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: 15元

2023 第4期 国内统一连续出版物号 CN11-5506/U

## 守护蓝天 从'心'做起

《 中国重汽全新一代燃气车 》



## 和淄博烧烤一起"燃"起来

#### 李晓菲

淄博火出圈儿的小烧烤、泰山红门的"人从众"、大学生们的"特种兵式旅游"……你是哪一个热点的制造者?又被哪一个"顶流"吸引想要立马"安排上"?

无论是哪一个,最近层出不穷、应接不暇的热搜都预示着,在今年这个春暖花开的季节,人们熟悉的"热闹劲儿"一下子回来了:爆满的景区、拥挤的人潮、川流不息的车流······整个社会正常的生产和生活节奏正在快速恢复。

"衣食住行"排在最末的"行"空前强烈地感受到了这种热度,尤其是沉寂已久的公共交通。

以近日频频上热搜的淄博为例,受火爆全网的"淄博烧烤"带动,去往淄博旅游的游客大幅增加,为此, 4月15日,淄博市公共交通有限公司开通了"淄博烧烤公交专线",到淄博旅游的游客可乘坐公交一站 直达部分美食地点、购物商超、网红打卡地。"网红经济"的火热也带动了城市公交的恢复,二者互相成就。

淄博只是全国旅游火爆的一个缩影。在广东,旅游的热度也毫不逊色。据从事旅游客运的陈经理介绍, 沉寂了3年后,他们的省内短途接驳业务近期终于活跃了起来,承接的旅行社业务已经到了"一车难求" 的状态。

公共交通出行需求的持续释放也在一定程度上带动了客车市场的恢复,中国汽车工业协会最新产销数据显示,3月,客车产销分别完成4.8万辆和4.5万辆,环比分别增长39.8%和35.1%,同比分别增长33.4%和20.2%,市场回暖明显。

处于客车产业链生产端的企业也铆足了劲儿要抓住这一轮复苏的热度,本期杂志报道了中通客车近期推出的新一代旅团客车产品——H9,这款产品是中通客车深入研判市场形势,掌握客户需求,创新升级而来,能够满足新形势下人们高品质、多元化、个性化的出行需求。

南京依维柯也推出了轻客颠覆之作——依维柯聚星,作为源自上汽全球化平台的全新产品,依维柯 聚星可以满足多行业、多场景、多用途驾乘需求,被称为"有维新青年"。

卡车行业的新鲜事儿同样不少。

在卡车市场稳定恢复之际,企业新产品投放节奏也明显加快。本期杂志报道了"重卡新兵"——北汽重卡首辆新车下线,这款复兴智悦版牵引车下线现场即实现签单503辆;3月25日,庆铃五十铃2023款 ELF 轻卡家族在深圳上市;3月26日,全新一代奥铃 M卡及奥铃 Pro 在洛阳上市……

市井间热热闹闹的烟火气、旅游城市红红火火的旅游经济、生产企业忙碌的生产线……暖意融融的春天来了,一切都正在好起来!



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

总第 740 期

2023年4月

国内统一连续出版物号: CN11-5506/U 邮发代号: 80-517 定价: 15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



商用车新网官方网站



商用车新网官方微信



## 开启经"9"之旅 中通新一代旅团客车H9上市

■商车

春潮涌动,万物竞发,旅游客运行业也迎来"新春天"。

3月31日,2023旅游客运行业高品质发展(潍坊)论坛暨中通客车H9上市发布品鉴会在山东潍坊召开。来自客运、旅游、团体、景区等企业的高层领导150余人齐聚一堂,共同探讨新形势下旅游客运行业的发展之道。

论坛期间,中通客车正式 发布了新一代旅团客车产品—— H9,深度诠释了更舒适、更节能、更安全、更智能的旅游产品本色,以卓越性能为用户带来全新价值,为旅游客运向更高质量发展提供了新选择。

## 凝心聚力 打造高品质 "诗和远方"

进入 2023 年, 我国旅游呈 现出"稳开高走、持续回暖"的 态势。旅游客运行业顺势而为, 积极立足"新"、深化"融"、加 速"转",向高质量发展迈进。

中通客车股份有限公司总 经理彭锋在致辞中表示:"中通 客车作为交通客运行业重要参与 者,始终致力于以更全面的产品 解决方案、更高品质的服务、更 可靠的运营模式,与市场、与用 户同频共振,共谋发展,为行业 的高品质发展贡献'中通力量'。"

知所以来,思所将往,方明所去。会上,交通运输部科学研究院高级工程师熊燕舞就旅游

客运行业的发展与变革进行了主 题分享,对行业的发展形势进行 了判断,并结合案例给出了变革 路径。

"行业将由数量型增长向价 值型增长加速前进!"对于旅团 客车行业未来的发展, 熊燕舞作 出了这样的判断。如何推进行业 向更高质量发展,实现价值型增 长? 在本次活动上,中通客车给 出了自己的答案。

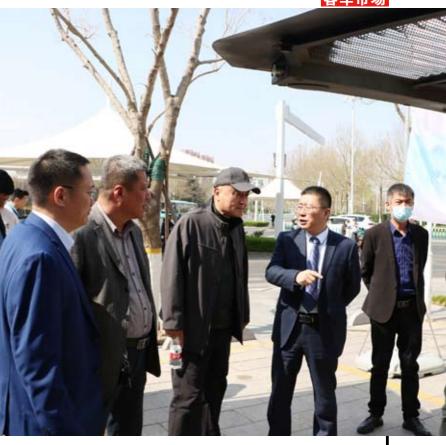
作为活动的重磅环节,中 通客车正式推出了全新一代旅团 客车产品 H9。该产品是中通客 车深入研判市场形势、掌握客户 需求、不断推讲产品和服务方案 创新升级的经典之作,可完全满 足新形势下民众高品质、多元化、 个性化的出行需求,推动行业更 大运营价值的创造与延伸。

#### 智慧升级 激活行业 发展"新动能"

中通 H9 在智能安全、运营 价值、舒适保障等方面实现全面 升级,可满足定制旅团、班车接 驳、城际公交等不同应用场景的 多样化需求。

中通客车客车研究院院长 齐洪磊介绍, H9 立足创新突破, 实现颜值与品质的双提升。整车 采用前后围低风阻造型,风阻系 数降低 15%;全面优化的车身 结构,融合了轻量化、高刚度、 高稳定性等特点。

H9全面升级"智能座舱"。 驾驶区采用环抱式设计,融合人 机工程学,通过多功能方向盘、 全液晶仪表等,提高功能的集成 化水平,让便捷触手可及。中控



大屏的语音交互系统、智能大灯 及智能雨刮,让司机更加专注行 车, 舒享全新驾控体验。

在智能安全方面, H9 的全 天候 AEB 系统,实现前向、右 向碰撞预警和自动紧急制动以及 在低光、炫光、雨雪雾(霾)等 恶劣天气下的成像识别, 准确提 醒驾驶员行车安全,缓解驾驶员 行车压力。

同时,中通 H9 全面提升整 车空间, 优化后的车内通道宽度 领先干行业,车内更加宽敞明亮。 通过提升行李舱高度,实现了更 大的舱内容积,解决中长途旅行 司乘人员的储物焦虑。

在乘坐体验方面, 优化座 椅空间布局,增强型 "C"型空 气悬架,打造奢华商务舱。全新 设计风道结构, 追求舒适体感。

漫射照明系统、杀菌消毒功能等 人性化配置, 注重内外兼修的品 质,以人性关怀和舒适体验,尽 享乐趣出行。

卓越的产品品质、出色的 性能表现, 让中通 H9 成为旅游 客运的更优选择, 也将为行业的 转型发展带来更多机遇和空间。

在论坛现场,中通新世嘉、 纯电动世腾、瑞通 V59 等多款 经典旅游客运产品也精彩亮相。 每一款产品都蕴藏着传承、创 新与价值,彰显了中通客车在 旅游客运领域的精准布局和综 合实力。

未来,中通客车将为旅游 客运发展提供更多"品质方案", 满足旅游市场的升级需求, 助力 行业"遇见经'9'之旅"。



## 跨越5000多公里

## 800辆宇通客车首批交付乌兹别克斯坦

#### ■商车

4月8日,中国出口乌兹别克斯坦800辆宇通客车首批车辆交付仪式,在该国首都塔什干市新乌兹别克斯坦公园内举行。塔什干市长沙夫卡特•乌姆尔扎科夫,乌兹别克斯坦交通部、内务部多位领导,塔什干公交集团主席、宇通客车代表共同出席交车仪式。

能得到乌兹别克斯坦政府 领导的亲自检阅,足见800辆 宇通客车对该国的重要意义。作 为中国对乌兹别克斯坦出口最大订单以及今年开年以来"一带一路"沿线最大的一笔客车订单,800辆宇通客车的陆续交付,展现出中国客车品牌在全球市场的强劲实力。

其中,300辆宇通纯电动客车尤为瞩目,这是乌兹别克斯坦首次大批量引入新能源客车。"绿色"是高质量共建"一带一路"的鲜明底色,随着全球市场新能源化、电动化的逐步渗透,"一

带一路"沿线各国也竞相开启交通系统新能源化转型。近年来,宇通与沿线各国在新能源领域的合作逐步走实走深,中国新能源技术及全方位解决方案,为绿色"一带一路"建设提供了强有力的支撑。

交付仪式现场,塔什干市市长沙夫卡特·乌姆尔扎科夫发表讲话,他欣喜地告诉大家政府采购这批车的初衷,代表民众感谢总统的选择,"这些公交车是

最好的、最安全的车辆,而且这 些车辆都有残疾人辅助踏步,对 老年人来说非常方便。每辆车都 有监控系统,可以从我们国家的 内部部门实时监控。我们的目的 就是为百姓做好服务,今天是一 个盛大的节日,这批车就是送给 百姓最好的礼物。"

对此, 宇通客车乌兹别克斯 坦国家经理杨虎感触颇深, 他对 乌兹别克斯坦总统及人民的选择 致以诚挚感谢,"我们横跨5000 多公里,克服重重困难保障了车 辆交付, 为乌兹别克斯坦带来了 宇诵高品质的客车。宇诵客车今 后将不断深化与乌兹别克斯坦的 合作,将全球领先的新能源技术 带到乌兹别克斯坦, 培养更多的 专业技术人才, 为当地经济社会 可持续发展添加强劲动力。"

据介绍, 随着本批订单的 全面交付, 宇通已经提前成立了 专门的售后服务团队,来保障车 辆的高质量运营。

杨虎表示:"我们有信心为 塔什干人民带来更加美好、便捷、 舒适的出行体验, 让绿色公共出 行惠及每一个人。"

交付现场还进行了民众乘 车体验, 宇通客车舒适环保的空 间设计与时尚外观,给民众带来 惊喜。

2022年,乌兹别克斯坦首 次引进 20 辆宇通新能源客车投 用于公共系统。车辆上线后, 宇 通新能源客车在安全性、节能 性、环保性等方面的出色表现, 颠覆了乌兹别克斯坦客户对新 能源技术的认知,更改变了当 地民众的出行方式。时隔一年





显了该国对公共交通领域新能 源转型的决心, 也体现了该国 对宇通新能源的认可。

3月初,首批经过检测的宇 通客车沿着"丝绸之路经济带", 涂经山西、宁夏、甘肃、新疆. 通过哈萨克斯坦, 最终抵达乌兹 别克斯坦。跨越3个国家5000 公里超长旅程, 送车全程也吸引 线上千万网友围观, 为两国深化 合作写下了浓墨重彩的一笔。

今年是"一带一路"倡议 提出 10 周年,乌兹别克斯坦是

再次批量购入新能源客车,彰 | 最早支持并积极参与"一带一路" 建设的国家之一,在共建"一带 一路"事业中发挥了重要作用。

> 以"一带一路"为依托, 宇 通积极发挥自身在新能源领域优 势,不断加强与沿线各国的深度 合作,积极响应政策,通过产品 出口、技术出口, 为沿线各国经 济社会发展贡献中国企业力量。 一辆辆奔跑在中亚大陆的宇通新 能源客车,正成为新的"使者", 开辟与"一带一路"沿线国家的 友谊之路、合作之路、发展之路。



## 除了Logo全变了

### 14.88万的依维柯聚星你会买吗?

■商车

颠覆经典、脱胎换骨…… 总之,变化真大!

3月28日,依维柯聚星系列正式开启预售。在观看直播时,商用汽车新闻记者心头不断闪过上面这行"字幕"。与依维柯以往所有的车型相比,聚星都太不一样了,除了Logo,几乎找不到记者印象中依维柯的影子。

这样一款堪称颠覆的车型, 能赢得轻客市场用户的认可吗?

#### "经典 + 年轻态" 突 破传统印象

依维柯是轻客经典,这一

点当之无愧、毋庸置疑。

在国人心中,依维柯轻客有无数个不同的场景印象:它是千行百业物流中转的货运工具,是客运线路上的营运客车,是马路上呼啸而过的救护车,也是其他各种专业改装车的原型车……总之,虽然场景千变刀化,但提起依维柯,它就是那个经典的样子。

聚星,完全不一样。

如果非要形容一下这种不一样,记者觉得合适的词是"年轻"。聚星,整体给人一种"年轻态",正如依维柯对聚星的定

义——有维新青年。这款源自上 汽全球化平台的全新产品,集智 能驾控、出众颜值、超强运载、 澎湃动力、安全可靠于一身,可 以满足多行业、多场景、多用途 驾乘需求。

外观上,依维柯聚星对轻客"经典印象"的颠覆最大。

风格上,以突破传统的未来科技设计语言,颠覆了大众对轻客固有的认知,风刃型面造型科技动感,正面星罗纵横的线条,勾勒出一体化科技前脸,这也是聚星最具科技感的设计;流光车身造型,也非常符合年轻用户群



体的审美,既有自然流畅的美感, 又兼具风驰电掣的动感;两侧的 巨幕全景侧窗,为驾乘人员提供 了广阔的观景视野,在通透的同 时也有着更佳的驾乘感受。

值得一提的是,车辆尾部的雾灯结合双立柱尾灯,不仅造型新颖美观,更可以在雨雾天气等低可见度的环境下,让后方行人与车辆更容易辨别路况,兼顾了实用性与视觉美感。

另一个能体现依维柯聚星 "年轻态"的标签,是智能化。

这是"新四化"浪潮下,新车必须要跟紧的潮流。在这方面,依维柯聚星也体现得很周全,智能化、便捷化的功能与设计随处可见。车辆配装了PEPS 无钥匙进入、一键启动、智能车窗、智能雨刮、伴我回家等功能配置。同时,为了给用户营造轻松舒适的驾驶环境,车辆的方向盘、主副驾座椅都具有电动加热功能,

打造了一个有情感、有温度的智 能驾驶空间。

与此同时,在安全方面,依 维柯聚星搭载乘用车级态势感知 系统,配装4组高清摄像头,以 高清RVC、前后敏视雷达、全 景影像系统消灭视野盲区,用户 行车、倒车、泊车更安全。

此外,在动力配置方面,依维柯聚星拥有同级最优的动能组合,搭载上汽 π2.0T 高性能VGT 可变截面涡轮增压柴油发动机,最大功率150 马力,峰值扭矩375 牛米。匹配德国采埃孚9AT 手自一体变速器,强强联合的动力匹配,让聚星拥有充沛动力性能、舒适驾乘体验的同时,还具有出色的燃油经济性,百公里油耗低至7.4 升。

依维柯经典品质长久以来 形成的口碑和信赖,再加上"年 轻态"的产品设计和配置,可以 说,聚星已经具备了在轻客市场 打开局面最核心的竞争力。

#### 预售期购车可享七 重好礼

轻客市场的用户,对价格 的敏感度很高。尤其在当下的 市场环境中,用户购买轻客产 品,无论是用于载人还是载货, 价格、性价比都是至关重要的 考虑因素。

3月28日,聚星公布了官方预售价格:14.88万元起。在这个赛道,依维柯聚星的竞争对手既有"老对手"福特,又有"兄弟"大通,竞争还是十分激烈的。在有限的市场增量中,各家产品注定要在性价比上进行一番大比拼。

为了覆盖更多场景,依维柯聚星目前拥有两种轴距、两种顶高,搭配出多样车身尺寸,用户还可以通过 2~9 座百变座椅灵活布局,满足更多样化的用户需求。

依维柯聚星的性价比能否 扛得住用户的苛刻考验?让我们 拭目以待吧。





## 乘柱H与从

## 鼠野公 图图指围

□高颜值 □高舒适 □高科技 □低油耗



高颜值

星舰设计,"龙鳞"式格栅,低风阻流线,酷炫吸睛

高舒适

2.3m宽平地板,640L超大储物空间,舒适大座舱,同级不怕比;

高科技

无钥匙进入+一键启动、一键智享,L2+级智能辅助驾驶

低油耗

应用154项轻量化技术,底盘自重低至7吨,油耗降低10%





## 3月继续回暖:卡车39万辆 环比增长34%

#### ■ 商车

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3月汽车产销数据。

整体来看,3月,汽车市场保持了增长势头,乘用车、商用车市场环比、同比均保持了正增长。但是,由于政策切换以及促销潮的出现,终端市场有一定的波动,汽车行业总体运行面临一定压力。

具体到商用车市场,伴随我 国经济的持续回升,基建项目陆 续开工,加之海外出口延续良好 表现,商用车市场已经呈现出明 显的回暖迹象。

3月,商用车产销均完成43.4万辆,环比分别增长37.1%和34.2%,同比分别增长20.4%和17.4%,延续了2月产销同比、环比双增长的态势。一季度,商用车产销分别完成94.8万辆和93.8万辆,同比分别下降3.9%和2.9%。

## 货车: 同环比两位数增长

具体来看,3月,货车产销分别完成38.7万辆和38.9万辆,环比分别增长36.8%和34.1%,同比分别增长19%和17%。

在卡车细分品种中,与上月相比,四大类货车品种产销均呈明显增长;与去年同期相比,重型货车和轻型货车产销呈较快增长,微型货车产量较快增长、销量两位数下降,中型货车产销均呈下降。

再看累计销量维度,1~3月,货车产销分别完成84.6万辆和83.8万辆,同比分别下降5.7%和4.2%,降幅较1~2月大幅收窄。在货车主要品种中,与去年同期相比,重型货车和轻型货车产销呈小幅增长,中型货车和微型货车产销呈两位数明显下降,其中,微型货车降幅更为明显。

#### 客车: 轻客增幅明显

一季度,旅游市场火爆,人 员流动的频繁,也在一定程度上 带动了客车市场的恢复性增长。

从数据上来看,3月,客车产销分别完成4.8万辆和4.5万辆,环比分别增长39.8%和35.1%,同比分别增长33.4%和20.2%。在客车细分品种中,与上月相比,三大类客车产销均呈较快增长。其中,中型客车产销增速最为显著;与去年同期相比,轻型客车产销呈明显增长,大型客车产量增长、销量下降,中型客车产销均呈小幅下降。

1~3月,客车产销分别完成 10.2万辆和10万辆,同比分别增长13.9%和9.5%。在客车主要品种中,与去年同期相比,轻型客车产销呈两位数增长,大型客车产量微增、销量微降,中型客车产销呈明显下降。

作为客车市场体量最大的细 分市场,轻型客车的增长,带动 了整体客车市场的增长。

#### 皮卡: 一季度累销 12.5万辆

本月,中汽协通报了皮卡一 季度产销情况。

从数据上看,1~3月,皮卡产销分别完成11.8万辆和12.5万辆,同比分别下降9.7%和5.3%。分燃料情况看,汽油皮卡产销均完成3.3万辆,同比分别增长18.4%和22.6%;柴油皮卡产销分别完成8.2万辆和8.9万辆,同比分别下降19.6%和15.1%。

#### 商用车出口: 同比增 长 19.8%

3月,出口市场延续了去年以来的良好态势。

从数据上看,3月,商用车 出口5.9万辆,环比增长2.6%, 同比增长19.8%。1~3月,商用车 出口16.8万辆,同比增长28.1%。

从整体来看,一季度,汽车 市场保持了稳定回升的状态,既 有亮点,也有压力。对此,中汽 协分析认为,当前我国经济恢复 的基础尚不牢固,需求收缩、供 给冲击、预期转弱三重压力仍然 较大,且外部不确定性较多,各 种超预期因素随时可能发生。汽 车终端市场仍然相对疲软,国内 有效需求尚未完全释放,企业经 营压力较大,行业稳增长任务仍 十分艰巨。



## 品牌向上 "东风"变了

■ 商车

近期,车市被"几石"激 起千层浪。

首先,国内两家头部车企进行了"一把手"调整,紧接着东风系促销,点燃了乘用车价格"大跳水"的引信……很助显,汽车行业正在发生着巨大的变化。作为车市的一部分,这种变化也传导到了商用车市场。处于深度变革中的商用车产业如何应变、突破?东风商用车以首季"开门红",向行业交出了第一份答卷。

最近,商用汽车新闻从东 风商用车身上看到了强烈的"求 变"信号:新班子、新产品,内 部大调整、外部大梳理……都 在短时间内极快地开展,东风 商用车以前所未有的速度"动" 起来了。

#### 意料之外的"失速"

在过去长达一年多的时间 里,重卡市场经历了一轮"大洗牌",在这场争夺存量市场的竞 赛中,一向稳如泰山的东风商用 车,尽管跑赢了大盘(公司全年 中重卡销量 8.7 万辆,国内、海 外市场份额双双跑赢大市),但 由于货运行业下行对商用车行业 的冲击,东风商用车前所未有地 "失速"了。

究其原因, 商用汽车新闻 理解不外乎两个方面:

第一是产品,"东风天龙" "东风天锦"自2006年上市以来, 经历过2014年在重卡、中卡市 占率双双超20%,连续10年的 实战第一辉煌后,产品迭代升级 难达客户预期。加上国内中重卡 行业车型不断推陈出新,霸主地 位受到挑战。越来越多的客户认 为,天龙"老了",决定尝新。

第二是战略,纵观近年来 卡车行业,有的企业严控成本以 价格竞争取胜、有的转型新能源 切换赛道、有的聚焦后市场深挖 客户价值、有的移步线上数字营 销获客终端、有的进军海外且业 绩不俗……东风商用车被衬托成 了"稳重老干部",这些年埋头 苦干,却鲜少向外披露中长期战 略,外界看来显得方向不清晰、 打法不明显。

与此同时,所有人都无法 忽视的现实是,新技术、新业态、 新模式以及智能化应用,给商用 车产业带来了巨大的变化。如今的重卡市场已经彻底变了,增量市场转为存量竞争,行业加速大浪淘沙,"新四化"带来的深度变革,留给每一个企业的时间都不多了。

提质、应变、突破!有着50多年发展历史的东风商用车以求变之姿再启航,敢闯、敢拼、敢战的东风商用车人,骨子里的这股奋斗精神没有丢,几十年历经风雨,发展过程中遭遇的挫折,绝不会影响其昂扬向上的征程。

变化是从品牌向上开启的,由此带来了战略转型、组织变革、流程再造等等由内至外的改变。 东风商用车加速跑起来了,而新领导的履新,更是让行业直接感受到了"春风"的扑面而来。

#### 情理之中的"满舵 前进"

今年2月,东风商用车新任总经理张小帆正式上任。这位长期服务东风集团商用车板块的新任总经理,深耕营销领域多年,工作风格灵活,业务能力极强。而在上任之后,张小帆便立刻开启一系列一线调研走访,至今仍在持续。可以预见,这样一位执行力、行动力十足的新领导上任,将为东风商用车带来新的气象。

变化也确实如期发生了。

首先是战略转型,由此带来的内部组织机构大调整、业务流程的变革与再造。聚焦以客户为中心、以价值创造者为本,推进流程及体制机制变革,夯实公司基础管理能力,保障品牌向上战略落地,是张小帆今年的工作

重点。

据相关负责人介绍,东风商用车内部正在进行自上而下的组织架构调整及整合。调整过后,东风商用车各部门间沟通及配合程度大幅提升,对各项工作的反应更加顺畅、灵敏。而内部效率的提升,将为对外"冲锋"打下坚实基础。

其次,在产品层面,东风商用车重新梳理了主副品牌架构。重点打造全新一代东风天龙旗舰、新天龙重卡、新天锦中卡、高端车等国六战略性商品,已投放市场的高端车型 GX 系列,将聚焦高价值市场,新能源领域完善1000km 以内的商品布局,同时开发一代、预研一代。可以说,聚焦提升客户价值、对齐用户场景,是东风天龙的关键词,一切以客户价值为导向。

清晰的架构,令东风商用车迅速确立了产品推广节奏。今年初,东风天龙王者版大马力车型开始频繁出现在用户视野,推广力度空前。针对细分市场煤炭运输,东风子母车2.0在2个月内实现快速开发,3个月销量突破1000辆;燃气车市场起来了,东风商用车又迅速推出天龙KL燃气版;东风天龙KX大马力家族商品的顺利投放,为争夺大马力市场做好了充分准备。

而根据现有规划,今年, 东风商用车还会陆续发布多款 新产品及各细分领域的整体解 决方案,根据行业热点,及时 推陈出新。

第三,在用户层面,东风 商用车也动起来了。全面践行客 户营销,更加贴近客户,增强与 客户的联系,全面落实服务营销 转型,推动终端拉动式的服务户 销转型落地,一切旨在为客户的 造更大的价值。据介绍,今年, 东风商用车安排了密集且增强与 东风的为通交流、提升日天龙动 大赛也将重启。凭借经典有理时 时,今年的东风商用车会重回他 应有的位置。

快快快、干干干,在东风 集团的要求下,显然东风商用车 已经把调整的"方向舵"打满。

#### 总结:

无论是资源积累、发展年限、行业地位或是市场口碑,在 国内重卡领域,能与东风商用车 竞争的"同行者"本就寥寥可数。

这也是为何无论是业内人 士还是用户,评判东风商用车的 标准往往都更加严苛。因为本应 如此,东风商用车能做到,也该 做到。而历史也证明,开山建厂 的"二汽人",骨子里就刻着一 股子坚韧不拔、不服输的劲儿, 这一点,是国内任何一家商用车 企都无法比拟的。

2023年伊始,东风商用车的变化,业内有目共睹。刚刚出炉的一季度销量数据显示,东风商用车销量、份额实现了双增长,令人振奋!我们期待着,随着"品牌向上"战略的落地,东风商用车后续能够再交高质量答卷,早日回归它应有的行业地位。



## 扭转商用车低迷生态

## 一汽解放寄望的数字化转型成效几何?

#### ■ 记者 张雅静

近两年,我们经常引用"深度调整期"一词来形容商用车行业的发展状态。

长时间累积的供需失衡, 叠加疫情"黑天鹅"事件、国内 经济增速放缓、国际环境剧烈变 化等利空因素,将商用车行业发 展拖入了"Hard 模式"。

运力过剩、货源不足,导 致运价走低,用户利润空间遭到 挤压,用户更新车辆的意愿持续 削减。而这,传导到商用车生产 和销售环节,也带来了一系列连 锁反应。对于主机厂来说,生产 什么车都能卖出去的时代一去不 复返,销量爬升、市场拓展难上 加难;对于经销商而言,单纯卖 车或依靠低价竞争,已难当盈利 大任,闭店歇业转行者不在少数。

此时,对于身处商用车产业链上下游的从业者来说,想保住生意、获取增长,思路要转变,渠道要优化,模式要调整,经营要转型……实现这一切,数字化是必答题。

对此,一汽解放作为商用 车行业领导者,抓住了数字化转 型的锚点,以打造的解放行车联 网,链接起企业、用户以及行业 生态,通过海量数据的抓取和处 理,让数字化从一个虚无的概念 变成了实打实的生产力,为商用 车行业转型升级提供了可行性探 索方案。

## 解放行的数字化"不一样"

数字化不是抽象的,而是 具体的。以问题为导向,是数字 化的切入点。

正如前文所提及的,商用车行业发展"降速"进入调整期。

在存量市场下,主机厂、经销商要生存、要利润,就要打破边界,从更大的业务板块、更大的用户市场规模获取增量;而货运行业从业者,不管是物流公司还是个体经营者,率先且亟需突破的就是降本增效的问题。

在这样的背景下,一汽解 放开启数字化建设,一方面是企业自身发展的内在要求;同时也 是对用户降本增效、提升运营价值的积极回应。

正所谓"方向对了,路就不会远"。为了将数字化转型落到实处,一汽解放选择以产品的数字化为前提,借助解放行车联网来实现研产供销一整套链条的数字化调整。

具体来说,最初,一汽解放 将 T-box 连接车辆,获取数据, 通过解放行车联网实现了对于车 辆的实时监控,包括但不限于车 辆运行轨迹、行驶里程、当前车 速、油耗等。而这一过程,就是 一汽解放数字化转型的起点,即 产品数字化。

而后,通过对大数据抓取分析,一汽解放在解放行车联网平台开发出了包括智能助驾、远程诊断、OTA 远程升级这样的数字化产品,将无形的数据转化成货真价实的降本工具。为用户运营提质的同时,也提升了用户对一汽解放品牌的好感度,为构建品牌信任打下坚实基础。

在重卡市场发展遇挫的大环境中,一汽解放的数字化建设进程也并非一帆风顺。好在解放以极强的战略定力稳住了数字化转型的步调,在这条难而正确的



路上坚持走了下去。

2023年,一汽解放与时俱进,将触角伸向了商用车产业链的不同环节,以解放行车联网作为连接点,将海量数据、数字化产品以及行业合作伙伴串联起来,为用户提供数字化解决方案。

据悉,全新升级的解放行车联网,不仅涵盖原有的数字化产品,还增加了找货、金融、保险、后市场维修等全方位、全生态的一站式数字化服务,为用户降本的同时,也为自身业务板块开拓创造了新空间。

#### 聚 焦 痛 点 深 度 贴 近 用户

一汽解放数字化战略在顶层设计上的不同之处,在于其以车辆作为纽带,以数据为依托,围绕现今货运行业存在的痛点,旨在为用户提供更为高效的数字化解决方案。

但,这种数字化玩法对不

对路?还得用户和市场说了算。

近两年,货运从业者普遍 反映,公路货运运营成本居高不下,燃油费占比相当可观。而这, 也使得大家对于车辆油耗表现有 了更高的关注度和管理意识。

路线一样,货物一样,车辆一样,但油耗却很高,原因找不到,又不知道如何改善。解放行油耗管理功能,可提供精准的月度油耗数据分析,通过超经济车速控制、油门控制、挡位控制、怠速时长等评估用户驾驶行为,提供驾驶指导,帮助卡友节油降耗。

货车长期在路上奔波,经历高强度行驶以及各种复杂路况,难免遇到维保难题。解放行爱车体检功能,可对车辆进行20项专业检测,及时预警车辆潜在故障,一键预约保养服务,保障用车安全。而针对国六车型故障码报错或碳载量过高的问题,解放行设有远程服务功能,可实现远



程 DPF 再生、故障码一键清除,减少用户进站,节省误工费、工时费上千元。

除此之外,近期,解放行车联网全新上线,还支持折扣加油、卡友互助等 VIP 功能。去年以来油价飙升,针对高油价问题,解放行与中石油达成协议,提供更优惠的中石油加油券,最大化助力卡友赚得更多。

以上都是解放行自上线以 来坚持更新迭代、丰富优化功 能设置的结果,也是用户甘愿 选择解放行、尝试数字化运营 的关键。

#### 改造生态 为行业转 型赋能

常言道,"大河有水小河满, 大河无水小河干"。商用车行业 发展进入瓶颈,产业链上下游都 面临着业务量锐减、利润率下滑 的压力。一汽解放作为行业头部, 凭借数字化转型,正在为商用车 行业破除"发展焦虑"探索可行 性路径。

回顾行业发展的初始阶段,商用车主机厂作为车辆装备生产企业,和零部件制造商主要是上下游供应关系,和金融、保险等服务商也并无太多交集。但现如今,随着汽车"新四化"浪潮汹涌而至以及行业生态圈思维的加速构建,商用车主机厂携手产业链上下游合作伙伴,以大数据为抓手,实现资源共享、互利共赢,已经成为常态和必需。

具体到一汽解放,通过解放行平台,其链合了主机厂、后市场服务商、金融保险、货运平台,打造了更健全的商用车产业闭环,并通过数据化的处理分析,从底层逻辑上重塑商用车市场生态,实现了合作伙伴间资源共享、相互引流,从而为商用车行业整体高质量、可持续发展深度赋能。

比如,在后市场维保方面, 一汽解放会借助解放行车联网的 远程诊断服务,将大量货车故障的分析数据推送给合作伙伴,帮助服务站、网点进一步提升服务的准确性、及时性。而对于金融保险这类服务商,一汽解放作为主机厂,不仅能提供更为丰富的渠道资源,还能通过车联网车辆定位、远程控制,帮助合作伙伴降低不良贷款、还账的风险,减小风控压力。

可以说,通过数字化工具, 一汽解放将整个产业链上的所有 参与者都串联到一起,构建完善 的商用车生态体系,在实现各自 发展的同时,也将行业生态引导 向更精细化发展的轨道。

#### 小结:

极端艰难的市场环境,是 对企业战略定力的极大考验。面 对重卡行业的困难行情,解放坚 定推进数字化建设进度,贴近用 户需求。随着业态的变化,数字 化产品也在不断迭代、完善,为 道路运输行业的高质量发展持续 贡献力量。

据悉,截止到目前,解放行的全量用户已超过200万,并实现销售车辆100%注册绑定使用。这一数据,有力说明了在终端市场,一汽解放的数字化转型已经小有成效,并受到了用户的认可。同时,这也印证了,从开启数字化转型到困难年景持续迭代升级,解放的数字化转型之路,为行业生态的重塑带来了可行的解决方案。我们也有理由相信,未来,其将为商用车行业打造高效运营体系持续注入新的动能。





## 中国动力专家

给你向前的力量



地 址:江苏省无锡市永乐东路99号

网址: http://www.wxdew.com

邮 编:214026

服务热线: 4008281199



## 降下来就涨不上去?

洛阳卡友吐槽运价: 再降只能卖车跑路

#### ■ 记者陈津

"我开了 20 多年卡车,没见过今年这么差的行情。"

近日,洛阳卡友赵师傅向 商用汽车新闻记者大倒苦水。他 表示,自 2000 年入行至今,货 运行业可以说是一年比一年差, 特别是疫情管控全面放开之后, 市场运价一落千丈,"跟之前比, 差不多要砍一半。"

在走访洛阳宏进农批市场 的过程中,很多卡友也和记者讨 论,今年的市场行情为何如此之 差。这其中,车多货少、恶性竞 争、油价高企、平台压价等关键 词,被卡友们一再提及。而对于 个人车主的未来,多数卡友都抱 持悲观态度。

#### 运费稳不住 油价降 不了

对于货运市场而言,运价波动是正常现象。但是田师傅认为,今年的市场行情明显不正常,"过完年后,市场运价就一直在降,降下去就涨不回来。相比而言,去年疫情期间运价反而算高的。"

田师傅表示,他从2014年 开始就往返河北、四川以及河 南三地运输水果与普货。他告 诉记者,2020年以前,从成都 运水果到洛阳和沧州,运价最低也有4元/公里,高的时候能涨到5元/公里,"现在每公里却只有3元多,普货的运价更离谱,1000公里的运费还不到3000元。"

同时,不断飙升的油价, 更让卡友们心生绝望。"现在不 但运费比往年低,油费还涨了, 2020年那会儿,油价也就 4.4 元/升,现在涨到 7 元多。"他 表示,他的卡车每公里油耗 2 元 左右,如果算上过路过桥费、车 损以及个人吃喝用住,每公里 3 元以下的运费,根本就不挣钱。 从事普货运输的赵师傅也表示,今年最大的感觉就是货源少,并且运价普遍偏低。他说,去年从山西配货去四川,运费差不多能有5500元,现在却只有3500元,"而且拉的货还比以前重。"

另外,他还和记者算了一笔经济账。"现在的市场行情,运费平均下来也就 2 元 / 公里,但是减去 1.1 元 / 公里的油费以及 0.5 元 / 公里的过路过桥费,拉货跑 1 公里也就挣 4 毛钱。"

从事干果运输的闫师傅则表示,他入行较晚,那时候市场行情就已经不行了。"我是 2020 年买的车,平时都是在网上找货平台接单,运价不会太高,2.7 元/公里已经算是高价。"因此,他只能全国到处跑,什么活儿都拉。

"现在我从沧州拉一车货过来,运费也就2000元,刨去600多元的油钱以及200多元的高速费,一趟下来也就剩1000多元,再随便配点货回去,我还能赚点,如果空车回去,相当于这些天白干。"他坦言,年后这段时间挣的运费,只够维持还车贷。"等今年还完车贷,行情如果还是这么差,我只能卖车跑路了。"

#### 恶性竞争多 行业太 "内卷"

为何卡车司机挣钱越来越难?对于这个问题,很多卡友在接受记者采访时,都发表了各自的见解。

1996 年就从事货运行业的 韦师傅表示,现在的货运行业 车多货少,内部竞争实在太激



烈。"还有些人,脑袋一热就想 买辆车跑运输,然后厂家和经 销商还提供各种'零首付'政策, 让他们背着每个月一两万元的 贷款跑货运。"

他认为,这种现象,对于 货运行业的生态而言极具破坏 力。"这些人为了还车贷,再低 的运费都会接。"这种行为必然 让货运行业陷入恶性循环之中, 也间接拉低了整个市场的运价。

他还表示,现在虽然从网上接单很方便,但是平台普遍存在定价混乱、压价等现象,"货主明明可以报 1000 元的运价,平台强迫货主报 800 元。"另外,即使经过官方多次约谈,部分平台仍然存在乱收费问题,"什么平台信息费、技术服务费等,通过各种方式从你这里扣钱。"

跑城配运输的刘师傅则表示,现在不光平台帮着货主压价,货主那边也一直在试探卡友的底线,"可能今天的运价是 100 元/吨,明天就降到 90 元/吨,只要还有人拉,货主就会继续往下降。"因此,他现在都是自己找货源,不再去网络平台上接单,"洛阳很多

大的物流园,线下给的运价都比较稳定,而且"十一"到春节这段时间,还会有比较大的涨幅。"

卡友田师傅还痛斥了 4 米 2 蓝牌轻卡的超载乱象。他表示,河南地区蓝牌轻卡超载现象依然猖獗,"这些车动不动就拉七八吨货,有时候甚至会超到 10 吨以上,比很多 9 米 6 的卡车都拉得多。"

而且,蓝牌轻卡的高速费比别的卡车低很多,"它跑1公里才几毛钱,我们这种半挂牵引车,跑1公里至少要1.5元。" 正因为如此,他呼吁相关部门严惩这些超载车辆。

不可否认的是,中国的卡车司机是个勤劳向上的群体,为了挣更多的钱,让自己和家人过上更好的日子,他们日以继夜奔跑在货运路上。但是,理想很丰满,现实很骨感,拦在卡友通往幸福道路的,是一座又一座大山。何时因内卡友能够甩掉身上的"包袱"轻装上阵?期待这一天早日到来。



## 平台暗藏"潜规则"收割卡友

低运价到底是谁搞的鬼?

■ 记者 王云飞

运价如此之低,一线卡友是如何看待的?网络货运平台是低运价的"原罪"吗?真的暗藏"潜规则"吗?

日前,商用汽车新闻多路记者走访了安徽阜阳、北京、河南洛阳等货运集散地,相关市场调查稿件在发布后,引发广大卡友的热议。

在专题文章的留言区,记 者看到了卡友们对如今运价持续 低迷的无奈、心酸以及对运满 满、货拉拉等货运平台溢出屏幕 的"抱怨"……

## 低运价到底该赖谁?

对于造成低运价的根源, 很多卡友认为,货拉拉、运满满 等货运平台疯狂"压价"难辞其 咎,更有人直接喊出要"打倒运 满满、货拉拉"。

同时,有卡友在留言中表示,货运平台"收割"了司机,只要有网络配货平台抢单存在,运价还得再跌 10 年。

而造成车多货少的根源, 也有卡友认为是货运行业"入行 门槛"太低,并将矛头指向"零首付""零利率"购车。

不仅如此,还有卡友在留言中表示,导致低运价的关键,是同行之间的恶性竞争! "都是自己把自己搞死的,不怨别人"。

#### 网络平台"套路"有 多深?

通过网友的留言可以看出, 卡友对于货运平台的"怨念" 最深。

"发货时,平台会垄断发 货价格,高价货会被'截胡', 改成低价再发布,从而赚取差价。"既是货主又自己养车的梁师傅称,平台会指导货主尽量压低价格,从而争夺更多的货源。

无独有偶,卡友李师傅同样告诉记者,平台通过低运价笼络货主,压价已不是什么秘密,"我以前几个固定的货主都跟我说,同样的货源,在平台上用极少的费用就能发走,你能不能拉?"倒逼着车主降价。

除压价外,还有卡友向记者反映,网络平台大都还需额外支付"会员费","想要优先查看货源,必须购买高级别的会员。"

记者下载运满满后发现, 其将用户等级分为6级,高等级 比低等级有优先查看货源、抢单 不读秒的特权。

李师傅告诉记者,在运满满、货拉拉等网络平台上想抢到优质货源,均需缴纳200~1000元不等的"保证金"。

运满满的客服也证实,之前确实存在"好货优先抢"业务,用户只需缴纳 1000 元保证金便可开通,但从今年 3 月 10 日起,该业务已下架。

"在货拉拉上,若不买会员,有用的信息基本看不到。"李师傅表示,不同平台的配货机制都相差不多,都需要"充值",而且交钱越多、等级越高,权限也越大。

货拉拉客服告诉记者,目前,该平台有"高级会员""超级会员"两档,等级不同,抢单时的优先权也有区别,"购买高级以上会员后,抢单不需要读秒,



成功的机率更大,平台抽成的比例更小。"

此外,梁师傅和山东的刘师傅还向记者透露,除要缴纳"会员费"外,装货后,还需向平台缴纳技术服务费、信息费等额外费用。同时,平台还存在货源信息不实、车到装货地货主临时降价等"套路"。

#### 货运平台是低运价 的根源吗?

既然"苦货运平台久矣", 卡友为何还使用网络平台找货?

"没办法,大部分货源都集中在线上,不在平台上找货,将面临无货可装的局面。"刘师傅无奈地说道,"都知道平台运价低,但今年货源太少,在平台找货起码有货,而且也并非每单都赔钱。"

"对于散户而言,若不在平

台上找货,基本上没活儿干。平台上,大部分运价还可以,只不过偶尔有些单需倒贴钱。"在李师傅看来,"零首付""零利率"购车导致车多货少,才是造成运价低的主要原因,平台只不过是"推手"。

供需决定价格,近几年,货车市场迎来爆发式增长,市场迎来爆发式增长,市场需求被严重透支,造成缓防大背景下,这才是导致低运价的根源。同时,油价高、运价低、货源减少等因素,使得货货价业内部低端过剩、结构失衡问题被不断放大,行业正面临"优胜劣汰"的大洗牌。

在货运行业结构性调整的 过程中,货运平台是重要的参与 者,但是,如何评价其发挥的作 用,这就要见仁见智了。

## 数字工厂投产 首款新品下线

### 北汽重卡走向世界启新程

■ 记者 张雅静



随着数字孪生工厂落成投 产以及首辆新车下线交付,北汽 重卡迈出"从北京走向世界"的 重要一步。

3月28日,北汽重卡数字 孪生智慧工厂落成投产暨北京重 卡首辆新车下线仪式在常州举 行。此举预示着,北汽集团商用 车业务南北两大战略基地正式成 型,北汽重卡走上发展快车道。

#### 落实南北双布局 北 汽重卡扬帆启航

数字孪生工厂落成投产,

对北汽集团、北汽重卡来说意义 非同一般。北汽集团党委书记、 董事长姜德义亲临活动现场,足 以证明。

作为北汽集团"十四五"期间京外重大投资项目的重要落子,北汽重卡数字孪生智慧工厂落成投产和北京重卡首辆新车下线,标志着北汽集团在重型商用车领域进入了南北布局的全新发展时代。

"北汽重卡将以世界级重卡 产品梦,实现客户辛勤劳动的致 富梦。"北汽重卡党委书记、总 经理吴越俊在致辞中表示,过去3年里,北汽重卡积极拥抱数字化革命,在商用车行业率先建立中国首个数字孪生智慧工厂,致力打造"中国制造2025示范基地",成为全球制造业智能化和数字化典范。

"重新定义重卡价值,成为 改变世界重卡格局的新力量", 是北汽重卡对自身的期许。站在 北汽集团的肩膀上,北汽重卡创 新研发、质量、制造等管理体系, 凭借数字化建设,端到端打通, 把用户从消费者变成产销者,打 造出中国重卡行业极具创新能力 的全新运营模式。

与此同时,北汽重卡将借助于常州新能源之都的地域资源 优势和成熟的产业链配套设施, 大力发展新能源产品。

活动现场,北汽重卡新能源验证中心正式揭牌。该中心投资 15亿元,将为常州新能源之都建设及北汽重卡针对不同场景制定不同新能源产品开发策略按下"加速键"。

#### 数字孪生工厂 树立 智造新标杆

作为中国重卡行业首个数 字孪生智慧工厂,北汽重卡数字



孪生智慧工厂将客户端、产品端、 供应商端与工厂端全面数字化打 通,实现了智能排产、智能库存、 智能人力资源配置和智能防错, 全面提高了资源利用率,使得重 卡单辆成本降低 20%。

同时,北汽重卡以数字孪生技术赋能四大工艺,将工厂自动化率提升了70%。大批量高速全自动冲压设备、蓝光智能扫描设备、零件数字化测量、全自动焊接生产线、高精度涂胶机器人等智能化装备的使用,让北汽重卡产品质量提升22%,工艺达到国际同级别水平。

据悉,目前,北汽重卡数字孪生智慧工厂规划标准产能8万台(含6000辆整车和7.4万台套零部件),可开发生产复兴/追梦(重卡)、奋斗(中卡)和新能源3个产品平台。

针对新能源业务,北汽重 卡已经作出重点规划布局。秉承 着开发一代、预研一代的原则, 北汽重卡新能源产品将全面覆盖 "纯电、混动、燃料电池"3条 技术路线,并且对"电池、电驱、电控"核心技术做到自主可控。

此外,据北汽重卡官方透露,2023年底,北汽重卡首批新能源重卡产品预计下线。到2025年,其新能源重卡销量有望达到10000辆。

## 首款重卡下线 预售订单火爆

北汽重卡数字孪生工厂建成投产,为国内重卡行业数字化、智能化生产树立了新标杆。而作为新工厂诞生的首款头部产品,北京重卡复兴智悦版牵引车的下线,同样引发行业热切关注,现场实现签单503辆。

在造型上,高顶高地板超 长车身的设计,使得新车看上去 威猛霸气,格外吸睛。盾牌式中 网平行布置的 5 根镀铬装饰条和 品牌 Logo 设计,相得益彰。

通过 4 层蹬车踏板,可进入复兴智悦版牵引车的驾驶室。 在空间上,驾驶室内高做到了 2.16 米,加上平地板设计,使 得车内空间充足。主驾标配气囊减震座椅,座面宽大,软硬适中,带通风、加热功能,支持多角度调节。主驾后面配有上下双卧铺,下铺宽度达到1米,为行业最宽,床头配有阅读灯和置物架。

环绕式中控台按键触手可 及、操作便捷,12.3 寸多媒体 触摸屏,支持语音控制、双屏互 动,功能丰富,科技感强,能充 分满足司机的影音娱乐需求。此 外,新车还配装有一键启动、一 键升窗、一键落锁、电动后视镜、 无线充电等多样化智能配置,加 使用。而盲区监测、 全配置,也为安全行车提供了多 重保障。

在动力底盘方面,复兴智悦版牵引车搭载了康明斯 13L 发动机、采埃孚传胜 2 代 AMT 变速器和 2.643 小速比后桥,最大功率 580 马力,最大扭矩 2600 牛米,动力充沛,能适应多种复杂路况。在节油方面,新车通过动力节油、智能节油、降阻节油、轻量化节油等多种方式,可大幅降低油耗,年均可为用户节省数万元。

从数字孪生工厂落成投产 到首款产品下线,北汽重卡在发 展征途上立下了一座醒目的里程 碑。"北京重卡是新品牌,但不 是造车新势力。"正如吴越俊所 言,北汽重卡带着改变重卡行业 格局的勇气而来。依靠全新的数 字化管理体系、运营模式,将为 重卡用户、行业发展提供哪些新 价值、新思路?让我们拭目以待。

### 吴越俊:

北汽重卡"要做用户用得起的好重卡"

■商车



首个、第一、最好,在短短的几十分钟采访中,北汽重卡党委书记、总经理吴越俊反复提及,在商用车行业率先建立中国首个数字孪生智慧工厂,我们起步就定位于第一的水平,北汽重卡始终坚持把质量放在第一位,要做就做最好的重卡……

3月28日,在常州,北京重卡首辆车正式下线。同一天,中国首个重卡数字孪生智慧工厂落成投产。还是同一天,北汽重卡宣布,首批客户预售订单已达到503辆,也进一步印证了客户对北京重卡的信赖和期待。

北汽重卡是如何重新定义

重卡价值? 在工厂落成投产暨首 台车下线仪式后,吴越俊接受了 商用汽车新闻的采访,阐释北汽 重卡如何依靠数字创新,实现"高 质量低成本"战略的落地,从而 重新定义重卡价值。

## 数字孪生实现降本增效

对于一个新进入者来说, 北汽重卡一开始就确立了"低成 本高质量"的战略。

按照迈克尔波特的竞争战略 理论,企业要想赢,一条是通过 扩大规模来降低成本;一条是打 差异化;一条是集中战略。对于 北汽重卡而言,低成本、高质量,实现了产能爬坡时不依赖于规模来降本,而去除冗余、"只做最合适的,不做好大全"的精益战略,则体现了企业战略的聚焦。实际上也就是集中战略的体现,从而实现了企业竞争的差异化。

手段就是数字技术创新。 最集中的体现,就在于北汽重卡 数字孪生智慧工厂。何谓"数字 孪生",在工业化领域,数字孪生, 指的是通过将工厂设备、生产流 程等物理实体建模成数字形式, 并进行仿真优化来提高生产效率 和降低成本。"数字孪生,是物 理世界与数字空间的交互体系", 工业 4.0 研究院院长胡权在接受 媒体采访时曾如此解释。

数字孪生工厂,即通过数字技术、3D建模技术等,将实体工厂的产品生产流程、运行状态、生产进度等实时映射在虚城世界中,方便管理和监测。在虚视,数字孪生工厂方面、数字孪生工厂。而不可,宝马、特斯拉、奔亚广。而不可造数字孪生工厂。而不可,也有个重卡数字孪生智慧工厂,一方面最大化赋能产品,提升管理;另一方面大幅降低成本,创造价值。可以说,数字化极大地

提升了工厂的生产效率和管理水平,达到事半功倍的效用。

活动现场,工信部首批两化融合专家宁振波这样评价重卡数字孪生智慧工厂:"数字孪生是实现数字化转型的核心竞争力,北汽重卡建立的首个数字孪生智能工厂,实现数字驱动,端到端打通,让用户参与,把消费者变成产消者,创造了新模式、新体系、新价值。"

#### **端到端打通创造价值** 新模式、新体系、新价值,

以端到端打通的海量数据 为基础,以智能算法驱动,实现 了内外数据的完全打通,从而实 现四大优势——APS 智能排产、 智能库存、智能人力资源配置和 智能防错。在工艺上,以数实工 生技术赋能"冲焊涂总"四大术 艺,不仅实现多项行业首创技术 的诞生,更将工厂全自动化率提 升70%,引领重卡智造全面革 新,比肩国际领先水平。

吴越俊列举了几个数据:"我们创建新型数字化工厂,将客户端、产品端、供应商端与工厂端全面打通,所有生产要素实现数字化,并在各端高效精确传递。同时,通过大数据和智能算法,实现了排产、库存、人力资源、防错等生产要素的最优配置,真正做到了数字化赋能智能制造。最终,实现单台成本降低 20%,质量提升 22%,交付满意度达到 100%。"

这是在生产制造端的打通。 在产品端,北汽重卡也实现了打 通,带来的好处就是"客户的订 单全部是定制化"、"产品的持续 改进以及优化"。吴越俊告诉商 用汽车新闻记者,北汽重卡摒弃 了原来 BOM 的方式,通过"平 台+模块"、根魔方、EBOM 的 智能匹配,实现超 20000+种产 品配置组合。"我平台不多,生 产成本还很低,但是我能满足客 户的需求,实现非常宽广的场景 覆盖,也做到了产品的个性化定 制。这就是根魔方的魅力。"吴 越俊说道。

这正是数据打通,所有要素 最优化的结果,也造成了更聪明 的数智重卡——北京重卡。从研 发开始,北京重卡应用数字技术 构建重卡数字孪生模型,通过三 重验证,充分解决研发环节的质 量问题。在车辆交付运营后,运营 是问题。在车辆交付运营后,运营 及车辆行驶等数据,对产品进货 优化,通过 OTA 实现快速发闭 环。以数字科技打造 i—Beijing 北 京重卡,实现智能节油和智能安 全,从而让用户的梦想触手可及。

#### 重新定义重卡价值

这就是数字孪生带来的价值——去除冗余,实现降本增效,这也是"高质量、低成本"的秘诀所在,这也正是北汽重卡喊出"重新定义重卡价值"的底气由来。

数字化,让低成本成为可能。 "现在所谓的高端车并不需要那么 高的价钱,很多企业把配置用来 区隔产品,高配置的产品价格定 得很高,比如自动挡、大马力、 平地板驾驶室都很贵。其实,客 户是需要这些东西的,他是因为 价格原因买不起。我们重新定义 了重卡价值,从客户的角度帮助 客户实现用好产品的梦想,让他 能用比较低的价格就能买一辆自 动挡重卡,不用加很多钱就能实 现平地板的梦想。我们通过新技 术的推广,重新定义重卡的价值。"

数字化,让与用户共创成为可能。"我们通过技术的进步,来帮客户实现比如私人定制这样的梦想,通过数字孪生这一套体系、通过超级 BOM 和根魔方、通过点单系统,实现客户的私人定制梦想。这也是重新定义重卡价值的一部分。"

"我们起步就定位于第一的 水平,第一步要做中国最好的重 卡,这是企业的精神,让用户用 上更好的重卡。"吴越俊如是说。

"道阻且长,行则将至"。 把不可能变成可能,把口号变成 现实。且看吴越俊带领之下的"追 梦人",能否圆中国用户的梦想、 圆企业的梦想。

### 比亚迪T4K轻卡韩国上市

#### ■商车

4月6日,比亚迪联合当地 合作伙伴 GS 公司召开 T4K 上 市发布会,助力韩国绿色生态文 明城市建设。

T4K 是比亚迪和 GS 公司合作投资开发的一款纯电动 1t 轻卡车型,融合了比亚迪多年在商用车领域的技术积累和韩国市场的独特需求。在性能及安全方面,拥有极致的产品力,并通过考究细节的人性化设计,最大程度满足使用者对于舒适性、驾驶性能以及安全性的需求,整车安全性以及安全性的需求,整车安全性高、科技感强,深度提升驾驶体验,能够更好地为韩国提供新能源绿色交通解决方案新思路。

1t卡车在韩国被称为"小企业主专车",全国保有量约230万辆,每年更换新车约20万辆,拥有巨大的市场需求潜力,并且,韩国政府也推出很多支持发展(包括电动卡车在内的环保车辆)政策。对于购买方,韩国国家和地方政府将给予补贴。并且,韩国宣布,从2023年起,全面禁止1t级快递车辆使用柴油车,这也是韩国从国家政策层面宣布支持环保汽车发展。

从这些背景情况判断,韩国对1t电动卡车的需求,将会比以往任何时候都更加强烈,这也为比亚迪进入韩国1t卡车市场提供了前所未有的机遇。



在上市仪式上, 比亚迪亚 太汽车销售事业部总经理刘学亮 表示: "在商用车领域,早在10 年前我们就提出了公共交通电动 化的理念。2018年4月,我们 首次将20辆电动大巴带到韩国, 投放到济州岛。过去5年里,我 们收获了众多消费者及客户对比 亚迪产品的认可与支持。截至今 年3月,我们已经累计向韩国市 场投放了301辆电动大巴,累 计运行里程超过2500万公里, 为韩国减排二氧化碳 25800 吨。 为了更好地服务韩国社会,和韩 国一起实现碳中和目标,我们又 一次来到了这里,公布我们与合 作伙伴多年共同开发、专为韩 国市场打造的全新电动轻型卡 车 T4K。相信,这款车不仅将为 韩国电动车发展助力, 更重要的

是希望更多韩国消费者通过电动车,体验全新的生活方式。"

比亚迪亚太汽车销售事业 部副总经理兼韩国分公司总经理 丁海苗表示:"我们始终坚信, 技术创新是引领未来的关键。为 了满足韩国市场的需求,我们从 车辆设计、电池技术、驾驶体验 等方面全方位考虑,力求为用户 带来卓越的产品品质和绿色出行 体验。"

T4K 纯电卡车的推出,将 促进韩国交通运输领域绿色低碳 转型、减污降碳。未来,比亚迪 也将继续在商用车领域深耕韩国 市场,与合作伙伴以及当地政府 共同努力,提供更多新能源运输 方案,积极推动韩国现代化综合 运输绿色交通体系建设。



## 为用户兜底 打破油电价差壁垒 远程开启"油电同价"新时代

#### ■ 商车

ToU,在远程超级伙伴计划中被正式提出来。这是远程品牌Logo的拆解和解构,核心是以用户为导向,实现用户体验第一。

这里的体验包括"更智能的产品体验"和"更便利的服务体验", 意在为用户兜底保值, 为社会降碳助力。

在远程新能源商用车集团首席品牌官宋兆桓的讲述中,践行ToU的超级伙伴计划就像一颗大树,"以研发为先导,以商业模式为基础"是它的根茎,每次开花结果都只为用户,而用户的信赖和口碑,也将成为反哺这棵大树持续成长的土壤和养分。

这是3月18日远程新能源 商用车在长沙发布的"远程超级 伙伴计划"的主要内容,远程超 级伙伴计划,致力于为用户带来 超预期体验和超预期价值,通过 产品研发和商业模式创新,打造 新能源商用车领域用户体验第一 的品牌。

#### 时代在变 远程以客 户为中心不变

正如宋兆桓所言:以用户 为导向,这是远程品牌的根基, ToU 的本质,是能够时时刻刻跟 用户走在一起,与用户实现共生 共赢的创富新生态。 在新能源时代,用户的痛点是什么?面对高度竞争的城市物流市场,用户需求已脱离了产品关注的单一维度,希望以最优的成本拥有过硬的产品和周到的服务,以最高的运营效率获得稳定的高收入。

尤其在新能源商用车时代, 上述痛点表现更直接、更强烈。 随着新能源国补退出,再加电动 化和智能化的浪潮,导致原材料 价格持续上涨甚至紧缺,制造成 本居高不下。另一方面,近期国 务院及地方亦密集出台政策,对 新能源商用车大开方便之门,新 能源车经济性优势越发凸显,此 时"油电高价差",成为了阻碍 能源切换的最后一道壁垒。

面对上述变化,如何"打破油电价差,实现'油电同价'"、由单一产品向全生命周期和全价值链的服务生态转变,是企业赢得市场的关键,也是各企业能否真正做到以用户为中心的试金石。

简而言之,到底是卖你(用户)所爱,还是卖他(车企)所卖?远程新能源商用车选择了前者。自企业成立之初,远程就把用户思维植入企业品牌的DNA之中,率先提出场景定义产品,始终坚持以用户思维打造产品,"ToU"成为品牌发展不可或缺的一部分。

这就是远程成为行业引领 者的奥秘所在。以技术为引领、 打造符合用户场景需求的产品+ 创新商业模式、为用户带来低成 本用车体验,让远程在多个细分 市场保持着第一的地位。2023 年1~2月,远程新能源物流车 销量同比增长397.0%,市占率 高达29.8%。新能源轻卡星智市 店达29.8%,连续14个月霸 榜。星享 V 自上市伊始即成为市 场爆款,牢牢占据 VAN 类第一。

#### 两端发力 远程推出 超级伙伴计划

此次,远程新能源商用车 再进一步,面对全生命周期和全 价值链的生态圈竞争,重磅推出 远程超级伙伴计划。

它旨在打破油电价差,实现油电同价,在城配领域通过"远程 e 家"全价值链增值服务生态、

远程无忧计划、6款用户共创爆款产品升级,为用户量身打造全价值链创富生态,让用户0负担享受新能源红利。

"远程做到市场第一,靠的是产品研发实力和商业模式创新,我们现在需要的,就是把营销模式创新牢牢树立起来,在降低用户成本的同时提高运营收益,才能持续推进品牌和整个行业健康发展。"远程智通科技副总经理胡晓炜在接受商用汽车新闻记者采访时表示,从"远程 e 家"的搭建到远程无忧计划,都是为了给用户提供更多、更好的解决方案。

在产品端,通过技术引领、新品迭代,以 6 款产品的迭代升级来满足用户不同场景的用车需求,不管是星智 H 智运版系列轻卡、甲醇增程轻卡还是 2023款锋锐 F3E、新锋锐 V5E 以及星享 V6E、V6EP,一切都"刚刚好";在服务端,通过营销模式创新来为城配物流领域终端用户提供全价值链服务,建立共享的超级伙伴关系,主要体现为远程无忧计划,目的就是打破油电价差,实现油电同价。

#### 3 个维度 远程创建 共生共赢新生态

据介绍,"远程无忧计划",旨在通过"购车无忧、保值无忧、运营无忧"3个维度,为用户提供"买、用、退、换"一体化的购车解决方案,精准解决"首付高、月供高、残值忧虑"等实际痛点,大幅降低用户TCO,打破商用车能源切换最后壁垒,实现商用车领域"油电同价",引

领新商用车时代。

在远程新能源商用车看来,油电同价是商用车新能源化的必然趋势,胡晓炜表示,其实打平甚至是超过了燃油车。以近程星智 H 为例,一年就能节治 3 万多元,3 年就是 10 万元,6 年就是 29%,6 已经完全拉平甚至超过油电的分划",用户月供比例直降 29%,6 官焦虑,还有再制造实现残值再增值、用户再创收。

这三点,正是"远程无忧 计划"能为用户带来的实实在在 的好处。

购车无忧——直接降低客户在贷款期间的首付负担,缩小直至打平与油车月供差距,帮助客户减轻贷款还款焦虑;保值无忧——在客户贷款到期时,给五天忧——在客户贷款到期时,或再无忧是有人。 以2年低息尾款展期的多种灵活自主选择权益,让客户不再为活。 能源车的未来残值担忧;运车无忧——发挥远程新能源商用车景。 他循环再制造能力,对到期客户车辆进行整车"再制造",提升二手车的溢价能力。

以上种种,既体现了远程新能源商用车在生态布局以及资源整合上的强大能力,更体现了远程"创造智慧互联、引领绿色商用"的品牌愿景,以 ToU 理念指引的远程新能源商用车,在超级伙伴计划的助力之下,必将开启商用车"油电同价"新时代,与用户共生共赢、创富同行。





#### 企业简介

上海新动力汽车科技股份有限公司前身为上海柴油机股份有限公司,始建于1947年,现隶属于上汽集团,1993年改制为在 境内外发行A、B股的国有控股公司。公司拥有行业第一家国家级技术中心和博士后工作站,采用上汽乘用车标准的质量管理体系 和先进的自动化生产线。在75年的发展历程中,累计生产各类型发动机235万多台,产品遍布世界各地。

2021年公司完成资产重组,持有上汽红岩汽车有限公司100%股权,上汽菲亚特红岩动力总成有限公司40%股权,形成"整车+ 动力总成"协同发展格局。在动力总成板块,公司继续加大传统动力业务领域的投入,并开拓新能源动力,形成"传统动力+新能源 动力""双赛道"协同发展格局。

公司始终致力于提供高品质的动力产品,不断为客户创造价值和财富,并始终坚持、努力打造成为中国品质领先的柴油机和 新能源动力解决方案提供商。

公司发动机板块延续使用"上柴动力"产品品牌。



## 快递物流老板为何认准奔驰国产重卡?

■ 记者陈津

对于物流企业而言,车是 核心竞争力。无论是想要提高利 润还是把控成本,物流企业都必 须要在车辆运营上做文章。

对于快递物流而言,更是 如此。油耗是最直接、最有效的 降本环节,尤其在今年运输市场 不景气、运价走低的大环境下, 节油带来的效益显而易见。

卡友刘虎对此很有发言权, 作为顺丰的第三方物流,加强对 物流成本的把控,减少车队运营 成本,实现降本增效,一直是近 年来他的工作重点。

3月22日,在梅赛德斯-奔驰国产重卡品鉴会合肥站活动,刘虎接受了商用汽车新闻的采访,他表示,现在是信息化时代,市场行情和运价都非常透明,想要盈利,就必须要降低车辆油耗,提高卡车运营效率,让自身更具竞争力。

他还认为,选购高性能、 高品质、高节油水平的卡车,是 企业提高盈利水平的第一步,也 是最重要的一步。只有运营车辆 在节油、高效、安全、可靠等方面做到极致,物流企业才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

而在卡车的推荐上,刘虎 看好奔驰国产重卡,"因为它能 够让用户快速实现低成本、高效 率的运营。"

#### 节油 依然 是 降 本 关 键

燃油费与路桥费,一直是 物流企业的两大支出项。

刘虎也表示,他的物流公司

主要承接快递运输业务,货不重, 4×2车型一般就拉 20 吨,"但 每月支出的油费和过路费,已经 占据公司运营总成本的 70%以 上。"这其中,路桥费相对固定, 也不可能降低,因为车队为了追 求时效,一直是全程高速运营。 不过,车辆的燃油费却是可控的, 节油自然也就成了企业降低成本 的重中之重。

他告诉记者,从安徽阜阳拉快递到四川成都,单程近1500公里,"我们司机平均4天跑一个来回,光油费和过路费就要花12000元左右。"另外,据他统计,奔驰重卡完成该路线,平均油耗为23升/百公里,最低油耗仅为20升/百公里,国产卡车的平均油耗却要27升/百公里。

也就是说,每行驶 100 公里,奔驰重卡至少比国产重卡节油 4 升以上。这就意味着,即使跑同样的路、拉同样的挂甚至运同样重量的货,一辆奔驰重卡运一趟货,能比国产重卡省出近1000 元油钱。

"而我的车队里,已经有 17 辆奔驰重卡,每辆卡车一年的行 驶里程都超过 24 万公里。"刘虎 坦言,直观的收益提升让他明白, 节油才是车队降本的关键。

#### 奔驰国产重卡优势 在哪儿?

既然进口奔驰重卡的节油 表现已经如此强劲,上市不久的 奔驰国产重卡油耗表现又如何? 刘虎做了详细了解,"我对这车 太熟了。"他表示,后续购车还 会考虑奔驰国产重卡,主要出于 以下几个方面的原因:

首先是效率。目前,奔驰 国产重卡共有两大系列产品,分 别是 Actros 和 Actros C。两大 系列产品全面遵循了梅赛德斯 -奔驰的生产工艺和质量管理标 准。其中,Actros 搭载最新一 代与欧洲同步的梅赛德斯 - 奔 驰 OM471 发动机和梅赛德斯 Powershift 312 挡 AMT 变速器。 Actros C 搭配专属康明斯发动 机、采埃孚 AMT 变速器,由梅 赛德斯 - 奔驰研发团队整车标定 和深度调校,仅对康明斯发动机 就进行了 136 项适应性标定。

可以说,在高性能与高可 靠性的加持下,奔驰国产重卡能 达到与进口奔驰重卡同一水平的 运营效率。

刘虎表示,无论是性能、品质还是各方面的做工细节,奔驰国产重卡与进口产品保持了一致。"去年,我就在关注奔驰国产重卡,新车上市后我也试驾体验过很多回,开起来和我车队里的那些进口奔驰没啥区别。"正是在这样的实力保证下,奔驰国产重卡让刘虎吃上了"定心丸"。

另一大原因就是成本。奔驰国产重卡的市场售价区间为51.88万~69.98万元,相比进口卡车是有优势的。他表示,"一辆进口卡车,就算是行情好的时候,我也要开两年才能回本。" 选择奔驰国产重卡,最直接的效益就是购车成本降低了。

"在如今这个糟糕的市场行情下,选择奔驰国产重卡,能够让我们在不降低服务品质的前提下,有效减轻公司的资金压力。"

刘虎如是道。

事实上,相比购车价格,刘虎更看重服务、配件的及时性和价格。因为对于快递物流来说,出勤率是一切的基础。"我买奔驰国产卡车,要的就是它的出勤率和节油。"刘虎表示,虽然奔驰卡车基本上没什么故障,不用他操心车辆维修的事,但是在第后服务和配件保障方面,他认为奔驰国产重卡要优于进口卡车。而且,等奔驰国产重卡的保有量上来了,配件也会更便宜。

这方面,奔驰国产重卡确实下了深功夫。上市前,奔驰国产重卡围绕产品服务进行了重点布局。例如,即使是产品上市初期,奔驰国产重卡也能保证服务网点超过100家,实现对全国物流节点城市的全覆盖;在南北双中心库模式下,奔驰国产重卡的经销商可以做到"紧急配件24小时内送达全国60%以上城市,48小时内送达全国98%以上城市"。

同时,奔驰国产重卡通过 "奔好运"服务品牌,打造全生 命周期智慧服务生态系统,即 TCO2.0,给予用户贯穿选车、 买车、管车、养车、用车、换车 全过程的服务体验。

性能好、节油可靠、购车成本较低、售后服务更有保障……这样的奔驰国产重卡,让 痴迷奔驰品牌的刘虎心动不已。"接下来这几年,我要把车队里的卡车品牌进行统一。"而奔驰国产重卡,就是他心中的一个标杆。

## 智能化座舱加持

## 庆铃2023款ELF轻卡家族深圳上市

■ 记者 王云飞



3月25日, 庆铃五十铃 2023款ELF轻卡家族强势登陆 深圳。

据商用汽车新闻记者现场 了解,庆铃五十铃 2023 款 ELF 轻卡家族,包括 100P、M100、 KV100 三款车型,涵盖窄、中、 宽全系列平台,可满足高端轻卡 市场不同应用场景、不同工况的 细分需求。

作为庆铃汽车针对合规高效物流运输量身打造的高端轻卡,庆铃五十铃 2023 款 ELF 轻卡家族在颜值、舒适、潮流、节能、动力、承载、科技、智能等方面实现了全方位升级。

据介绍,庆铃五十铃 2023 款 ELF 轻卡家族采用全新外观设计,充满大气、国际范儿。驾驶室内部优化设计,空间更大,视野更开阔,操纵更顺畅。采用微环绕轻卡座舱,兼顾驾驶员操作便利与副驾舒适性;匹配四向 调节、气悬人体工程座椅,能有效减轻乘员驾驶疲劳。

另外,座舱采用智能化设计,配装 13 英寸 MP5 中控大屏、高清全液晶仪表,信息显示更清晰、更便捷。内置 5G 车联网系统和智能油耗系统,在时刻保持经济油耗的同时,用户可通过车联网远程控制终端,实现人、车、货、厂、商、客户的即时连接,打造数字化卡车智能、舒适、潮流的驾乘新体验。

动力方面,庆铃五十铃 2023 款 ELF 轻卡家族搭载五十 铃 4KK1 发动机,具有 120ps/ 290N•m、132ps/320N•m两种动力调校,匹配五十铃 MSB 5 挡 /MYY 6 挡变速器组成的原装黄金动力链,高效节油,传动效率可达 98% 以上。综合工况油耗,每百公里降低 1L,运营成本更低,堪称高效低耗的效能轻卡。

此外,在上装方面,该家族系列车型采用高强度钢、新材料、新技术、集成化、等应力等轻量化设计,并可选装原厂高强度、大容积、多规格轻量化车箱,整车自重可降低500kg,可实现上牌无忧。

在可靠性方面,庆铃五十 铃 2023 款 ELF 轻卡家族历经严 苛的三高测试和 30 万公里里程 验证,发动机使用寿命可达 100 万公里以上。整车能做到 60 万 公里无大修,并且车身采用阴极 电泳涂装工艺,可实现 7 年不锈 蚀、12 年不穿孔。

不仅如此,在售后服务上, 庆铃汽车不仅能为用户提供 24 小时全天候快速救援服务,而且 自 2023 年 1 月 1 日起,全系列 国六轻卡、皮卡、中卡及新能源 车质保期提升至 3 年 /10 万公里 (行驶时间和行驶里程数,先到 者为准),进一步保障用户用车 无忧。

活动现场,庆铃五十铃 2023 款 ELF 轻卡家族凭借"智能、效能、全能"等产品优势,上市即大卖,斩获订单 20 辆。 凭借超强的产品实力,相信,全面焕新升级的 2023 款 ELF 轻卡家族,将为越来越多的高端轻卡用户高效创富赋能。

## 奥铃M卡汽油版+奥铃Pro洛阳上市

#### ■ 记者陈津

3月26日,全新一代奥铃 M 卡及奥铃 Pro 在洛阳上市。

全新发布的奥铃 M 卡汽油 机车型,覆盖自备、出租、贩运 及配送四大用途,是奥铃历时 3 年打造的高端"小轻卡"。

据商用汽车新闻了解, 奥铃 M 卡目前拥有汽油、柴油、两用燃料、EV 四大产品组合, 共计53 个产品资源。其中, 新发布的奥铃 M 卡汽油机车型, 可选配蜂巢 1.5T、东安 1.6L 或 2.0L 3 款发动机, 功率覆盖 122~144 马力, 峰值扭矩 205 牛米。

此外, 奥铃 M 卡汽油机车型载重区间覆盖 0.5T~2T, 不仅具备低车身(低顶车型车高不超过 2.1 米)、低货台(成本高度 845mm)、低噪声、低成本、不挑油等产品优势, 还配装型排、排半、双排等不同类型型,涵盖 2.7m~4.2m等多种货箱长度,可适配城配、搬等家、散杂、下乡、水产、果蔬等 30 多种使用场景,满足卡友的不同运输需求。

奥铃 M 卡用户刘伟伟在接受记者采访时表示, 奥铃 M 卡有 3 点最吸引他:分别是车身颜值、车辆高度与驾乘舒适性。他表示, 奥铃 M 卡开出去特别"拉风", 回头率超高, 在一些物流园区非常容易被围观。



他还表示, 奥铃 M 卡配装 了轿车级内饰、减震座椅、7寸 智能液晶仪表及高端电子助力转 向系统等配置,车身灵活易操控, 驾驶室舒适性更高,"关键是去 哪儿都没限制,全洛阳的地库我 都能下。"

与奥铃 M 卡汽油机车型一同亮相的,还有"全新一代三冠王轻卡"——奥铃 Pro。

据悉,奥铃 Pro 整车集全球轻卡科技大成,是奥铃实现新百万目标的战略产品。不仅匹配福康、欧康发动机 + 采埃孚变速器的动力链,具备大扭矩、低油耗等产品优势,还配装可靠智能的驾驶辅助、智能座舱等科技

配置,智能化表现不输高端轿车 水准。

整车还大幅提升车辆在经济性、安全性、便利性、舒适性、 承载性等方面的产品性能,使其 一上市便成为轻卡行业的标杆车型,受到了广大卡友的一致好评。

可以说,全新奥铃 M 卡及 奥铃 Pro,皆是福田奥铃秉承"更 高、更快、更强"品牌理念,帮 助客户高效营运、合规多拉的 赚钱利器。伴随着两款新车的 上市,奥铃将再次以高效的 新能力、卓越的产品性能、舒 适的驾乘体验,为中原物流发 展注入新动能。



## 你和逆风翻盘

## 只差一辆欧曼银河660马力重卡

#### ■ 杨孝坤

我们听过很多逆风翻盘的 故事,其中的坎坷,每一个都不 尽相同。今天的主人公,也有个 逆风翻盘的故事。

闵举来自湖北恩施,在跑 货运之前,他也曾是个老板,和 朋友一起投资几百万元做了很多 生意。但是,结局并不完美,生 意失败,与朋友也产生了债务纠 纷,背负了外债。

然而,这些并没有打倒32岁的他,由于前期有过和亲戚跑车的经历,闵举在生意失败之后,选择了投身物流运输大军。

#### 一周时间选定欧曼 银河

闵举是商用汽车新闻记者 遇到过的从选车到买车时间最快 的一位卡友。

他在快手上看到欧曼银河的视频之后,便对这款车上了心。他说:"我可能算是这行的新手,对卡车的了解也不是特别深,目前,算是进入了一个全新领域。我从网上看到了欧曼银河的相关视频,对这款车的外观特别喜欢,很符合我们年轻人的审美,就有

了一种想要拥有它的冲动。"

他戏言,买车和谈恋爱并 无太大差别,最先接触的肯定是 外观,再慢慢深入了解其"内心"。 问及钟情欧曼银河的原因,闵举 表示,"外观就不用多说了,要 常符合年轻人的审美。最主置非常 常行合年轻人的审美。配置罪常 是,欧曼银河这款车的配置罪常 是,欧对福田康明斯和采里 的黄金组合都非常认可。而等设驻 有空调、减震座椅、卧铺等到 等。从最开始网 款车的原因之一。从最开始网 看车到去经销商那儿买车,可能 不超过一周时间。"

据了解,闵举日常主要从事湖北武汉一云南腾冲及湖北一西藏的绿通和普货运输,往返路程多在4500公里以上。在去西藏的路上,驻车空调发挥了很大作用,"驻车空调非常好用,停车休息的时候,不用打火就可以使用。那边晚上温度非常低,有了这个配置,晚上休息很舒服,盖一床被子就完全足够了。"闵举说道。

"绿通运输对时效性要求高,路上稍有耽搁,就可能造成货物损失,因此对车辆可靠性要求非常高。" 闵举告诉记者,欧曼银河没有辜负他的信赖,每次运输都能准点送达,而且整体舒适度非常好,配装了采埃孚自动挡变速器,减轻了路上的疲劳感。

欧曼银河搭配格拉默 115 全新一代座椅,舒适性大幅提升, 让卡友在运输路途中既能赚钱, 又能拥抱健康。同时,车辆配装 了1010mm的超宽卧铺,也给了 卡友更舒适的驾乘与休息空间。

在欧曼银河的超大驾驶室内,凝聚着科技的风潮与家庭般的温馨。凡是配置,均是上乘;凡是细节,均是呵护。欧曼银河科技化的配置、人性化的设计,在让"驾""乘""娱"等豪华体验触手可及的同时,更是赋予了卡友健康守护、舒适驾乘、提升效率等多种 buff 加成!

#### 逆风翻盘靠勤劳也 靠TA

闵举于 2022 年 12 月购入 这辆欧曼银河,截止到记者采访



时,行驶里程已经接近40000公里。

这辆车搭载福康A系列15L发动机,在提供660马力充足动力的同时,还具有3200N•m的最大扭矩输出,配以3.083的后桥小速比,组成了"大马力+大扭矩+小速比"百试不爽的经典组合。而福康A系列15L发动机与采埃孚AMT变速器组成的超级动力链,更是业内顶级配置。

由于车辆还在磨合期,目前表显油耗在35L/100km左右,考虑到云南一湖北路线的复杂性,这个油耗闵举非常满意。"之所以选择660马力,也是考虑到运输环境,云南一湖北弯路特别多,崎岖道路也不少,大马力不一定就费油。所谓"好马配好鞍",配置一定要做到顶。"闵举说道。

由于还背负外债,加上做 生意损失的几百万元,闵举现在 是一刻也不敢休息。"拉完这趟, 下午准备去服务站做个检查保养,就准备配货出发了。干这行就是这样,没有偷懒可言。春节期间我也没有休息,7天时间我就赚了2万多元,但是也付出了没能和家人团聚的代价。现在,我的孩子放在了云南姐姐家,由她帮忙照管。我又经常跑云南一湖北这趟线,到了云南之后,我会抽时间去看孩子。"

成功是留给勤奋的人,虽然失败的教训摆在眼前,但是在 闵举看来,跑物流运输,只要勤劳,肯定能够致富。赚来的钱也 足够日常开销,剩下的,攒下来 还能还债。

如今,闵举仍旧每天奔忙 在运输路上,虽然辛苦,但他脸 上却常挂着笑容。"我现在很享 受驾驶欧曼银河奔波在货运路上 的感觉,有它陪伴着我,不孤独。"

在辛苦中有着满足, 闵举 更有着对未来生活的美好憧憬。

## 打造运煤线"新宠" 开启节能新挑战

## 玉柴北上"落子"邢台

■ 记者陈津



3月16日,东风柳汽乘龙 H5-玉柴K11运煤子车上市暨 2023玉柴王牌司机节能挑战赛 启动仪式在邢台举行。

东风柳汽乘龙 H5 携手玉柴 YCK11 系列王牌动力, 瞄准标载煤炭运输市场,聚焦卡友高效节能需求,推出新一代运煤子车,助力煤炭运输卡友降本增效。

与此同时,玉柴机器也将 开启全新的节能挑战赛事,并 通过线上线下两种方式,在全 国百城范围内遴选出多位王牌 节油司机。

## H5 搭 配 YCK11 运输"煤"烦恼

自"子母车"在国内市场 再度兴起以来,乘龙H5运煤子 母车凭借更高的动力性、节油性 以及轻量化水平,深受行业用户 的热捧。同时,配装新一代乘龙 H5运煤子车的玉柴YCK11国六 动力,也是目前国内11升重卡 市场用户首选动力之一。

据了解, 玉柴机器的 K 系

列重机产品,具备高可靠、低油耗、强动力、重量轻、低噪声、长维护六大核心技术优势。排量10.98L的YCK1146-60发动机,更是凭借低于850公斤的产品自重、460ps最大输出功率以及2200N.m峰值扭矩,轻松满足各种复杂路况需求。

同时,玉柴 YCK11 动力能与带超速挡的法士特手动变速器或者法士特集成式 AMT 变速器以及 400 系列轻量化后桥组成成熟的动力链,是目前运煤子母车产品中兼顾动力与节油、确保车辆舒适的王牌方案。

东风柳汽商用车销售公司副总经理郑由从表示,当前,国内卡友普遍面临运价下降、货源短缺等困境,对其生存与发展造成了巨大影响。而配装玉柴YCK11动力的新款乘龙H5运煤子车,凭借舒适省油、安全可靠、超轻量化的产品特性,能够满足客户多拉快跑、节能高效的运输需求。

他说,轻量化和省油,是新款乘龙 H5 运煤子车的最大亮点。"我们已经将车辆的自重做到 7.38 吨,百公里油耗也普遍比竞品低 1~2 升。"他还表示,

未来,东风柳汽乘龙将在保证产品品质与安全性的前提下,持续降低产品自重,"下半年左右,我们应该就会推出7吨左右自重的新车,助力卡友高效运输与创富。"

#### 玉柴携手柳汽 创富 有保障

玉柴服务与后市场事业部副总经理谭雪峰也表示,自2018年以来,玉柴机器投入大量资金用于生产设备更新与国六产品研发,确保国六产品具备较高的一致性和可靠性,让玉柴的重机产品在国六时代实现质的飞跃。目前,已完成30万台国六发动机的市场投放。

"在新时代、新产业结构环境下, 玉柴与柳汽谋求深度融合,通过联合规划、联合开发、联合制造、联合营销与联合服务, 为广大运煤用户打造一体化解决方案。" 谭雪峰如是道。

他表示,此前在载货、自卸及港牵等细分市场,搭载玉柴YCK08国六动力的乘龙卡车,已经表现出强大的节油实力,"在普货运输市场,搭载玉柴YCK11动力的乘龙卡车,百公里油耗也普遍比竞品低2升。"

对于玉柴以及乘龙产品的超低油耗表现,从事快递物流及煤炭运输的蒋子胜深感认同。"现在运输行业不怎么挣钱,我们要从各个方面节省成本。"他表示,他所创建的两家物流公司,共有100余辆运营重卡,搭载玉柴机器的柳汽乘龙卡车,占比已经超过60%。

究其原因,就是配装玉柴 "芯"以后,乘龙产品轻量化程 度更高,节油实力更强,性价比 也更好。

当地乘龙经销商负责人也 表示,目前,邢台地区的百货、 资源及专线运输市场皆处于回暖 态势,无论是运费还是货源方面, 相比去年都稍有起色。在此时推 出配装玉柴王牌动力的子母车新 品,将对运煤车市场的需求起到 巨大的撬动作用。

"现在货运市场运费很透明,客户资源也比较固定,车主想要多挣钱,就要比别人拉得多,同时油耗还得比别人省。"而11L排量的玉柴YCK11发动机,无论是动力、油耗还是自重,都要优于竞品,在邢台货运市场上也具备不俗的口碑。

值得一提的是,为了进一步加强北方市场的售后服务,谭雪峰表示,玉柴机器将在原有服务网络的基础上,沿着当地运输车辆的主要线路以及各个高速路出口布局铺设新网点,并加强配件投放,还会通过派遣服务工程师、新老服务网点一对一帮扶的方式,提升整个服务网络的售后能力。

## 全新赛事 诠释玉柴 节能方案

除了新车上市以外,2023 玉柴王牌司机节能挑战赛也在同期正式启动。据记者了解,该赛 事将在全国范围内开展,涉及百座城市,深入广大终端车队、大客户群体。

其中,凡是购买配套玉柴

国六车型的用户,均可报名参加 线上比赛。参赛选手需要上传真 实照片或视频给当地经销商,并 在微信、抖音、快手等自媒体晒 出参加节油挑战赛的截图、照片。 经销商将根据填报内容,调取车 辆的油耗或气耗相关数据核查, 最后根据车辆实际使用情况,评 选出"省钱王牌、高效王牌、健 康王牌"司机。

每个城市的经销商也可以 推荐大客户参与玉柴的线况结 赛,参赛选手将在多种路况结 合的实际道路中进行油耗比赛, 最终决出优胜者。同时,整个赛 事举办期间,玉柴将通过权威 机构测评、媒体跟车报道及口碑传 播等方式,见证玉柴国六产品 的节油实力。

随着 2023 玉柴王牌司机节 能挑战赛的陆续开展,玉柴机器 也将着力推广节能降耗技术,改 善司机驾驶行为,实现车辆运营 成本降低,最终实现产品节能技 术改造,向全国用户阐述绿色节 能、高效可靠的"玉柴方案"。

可以说,无论是以创新差 异化产品构建更强产品矩阵还是 以节能赛事诠释强大产品实力, 皆是玉柴机器布局全国重机市场 关键环节。选择邢台作为出发点, 更表明了玉柴全力突破北方市场 的决心。

而在子母车这一细分市场, 乘龙、玉柴联手推出的运煤新品, 能否凭借突出的动力性、经济性 与可靠性打响市场强攻第一枪? 商用汽车新闻将持续关注。



### 牵手东风"燃擎"新疆

## 玉柴480马力YCK13N燃气机上市

#### ■ 记者陈津

由于燃油价格居高不下,燃气重卡再次成为众多新疆卡 友的首选。3月30日,玉柴 YCK13N黑金刚480马力上市 品鉴会暨大客户交车仪式在新疆 库尔勒市举行。

东 风 新 疆 携 手 玉 柴 YCK13N 天然气动力,瞄准区域 煤炭、钢材、散杂百货运输市场,聚焦用户节能降耗需求,推出新一代 480 马力 CNG 牵引车产品,并凭借玉柴黑金刚卓越的产品特性,助力新疆卡友高效出勤。

#### 最大 480 马力 黑金 刚再升级

新疆是燃气大省,也是全

国物流大省。一直以来,新疆都拥有深厚的燃气商用车市场基础,尤其在石油石化、煤炭、矿产资源、棉花等大宗货物运输市场以及农副产品、生活用品等干线、区域运输市场,当地卡友对CNG(压缩夭然气)重卡有着旺盛的需求。

玉柴营销公司牵引车动力 营销部总经理孙柏林表示,玉柴 是国内最早研制燃气发动机的企 业,不仅在重型燃气发动机领域 积累了丰富的技术储备和实践经 验,还通过一系列远超行业标准 的严苛测试,造就了产品卓越的 性能与品质。

"我们产品的高原标定,是

在海拔超过5000米的青藏高原 讲行的, 高寒标定则是在 -45℃ 气温的漠河进行, 高温标定是 在新疆+60℃的高温下进行。 2022年,中国汽研在新疆进行 长达 1 个月的测评显示, 玉柴燃 气发动机气耗,总体优于行业平 均水平 7%,加速性能优于行业 平均水平11%。"孙柏林表示, 正因为如此, 玉柴国六重型燃气 动力能够完美适应新疆复杂的工 况,并且配套主流卡车车型畅销 全国多地。目前,已经有超过2 万辆搭载玉柴燃气机的重卡奔波 于新疆各条运输线路上, 玉柴燃 气机的市场占有率位居新疆市场 前列。

他还表示,在众多的 CNG 重卡动力中,具备高效、可靠、节气、耐用等产品特性的 玉柴 YCK13N 黑金刚,无疑是天然气重卡用户兼顾运对 是天然气重卡用户兼顾证对 56%,以各济性与动力性进行了系统提升,实现了气耗降低 5%,低速扭矩提升 3%,可靠性提升 56%,最大扭矩提升 10%。让燃气重卡用户跑得更快、更舒适。"

资料显示,玉柴 YCK13N 480 黑金刚燃气动力排量为12.94L,额定功率为480马力,最大扭矩可达2300牛米,且在900rpm低转速情况下就能爆发2000牛米的扭矩。动力更强劲,能够帮助车辆在起步、爬坡、加速阶段快人一步。

#### 上市即交付 产品获 用户认可

值 得 一 提 的 是, 玉 柴 YCK13N 黑 金 刚 480 马 力 产 品 上市当天,便有批量配套该动力 的东风新疆天龙 KL 燃气牵引车 成功交付客户。

新疆瑞元坤汽车汽贸有限 责任公司副总经理张永刚表示, 作为最早进入新疆市场的燃气 发动机制造企业,玉柴的重型 燃气动力,在煤炭、钢材以及 危化品运输等细分市场广受用 户青睐。

他认为,480马力的玉柴 K13N黑金刚燃气动力,有着气 耗低、可靠性高、低速大扭矩 的特点,还能与龙擎DT14变速 器、东风德纳车桥组成黄金动力链,让配套该动力的东风新疆天龙 KL 燃气牵引车获得更高的出勤率、更低的运营成本,满足客户降本增效的运营需求。

轮台县路通顺达运输有限公司(以下简称"路通顺达")总经理强芳玲也表示,目前,物流运输行业进入微利竞争时代,企业经营者也更加看重运营成本的控制与管理。"如何把运输成本降下来,已经成为物流公司最实际、也是最先要解决的问题。"

她告诉记者,新疆地区油 气价格差距仍然比较大,选择 燃气重卡相对更省钱。"近年来, 我们也一直在转型,以前都是 以燃油车为主,现在慢慢增加 了燃气车的采购,因为,燃气 车给我们带来的效益要远远大 于燃油车。"

2022年,路通顺达采购了 10 辆配套玉柴 YCK13N 460 燃气动力的东风新疆天龙 KL 燃气牵引车。经过一年的高强度使用,车队的运输效率显著提升,"车辆运营成本也在燃油车的基础上下降了 15%~20%。" 这也让强芳玲坚定了再次选择玉柴 YCK13N 480 黑金刚全新燃气发动机产品、走企业转型发展道路的信心。

#### 定制化服务 出勤有 保障

除了为新疆用户提供更加 高效、节油、可靠的燃气动力 之外,玉柴还将通过"省心快速" 的服务理念,低成本、高增值 的定制化服务,快速识别服务 痛点,让用户管理省心、用车 放心。

为了更好地保障玉柴 YCK13N黑金刚用户的出勤率, 玉柴将加强服务网络保障,在结 合车辆运营特点及运行半径的基 础上,实行网络伴随、24小时 接听用户电话,保证外出服务; 还会进一步加强配件保障,并且 依据保有量用户情况,做好配件 储备及投放计划。

在产品跟踪方面, 玉柴将做到 100% 跟踪使用情况,对标调研优化产品;在技术保障方面, 玉柴将做到 100% 前置服务培训,并组建技术支持小组,机动化现场服务;在问题解决保障方面, 玉柴更是针对矿产工地提供驻点服务,真正做到快速响应、快速服务。

此外,玉柴在新疆的服务 网络触达县一级行政区,覆盖更 广,服务效率更高,针对大客户 也提供了专属服务保障方案,彻 底解决用户的后顾之忧。其设立 在乌鲁木齐的自营配件中心库, 更是保持3000万配件储备,以 满足全疆用户的日常需求。

可以预见,随着玉柴 YCK13N黑金刚480马力产品的上市,玉柴机器将为新疆燃气牵引车市场带来大马力"春风",帮助更多车企打开新疆燃气牵引车市场大门。同时,也给从事煤炭、钢材、散杂百货运输的用户提供了全新的定制化运输解决方案+定制化服务,为他们高效运营保驾护航。















低噪音 低故障

## 法士特 新能源电驱动产品 FAST NEW ENERGY ELECTRIC DRIVE PRODUCT





