汽车轻商产品矩阵的“一块重要拼图”，实现远程汽车全系产品线全面迈入2.0时代。

远程星享V作为产品平台，后续还将拓展5米以上VAN车市场。吉利商用车集团副总裁、轻商事业部总经理王彦彬表示，未来，远程星享V平台将继续拓展5米以上VAN车及小微卡系列产品，为城配物流用户提供全场景更多样化的选择。

从快递、商超、搬家、生鲜到社区团购、货运平台同城配送等，远程星享V统统满足城配物流的需求。比如拥有领先同级的尺寸空间，灵活多变超实用，大件货物装卸轻松自如；车身采用高强度轻量化笼式结构，在提升安全性的前提下，承载力也得到了大幅度地提升，超越了同级竞品；低地台、后双开门的设计，大大提升了装卸效率；远程星享V的星空外观、潮趣内饰、智能网联配置，既考虑了用户年轻化的趋势，更是给用户带来了超乎想象的极致体验。

新平台、新架构带来全新变化

一切得益于它的产品架构。

全新正向研发的“纯电动物流平台”，解决了原有“油改电”微面产品固有的不足，同时实现了产品技术的全面革新。标准化、共享化、参数化的架构，让多种燃料形式和换电模式成为可能，从混动、氢能到甲醇，可根据用户的需求进行拓展。

据吉利商用车研究院LCV中心主任李寅介绍，换电产品马上也会推出，通过采用“车电分离、分箱换电”技术，“车电产权分离”有效降低购车成本、减少残值顾虑，提升了盈利能力。

城配物流最关注的空间装载问题，远程星享V通过新技术、新工艺、集成化的设计，实现了突破，货箱内部尺寸达到了1600mm、后轮轮包处宽度达到1180mm，同类产品中最宽，实现大件物品轻松装，同时自重更轻、载重更大。

智芯科技高效动力系统和领先的车联网技术，也是远程星享V的一大亮点。丰富的三电经验、数万台产品的市场检验，依托吉利中央研究院深厚的技术积累，以乘用车领域成熟的电气化、智能化技术为基础，让远程星享V相比市面上的新能源微面，在产品可靠性、稳定性方面更值得信赖。

从即将于今年发布的超级VAN产品身上，就可以窥见远程汽车的实力。据透露，这款基于全新线控滑板底盘的超级VAN产品，基于全新的电子电气架构，通过底盘线控技术，实现了空间百变、车辆高度的智能化，必将引发VAN行业新一轮的关注和震动。

助力物流新生态构建

生态更是远程汽车的强项。正如王彦彬所说，当前的商业竞争已不是单一企业、单一要素之间的竞争，而是产业链和

生态圈之间的竞争。远程汽车致力于整合上下游业务，通过战略协同，实现从以“车”为中心到以“货”为中心的全新商业模式。

对于城配物流而言，5G、大数据、物联网以及智慧城市的要求，数字化时代下的物流新生态亟待构建。而远程汽车自发布“1233”战略起，矢志重构产业生态，创领零碳陆运，先后成立了三大平台公司，其中，绿色慧联正是基于城配物流打造，定位为聚焦城市物流场景的智慧绿色运力服务平台。

远程汽车希望借此探索出一条新的路径。“远程e家”是实现此目标的重要载体。据介绍，2022年，远程汽车将持续深化“1233”市场生态战略落地，融合各大运力平台及战略合作伙伴优势资源共建产业生态，合力推动产业创新升级，实现“远程e家”超级共享聚合平台，以数字化+全链路商业运营，创建一个串联起人、车、货、金融、场、运等多个维度的“微生态”。

在这个微生态里，每一辆远程星享V都将成为物流生态中的智慧节点，广大用户可享受受到行业内最优质的资源以及最优质的服务体系。与此同时，“远程e家”这个超级聚合平台，也将为构建智能高效物流新生态、实现更美好的城市贡献自己的一份力量。

蓝图已经擘画，且看远程轻商扬帆起航。

■ 责任编辑：李晓菲

从0到100

图雅诺新能源轻客靠什么在重庆“扎根”？

■ 记者 张雅静

在“双碳”战略推动下，货运市场全面向绿色低碳转型已成为大势所趋。特别是在我国西南地区，伴随着利好政策及相关配套设施的迅速跟进，新能源物流车爆发出了强劲“生命力”。

对此，重庆市锦联汽车销售有限公司（以下简称“锦联汽车”）总经理、主营图雅诺轻客的罗勇感触颇深。他告诉商用汽车新闻记者，2021年，重庆当地新能源轻客市场初步形成，年销量就达到了4000辆；而今年，保守估计，市场对新能源轻客的需求将增长50%以上。

市场体量大、前景好，但对于身处其中的锦联汽车来说，竞争压力并不小。罗勇透露，2021年下半年，图雅诺新能源进入当地市场，推广难度较大。但经过不断摸索，2022年1~3月，图雅诺新能源轻客的累计销量已经过百辆，相比去年增长了好几倍。罗勇所带领的团队，也因此成为了图雅诺新能源销售的标杆。

从实现零的突破到销量翻倍，短短几个月，锦联汽车是如何做到迅速打开重庆



市场的？

“先试后买” 打开销路

2021年，重庆新能源轻客市场初现规模，锦联汽车作为图雅诺在重庆的旗舰4S店，在第一时间作出反应，导入了新能源车型，但销量上涨并不明显。

“当时，新能源轻客市场不断升温，轻客品牌纷纷在此布局。一时间，市面上出现了大量的新能源轻客产品，各品牌

间进入价格竞争模式。”罗勇有着十多年的销售经验，他很快发现了问题的关键：相比其他品牌，图雅诺新能源轻客的价格要高一些。

对此，罗勇进一步解释说，重庆新能源轻客市场刚刚发展起来，消费者对于新能源产品了解尚不深入，同时考虑到成本问题，价格低的车型往往对他们更具有吸引力，这就是图雅诺新能源轻客当时所面临的难题。

问题找到了，对于锦联汽车

来说,提高销量的第一步,在于先增加产品对消费者的吸引力。

“重庆对新能源货车放开路权限制后,车辆进入主城区在时间上不受限,运营时间大大延长。但是,如果车辆的续航能力不足,将很大程度影响运营效率。”罗勇告诉记者,图雅诺新能源轻客虽然价格高一些,但其在综合工况下的续航里程都能达到230公里以上,相比竞品有明显优势。对于这一点,用户只有通过亲自试用才有体会。

明确了这一点,罗勇和营销团队提出了“先租后买、体验试用”的营销新模式。在正式购车前,用户以低于市场价的价格租用意向车型,通过在实际运输场景、工况下的运营,可以对车辆动力性、舒适性、续航能力以及承载能力进行全方位的考量。而这种“体验式”的营销方式,很快得到了消费者认可。越来越多的用户通过先期租赁试用,成为了图雅诺新能源轻客的忠实粉丝。

按需推荐 销量翻番

随着口碑用户的增多,图雅诺新能源轻客在重庆市场逐渐站稳了脚跟。

近几个月,罗勇可以清晰感觉到,进入门店咨询购买新车的用户数量有了明显增长。“通过一段时间的积累,图雅诺新能源轻客的知名度和口碑都有了很大提升。接下来我们要做的就是抓住用户痛点,匹配合适的产品,进一步提高成交量。”罗勇说。

目前,锦联汽车在售的图雅诺新能源轻客有两款:一款是风景G7EV;另一款是图雅诺EV。其中,日系中VAN——风景G7EV受到了许多新用户的青睐,销量占到了近八成。

“重庆当地的新能源轻客用户基本从事城配运输(比如生鲜食品、商超百货等),他们中的大多数人是第一次购买新能源轻客,对价格比较敏感。而风景G7EV这款车售价只有十多万元,比较符合他们的心理价位。”罗勇表示,除了价格优势外,风景G7EV在承载、空间和续航能力上的表现都比较突出,特别是平顶车型,顶高不到2米,小巧灵活,方便进入主城区、出入地库,适合在多场景下运营。

相较于风景G7EV,图雅诺EV属于欧系大VAN,在空间和续航方面表现更加突出。比如,凭借5.99米的超长车身,这款车有12.2m³的超大内部空间,载重可达1.5吨以上;大容量电池组,为其带来高达350km以上的综合工况续航。同时,在动力方面,匹配的电机峰值功率输出可达100kW,最大扭矩360N.m,即便是拉着重货在重庆这种多山地区运营,驾驶起来也比较轻松。

考虑到图雅诺EV以上特点和优势,罗勇和营销团队将图雅诺EV的目标用户锁定在了平时运输量较大的企事业单位或者是有固定货源的老用户上。

“我们为使用图雅诺燃油轻客的用户算了一笔经济账:现

在油价已经突破了8元/升大关,而图雅诺EV在正常工况下,每公里的耗电成本低至0.4~0.5元左右。算上其他维护保养的费用,以每年行驶5万公里计算,一辆图雅诺EV一年即可为用户节省3万元,5年就几乎能省出一辆车的钱。而风景G7EV,使用3年就能省出一辆车的钱。”罗勇介绍。

除了在运营成本上为用户精打细算,锦联汽车结合4S店销服一体的优势,在金融、保险、服务方面定制了高效一体化的解决方案,在为用户提供更高价值体验的同时,有效促进了自身销量业绩的提升。

结语:

2022年,新能源货车发展从政策导向朝市场导向转变的趋势进一步加强。对于重庆新能源轻客市场来说,用户需求仍在递增,品牌间的竞争将更加激烈。1~3月,锦联汽车凭借营销模式创新,打牢了坚实的用户基础,这让罗勇对下一阶段公司的表现信心十足。他表示,接下来,营销团队还要以用户需求为中心,从用户的切身效益出发,把售前、售中、售后多个层面的工作做实做细,争取赢得更多用户信赖。

对此,我们也有理由相信,凭借图雅诺多年来在轻客市场的产品、口碑优势,再加上锦联汽车探索出的新能源产品销售经验,在未来的新能源轻客市场,图雅诺的前景值得期待!

■ 责任编辑:李晓菲

民族品牌 世界品质

宇通客车连续18年主力服务全国两会



宇通 为美好出行

YUTONG: BETTER BUS, BETTER LIFE

400 659-6666 网址: www.yutong.com

无极S动力链+极“智”性能 中国重汽HOWO新统帅入局高端轻卡战场

■ 记者 周晨



4月7日，中国重汽HOWO轻卡全新统帅正式上市发布。

据悉，此次发布的HOWO新统帅，作为中国重汽面向高端物流运输领域打造的智慧轻卡，实现了7大品质、27大系统进阶。产品面向“快递快运、果蔬绿通”等5大细分领域、15大应用场景深度定制，可满足用户多元化用工需求。

无极S动力链，是HOWO新统帅的最大看点。据中国重汽集团济南商用车有限公司轻卡销售部技术总监、总经理助理李锐介绍，HOWO新统帅所搭载的动力链，由潍柴与重汽深度合作的S动力发动机、重汽自研的第七代S-AMT无忧换挡变速器以及重汽专供的曼技术后桥组成，真正做到了动力“无极限”。

“发动机方面，新统帅实现了115~160ps全马力段覆盖，

潍柴WP2.5N发动机B10寿命高达80万公里，可为用户提供高可靠性出勤保障。并且，新统帅发动机的全配件做到了行业最轻，可有效助力整车进一步降重。”李锐表示。

同时，HOWO新统帅搭载的重汽第七代S-AMT手自一体无忧换挡变速器，采用双中间轴同步器结构设计，能够保障机体的高可靠性和换挡平顺性；无忧换挡技术的应用，令机器实现手、自动模式灵活切换；传动效率达到99.8%，更加高效节能。

“依托集团技术优势，重汽AMT经历13年44个版本数据迭代，第七代S-AMT16变速器成功在新统帅上得以应用。变速器具备‘超级九段’‘七大无忧’16个亮点，有望成为引领中国轻卡AMT的风向标。”李锐补充道。

此外，曼技术后桥轮端终

身免维护，B10寿命超100万公里，后桥传递效率达到96%，主减12万公里超长换油里程，为整车品质及出勤率又增添了一层保障。

今年，蓝牌新政正式落地，合规运营成为行业发展的必然。在合规前提下，车辆合理“瘦身”成为行业焦点。在这方面，HOWO新统帅整车集成大量轻量化技术。WP2.5N发动机重量控制在280kg；高强直通大梁，在保证承载的前提下采用少片簧设计，有效降低自重；铝合金变速器、集成式油箱等轻量化部件的应用，令车辆底盘自重仅为2200kg，较行业平均水平低150kg，做到了轻量化、不降载。

“新产品开启新篇章，HOWO全新统帅依托中国重汽核心技术，为产品赋予了超越欧洲品质的卓越产品力，在面对同级别甚至跨级别的产品竞争中也能脱颖而出，以智能进阶、智慧引领、极致服务，为智慧卡车赋予了新定义。”中国重汽集团济南商用车有限公司轻卡党委副书记、济南轻卡销售部总经理叶茂表示，希望HOWO新统帅能为卡友提供更多价值和更优体验，助力卡友踏上运输新征程。

■ 责任编辑：李晓菲



摘取国内首张欧六E排放证书 玉柴携手德国莱茵再创新突破

■ 记者 周晨

随着环境危机的持续加剧，节能减排成为世界课题，交通运输行业新旧动能转换工作提速，针对传统能源车辆的排放标准也越发严苛。

今年1月，欧洲重型车及车用发动机排放第六E阶段排放标准正式实施，欧洲汽车行业迎来史上最严排放标准。2月，广西玉柴机器股份有限公司（以下简称“玉柴”）S04系列柴油机就顺利通过试验和审核，迎来国内第一张“真正意义上”的欧六

E阶段排放认证证书。

3月30日，玉柴YCS04系列柴油机UN R49.07欧六E阶段柴油机排放颁证仪式在北京举行。

这意味着，玉柴成为国内首家成功获颁UN R49.07欧六E阶段排放证书的汽车柴油机制造商。

更严苛的排放标准

在中国，国六b被称之为“真正的国六”排放标准；在欧洲，

欧六E被称为“真正的欧六”排放标准。

广西玉柴机器股份有限公司副总工程师、先行技术研究院院长王辉告诉商用汽车新闻记者，“欧六排放标准是一个阶段性排放体系，共涵盖A、B、C、D 4个过渡阶段以及E最终阶段，体系本身在每个阶段并没有发生太大变化，但在具体的操作方法、测试条件方面有着不同要求。”

具体而言，首先，欧六E对发动机在冷启动阶段的排放标

准作出了更加严格的要求。由于车辆在冷启动阶段的排放量在总排放量中占比较高，为了更好地评估汽车实际排放，欧六 E 排放标准要求在 PEMS 试验环节中对发动机冷启动及暖机阶段（ $30^{\circ}\text{C} \leq \text{冷却水温} \leq 70^{\circ}\text{C}$ ）的排放单独计算，而冷态排放数据结果占总排放数据结果的 14%。

同时，欧六 E 排放标准还在 PEMS 试验过程中加入了对颗粒数的考查，将最终的 PN 符合性系数定为 1.63，严于国六 b 规定限值。

此外，该标准还增加了 CO_2 和油耗的测试试验以及更详细的 ECU 和整车控制器的防篡改措施要求。因此，欧六 E 排放标准对发动机企业而言，代表着更加严苛的挑战。

而 YCS04 系列机器成功拿下欧六 E 阶段柴油机排放认证证书，也标志着玉柴在发动机的排放控制技术、燃烧开发技术、数字孪生技术、可靠性增长技术等领域再度实现新突破，能够进一步推动中国内燃机技术赶超国际一流水平。

更艰难的研发挑战

虽然欧六 E 排放标准今年才在欧洲正式实施，但有关该标准的草案去年 10 月就已颁布。得此消息后，玉柴与莱茵迅速携手，开展玉柴产品达标欧六 E 排放标准的测试，相关项目于去年 11 月开始启动，12 月正式进行认证实验。

对玉柴而言，达成欧六 E 排放标准需要攻克的最难关卡，

在于发动机冷启动排放达标。“我们都知道，在发动机热起来后，它的排放会下降，后处理效率也会相应提高。而欧六 E 排放对发动机在冷机状态下的排放标准以及低符合要求较高，实际上是对发动机排放控制能力有着更高要求，这正是我们在执行这个项目时最难的部分。”王辉表示。

因此，在接手项目之后，玉柴技术团队针对发动机进行了大量研发工作，在城市以及市郊等各种道路进行了大量适应性开发。王辉表示，研究院工程师常常为此早出晚归，为了拿到准确城乡道路排放数据，通宵达旦在乡村公路上进行模拟实验以及数据采集分析。经过多次系统标定、排放调试以及整车对比实验，最终，达到了机器在冷启动状态下的技术要求。

“通过工作人员的不懈努力，我们在今年 2 月中旬完成了欧六 E 排放测试，并于 2 月 28 日正式拿到了认证证书，这也是国内柴油机拿到的首张欧六 E 阶段排放证书。”王辉强调。

更广阔的市场目标

据介绍，此次获颁欧六 E 排放证书的 YCS04 系列发动机作为玉柴旗下经典轻型机，在载货车、工程车、城市环卫专用车以及短途校车、客车多个领域各大细分市场都拥有广泛应用。并且，在今年的北京冬奥会以及全国两会中，搭载 YCS04 等玉柴发动机的公交车，也作为通勤用车保障与会人员的出行，为两大国之盛会贡

献了玉柴力量。

“YCS04 发动机拥有北美发动机技术协同，基于玉柴先进的 IPD 集成研发流程，将多参数、多约束的虚拟标定技术和发动机台架标定优化技术相结合，历经三轮复杂的实际工况整车适应性开发，不但具有超低排放水平，升功率也达到了 38kW/L ，高于竞品。可以说，YCS04 是新一代小排量大功率发动机的典型代表，拥有较大先天优势。”王辉表示。

值得一提的是，在玉柴 YCS04 系列机型取得欧六 E 阶段排放证书之后，玉柴 Y20、Y24、Y25、Y30 等系族发动机也先后通过了欧六 E 阶段排放测试，预计不久也将获得欧六 E 阶段排放证书。

“拿到欧六 E 证书，对玉柴而言只是个开端，代表着我们从技术方面做好了进入欧洲高端市场的准备。实际上，我们也在同步进行市场调研，了解市面上有哪些车型在这一方面有需求，便于日后与整车厂一起把产品推向欧美高端市场，这些工作我们也在同步开展。”王辉补充道。

同时，TÜV 莱茵大中华区认可与认证副总裁霍扬也指出，此次玉柴率先通过欧六 E 阶段排放认证，体现了其比肩世界一流品牌的竞争实力。TÜV 莱茵也期待继续携手广西玉柴，通过全球完善的服务网络与持续革新的研发能力，助力其更高效地拓展全球市场，为国内外用户带来更优质的体验。

■ 责任编辑：李晓菲

致敬逆行者

抗击疫情 上海、吉林继续加油

向坚持在抗疫保供战线
上的**货运司机**致敬



3月：四大类货车全降 新能源“赛道”继续领跑

■ 记者 李晓菲

4月11日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）向行业通报了2022年3月汽车市场产销情况。

具体产销数据显示，3月，汽车产销分别达到224.1万辆和223.4万辆，环比增长23.4%和28.4%，同比下降9.1%和11.7%。

商用车：同比降幅继续扩大

3月，商用车市场表现较上个月有所好转，但是与去年同期相比仍有较大差距。

本月，商用车产销分别完成36.0万辆和37.0万辆，环比增长29.2%和47.7%，同比下降38.0%和43.5%。与上月相比，同比降幅进一步扩大。

1~3月，商用车累计产销98.5万辆和96.5万辆，同比下降29.7%和31.7%，降幅比1~2月有所扩大。

货车：重卡再降66.6%

3月，货车市场表现更加惨淡。

从产销数据上看，3月，货车产销分别完成32.5万辆和33.2万辆，环比分别增长27.7%和46.3%，同比分别下

降39.0%和44.8%。

其中，重型货车销量完成7.7万辆，同比下降66.6%；中型货车销量完成1.2万辆，同比下降53.4%；轻型货车销量完成18.2万辆，同比下降33.3%；微型货车销量完成6.1万辆，同比下降15.7%。四大类货车在本月同比均呈现负增长。

1~3月，货车市场产销分别完成89.5万辆和87.3万辆，同比累计分别下降30.7%和32.8%。

在国六切换以及蓝牌新政影响下，货车市场正处于深度调整期，叠加当下严峻的国内疫情形势，货车市场销量低迷也是在所难免。

客车：大客同比增13%

本月，客车市场产销表现好于货车及商用车整体。

从数据上看，3月，客车市场产销分别完成3.6万辆和3.8万辆，环比分别增长44.5%和60.9%，同比分别下降27.9%和27.8%。

其中，大型客车销量完成0.5万辆，同比增长12.8%；中型客车销量完成0.2万辆，同比下降24.4%；轻型客车销量完成3.1万辆，同比下降31.7%。在

客车市场3个主要细分市场中，仅有体量最小的大型客车在本月实现了正增长，但由于体量实在太小，没能对整体客车市场产生拉动作用。

1~3月，客车市场累计产销分别为9.0万辆和9.1万辆，同比累计下降18.5%和18.7%，在1~2月基础上降幅继续扩大。

新能源商用车：一季度销量同比增长97.9%

3月，新能源汽车仍然风头无两。其中，新能源商用车产销分别完成2.3万辆和2.4万辆，环比分别增长55.9%和82.5%，同比分别增长54.5%和69.5%。

1~3月，新能源商用车累计产销分别为5.3万辆和4.9万辆，同比累计增长101.9%和97.9%。

中汽协分析指出，受宏观经济影响，汽车行业发展面临着需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，稳增长的任务十分艰巨。同时，中汽协呼吁：各地应尽快将国家有关稳增长的政策措施细化落地，企业也应该继续积极采取有效的应对措施。同时，中汽协建议，政府部门出台促进汽车消费的政策措施。

■ 责任编辑：李晓菲



蓝牌新政实施 行业“洗牌”加速 谁能率先抢占新规风口？

■ 记者 陈津

3月1日，蓝牌新政正式实施。生产厂家停止生产不符合新规要求的产品，相关机构也要停止接收相关产品合格证信息，蓝牌轻卡市场竞争进入合规产品“PK”阶段。

轻卡市场加速“洗牌”

有业内专家指出，新规的实施，将对蓝牌轻卡市场产生深远影响，将深刻改变轻卡市场车型结构与竞争格局，加速轻卡行业“洗牌”。

作为国内最大的卡车细分

市场，我国蓝牌轻卡的保有量高达560万辆。然而，新规实施之后，蓝牌轻卡“上可抢中卡生意，下可在城区乱窜”的“好日子”终结了，蓝牌轻卡用户到了必须作出选择的时候。

一方面，在货运行业车多货少、运价低迷的背景下，继续购买、使用合规蓝牌轻卡的用户，面临着车辆购置成本、油品及维保费用增加、整车载重量降低等难题，如不能克服这些“痛点”，用户的利润空间会被进一步挤压。

另一方面，自蓝牌新规传

出“风声”以来，行业内动作快的轻卡企业就已陆续布局并推出不少合规蓝牌产品。在轻卡产品专业化程度不断提升的今天，如何根据自身运营工况选择最合适的合规车型，也成为了难倒一众卡友的大问题。

正是在多重因素的综合作用下，轻卡市场开始深度“洗牌”，一方面，蓝牌轻卡市场需求开始外溢，部分蓝牌轻卡用户转向购买微卡、中卡。这在中国汽车工业协会公布的产销数据中也能看出端倪，1月，四大类货车中，



微型货车同比增幅达到65%。另一方面，合规蓝牌轻卡市场竞争更为激烈，如何在合规前提下深度契合用户需求，成为市场“争夺战”的关键所在。

在蓝牌轻卡必然走向合规化的道路上，谁能尽快为用户提拱符合细分工况需求的合规产品，谁就能在这一轮行业“洗牌”中抓住机遇，抢占更大市场份额。

全系合规抢抓新规切换机遇

作为轻卡市场头部企业，东风轻型车为此做了全面准备。

面临愈加激烈的竞争形势以及日益严苛的政策环境，东风轻型车的产品布局与转型升级不断提速，响应蓝牌新政，率先为用户量身定制覆盖全生命周期的合规解决方案。

在2022年经销商大会上，东风汽车股份也提出，今年将聚焦客户需求，通过平台升级、竞争力提升和法规应对提升商品竞争力，打造征战市场的利器。

与此同时，在东风汽车股份的营销改革中，也将如何快速反

应市场、赢得市场先机列为重点。积极推进精准开发，通过面向客户的快速响应机制，推进轻量化、动力性能等品质提升，实现重点商品突破和适应性产品投放。

从开年的销量表现来看，1~2月，东风轻型货车共实现销售25101辆，同比增长15.6%，实现了“开门红”。而这，与东风轻型车此前在产品、营销、服务等方面的抢先布局密切相关。

差异化产品应对细分市场需求

蓝牌新政落地实施之后，轻卡市场结构调整已成必然。经过这一轮“沉淀”之后，蓝牌轻卡市场将愈加细分。针对不同需求的蓝牌轻卡用户，东风轻型车有着差异化的产品储备。

针对蓝牌标载用户，东风轻型车通过应用新结构、新材料和新技术的方式，实现全系蓝牌车型科学降重，提高车辆载货量和运输效率，真正做到“减重不减质”。聚焦物流运输行业特性，东风轻型车针对不同细分市场 and 用户痛点，着力满足广大卡友多

维度的用车需求。

例如，定位智慧物流领航者的东风凯普特星云，便通过动力总成优选、整车科学降重的方式，帮助用户减少车辆运营成本，提升营运效率。

东风凯普特星云也成为了蓝牌新规实施后，既能满足卡友运输需求，又不用担心上路问题的创富卡车。

针对经常跑山路、工地等复杂环境的卡友，东风轻型车在符合蓝牌新规的基础上推出了配套2.5L发动机+8挡变速器的东风福瑞卡F6-L车型，不仅车身更轻、油耗更低，还有效增强了车辆的换挡平顺性和爬坡能力，让车辆在一些复杂路况下也能具备较好的运输表现。

与此同时，东风福瑞卡还配套2100mm宽货箱，可选装轻量化轮毂以及东风原厂高强度车架等，不仅动力表现优秀，承载能力也更强，有效确保了广大卡友的运输效益。

东风多利卡则早早推出不同轴距的车型，实现了“蓝牌无忧，黄牌合规”，用丰富的产品满足了不同卡友的需求。值得一提的是，全新一代东风多利卡超能版也将在近期发布，如果卡友们有购买新车的想法，这款全新造型的蓝牌轻卡一定不能错过。

卡车行业受政策影响巨大，对于有准备的企业而言，每一轮政策调整都将带来增量进位的机会。随着蓝牌新政的深入实施，未来，轻卡市场将呈现怎样的新格局？让我们拭目以待。

■ 责任编辑：李晓菲



蓝牌新规下 东风轻型车这样抓住小卡新机遇

■ 记者 周晨

随着蓝牌新政靴子落地，轻卡市场深度调整的序幕已然拉开。根据规定，3月1日起，轻卡生产厂家需即刻停产不合规产品，相关机构也停止接收相关产品合格证信息。

新规落地，对轻卡行业而言无疑是一场“大地震”。“大吨小标”“十吨王”得到有效治理，物流市场用车更加规范，行业竞争更加有序。与此同时，整车企业加速换道，调整轻卡产品结构，合规新品开始成为市场主流。

在轻卡行业加速走向规范

化的同时，新规实施导致的蓝牌需求“外流”，也为一些细分市场带来了机遇。

新规利好 小卡市场 潜力显现

调查显示，新规颁布前，蓝牌轻卡在整个轻卡市场中占比约为八成。其中，重载不合规车型占据不小份额。有专家预测，新规实施后，蓝牌轻卡在中占比将有所下降，部分用户将被分流至中卡及小卡市场。

从开年的市场情况来看，蓝

牌新政对小卡市场的利好已切实表现在销量数据中。中汽协数据显示，2月，货车市场销量22.7万辆，同比下降17.8%。在此前提下，微卡销量完成3.3万辆，同比增长21.7%，这也是微卡继1月同比大增65%以后，增幅再次领跑四大类货车市场。

事实上，随着我国城市化进程的加快，城市与城市之间的中短途配送这一细分领域始终在保持加速发展。基于小卡体积小、成本低、油耗低、便利性高等多种可满足城配物流需求的产品特

征，其市场份额也在逐年扩张。与此同时，个体经济的兴起，也刺激着小卡销量有序增长，是个体经营者自用运输工具的首选。

小卡市场的崛起也体现在了企业端。2021年，行业头部企业在小卡领域动作频频，经典产品更新迭代，同时不乏新品推出。

精准布局 东风小霸王演绎经典

在小卡市场，拥有几十年造车经验的东风轻型车是业内排头兵。

多年来，凭借前瞻性布局，东风轻型车不断深耕小卡细分市场，如今已形成东风途逸、东风小霸王双足鼎立的格局。

东风小霸王是东风轻型车在小卡领域的经典之作。改革开放后，轻卡行业随着中国汽车工业的迅速扩张，进入了飞速发展阶段，1978年产量达到近15万辆，2000年产量已稳定在30万辆。东风轻型车也在这20余年中抓紧机遇、夯实主业，并于2000年正式推出第一辆经济型小卡——东风小霸王。

作为东风轻型车的第一代车型，东风小霸王迅速走俏市场，赢得了用户的信任与口碑，同时也在东风轻型车的产品结构布局中占据了至关重要的位置，是东风轻型车针对“最后一公里”城配运输市场的战略型产品。

如今，东风小霸王已形成W13、W08、W15、W17、W18五大系列产品，拥有多种车身、动力、货箱组合，销量保持多年



同比大幅增长，应用场景覆盖各大细分市场。

前景可期 东风途逸面向未来

东风途逸则是东风轻型车新生代小卡的代表之作，在生产、研发方面全部由东风轻型车自主完成，融合了东风轻型车几十年来的成熟卡车制造经验以及国际顶尖科学技术，在多个方面优势明显。

首先，东风途逸具备极佳的通过性。车辆宽度低于1700mm，能够完美适应城市内部各种复杂路况；整车高度低于2.1米，可自由通行地下车库或者地下仓库；标准N1类车型，符合城市通行法规，在全国各大城市通行无忧；货箱离地高度低，更加便于用户搬运货物。

同时，东风途逸还采用了四元催化器技术，优化了气体流场，通过提高贵金属使用量等方式来提高尾气净化效果，严格实

现国六b排放，可保障车辆上牌进城畅通无阻。

此外，针对城配专用车领域的细分市场，东风途逸还同步开发了环卫、冷藏、危化等多种类专用车底盘，充分满足市场改装需要，满足城镇不同工况车辆运营需求。

据悉，今年1~2月，东风途逸累计销量2433辆，同比增长49.9%，东风小霸王累计销量5283辆，同比增长17.7%，销量成绩亮眼，市场份额也仍在持续提高。

用工场景丰富、道路环境复杂、运输需求量大……多年来，如何引导城配物流市场合规有序发展，始终是货运行业的难解之题。在此次蓝牌新政的强力影响之下，轻卡市场结构有望得到规范，对于细分市场而言，可谓是机遇与挑战并存。面对微卡市场的利好，东风轻型车显然成竹在胸。

■ 责任编辑：李晓菲



高效率



高品质



高可靠性



低能耗



低噪音

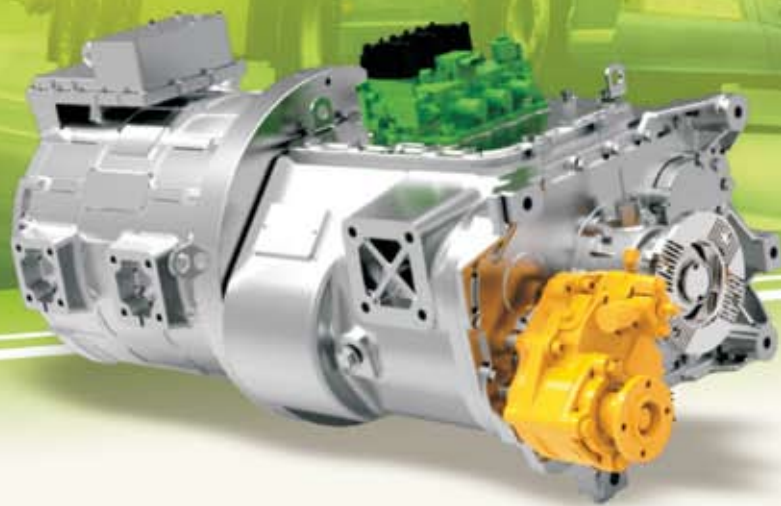


低故障率

法士特

新能源电驱动产品

FAST NEW ENERGY ELECTRIC DRIVE PRODUCT





物流电动化东风正劲 比亚迪商用车为行业转型“充电”

■ 记者 陈津

新能源汽车高速增长，是当下我国汽车市场的最大亮点。

具体到商用车市场，数据显示，1~2月，我国累计销售商用车59.4万辆，同比下降21.7%，新能源商用车销量2.5万辆，同比上升125.0%，渗透率4.2%。

在“双碳”战略、能源转型、政策支持等一系列利好刺激下，商用车市场已经进入了新能源商用车快速渗透期。尤其值得注意的是，继新能源客车大范围替代传统燃油客车之后，卡车、城市物流车等细分领域也迎来了新能

源化的热潮。

行业迎来政策“加油包”

2020年9月，中国明确提出2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”目标。

在“双碳”战略的指引下，国家加快新能源发展步伐，通过加快构建多元清洁的能源供应体系、优先发展非化石能源、清洁高效开发利用化石能源等方式，保障能源安全、清洁、高效、可持续供应。

与此同时，汽车产业迎来全新发展机遇，不仅传统动力、混合动力及新能源动力多元并存成为市场主流趋势，推动商用车这个能源消耗大户实现新能源化转型，也成为落实交通领域“双碳”目标的重要途径。

在今年的全国两会上，政府工作报告提到，继续支持新能源汽车消费，这也为新能源商用车行业带来新的发展空间。

针对炙手可热的物流配送市场，各地方政府也在通过政策鼓励等方式，不断推动物流车辆

向新能源化转型。例如，自3月1日蓝牌新政实施以来，路权优势更突出的新能源轻卡、微卡以及多功能轻客从中受益，城配运输市场加快向新能源领域倾斜。

正因为如此，新能源商用车成为低迷的商用车市场中最大的亮点，呈现出市场规模、发展质量双提升的良好局面。以比亚迪商用车为代表的中国新能源商用车企业，也凭借前期多年的市场布局，在日渐兴盛的新能源商用车市场异军突起。

更多细分市场迎头赶上

新能源商用车市场的蓬勃发展，让以比亚迪为代表的掌控“三电一芯”等全产业链核心技术的自主商用车品牌抢占了发展先机。

从销售数据来看，1~2月，比亚迪累计销售新能源商用车1052辆，累计同比增长95.18%。除此之外，在新能源重卡、轻卡、轻客等细分领域，比亚迪商用车也借助政策东风迎头赶上。

例如，在今年前俩月的新能源轻客市场，比亚迪两度进入新能源轻客Top10企业销量排行榜。数据显示，1~2月，比亚迪累计销售新能源轻客542辆，市场占比12.97%；而在2月新能源重卡的销量竞争格局中，比亚迪同样表现出众，销量排名进入了行业前十。

由此可见，积极布局新能源商用车市场且拥有丰富产品线的比亚迪，在新能源赛道上表现

出了较强的市场竞争力。

全面布局抢占先机

2015年，比亚迪发布新能源汽车“7+4”全市场战略，力争在私家车、城市公交、出租车、道路客运、城市商品物流、城市建筑物流、环卫车七大常规领域以及仓储、矿山、机场、港口四大特殊领域实现新能源产品全面覆盖。

同年，比亚迪首推城市商品物流电动化解决方案，该方案覆盖比亚迪全系新能源商品物流车、充电配套设施和金融运营模式方案，目的是实现城市商品物流运输和仓储电动化。

在城市商品物流领域，比亚迪推出了T4、T5、T6等多款采用自主新能源核心技术的纯电动物流车。据悉，比亚迪纯电动物流车产品货舱空间覆盖3.5~26立方米，载重范围0.8~4.6吨，无论是城市物流日常配送还是解决“最后一公里”运输，都可以说是手到擒来。

在专用车板块，凭借超强产品力及先进技术等多方面的优异表现，比亚迪率先在全球实现纯电动卡车的商业化、规模化运营，引领专用车电动化进程。特别是随着2020年淮安比亚迪基地实现批量投产，比亚迪在全国、全球范围的产业与市场布局进一步完善。

淮安比亚迪基地是继长沙专用车工厂之后，比亚迪在华东地区的又一重要部署，填补了淮安新能源专用车产业空白。据悉，

该基地主要生产比亚迪自主研发的环卫专用车、工程专用车、运输专用车、特种专用车及二类底盘等。其中，T5底盘是比亚迪打造的一款总质量4.5吨的新能源专用车底盘，驾驶员持C1驾照即可驾驶，可广泛应用于城市物流、冷链、环卫等领域。

T7底盘则是比亚迪推出的标准化、通用型新能源专用车底盘，可配合不同上装推出面向城市清扫、垃圾厢式运输等环卫作业领域的新能源专用车，并具有零排放、零污染、零噪声的优势。

资料显示，淮安比亚迪专用车项目首期已建成年产5000辆纯电动专用车的总装车间和检测车间，预计年产值18亿元，是比亚迪商用车在全国的重要制造基地。未来，比亚迪还将建设二期、三期，以扩大产能、丰富生产线，并以淮安比亚迪生产基地为中心，为长三角乃至全国提供先进的新能源专用车产品，抓住城市物流运输以及专用车市场电动化机遇。

值得注意的是，在新能源客车领域频频拿下海外市场订单的比亚迪，在新能源卡车领域也开启了“走出去”的步伐。近日，比亚迪斩获瑞典Einride200辆重型纯电动牵引车订单，再次引发行业聚焦。

如今，比亚迪这个专注技术、产品革新以及市场拓展的新能源“一哥”，正凭借领先的技术储备与丰富的产品布局，为中国乃至全球新能源商用车产业“充电”。

■ 责任编辑：李晓菲



成本减半 效率翻番

徽州建设：选宇通纯电动渣土车稳赢

■ 记者 张雅静

2020年底，郑州市开展纯电动自卸车推广项目，河南省徽州建设有限公司（以下简称“徽州建设”）成为首个试点企业，总经理杨勇一口气将30多辆柴油、天然气渣土车全部淘汰，并陆续购入了84辆宇通纯电动渣土车。

从2021年至今，短短一年多的时间，杨勇感受到了渣土车行业发展的趋势，也见证了宇通纯电动渣土车给公司带来的新面貌。当身边的同行由于污染管控和油价、气价上涨而忧心忡忡时，杨勇不但一连

接了好几个政府牵头的大项目，而且运营成本大幅缩减，利润率也随之稳步上升。

可以说，在这次试点项目中，杨勇积极响应政府号召，不但成为了第一批“吃螃蟹”的人，也是第一批受益人。

低成本、零排放 满勤运营高收益

“以前，柴油车和天然气车运营成本很高，包括燃油费和车辆维修保养等各项开销，平均单车每天在1000~1200元。现在，我们全部使用了宇通纯

电动渣土车，运营成本要减少30%~40%，单车只要600~700元。”从杨勇的粗略估算中，商用汽车新闻记者可以明显感受到，纯电动渣土车与传统柴油、燃气车型间巨大的成本差距。

而实际上，宇通纯电动渣土车给徽州建设带来的收益远不止这些。

以往，渣土车给老百姓的印象，就是“浑身是土、尾巴冒烟”的污染大户，再加上时常爆出的渣土车伤人事件，政府对其运营时间有着严格的限制。而宇通纯电动渣土车零排放、无污染、

低噪声，因而在路权上具备明显优势，可以大大提高运营企业的作业效率。

这一点，在徽州建设得到了证实。

杨勇告诉记者，根据当地政府要求，柴油渣土车只允许在晚上10点到次日凌晨5点运行，运营时间仅有7个小时；而纯电动渣土车除早晚高峰外，全天都可以上路，有效运营时间长达十几个甚至20个小时，即便是在秋冬季大气污染管控期也能高效运营。

“我们一般会利用早晚高峰进行补电，其他时间车辆几乎都处在工作状态中，人歇车不停，每天的运输量比传统车辆翻了一倍，工程项目的施工期也大大缩短了。”杨勇表示。

目前，徽州建设旗下84辆宇通纯电动渣土车，主要服务于郑州市惠济区彩虹桥建设、金水河改造等项目的清运工作中。据杨勇介绍，过去一年来，郑州市政府对100%使用纯电动车型的清运企业，在招投过程中予以加分。这一政策，让徽州建设拿到了不少省市主导的大项目，公司业绩也是蒸蒸日上。

技术强、服务优 全天护航添信赖

谈到为何在众多品牌中选择宇通，杨勇表示，不仅仅因为宇通是本地品牌，更多的是看中了宇通过硬的“三电”技术以及围绕车辆全生命周期提供的售后服务。

“渣土车需要拉着沉重的土方出入工地，运营工况较为复杂，



对可靠性要求高。而宇通做纯电动客车已经有20余年历史，在电池、电机和电控系统积累了丰富的行业经验，核心技术成熟，用起来更加放心。”杨勇坦言，在购买宇通纯电动渣土车之前，他和司机们普遍担心电动车动力差、爬坡困难，拉整车渣土跑不动。但事实证明，这种担心是多余的。

“宇通纯电动渣土车动力很强，能达到500多马力，拉31吨还是很轻松。我们以前用的柴油车只有300多马力，只能拉25吨，效率远不如电动车。”杨勇说道。

此外，记者了解到，燃油渣土车使用周期一般在四五年，而宇通纯电动渣土车无论是整车还是电池，质保期都在6年以上，很大程度上延长了车辆的服务年限。同时，宇通还提供“一站式”服务，有专门的技术人员全程跟踪，有问题随叫随到，可以为车队全天高效运营保驾护航。

春节过后，基建项目纷纷开工，徽州建设业务也开始繁忙起来。杨勇告诉记者，现在，宇通纯电动渣土车的单车，每班运营里程在300公里左右，除了日常充电，车辆几乎都处于满勤运营状态。据司机反馈，宇通纯电动渣土车不仅故障率非常低，开起来也非常顺手。“电动车操作简单，司机不用频繁换挡，工作强度一下子降低了，而且新车的座椅舒适度高，驾驶室内部噪声也小。在安全性方面，驾驶室内部设有摄像头，能有效预防司机疲劳驾驶。”杨勇告诉记者。

低成本、高效率，带来了可观的经济收益。徽州建设在郑州市率先以纯电动渣土车替代传统燃油车，不仅成为了业内的标杆企业，而且实实在在尝到了甜头。随着后续公司业务的发展，杨勇表示，还将采购60辆纯电动渣土车，宇通仍会是他们的第一选择。

■ 责任编辑：李晓菲



7大细分场景 11款主推车型 上汽红岩新动力联盟年度车型有何不一样？

■ 商车

2022年3月29日，“联盟出击·爆款钜献”上汽红岩新动力联盟年度车型在重庆礼嘉智慧公园发布，应智能化时代之势，为商用车品质进阶而来。上汽红岩充分发挥上汽集团及上海新动力汽车科技股份有限公司资源整合优势，携手产业链上下游企业，立足用户需求、聚焦市场细分，共同推出了系列新动力联盟年度车型。

在活动现场，上汽红岩总经理楼建平表示：“奉献更符合

用户需求、更具性价比的产品，是上汽红岩始终坚守的初心，新动力联盟年度车型，就是上汽红岩携手产业链伙伴共同打造的诚意之作。”

聚焦7大细分市场 定制化生产满足用户需求

当前，国内商用车市场细分化的趋势越发凸显，在环保以及用车结构调整等多重因素的推动下，商用车定制化、专用化的需求正不断提升。

上汽红岩秉承57年的重卡造车经验，基于40万辆在用车辆的运行数据，深度分析了用户需求和使用场景。本次新动力联盟年度车型，聚焦长途标载、煤炭砂石、城建渣土、冷链物流、绿通散货、快递快运以及商砼运输等7大细分场景，首批推出涵盖牵引、自卸、载货、专用等11款年度主推车型，推动行业产品服务双升级。

通过充分发挥上汽集团、上海新动力汽车科技股份有限公

司资源整合优势，携手产业链上下游企业，上汽红岩不仅从产品制造与研发成本方面实现了让利用户，更在服务方面实现了全域进化。

发布现场，上汽红岩执行副总经理曹心平揭晓了“相信的力量”6重大礼包，涵盖维修、保养、售后服务、托管服务、置换复购和红岩驿站权益等，让卡友“省钱”“省心”“省时”“出行”“托管”“焕新”统统搞定，给予卡友用车全生命周期的关怀。

携手产业链伙伴 提升商用车价值体验

面对当下市场的环境与需求，上汽红岩加强了与产业链上下游企业的协同合作，通过优化产业配套体系、提高产品附加值、提升产品竞争力，从产品制造与研发成本上真正让利用户。

此次推出的年度车型，是基于上汽红岩第六代智能重卡，并结合广大卡友的使用反馈进行了全面升级，旨在为用户带来更优质、更具性价比的商用车价值体验。

活动现场，上汽红岩营销公司事业部总经理吕振伟，围绕新动力联盟年度车型高颜值、优享受、臻安全与智升级等诸多优势进行了专业讲解，展示了上汽红岩强大的技术实力。

高颜值：年轻时尚的“U”形聚宝盆前脸，配以流线型的驾驶室造型，标配智能LED前大灯，整车外观高端大气，“上得厅堂、下得厨房”，堪称卡友们赚钱能干的得力干将。



优享受：以驾驶员为中心的环岛式仪表台，12.3寸悬浮式大屏，伊思灵豪华通风加热气囊座椅，让驾驶成为一种享受。驾驶舱大面积布置吸音棉和空腔隔断，驾驶员耳旁怠速噪声降至50分贝；卧铺1050mm，行业最宽，堪称重卡头等舱。

臻安全：采用集成联合制动技术，制动气压提高至12bar，在整车60公里时速下，满载刹车距离缩短至24米。智能辅助驾驶系统AEBS、DMS和360°鹰眼环视等，助力卡友们千里畅行。此外，红岩独有的驾驶室碰撞后移技术，当行车发生碰撞时，驾驶室后移可达500mm，确保驾乘人员生命安全。

智升级：根据不同的应用场景，定制、定向开发智能驾驶舱、货舱，实现人一车一货万物互联；尤其上汽红岩自主

研发的重卡汇，可提供整车状态管理、远程诊断以及车队运营管理等服务，为卡友们创造更多的附加值。

据悉，除了产品的焕新升级，服务维度也从简单的“车辆维系”升级到兼顾“用户关怀”，上汽红岩特为用户带来涵盖购车、养车、运营等不同维度的“六重大礼”，共敬相信的力量。

现场，楼建平发布了新动力联盟年度车型的市场指导价：牵引车33.08万元起，自卸车33.13万元起，载货车18.17万元起，搅拌车34.66万元起，纯电动新能源重卡77.88万元起。

在中国重卡高质量发展的进程当中，上汽红岩始终奋进前行，与事业伙伴共同携手，为广大用户奉上更符合实际需求、更具性价比的产品。

■ 责任编辑：李晓菲



决战“新赛道” 智蓝汽车再一次“抢跑”

■ 记者 张雅静

2022年1~2月，我国累计销售商用车59.4万辆，同比下降21.7%；而新能源商用车销量2.5万辆，同比上升125.0%，渗透率4.2%，表现出很强的发展潜力。

同时，在今年全国两会上，浏览代表、委员们的提案也可以发现，围绕着新能源汽车以及新能源物流车应用的建议层出不穷。并且，政府工作报告也释放出了有序推进“双碳”战略、支持新能源汽车消费的利好信号。

在这样一个大好形势下，新能源商用车制造企业将迎来更加广阔的发展空间。特别是那些布局早、产品全、口碑好的头部品牌，在新一轮竞争中将占据主动。

市场导向 效益至上

在我国，新能源商用车发展起步较早。自2009年，国家就开展了“十城千辆”工程，新能源商用车开启了由示范走向产业化的道路。在这一过程中，新能源客车先行先试，推广应用进

程较快。

2020年底，“双碳”战略目标提出后，新能源商用车发展再提速。终端上牌数据显示，2021年，国内新能源商用车累计销售20.91万辆，同比大涨50%。其中，新能源专用车累计销售15.4万辆，同比增长100%。

这一数据也说明了，继新能源客车大范围替代传统燃油客车之后，港口、矿区、城配物流等细分领域也迎来了新能源化的

浪潮，新能源专用车销量上涨明显，进入发展快车道。这背后，既有政策因素的助推，也有经济效益的带动。

以北京为例，2021年，北京推出“油换电”政策，以路权叠加补贴，鼓励物流企业置换新能源车辆，加速城市配送领域实现电动化。2022年3月，北京市交通委又发布了针对传统能源货车“注销一辆，新增一辆”的通知，为新能源市场再添一把火。

与此同时，在运营成本上，伴随着油价大幅上涨，新能源货车的成本优势已经开始显现。商用汽车新闻记者在走访中了解到，相比突破8元/升的“天价”油费，电动轻卡每公里的耗电成本仅0.4~0.5元左右。此外，在路权上，新能源货车在行驶范围和运营时间上都可以享受到更多便利。以上这些，都在一定程度上提高了车队的运营收益。

可以说，当下，新能源商用车发展逐渐从“政策拉动”迈向“市场引领”的时代。国内的广大运输企业、个体司机在承担环保、减碳社会责任的同时，也应该享受到降本增效带来的优势和效益。从这一角度考虑，接下来，新能源商用车制造企业将迎来更加全面的考验。也就是说，除了生产成熟可靠的产品，企业还要能够为用户的日常运营赋能，才能在愈加激烈的市场竞争中赢得主动。

以丰富产品占得先机

预判市场，前瞻布局，更

容易抢占先机。智蓝汽车作为国内较早专注于新能源商用车制造的品牌之一，走在了行业发展前列。

2018年，福田汽车正式成立福田智蓝新能源品牌，并于2019年在河南商丘斥资16.1亿元，打造了智蓝新能源商用车生产基地，聚焦研发生产高端新能源车型。经过多年发展，智蓝汽车现以纯电动、混合动力、氢燃料3条技术路线立足于车辆实际运营场景、工况，构建起了以轻中重卡、中小VAN以及专用车为主的产品矩阵。

具体来说，在城配物流领域，智蓝汽车打造了纯电动智蓝轻卡，轻量化车身搭载宁德时代、力神大容量、高密度轻量化电池以及与精进联合研发的升级版电机，自主研发成熟应用的整车控制策略，让用户切实感受到了更低电耗、更长续航。

据悉，智蓝汽车全面聚焦快递快运、日用百货、搬家等末端配送场景，近期将重磅推出全新中小VAN产品，主打续航能跑、便捷能装，扩充现有产品序列，打造全品系新能源产品矩阵。

品牌引领 持续提升竞争力

智蓝汽车丰富而健全的产品组合，满足了用户多元化的运营需求；轻量化、低能耗、低成本的产品优势，给用户带来了效益，也为智蓝赢得了市场的认可和青睐。

2021年，凭借出色的产品力以及贯穿用户旧车处理、新车

置换、补贴申领全过程的一站式置换服务，智蓝汽车不仅获得京东物流等知名企业的百辆以上批量订购，更赢得了北京九成以上的物流企业认可，成为北京油换电置换首选。

除了在城配市场独占鳌头，智蓝汽车在港口、矿区、钢厂等细分市场、应用场景的布局也卓见成效。伴随着产品持续交付以及用户口碑的不断积累，智蓝汽车的品牌影响力在新能源商用车行业内持续扩大。

2021年12月，智蓝汽车品牌正式焕新，从福田智蓝新能源升级为智蓝汽车，从“新能源汽车制造企业”转型为“汇聚绿色能源的科技型企业”。据悉，接下来，智蓝汽车将成为福田新能源体系能力和商业模式的孵化中心，将集合福田新能源最前沿的技术、全新的平台产品以及生态模式。而这，势必会给智蓝品牌带来更具价值的核心竞争力。

新能源、新赛道，可以预见，未来新能源市场的竞争将不局限于产品的竞争。品牌、服务以及围绕人、车、货建立的一体化商业模式，也将构成新能源商用车企参与市场竞争的重要筹码。

智蓝汽车，作为新能源商用车行业的先行者，以品牌升级推动企业转型，以场景定制打造优质产品，以商业模式创新提升用户运营价值。这样的智蓝汽车，能否在新赛道竞争中成为行业领跑者？市场会给我们答案。

■ 责任编辑：李晓菲



解放动力



中国动力专家

给你向前的力量





疫情能否成为 自动驾驶卡车万亿市场“催化剂”？

■ 商用车

下不去的高速、回不去的家……自年初疫情大规模反弹以来，各地疫情防控政策明显收紧，而地区间防疫政策的差异，导致大量卡车司机被卡在高速路上，货送不到、家回不成。

疫情当前，如何在防控疫情的同时确保物资运输畅通，成为了一对儿难解的矛盾。结合近年来在卡车行业备受关注的自动驾驶技术，有业内人士感慨，如果高级别自动驾驶能够在干线物流落地，在关键时刻或关键节点将卡车司机解放出来，那么，诸如此次疫情暴露出来的防疫与保供的矛盾或将得到一定程度的缓解。正如有些学者所说，当下社会发展面临的矛盾，很多都可以通过技术创新得到解决。

有业内人士预测，2025年将成为自动驾驶卡车的突破年和转折年。事实上，自动驾驶卡车近年来不仅备受关注，而且随着资本的进入，涵盖软件、硬件各类企业的产业链已经迅速搭建完成，并且L4级的自动驾驶卡车已经在封闭场景实现了批量运

营。但是，自动驾驶卡车的大范围推广仍面临法律、伦理、政策、技术等方方面面的挑战。其中，自动驾驶的安全问题受到的关注最多，争议也最多。

虽然距离在干线物流运输中完全替代卡车司机还很难实现，但是，卡车自动驾驶产业链各个参与方已经为此做了大量前期准备，其中，大量的技术均与安全相关。

应用场景从“封闭”走向“开放”

当下，在矿山、港口、物流园区等封闭场景中，国内主流卡车企业已经能够实现L4级别自动驾驶卡车的安全、稳定运行。

早在2018年，中国重汽与主线科技合作的无人驾驶电动集卡就已交付天津港应用，并在2020年初实现了批量规模化应用。作为使用方，天津港在2018年首辆无人驾驶电动集卡试运营时，提出了3个核心诉求，其中，安全被视为第一要素。

在当时的采访中，主线科

技公司创始人兼CEO张天雷表示，主线科技的安全保障，主要通过众多传感器的布置实现，“车上360°安装了种类繁多、数量众多的传感器，每一个角度都有两个以上的传感器对其进行覆盖，保证车辆在行驶过程中没有盲区。”除此之外，无人驾驶集卡还能通过远程车辆监控来避免安全事故的发生，保证作业安全。

几年时间过去，随着技术的进步，在港口这类封闭场景中，自动驾驶卡车的安全问题已经得到极大解决。中国重汽与主线科技合作开发的L4级纯电动无人驾驶集卡，已经在天津港实现商业化运营。其车辆深拓北斗卫星定位、5G通信、远程模拟控制驾驶、设备安全故障诊断等一系列新技术的集成应用，完善了厘米级精准定位、驾驶路线记忆、车辆位置修复等功能，在确保安全的同时，极大程度降低了天津港码头运营成本。

再看位于上海的洋山港，2019年8月，上汽红岩、友道

智途洋山港智能重卡，在此实现了全球首次港区5G智能化作业；2020年7月，实现准商业化运营；2020年底，完成超过2万标箱的运输任务。

这款上汽红岩打造的“5G+L4”智能重卡，通过综合应用激光雷达、机器视觉、人工智能、北斗导航、5G-V2X车联网通讯等先进技术，打通了从电控底盘、发动机到智能驾驶系统的完整控制闭环，成功实现了在港区特定场景下的L4级自动驾驶、厘米级定位、精确停车、与自动化港机设备的交互以及东海大桥队列行驶等功能。

诸如此类的例子还有很多，从国内主流卡车生产企业的案例来看，在封闭场景的无人驾驶卡车应用已经相对成熟。运营方对无人驾驶车辆的关注点，也从一开始的安全向高效、环保等方面转移。

再看企业端，卡车厂商也并未止步于封闭场景的自动驾驶应用，向开放场景拓展成为众多企业的新尝试。

今年1月，一汽解放J7自动驾驶卡车在北京亦庄进行了高速公路测试，成为国内首批实现公开道路路测的自动驾驶卡车，其应用的系统控制方案，不仅能令车辆实现安全、稳健驾驶，还能提高车辆运行效率。

科创公司与卡车厂商结成合作同盟

自动驾驶，被汽车产业视为未来最具潜力的发展方向之一，更有投资者将这一市场形容

为万亿规模“新蓝海”。与巨大的发展潜力相对应，开发这一市场的投入，也必然是单一企业难以承担的。因此，产业链合作、协同开发就显得尤为重要，这也是诸多卡车厂商纷纷与科技公司合作的原因所在。

从自动驾驶系统层面来看，伴随自动驾驶卡车市场的飞速发展，围绕自动驾驶卡车主底层系统研究的新兴科创公司层出不穷，并纷纷推出了各自代表性的自动驾驶卡车解决方案。

作为该领域的代表性企业之一，智加科技自主研发的自动驾驶系统名为“Plus Drive”。该系统配备了三重冗余的前向感知，集成双目立体摄像头、激光雷达和毫米波雷达；其中前向立体视觉，采用了当前业界车规量产的最大基线配置，实现了超远距离的精准感知；在车辆侧面及后面配装多个摄像头和毫米波雷达，形成360°全方位感知覆盖。所有传感数据都会传输至中央域控制器，以10倍于人类司机的频率实现对场景的感知和响应。

此外，主线科技的L4自动驾驶系统“Trunk Master”、赢彻科技旗下的卡车自动驾驶系统“轩辕”，也是这一领域的佼佼者。

从事自动驾驶系统开发的科创公司与卡车生产厂商的深入合作，令自动驾驶卡车技术得以突飞猛进。特别是各类涉及安全技术的突破，令行业及大众对自动驾驶卡车的疑虑日渐消弭，为更高层次自动驾驶卡车在更多场景中应用打下了基础。

自动技术基础部件向高精化发展

支持自动驾驶卡车成熟与协作发展的基础，是围绕在感知层、决策层、执行层、网联层等多个系统模块的核心技术供应单位。在这种基础性、高精度零部件方面，国内发展的脚步也未曾停歇。

作为卡车实现自动驾驶的关键部件，激光雷达在保证自动驾驶重卡的精准探测与感知方面起着关键性作用，探维科技便是国内生产激光雷达的代表性企业之一。如今，探维科技开发的激光雷达产品，已搭载在主线科技等行业领先企业开发的卡车自动驾驶平台中。据悉，探维科技开发的混合固态激光雷达，能够解决车规级环境稳定性问题。

围绕卡车自动驾驶多种感知难题，汽车智能软件供应商也在不断升级自身的解决方案。在2021无人驾驶未来发展大会上，元橡科技展示了双目立体视觉方案，该设备具有更稠密、精准、及时的感知能力，能为搭载该系统的车辆提供更加精准的定位能力，保障自动驾驶车辆安全运行。

如今，自动驾驶卡车这个号称“万亿规模”的赛道已经吸引了众多参赛者投身其中，在国家政策的助推下，相关技术高频迭代、安全问题不断攻克、应用场景不断解锁……未来，我们完全可以期待：自动驾驶卡车在干线物流领域有更大发挥空间，并且，在社会面临疫情等突发情况时可以发挥更大价值。

■ 责任编辑：李晓菲

汉马动力： 自主高端“芯”是这样炼成的

■ 记者 陈津

汉马发动机
—— 欧系基因，世界标准 ——



打造自主品牌动力平台的决心也变得越来越迫切。

对所有的创造而言，从0到1是最难的。从2007年项目正式启动到2010年第一台样机问世再到2012年产品发布上市。很难想象，零基础起步的汉马动力，仅用5年时间就实现零的突破，并以一己之力填补了国内多项动力领域的技术空白。

据商用汽车新闻记者了解，初上市的发动机产品，包括CM6D18和CM6D28两个系列，排量分别为9.8L和11.8L，功率覆盖199kW~353kW。它们的问世，意味着汉马科技拥有了技术先进、性能卓越的自研发动机。

汉马动力的上市，也标志着汉马科技全面掌握了重卡制造的核心技术，成为了国内极少数掌握重卡制造五大关键技术（车身、车架、发动机、变速器和车桥）的重卡企业之一，并为其后续构建（包括专用车上装、重卡底盘、核心零部件在内的）全产业链条走出了关键一步。

强势崛起 品质构筑 坚实后盾

“以航天标准制造发动机，以发动机标准制造整车，以整车

2022年，是汉马科技建厂52年，也是汉马动力上市10周年。

52年艰难前行、创新探索，汉马科技从无到有、由弱变强，发展成为国内重卡市场Top10的主流品牌，并应时而动，以多元产品型谱推动绿色智能商用车生态构建。

10年技术与市场积淀，坚持以航空、航天质量标准制造发动机的汉马动力，同样跻身主流重型发动机品牌行列，其“世界标准、高效可靠”的产品形象深入人心。

自主创“芯” 实现 零的突破

2007年，汉马动力项目启

动，汉马科技下定了打造自主高端动力品牌的决心。

彼时的汉马科技正处于快速发展阶段，不仅拥有华菱汽车、星马汽车两大品牌加持，年销量高速增长，并且在2006年成功跻身国内重卡销量前十名。然而，发动机等核心技术及资源的缺失，让汉马科技一度受制于人而错失市场机会，其产品的竞争力也难以有进一步提升。

在重卡行业，一直有着“得发动机者得天下”的说法。汉马科技明白，未来商用车行业的竞争一定是核心技术的竞争，谁拥有先进的核心技术和发动机，谁就能赢得市场。因此，汉马科技



标准制造专用车。”汉马动力对品质的追求，自诞生以来就深深烙印在品牌性格中。

早在2012年，汉马动力就建立起完整的发动机生产线。

其中，总装线除少量部件需要人工安装外，80%以上都是自动化装配和机器人操作。机加工线则采用自动化、智能化、信息化程度更高的柔性生产线，不仅机加工工艺更高，还能在同一条生产线上生产不同的发动机产品，以最先进的设计、最优的成本和最快的速度，打造出国际一流的发动机产品。

同时，汉马动力每年都会进行高温、高原、高寒“三高”标定试验，目的就是检测新型发动机在极限环境下的运行状态，考验发动机能否在任何恶劣环境下都能正常启动、正常行驶，动力强劲。

正是在国际一流的设备和部件、精益求精的工匠精神打磨下，汉马动力凭借动力强劲、节约经济、可靠耐用的突出优势，在短短几年内迅速被市场和行业

认可。资料显示，2013年，汉马动力的年产销超过2000台，并且实现首次出口，配装汉马动力的星凯马研发项目，更是荣获安徽省科学技术一等奖。

2016年，汉马动力年首次突破10000台大关；2017年，汉马动力发动机被认定为中国机械工业名牌产品，年产销相比2013年翻了10倍，超过了20000台。

引领国六 多元动力齐发力

除了销量、口碑双丰收之外，汉马动力的产品线也在不断丰富。

2015年以来，汉马动力发力清洁能源领域，其自主研发的天然气发动机与甲醇燃料发动机相继投放市场。嗅到能源多元化、动力多元化市场机会的汉马科技，开始在传统与新能源商用车这两条“赛道”上齐头并进。

2016年，汉马科技瞄准国六排放标准机遇，正式启动国六发动机项目。同时，汉马动力3

款国六发动机，分别在2017年12月15日、2018年4月13日、2018年8月20日成功点火，标志着汉马动力在大马力、大排量国六发动机上取得突破性成果，正式跨入重型机国六时代。

2019年，汉马动力再次以业界领先的发动机技术引领行业潮流，不仅推出首款满足国六法规排放的重型商用车发动机，还在北京率先投入使用。此举，彰显了汉马动力的技术实力和产品开发能力，为其抢抓国六机遇奠定了基础。

2020年，在吉利商用车全面赋能下，拥有高起点、高技术、高价值，整合全球资源且坚持自主正向开发高端动力产品的汉马动力，再次迎来新的发展阶段。

记者了解到，围绕“双碳”目标以及重型商用车行业这个主战场，汉马动力将重点围绕提升柴油机热效率（行业预测截至2030年，柴油机将仍然会保持50%的动力占比）、替代清洁燃料内燃机（天然气、甲醇、氢气等）、混合动力开发3条路线，打造高性能、低油耗、低排放的具有市场竞争力的发动机产品。

也就是说，未来的汉马动力既有柴油机、燃气机等已有国六产品，也将会发力甲醇发动机、氢气发动机、换电动力系统、混合动力等领域，进入多元动力同场竞技、不同能源形式适配不同场景的新时代。无论哪种形式，均旨在践行“为客户创造更大价值”理念，为用户提供更全面的动力解决方案。

■ 责任编辑：李晓菲



激活“她”力量 这次康明斯把目光投向了卡姐和卡嫂

■ 商用车

对于康明斯（中国）投资有限公司联合中国妇女发展基金会发起的“货运路 巾帼行”卡车运输行业女性赋能公益项目，商用汽车新闻记者一点儿都不意外。

康明斯，在女性平权、赋能女性方面一直走在制造企业的前面。就在不久前，康明斯宣布，自2022年3月8日起，康明斯在华所有控股企业将正式实行男女退休年龄一致的政策。根据这一政策，在康明斯控股企业工作的女性员工达到当前国家法定退休年龄并履行法定退休手续后，可以自主选择是否继续留在公司工作直到当前法定的男性员工退

休年龄。

把时间轴再往前移，2018年，康明斯与中国妇女发展基金会携手，开展延川布堆画女性赋能项目，为延川贫困妇女提供技能培训和参与经济建设的机会，提高贫困妇女自我发展能力和经济赋权。

经过两年的深思熟虑和细致调研，康明斯与中国妇女发展基金会联合发起的“货运路 巾帼行”卡车运输行业女性赋能公益项目3月31日在北京启动。

赋能女性 康明斯一以贯之

该公益项目旨在为卡姐们

提供健康及舒适、安全及保护、亲子及家庭关系、职业技能、个人发展五大赋能内容，减轻她们在生活、职业发展上的障碍，提升她们的幸福感和成就感，帮助卡姐及其家庭获得更好的发展。项目计划在3年时间内赋能5000名卡姐，并通过项目在全国范围内的推行，正向影响更多卡姐人群，逐步实现从“建立链接平台，探索可行模式”到“丰富平台内容，持续赋能卡姐”再到“深化平台成效，推动行业参与”的目标。

在与中国妇女发展基金会合作的5年间，从延川布堆画女性赋能项目到如今的“货运路

巾帼行”项目，康明斯中国在女性赋能上不遗余力。早在2018年，康明斯在全球推出了“康明斯赋能女性发展”公益项目，这是其有史以来最大的社区举措。旨在链合专业非营利组织并充分发挥康明斯员工独特才能，助力女性发展，项目4年来卓有成效。

在康明斯，一直有着多元化发展、赋能女性领导力的企业文化，多元、公平、包容，对内，为女性人才创造机会充分发挥她们的潜能；对外，康明斯把目光投向了庞大的卡姐、卡嫂群体。根据北京市社会科学院社会学所助理研究员马丹的研究，跟车卡嫂约有317万人，而女性卡车司机群体则在14万~86万人。

这非常顺理成章。作为一家多元动力解决方案供应商，康明斯既是运输行业重要的参与者，拥有着众多的行业合作伙伴，也拥有着强大的技术和工程能力，员工对于女性赋能项目参与度高，加上公司理念的契合，“货运路 巾帼行”公益项目历经两年的调研，终于落地。

正如康明斯副总裁、中国区董事长石内森所言：“互助关爱是康明斯的核心价值之一，康明斯在全球范围内开展的女性赋能项目，正是这种价值观的体现。这次的‘货运路、巾帼行’，是我们携手妇基会继‘延川布堆画’女性赋能项目后，在中国关爱女性公益领域的又一创举。”

赋能卡姐 书写不平凡的人生

从公益活动对涉及的女性



群体画像和据此设计的项目可见一斑。女性卡车司机、跟车或者在家照顾家庭的卡嫂、运输行业的女性从业者都被囊括其中，赋能内容既有职业技能、安全知识，也有亲子关系、婚姻家庭；既有大面上的关爱（比如体检、驾驶培训等实实在在的帮扶和支持），也有小处里的贴心（比如现场发放的暖心包，包含了各种实用的工具和日用品，尽可能地助力卡姐在职业和家庭两个维度实现个人成长）。

现场受邀的卡姐代表徐莹莹和张天香深有同感。

徐莹莹2014年跑车至今，最挂念的就是父母和孩子，常年在外的她自觉亏欠孩子太多，陪伴太少，最关心孩子的心理健康和教育问题。而张天香则希望能提高女性司机的驾驶技能，“获得更多的货源信息，多了解货运市场的发展方向，在成就事业的同时，保持身体健康，毕竟身体是革命的本钱。”

从陪伴丈夫开车到自己上手驾驶，像徐莹莹、张天香这

样的卡姐不在少数，她们既是女儿、妻子、母亲，同时更是数千万道路运输从业者的一员，赋能她们，提升她们的职业技能，实现自我发展。同时为她们的家庭和下一代提供一些支持，进而在政策层面和社会层面实现女性平等、创造更好的社会环境发挥作用。这正是康明斯冀望公益活动所能实现的短期、中期及长期效果。

商用汽车新闻记者对一句话印象深刻：践行性别平等的理念，不是去扶贫，而是发挥女性的潜力、拓宽思维、提升能力，从他助实现自助。

温暖一名卡姐，就是帮助一个家庭。十届全国妇联副主席、中国妇女发展基金会理事长甄珏在启动仪式上提出希望，将卡车运输行业女性赋能项目打造成新时代服务新女性群体的公益样板项目，能够帮助更多卡姐获得人生出彩和梦想成真的机会，助力她们在卡车运输行业持续书写不平凡的成就。

■ 责任编辑：李晓菲



《经销商茶座》嘉宾：

高经理：北京正万通汽车销售服务有限公司

李经理：天津汇奥汽车销售服务有限公司

陈经理：苏州仁恒庆铃汽车贸易有限公司

郑经理：济南志达海成贸易有限公司

任经理：石家庄惠和汽车销售有限公司



蓝牌新规实施3个月 经销商有话说

■ 记者 张雅静

轻卡，历来是货车中体量最大、竞争最为激烈、最受关注的细分市场。

近几个月，在蓝牌新规的“重击”之下，叠加疫情、油价等利空因素影响，轻卡市场形势越发严峻。

在终端市场，既有库存高企的压力，也有推广合规新品的困难。面对自上而下的重压，身处市场一线的经销商该何去何从？

本期《经销商茶座》，我们邀请到不同区域、不同品牌的5位轻卡经销商，请他们谈谈当前轻卡终端市场的销售情况。

主持人：各位嘉宾，你们好，欢迎来到《经销商茶座》做客。2022年1月，蓝牌轻卡新规落地，给行业带来巨大震

动。中汽协发布的销售数据显示，1~2月，国内轻卡销量整体下滑了8.58%，市场环境不乐观。各位作为一线经销商，有没有感受到这种变化？

高经理：和往年相比，销量下滑较多，进店客户也很少。现在物流业务不好做，一些客户甚至想卖掉自己的车。

郑经理：我这边的情况也不太好，销量比去年同期下降了40%，到店率、邀约率也比较低，现在只有少数做物流和商超配送的散户有购车需求。

李经理：天津整体市场是下滑的，我们店这边主营解放轻卡，依靠线上引流、线下引导以及老客户推荐等方式，店内整体销量稳中有升。3月销售在40

辆左右，1~3月，合计销售100辆，同比有小幅上升。

过去一年，我们的工作做得比较扎实，积累了许多刚需客户，比如从事搬家、废旧物品回收的客户，还有一些单位客户。这部分客户一般运输距离短，有的是按照单车、单趟收费，而非按运输公里数收费，他们受市场行情、油价上涨等因素的影响不大，购车需求较多。

任经理：河北市场大概下降了30%~40%，我们店主营东风轻卡，车型储备得较全，基本没有下降。来购车的老客户居多，一般都是自用（比如街头做小生意、家里开百货店的），跑物流的很少。

陈经理：苏州市场受到疫情影响很严重，各行各业减少了

流动,销量相比之前下降了三成,每月大概四五十辆。客户主要是淘汰国三车换新车的刚需客户,有企业客户,也有散户。

主持人:正如大家感受到的,这两个月市场大环境比较冷淡,用户购车热情并不高。那么,这种情况是否造成了轻卡库存积压?根据蓝牌新规要求,3月1日不合规车型停产后,还有几个月的销售过渡期。当前,各位的库存当中是否也有这种不合规车型?接下来打算如何处理这批车型?

高经理:以往,经销商在年前会集中备货迎接旺季;今年,受行情、法规影响,我们备货并不多。今年1月,蓝牌新规发布后,我们开始购入2.5升的合规产品,现在陆续到店的有60辆。

从去年开始,早在蓝牌新规下发之前我们就开始调整库存,减少购进大排量车型,加速库存消耗,现在这部分车的库存比较少,大概有10辆,还没有上牌。

郑经理:今年,蓝牌新规发布,加上行情不好,我们对市场没有太大把握,没有大量备货。现在,库存基本都是合规车,有100多辆,大排量车型去年七八月就销售完了。

李经理:我们店里现在主要卖的都是合规车,大排量车型剩的不多,也就不到10辆,都预挂了蓝牌。天津这边买这种车型的客户几乎都是跑物流的,现在油价飞涨、运价不涨,这部分

市场肯定是萎缩的。另外,我认为,不合规的产品不长久,我不是很好看,所以进货很少。

现在,除了合规蓝牌轻卡,我们店里主推的还有5.2米小黄牌车型。这类车不需要装北斗,司机不需要强制4小时休息。但是黄牌车在天津进不了市里,还要营运证、上岗证,成本较高,卖的不是很多。

任经理:石家庄合规车卖不动,主要卖的是大排量车型。上个月,我们店销量在200辆左右,库存车不多,还剩100辆左右,在过渡期内基本可以销完。由于小排量车型拉不了重货,运输成本还高,本地客户还是青睐大排量车型。同时,大排量车型在石家庄上完牌,还可以正常年检,所以销量还比较多。

主持人:有业内人士分析,受蓝牌新规影响,蓝牌轻卡市场将向小卡、微卡以及新能源轻卡等市场分流。对此,各位如何看待?

高经理:鉴于蓝牌轻卡市场需求分流,厂家迅速导入了小卡、微卡,我们作为经销商也积极响应,对新车型予以储备。目前,已经有客户进店咨询。未来,我认为,国内物流运输向规范化发展,需要组合式的用车方式,不同的运输场景选择不同的车型,既需要黄牌中卡这样的大车型进行中长途运输,也需要轻卡、小卡这样的小车型进行城配“最后一公里”运输。

至于新能源车型,我们也已

经开始销售了,不过现在还没上量。电车和油车不太一样,担心有电池的损耗,所以店里没有太多储备。客户有购买意向,我们再下订单。在北京区域,客户从下订单到提车,大概一个月左右。

郑经理:我们店主营的东风小卡有途逸、小霸王,有部分储备,但是销量不是很多。目前,客户购车热情严重不足,尚且无法判断市场走向。对于新能源轻卡,有个别客户咨询,但整体市场还在试探阶段。

陈经理:现在,还没有感受到这种变化。新规实行后,黄牌和蓝牌区分更加明显,轻卡客户的部分需求转移到小卡,这种可能性是存在的。不过,市面上的小卡,体型越来越大,成本不会很低。一旦小卡和轻卡价格差距越来越小,是否存在竞争优势,还不好说。

任经理:我们店上个月小卡卖了60辆,销量没有明显上涨,主要原因是经济大环境不行,市场内车多活儿少,客户不赚钱,购车需求下降。至于新能源轻卡,我们店还暂时没有做这块业务。

主持人:从大家的发言中可以看出,当下,轻卡市场在政策和经济大环境的双重影响下,普遍存在需求不振的状态。但是,根据各地货运市场类别以及政策执行程度的不同,轻卡市场又呈现出不同的销售状态,当前仍处在蓝牌新规的过渡期内。下半年,随着过渡期的结束,轻卡市场的销售结构或将更加明朗。

■ 责任编辑:李晓菲

人民日报

推动媒体融合 向纵深发展

人民日报

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

人民网
people.cn

权威 实力 源自人民

人民日报
客户端

有品质的新闻

PEOPLE'S
DAILY

Road China

人民日报

汇聚人民的力量

@人民日报
微博

参与 沟通 记录时代

@人民日报
微信

参与 沟通 记录时代

@人民日报

抖音 快手 Bilibili

参与 沟通 记录时代

人民
教育

打造中小学德育教育
新媒体平台

人民日报
健康客户端

权威医生在身边

人民网+

服务美好生活

人民日报
传媒广告有限公司

讲好中国故事
传播中国形象

人民日报
数字传播

创新 聚合 赋能

Pdmi

引领智慧科技
赋能媒体未来

人民日报出版社

做治国理政图书
做文化传承图书
做读者喜爱的图书

环球时报

报道多元世界
解读复杂中国

中国汽车报

汽车主流价值传播服务商

证券
时报

守望资本市场
推动社会进步

健康时报

中国人的健康顾问

新闻
战线

新闻人家园
学术界窗口
专业期刊“领头羊”

人民论坛

政治智库传媒集团

环球人物

以人物记录时代

新安全

新生活 新安全

中国经济周刊

看懂中国经济

民生
周刊

为民生服务

人文历史

人文家园 历史创新

GLOBAL
TIMES

DISCOVER CHINA
DISCOVER THE WORLD

生命时报

心怀良知 科学为上
传播健康 为善举

人民和家

开心读报 快乐生活

中国财经报

忠诚国家利益
推动能源革命

CCN
中国城市报

专精特新 赋能城市

国际金融报

世界眼光 专业财经

人民周刊

思想力量 权威影响

学术前沿

全国中文核心期刊
CSSCI来源期刊

国家治理周刊

治理经验汇聚、交流、分享
权威平台

汽车族

汽车消费指南

汽车运动网

享受极致驾驶乐趣

商用车新闻

商用车行业
观察家、记录者、引领者

房车时代

房车时代 旅居生活

平安校园

守护校园安全
创造和谐校园

能源高质量发展

把握高质量发展脉动
解读全行业政策趋势

海外网

全球华人网上家园
中国形象传播平台

环球网

联接中外 沟通世界

中国汽车报网

有深度的汽车人在此汇聚

STCN
证券时报网

实时报道 聚焦证券市场

人民论坛网

中国思想理论门户

环球网人物

有温度的人物网站

经济网

国家一类新闻网站

中国能源网

网罗能源资讯

健康时报网

精品健康新闻
健康服务专家

民生网

专注民生 服务民众

人文历史网

历史爱好者的精神家园