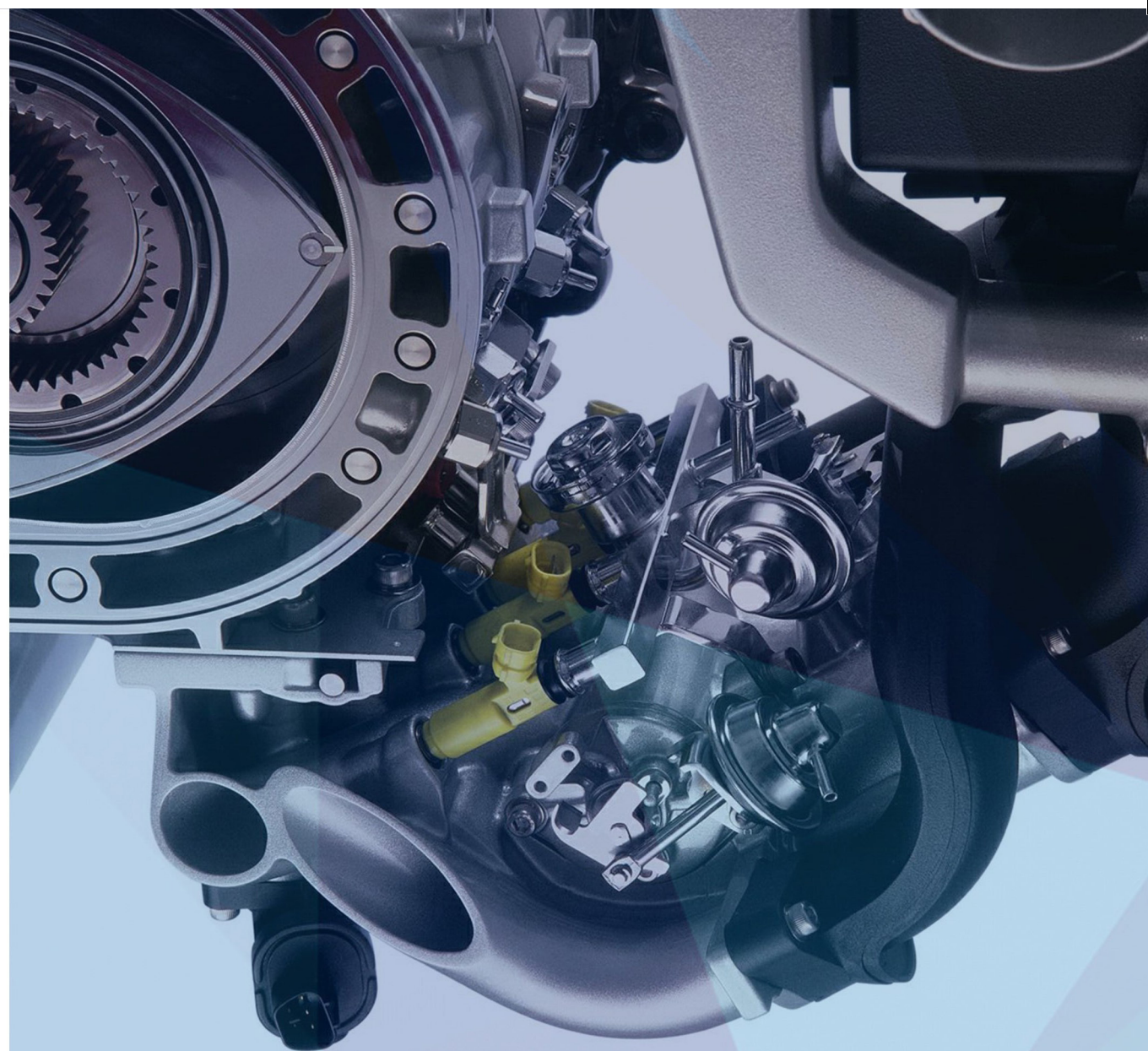




浙江省汽车行业协会
ZHEJIANG ASSOCIATION OF AUTOMOBILE MANUFACTURERS
慧识百家 服务企业

地址：杭州市石祥路589号杭州市国际会议展览中心西裙楼5楼55016室
网址：www.zaam.cn
www.autohz.com
www.zjautoparts.com
电话：0571-28879591
传真：0571-28879696
邮箱：zaam1@qq.com



**慧识百家
服务企业**

2017年4月 / 总第158期

AUTO ZHEJIANG 浙江汽车

浙内准字0210号 内部资料 免费交流 详情登陆：www.zaam.cn www.autohz.com



美而有力 美力科技登陆A股市场创业板

P04 特别报道



关注官方微信

浙江省汽车行业协会六届三次理事会议在杭召开 / 06
脚踏实地，耕耘义乌十二年 打造浙中第一车展 / 08
泛数字化 让新常态下汽车产品转型升级跳起来 / 20
中国汽车特色小镇：“车”该往哪开？ / 22
2017年一季度全国机动车保有量突破3亿 驾驶人数量超3.6亿 / 38

automechanika SHANGHAI

上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会
Shanghai international trade fair for automotive parts, equipment and service suppliers

29.11 – 2.12.2017

中国·国家会展中心（上海）
National Exhibition and Convention Center
(Shanghai), China

www.automechanika-shanghai.com
auto@hongkong.messefrankfurt.com

同期举办全新轮胎专区
Co-located zone



CNAICO
中汽国际

messe frankfurt

卷首语



汽车销售管理办法发布 汽车超市成可能

实施长达近 12 年之后，汽车销售管理办法终于迎来第一次修改。4 月 14 日，商务部发布了《汽车销售管理办法》（以下简称《办法》），将于今年 7 月 1 日正式实施。而 2005 年开始实施的《汽车品牌销售管理实施办法》则同时废止。

分析人士指出，《办法》具有里程碑意义，从根本上打破汽车销售品牌授权单一制，汽车流通体系真正进入市场化发展阶段，重新调整了厂家与经销商的关系，平衡两者利益，规范了汽车流通市场的运行秩序。

打破汽车销售品牌授权单一制

据了解，现行的《汽车品牌销售管理实施办法》为 2005 年开始实施，但随着我国汽车销量规模大幅增长，汽车流通市场垄断性经营问题日益凸显，市场竞争不充分、流通效率不高、零供关系失衡、汽车及零部件价格虚高、服务质量下降等问题越来越突出。

相对于旧版管理办法，《办法》最大的变化便是取消了“品牌”二字，打破汽车销售品牌授权单一制。

商务部市场建设司副巡视员胡剑萍表示，将允许授权销售和非授权销售两种模式并行。今后汽车销售就不再必需汽车品牌商授权，汽车超市、汽车卖场、汽车电商等将会成为新的汽车销售形式。

改变车企“话语权”一家独大局面

《办法》的出炉一波三折。2007 年、2008 年全国“两会”上，全国工商联连续两次提交修订《办法》的议案，商务部多次提出对《办法》进行修改，但由于各种原因，均没有落地。去年 1 月份，商务部正式开始征求意见，直至今年正式发布，间隔也超过 1 年。

《办法》与征求意见稿相比，进行了更为细致的区分，将之前的《行为规范》细化至《销售行为规范》以及《销售市场秩序》两方面。

按照《办法》内容，对零供双方的行为都进行了明确规范，比如禁止供应商实施单方确定销售目标、搭售商品、限制多品牌经营及转售等行为，也禁止经销商冒用供应商授权开展经营活动。

分析指出，《办法》背后是促进建立新型的市场主体关系。以问题为导向，针对行业反映的突出问题，着力引导规范汽车供应商与经销商的交易行为，保证交易公平公正。

破除后市场领域垄断

除了改变车企在市场上话语权过大，《办法》也打破车企的纵向垄断，明确车企不得限制配件生产商的销售对象，不得限制经销商、售后服务商转售配件等。

“这实际上给经销商松绑。”一家经销商的负责人表示，这从法律层面确认了采用非原厂零部件或成合法性，丰富了零部件采购渠道，也可以给消费者多样化的选择。

分析指出，这将会促进后市场领域的较快发展，同时给大型经销商集团带来利好。目前，新车销售基本处于微利或者亏损状态，售后服务成为 4S 店重要的利润来源，《办法》将有利于提升经销商的服务创新。

《办法》从销售行为规范、销售市场秩序、监督管理、法律责任四大方面，进一步明确了供应商、经销商、售后服务商等汽车销售市场相关责任主体的权利义务，为维护消费者合法权益、保障销售市场良好秩序、激发汽车市场消费活力提供了支撑依据，对调整汽车厂商关系、活跃新车市场、重构汽车经销模式具有非常积极的作用和深远影响。

本刊编辑部
2017 年 4 月

01

核心支持单位

浙江中汽会展有限公司
浙江吉利控股集团有限公司
东风裕隆汽车有限公司
广州汽车集团乘用车（杭州）有限公司
众泰汽车
杭州爱知工程车辆有限公司
中汽商用汽车有限公司（杭州）
浙江钱江摩托股份有限公司
万向钱潮股份有限公司
浙江亚太机电股份有限公司
浙江万安科技股份有限公司
中国重汽集团杭州发动机有限公司
雪龙集团股份有限公司
浙江金固股份有限公司
浙江龙生汽车部件科技有限公司
浙江美力科技股份有限公司
浙江世纪华通车业股份有限公司
浙江科力车辆控制系统有限公司
浙江东风齿轮有限公司
浙江方泰汽车配件有限公司
浙江双金机械集团股份有限公司
浙江万达汽车方向机有限公司
永豪光电（中国）有限公司
嘉兴峰牌钢圈有限公司
浙江恒宏机械有限公司
宁波神丰汽车部件有限公司
温州锦鸿汽车部件有限公司
湖州客车厂有限公司
丽水市南明专用汽车有限公司
奉化市天风汽车空压机有限公司
杭州弹簧有限公司
杭州正强万向节有限公司
索密克汽车配件有限公司
绍兴金江机械有限公司
宁波时代紧固件制造有限公司
宁波久灵汽车零部件有限公司
浙江路得坦摩汽车悬架系统有限公司
浙江欧力达液压机械有限公司
浙江兄弟之星汽配有限公司
浙江银轮机械股份有限公司
玉环汽车配件实业有限公司
浙江向隆机械有限公司
浙江迪信汽车销售服务有限公司
(排名不分先后)



慧藏百家服务企业
《浙江汽车》月刊
2017年4月出版 总第158期

行政主管 浙江省民政厅社会组织管理局
行业主管 浙江省经济和信息化委员会
主办 浙江省汽车行业协会
准印证号 浙内准字 0210 号
印刷 浙江国广彩印有限公司

指导委员会

主任
王松林

专家委员

胡信民 张兴业 陈光祖 李书福 傅京生 刘敬桢 黄来兴
陈利祥 赵海明 王昌友 李新连 经永健 唐任仲 屠传根 周 疆

企业家委员

缪雪中 李平一 陈 锋 贺频艳 黄伟中 吴新发 余建江 於晓宇
顾勇亭 孙锋峰 王一锋 林华中 俞龙生 张利君 章碧鸿

编辑委员会

主任
方 曦

编委会委员

顾一帆 徐世达 黄 斌 王 茹 柴再春 李倩倩 潘建平 范长明 汪 虹
何洪信 章金木 章方银 蔡 文 陈良华 顾时均 吴纪大 周余江 张东华

主编
方 曦

执行主编

黄 斌

责任编辑

李晶磊 曲维维 高林娟

发行

王 茹 李小云

法律顾问

黄世德

读者服务

地址 杭州市石祥路 589 号杭州国际会展中心西裙楼 5 楼
联系电话 0571-28879522
传真 0571-28879696
邮箱 1722720832@qq.com
协会官网 http://www.zaam.cn
网上车展网 http://www.autohz.com
浙江汽配信息网 http://www.zjautoparts.com

脚踏实地，耕耘义乌十二年 打造浙中第一车展

义乌车展自创办以来，已成为中外汽车厂商发布最新产品、展示企业实力、传递品牌文化、拓展浙中市场的必争之地。十二年来，以“打造浙中第一车展品牌”为口号的义乌车展组委会在磨砺中实现了华美蜕变。

APR·2017
浙江汽车 CONTENTS

卷首语

01 / 汽车销售管理办法发布 汽车超市成可能

特别报道

04 / 美而有力 美力科技登陆 A 股市场创业版

协会动态

06 / 浙江省汽车行业协会
六届三次理事会议在杭召开

07 / 浙江省汽车行业协会
2017 年度通讯员工作会议在杭召开

专题策划

12 / 精品车发展战略向纵深推进
吉利 MPV 概念车上海车展全球首发亮相
13 / 均胜电子：上海车展亮相一大波汽车“黑科技”
15 / 品质派 • World ty
众泰汽车 2017 上海车展纪实
16 / 亚太股份参加上海车展
四驱轮毂电机实车受到青睐

行业要闻

17 / 汽车 " 三化 " 炙手可热 行业协作或是捷径之一
18 / 百度宣布开放自动驾驶平台 汽车产业迎来变革契机
19 / 大考来临 积极备战 轻型发动机企业迎“战”有招

共同关注

20 / 泛数字化
让新常态下汽车产品转型升级跳起来
22 / 中国汽车特色小镇：“车”该往哪开？
23 / 产能过剩 资本匮乏 2017 年独立后市场亟待新机遇
24 / 商务部将从四个方面促汽车消费发展

24 / 电动汽车为我国零部件企业带来新机遇
25 / 汽车投资管理政策酝酿 燃油车扩产能将被严控

动态聚焦

26 / 吉利全新商业模式开创业界先河
LYNK & CO（领克）品牌中国发布
03 概念车全球首发
27 / 萧山区区长王敏一行到杭发公司调研
27 / 卡特彼勒全球质量经理访问银轮
28 / 鸿徒百城百万人 45 公里马拉松新昌站 美力正道行
28 / 构建休戚与共的新型命运共同体
东风裕隆召开 2017 年供应商大会
29 / 杭州市人大代表视察龙生股份东区工程
29 / 余杭汽摩协会
“ IATF 16949:2016 内审员培训班一期 ” 成功举办
30 / 国家发改委产业发展处领导调研亚太股份
30 / 芝麻开门，乐在其中
众泰发布新能源车芝麻
31 / 浙江万达：B11FL 系列转向管柱
荣获浙江机械工业科学技术奖三等奖
32 / 天风空压机高端产品赢市场
三年蓄势今待发
32 / 科技创新 功在当下 利在长远
万安汽车零部件产业 2017 技术大会召开
33 / 钱江摩托：
Benelli 高调进军阿根廷，新品首发“骑”开得胜！

数据参考

34 / 一季度迎来开门红
汽车产销同比增长 7.99% 和 7.02%
38 / 2017 年一季度全国机动车保有量突破 3 亿
驾驶人数量超 3.6 亿

美而有力 美力科技登陆A股市场创业板

2月20日，美力科技（300611）在深圳证券交易所挂牌上市，成为弹簧行业第一家、创业板第600家上市公司。绍兴市副市长杨文孝，新昌县委书记邵全卯，中国机械科学研究总院院长、全国弹簧标准化技术委员会主任委员王德成，新昌县领导求子平、邵永明、裘武宏、莫靓等参加上市仪式。

“3，2，1，当当当！”上午9时25分，绍兴市副市长杨文孝、新昌县委书记邵全卯、浙江美力科技股份有限公司董事长章碧鸿一起敲响开市宝钟。据了解，美力科技总股本为8948万股，发行价11.97元，其中首次上网定价公开发行的2237万股，共募集资金2.67亿元。募集资金将用于汽车弹簧产业化建设、高性能精密弹簧技术改造、技术中心扩建等项目，以提升公司的核心竞争力。

绍兴市副市长杨文孝在上市仪式上致辞。他说，美力科技的上市，是对企业创业创新、追求卓越的充分肯定和最好褒奖。他希望企业以上市为新的起点，做强做大产业链，不断提高核心竞争力，以更加优异的经营业绩，回报广大投资者，为绍兴和新昌的经济社会发展作出新的贡献。

新昌县委书记邵全卯代表县四套班子向美力科技上市表示热烈祝贺，希望美力科技以上市为新的起点，依托资

本和资源优势，持续提升经营和盈利能力，加速向行业一流企业的目标迈进，以优异的业绩回报家乡、回报社会、回报股民。

公司董事长章碧鸿先生表示，美力科技成功登陆A股意味着更多的责任，不仅是引领弹簧行业的技术创新，更有推动行业规范健康发展的社会责任。未来，公司将继续秉承“正道、责任、创新、成就”的核心价值观，以振兴民族工业为己任，努力研发具有自主知识产权的核心技术，打破国外技术垄断，发挥先进的工艺优势，确立高端弹簧市场上的竞争地位，跻身“全球弹簧制造企业第一阵营”，力争将“美力”建成世界级弹簧供应商的一流品牌。

面对日益复杂的竞争环境，企业坚持以技术中心为依托，积极开展产学研合作，不断夯实新材料、新技术研发实力，坚持自主开发设备和引进国际领先生产设备结合的策略，全面提升生产工艺成熟度。在市场开拓中，企业积极主动地参与主机厂新车型的研发，和主机厂结成同步研发、协同发展的战略合作关系，全面进入国内外知名主机厂和国际知名汽车零部件供应商全球化采购系统。

浙江美力科技股份有限公司是浙江省汽车行业协会副会长单位，协会会长方曦应邀参加上市仪式，并代表协会表示祝贺。

（李晶磊综合整理）



浙江美力科技股份有限公司简介

浙江美力科技股份有限公司创立于2002年，目前有4家子公司1家分公司，共有员工500多人，占地17.67万平方米。公司是高新技术企业，主要从事高端弹簧产品的研发、生产和销售业务。其生产的悬架系统弹簧、动力系统弹簧、车身及内饰弹簧、通用弹簧及其他弹簧产品广泛运用于交通运输设备、机械、五金、仪器仪表、家用电器等主要市场。“美力”商标已被评为浙江省著名商标，“美力”商号被浙江省工商行政管理局授予“浙江省知名商号”等荣誉称号。公司已成为中国弹簧行业具有较强影响力的品牌之一，也是民营弹簧制造企业中的佼佼者。

美力是浙江省标准创新型企业，浙江省技术创新协会副会长单位。美力精密弹簧省级研究开发中心，汇聚了一支由教授级高工等几十名高级工程技术人员组成的强大研发队伍，并与上海交通大学、北京科技大学等高校及科研机构展开合作，朝着高强度、轻量化、高疲劳寿命的产品研发方向不断超越。目前，公司拥有15项发明及实用新型专利，并开发出了具有自主知识产权的《美力悬架弹簧自动设计分析软件V1.0》有限元分析软件，实现了与主机厂的同步研发。

公司从欧洲、日本等国家和地区引进了一系列国际一

流的生产设备，采用国内外优质原材料严格贯彻实施ISO/TS16949:2009国际质量管理体系，并全面推行5S管理及工艺看板管理，实现精益化生产模式。公司拥有完善的检测中心，从德国、美国、日本等国家引进了光谱分析仪、多功能砂石冲击测深仪、拉亚试验机、侧向力负荷测试仪、疲劳试验机等先进检测设备，不仅为客户提供了卓越的产品质量保障，也作为汽车零部件产业基地弹性元件公共检测服务平台，为地方经济的发展作出了应用的贡献。



章碧鸿董事长致辞

时光飞梭，岁月如歌。

美力在过去十几年风雨兼程的征途中，满怀理想，团结一致，栉风沐雨。经过十几年的艰苦奋斗，如今的美力已成为国内弹簧制造行业具有较强影响力的品牌之一，民营弹簧制造企业中的佼佼者。美力能有今天的成绩和面貌，离不开企业全体员工的不懈努力，离不开国内外客户的信赖和合作，更离不开政府、社会各界人士的关心和支持。

纵观过去，我们激情万丈。在十几年的发展中，我们不断提高企业核心竞争力的全新战略思想和经营理念，改革创新，并积极把握住能使企业快步迈向国际一流企业的发展机遇和契机，使美力持续快速发展。

展望未来，我们信心百倍。我们将秉承“正道、责任、创新、成就”的核心价值观，按照现代企业制度建立起完善的公司治理架构，到2018年，成为世界级弹簧供应商的一流品牌，实现与客户、与员工、与股东、与社会之间的和谐共赢，成为一家具有高度社会责任感的企业！

新世纪的朝阳，无比绚烂，美力也定将在绚烂的阳光下掀开崭新的一页。



浙江省汽车行业协会 六届三次理事会议在杭召开

4月20日，浙江省汽车行业协会六届三次理事会议在杭州隆重举行，来自协会35家理事单位、部分会员企业及通讯员代表共60余人参加会议。协会顾问屠传根、徐世达等嘉宾出席会议并向大会表示祝贺。

会议由协会副秘书长常东跃主持。大会审议并通过方曦会长所作的《浙江省汽车行业协会六届三次理事会工作报告》，同时审议了《关于浙江省汽车行业协会新增会员的议案》、《关于浙江省汽车行业协会副会长调整变更的议案》和《关于浙江省汽车行业协会增补常务理事单位的议案》，同意吸收宁波伊德爾新材料有限公司、上海立新电线电缆厂有限公司为浙江省汽车行业协会会员，同意增

补杭州恒宏机械有限公司为浙江省汽车行业协会常务理事单位。

在《浙江省汽车行业协会六届三次理事会工作报告》中，方曦会长代表理事会就2016年协会工作作了梳理回顾，他提到，2016年是“十三五”开局之年，面对错综复杂的内外部发展环境，我省汽车行业主动把握和引领经济发展新常态，积极推进供给侧结构性改革，自主创新能力不断提升，行业总体实现了良好发展。

据统计，2016年全省汽车行业共有规模以上企业1823家，占全国汽车行业规模以上企业总数的12.9%；实现总产值4537亿元，同比增长24.9%，其中汽车零部件产值3780亿元，同比增长21.9%；实现主营业务收入4345亿元，同比增长26.8%，高于全国近13个百分点；实现增加值954亿元，同比增长24.5%，高于全国9个百分点；实现利润总额406.8亿元，同比增长46.7%，大大高于全行业水平；实现出口交货值446亿元，同比增长4.5%。2016年全省累计完成汽车产销120万辆，同比增长31%，约占全国市场份额5.7%。

全省2016年整车销售收入1235.6亿元，同比增长43.1%；乘用车销售收入1081亿元，同比增长29%；商用车销售收入62.6亿元，同比增长55.8%；改装车销售收入21亿元，同比增长18%；新能源汽车生产5.7万辆，销售6.0万辆，比上年同期分别增长120%和130%，占全国产销分别为11.1%和11.8%，超过全国增长率68和77个百分点，增速大大超过全国增速。

他表示，2016年，浙江省汽车行业协会在省经信委、省民政厅的关心指导下，在理事会的正确领导和广大会员单位的大力支持下，锐意进取，开拓创新，一手抓完善自身建设，努力探索、践行新形势下协会改革和发展的新思路、新举措；一手抓提升服务能力，为“新常态”下我省汽车行业转型升级、实现可持续发展贡献力量。

对于2017年协会工作安排，他提出，2017年是实施“十三五”规划的重要一年，是供给侧结构性改革的深化之年，对汽车行业来说也是《中国制造2025》重点推进的一年，这也必将对协会工作提出更高的要求。协会将在政府有关部门、全体会员单位和各界的支持下，按照理事会的工作



浙江省汽车行业协会六届三次理事会集体合影

部署，求真务实、攻坚克难，着力提升协会的公信力、凝聚力和话语权，重点强化服务意识，创新服务手段，规范服务程序，扩大服务领域，提高服务质量，打造服务品牌，为会

浙江省汽车行业协会 2017年度通讯员工作会议在杭召开

4月21日，浙江省汽车行业协会2017年度通讯员工作会议在杭州海外国际酒店召开。来自各会员单位的15名通讯员和协会网刊部工作人员参加了本次会议。

会议由协会秘书长助理黄斌主持，就2016年度协会网刊工作进行总结，布置2017年工作重点，与会通讯员充分肯定了协会一年来的网刊工作，并对新一年的网刊工作亮点表示期待与支持。

协会会长方曦为出席会议的通讯员颁发聘书并作工作指导，充分肯定了一年来协会网刊部的各项工作，也对各企业单位通讯员的积极配合表示感谢。他提出，在“互联网+”的大浪潮下，协会网刊部要建立有效互联互通机制，通过各种强有力的手段，加强与通讯员之间的联系，形成桥梁，共同为行业发展添砖加瓦。

协会网刊编辑李晶磊就浙江汽车投稿要求进行简要说明，规范了通讯员的投稿方式和评优标准。

宁波大红鹰学院教授、高级编辑黄奇杰和与会通讯员座谈企业传媒新闻采写技巧，“文章要从读者角度出发，这样更易引起读者的共鸣。”黄老师说道。他通过实际案例，

员单位、政府部门和社会有关各界提供更加优质的服务，主要开展以下六大方面工作：1、密切联系企业，深入开展行业调研工作；2、承接政府职能，做好行业管理及服务工作；3、整合社会资源，搭建行业综合服务平台；4、搭建供需平台，帮助企业开拓市场；5、加强对外合作，深化宣传平台建设；6、加强自身建设，提高行业服务能力。

会议还对2016年度在协会网刊宣传工作中成绩突出的优秀通讯单位和优秀通讯员进行了表彰，协会秘书长助理黄斌宣读了《关于表彰2016年度优秀通讯单位和优秀通讯员的决定》，授予东风裕隆汽车有限公司等20家单位2016年度优秀通讯单位称号，授予杨锦轮等15名通讯员2016年度优秀通讯员称号。协会会长方曦分别为获奖单位和个人颁发了荣誉奖牌和荣誉证书。

此外，来自金道律师事务所的刘艳芳律师就企业法律风险防范做了专题讲座，与会人员反响热烈。

（供稿：浙江省汽车行业协会 李晶磊）

生动形象的为各通讯员分享如何对企业新闻进行采写编辑以及如何结合新兴媒体扩大企业影响力，黄老师授课颇具实用性，赢得了会场的阵阵掌声。

通讯员是协会网刊部工作开展的中坚力量，召开通讯员工作会议，有助于增强协会与通讯员之间的交流与沟通，将协会网刊工作推上新的台阶。

（供稿：浙江省汽车行业协会 李晶磊）



浙江省汽车行业协会2017年度通讯员工作会议全体人员合影



脚踏实地，耕耘义乌十二年 打造浙中第一车展

义乌车展创办于 2006 年，主办方中国汽车工业国际合作有限公司（现更名中国机械国际合作有限公司）是北京国际车展的承办方之一，浙江省汽车行业协会是省内知名的汽车行业领军机构；承办方浙江中汽会展有限公司是杭州西博会注册展览项目——杭州国际车展的承办方，有着深厚的办展底蕴与实力。

义乌车展自创办以来，已成为中外汽车厂商发布最新产品、展示企业实力、传递品牌文化、拓展浙中市场的必争之地。十二年来，以“打造浙中第一车展品牌”为口号的义乌车展组委会在磨砺中实现了华美蜕变。

第一届义乌车展（2006 年）

接待观众：1.63 万
成交车辆：639 辆
成交金额：1.77 亿元

本着以销为主、以展促销的宗旨，2006 年，由浙江中汽会展有限公司独家承办的义乌汽车展览会作为国内知名大型车展——中国杭州国际汽车工业展览会在义乌设立的分会场诞生了。作为义乌当地首个大型车展，吸引了当地 30 余家经销商参展，凭借专业会展机构的精心运作，义乌车展首次登陆义乌便引起了轰动，吸引了 1.63 万人参观，骄人的数字不仅让车商看到义乌惊人的消费力，也充分反映了义乌车展承办方浙江中汽会展有限公司在展览运作方面的实力。

第二届义乌车展（2007 年）

接待观众：2.17 万
成交车辆：796 辆
成交金额：2.16 亿元

首届义乌车展的成功运作，虽然只是对义乌市场的一次“试水”，却让车商们亲历了义乌车展在义乌当地不可小觑的影响力与辐射力。2007 年，车商们更坚定了通过义乌车展进一步开拓义乌市场的步伐，并表现出极大地参展愿望，在车商们参展愿望激增的情况下，第二届义乌车展启用了义乌梅湖会展中心 1 号、2 号和 5 号三个展馆及室外展区，展馆总面积达 17000 平方米，较 2006 年首届义乌车展增加了 2000 平方米。

第三届义乌车展（2008 年）

接待观众：2.89 万
成交车辆：1035 辆
成交金额：2.4 亿元

在承办方浙江中汽会展有限公司两年的精心运作下，义乌车展无论是在人气还是现场成交车辆方面，均有了明显的提升。2008 年，在看到义乌车展在当地的轰动效应后，除了经销商纷纷要求加入参展阵营外，一些汽车品牌的厂家亦开始聚焦于义乌车展，并提供高规格的厂家展具支持当地的经销商参展，以借助该平台达到厂家宣传品牌特色、传递品牌文化的目的。车展的功能悄然转变，从原来单一的经销商促销逐渐向集厂家品牌展示及经销商促销于一体的大型车展。

第四届义乌车展（2009 年）

接待观众：3 万
成交车辆：4903 辆
(含意向成交)
成交金额：1.4 亿元

2009 年，各汽车厂商的参展热情继续高涨，本届车展展会规模再次扩增，总展览面积达 2 万平米，参展品牌数量从首届的 30 个左右增加到 60 余个，短短三天时间，吸引了 3 万参观群众，促成销售总额 1.4 亿元，成交车辆（包括实际成交和意向客户）达 4903 辆，为 2009 上半年义乌市递上了一份满意的成绩单。

第五届义乌车展（2010 年）

接待观众：2.6 万
成交车辆：1213 辆
(另意向成交 6108 辆)
成交金额：1.62 亿元

随着越来越多厂商要求参展，义乌梅湖会展中心已不能满足参展需求，2010 年，义乌车展组委会毅然决定移师至义乌新国际博览中心，并启用了义乌新国际博览中心 A、B、C、D 四个馆，总展览面积达 3 万平米，使展会规模有了空前的提升。与此同时，厂家更是高度重视车展，参展的 50 多个品牌中有 30 余个是厂家支持展具参展，并创下了义乌车展规模最大、档次最高、新车发布最多、成交量最大等多项纪录，成为浙中地区规模最大、影响力最强的车展。

第六届义乌车展（2011 年）

接待观众：2.92 万
成交车辆：1247 辆
(另意向成交 8243 辆)
成交金额：1.68 亿元

本届义乌车展吸引了近 50 个品牌参展，丰富的文化活动、给力的促销政策吸引了 2.92 万观众前来赏车、购车。数据统计显示，展会四天，现场成交车辆 1247 辆，另意向成交 8243 辆，总成交额达 1.68 亿元，创下了义乌车展创办以来厂家支持力度最大、展台搭建档次最高、文化活动最丰富、购车人气最旺、现场成交车辆最多等多项记录。参加今年车展的近 50 个汽车品牌，包括玛莎拉蒂、劳斯莱斯、法拉利、宾利、GMC 等顶级豪车在内几乎都是厂家直接支持参展，厂家希望借助义乌车展这个平台展示品牌特色，这也是义乌车展自 2006 年创办以来，厂家参与力度最大的一次盛会，也是目前义乌当地唯一一个厂家如此重视的车展。





第七届义乌车展（2012 年）

接待观众：3.27 万
成交车辆：1576 辆
(另意向成交 8901 辆)
成交金额：2.3 亿元

本届义乌车展以“国际化突出，文化味浓、引领性强、服务更先进”等特点，4 天吸引了 3.27 万观众，现场成交 1576 辆，总成交额达 2.3 亿元，另意向成交 8901 辆，本届车展展览面积和参展商数量均超往年，市面上可以看到的所有汽车品牌几乎都列席，参展品牌达 60 多个，除了参展品牌数量创历届之最，各品牌参展投入也是空前，一些品牌更是将义乌车展列为 B 级。几年来，义乌车展的举办不仅让越来越多的汽车品牌被当地老百姓熟知，也吸引了越来越多的中外汽车品牌进驻义乌及金华地区，并在当地开枝散叶，加速了当地汽车产业的发展。

值得一提的是，本届车展还首次设置了媒体日，邀请义乌及金华地区媒体共同参与车展盛况报道，为市民实时传递车展信息，全面辐射品牌影响力与知名度。

第八届义乌车展（2013 年）

接待观众：3.98 万
成交车辆：2606 辆
(另意向成交 13195 辆)
成交金额：2.8 亿元

本届义乌车展 4 天吸引了观众 39776 人次，现场成交 2606 辆车，总成交额达 3.8 亿元，另意向成交 13195 辆。展台搭建档次高、活动形式丰富多彩、互动性强是本届车展厂家投入参展的一大特色变化。厂家参展力度创历届最大，展台搭建档次创历届最高，厂商现场活动创历届最丰富，参观人数创历届最多，现场成交车辆创历届最多。

凭借车展组委会多年来的精心运作以及厂家对义乌车展的高度重视，今年义乌车展创下的多项历届之最，进一步打响了义乌车展在浙中地区的知名度与影响力，使义乌车展成为浙中地区名符其实的第一车展。

第九届义乌车展（2014 年）

接待观众：3.55 万
现场成交：1785 辆
(另意向成交 10430 辆)
成交金额：3.52 亿元

本届义乌车展 4 天吸引了观众 35517 人次，现场成交车辆 1785 辆，总成交额达 3.52 亿元，另意向成交 10430 辆，延续了义乌车展创办以来的总体上升趋势，在汽车销售行业大环境欠佳的情况下，组委会首次推出了“义乌车展特价车”活动，将参展商的特价车型进行汇总、包装、宣传，为提高展会成交量注入了一针强心剂。

此外，组委会联合媒体推出的义乌银行业公众服务活动、义乌最强大脑大赛、儿童涂鸦大赛、车展摄影大赛、改装车大赛、哈雷摩托展示活动、千人看车团等也成为今年义乌车展的一道独特风景。同时，由主办方精心打造的中汽模特队首次亮相义乌车展，队伍全部由清纯可爱的女大学生组成，在成熟靓丽的众多模特中，形成了一道独特的风景线，吸引了市民闻讯而来，观者如潮。



第十届义乌车展（2015 年）

接待观众：2.52 万
现场成交：1330 辆
(另意向成交 6433 辆)
成交金额：2.17 亿元

走过 10 年的义乌车展折射了一个时代的变迁，也见证了汽车为义乌人民生活所带来的改变，义乌车展更成为义乌的一张名片。

在义乌车展的第十个年头，自主汽车品牌也迎来了集体的爆发，随着技术的创新和全方位体制得优化，自主品牌已今非昔比。逐渐成为了能与合资外资品牌相抗衡的中坚力量。以吉利、奇瑞、上汽、广汽、长安、众泰、比亚迪、长城等为代表的自主车企早已拥有叫板国际对手的实力。

第十一届义乌车展（2016 年）

接待观众：2.25 万
现场成交：1336 辆
(另意向成交 8057 辆)
成交金额：2.55 亿元

经过十余年的用心培育与标准化的运作，第十一届义乌车展参展品牌数量达到了 71 个，创历史新高，充分说明了组委会“以服务立展”的办展观念得到了汽车厂家及经销商的认可与支持，在未来的办展过程中，组委会仍将坚定不移的贯彻“以服务立展”的办展理念，以标准化的要求为标杆，为参展商、为观众提供更加完善的配套服务。

令人惊喜的是，在本次义乌车展上国产自主品牌有 30 余家参展，几乎占据了半壁江山。观致、比亚迪、吉利、长安汽车、广汽传祺、东风风行、纳智捷、哈弗、长城、众泰大迈、名爵 MG、长安商用、五菱、凯翼、华泰、众泰、海马、野马、猎豹、宝骏、东风小康、陆风、上汽大通、东风御风、北汽威旺、潍柴英致、北汽幻速、北京汽车、北汽绅宝、一汽森雅、开瑞汽车、福田汽车、福汽启腾等悉数登场。为了促进自主品牌现场成交量，支持民族工业，组委会更是特地将 C 馆作为自主品牌馆，主入口、主通道、中心馆，自主品牌在今天的义乌车展上可谓出尽了风头！主办方将借助展会这一平台，坚持振兴中国汽车工业发展的初衷与使命不动摇！为自主品牌的发展摇旗呐喊！

作为浙中地区规模最大、影响力最强的车展，义乌车展成为当地乃至周边地区购车的重要平台。“打造浙中第一车展品牌”依旧是我们义乌车展不懈追求的奋斗目标，组委会将会进一步深化配套服务和展会内涵，将义乌车展做精做强做大，为义乌广大市民呈献更具档次、更高规格的浙中第一车展！

（供稿：义乌车展组委会）

精品车发展战略向纵深推进 吉利 MPV 概念车上海车展全球首发亮相

4月19日，吉利汽车携旗下博瑞、博越、帝豪GS、帝豪GL等3.0精品车型，以及帝豪EV、帝豪PHEV新能源汽车，1.0TD、1.4T、1.8TD+7DCT、7速湿式双离合变速器混动版7DCTH等动力总成组成的强大阵容登陆上海车展。同时，吉利汽车正式发布了全新MPV概念车，宣布进军MPV市场。作为吉利“精品车发展战略”下诞生的首款全球战略MPV车型，其造型采用吉利家族化的设计语言，时尚新潮，稳重大气中不失动感。吉利MPV概念车的亮相，也寓意着吉利汽车将进入MPV这个发展迅速的品类市场，开创中国中高端智能精品MPV新蓝海。

造型新锐前卫

私人飞机设计语言刷新中国MPV新认知

早在三年前吉利就在着手研发“3.0代精品车”高标准下全新MPV车型，并进行了多轮消费者调查研究，深入了解当代MPV用户的真实需求。此次亮相的全新MPV概念车，融合国际潮流设计元素，荟萃全球资源和前瞻性技术

应用，是为社会精英人群的高档次需求而潜心打造的一款中高端精品MPV。

在造型设计上，由彼得·霍布里领衔的国际化设计团队赋予了这款MPV概念车全球化的时尚潮流元素，源于私人飞机的整体设计灵感和演进后的吉利家族化设计语言相得益彰，使整车看起来不仅稳健大气，同时新锐前卫，动感十足，具有数字时代元素的科技感和未来感。

前脸进气格栅采用了吉利家族化的水滴涟漪造型设计，下格栅与其上方的日间行车灯完美组合，形成“风中之翼”的造型，使得整个前脸看起来动感时尚，充满张力和科技感；下格栅的造型运用了中国传统建筑的回形纹设计，前大灯则借鉴了中国传统的水晶乾坤球，象征吉祥和人与自然的和谐，在符合国际审美潮流的同时，又展现出中国品牌的特色与自信。

侧面线条如雕塑切割般舒展流畅，简洁优美，肌肉感十足，同时还融入了时下流行的悬浮式车顶设计，加上车肩向后部延展、驾驶舱位置前移、A柱

向后倾斜以及时尚新潮设计风格的20英寸轮毂，整车看起来非常稳健有力、且不乏动感。具有雕刻感的精美镀铬线条给车身侧面注入了无限动感，简洁的线条感向后部自然延展，像展翅翱翔的机翼。尾部层次感分明，立体感强，尾灯的设计如舞动的彩带，点缀首尾，与轻盈的“机尾”融为一体，尊贵而又不失优雅，彰显出轻奢气质。

内饰设计也同样充满着未来感，互联网时代下智能互联的生活方式也在这款MPV概念车上体现得淋漓尽致，搭载大尺寸高清液晶屏幕，数字化氛围浓郁，设计大胆前卫。此外，在空间上，概念车采用了对开门设计，和2+2+2座椅布局，配上大面积全景天窗的设计，为乘客打造了一个舒适宽敞、如同客厅般的“第三生活空间”。

正如吉利汽车集团总裁、CEO安聪慧所言：“基于对消费者需求的洞察和对市场的前瞻判断，我们从设计之初就怀着敬畏之心，并充分沿袭吉利精品车DNA，把多年来在轿车、SUV领域积累的专业经验都融入到这个全新的产品谱系当中。我们融合全球资源，采用最高技术、品质标准，力求呈现一款颜值与实力兼备的‘现象级’产品，打造‘消费升级’大潮下的MPV颠覆者。”

精品发展战略向纵深推进

布局MPV市场践行“20200战略”

随着消费升级、二胎政策放开等利好因素的到来，以及MPV的大空间、实用性和舒适性等多功能用途打动了越来越多的消费者，不断改变着人们的用车习惯，近年来MPV市场呈现正向高速增长态势，从乘联会数据看，2016年中国MPV市场销量已达240万辆，同比增长14.7%，预计2020年将达到

350万辆。

不过，与轿车和SUV相比，中国市场MPV的产品供给与产品更新速度仍显滞后，一端是价格高昂的商务MPV，一端是价格低但品质弱的低端MPV，缺乏真正的精品。吉利汽车在3.0代精品车战略取得显著成效的基础上，提前布局中高端、精品MPV市场，全品类横纵兼顾立体式健康发展战略，继续将20200战略推向深化，正当其时。

自2014年提出精品车3.0战略以来，吉利汽车的跳跃式增长就创造了业界瞩目的“吉利速度”，2016年累计销量突破76.59万辆，同比增长50%，成功跻身中国品牌第一阵营；今年一季度总销量更是达到27.86万辆，同比增长94%，增长势头再次提速，旗下博越、帝豪GS、帝豪GL、远景SUV、帝豪、新远景等每款车月销均过万辆，同时也是自主品牌中难得实现轿车和SUV均衡发展健康发展的车企。精品车战略迅速提升吉利汽车市场影响力的同时，也为吉利进军MPV市场奠定了基础。

发布会上，安聪慧重申了吉利汽车集团“20200战略”。到2020年实现年产销200万辆的目标，进入世界汽车



企业前十强，成为最具竞争力和受人尊敬的中国汽车品牌。MPV显然是不可或缺的重要组成部分。

届时，吉利汽车将涵盖轿车、SUV、MPV、跨界车等各品类，覆盖从A0到B级的各细分市场，满足不同的市场定位及需求。他表示，将持续以消费者需求为导向，陆续推出一系列MPV车型，与轿车及SUV产品形成相互支撑的均衡格局，为实现“20200战略”提供全方位保障。

业界认为，进军MPV市场，是吉利汽车深化精品车发展战略、持续提升体系竞争力、完善产品谱系的主动选择，也是基于市场前瞻性判断、深耕细分市场的必然选择，恰逢其时。作为开疆拓土的首款战略车型，其造型稳健大气不乏动感，空间舒适又灵活多变，智能互联技术时尚前卫，颠覆了人们传统MPV的认知，引发市场期待。

均胜电子： 上海车展亮相一大波汽车“黑科技”

4月20日，以“智赢未来”为主题，均胜电子在上海车展展出一大波汽车“黑科技”，以及为主机厂定制的智能驾驶、汽车安全、新能源汽车技术等方面的深度垂直一体化解决方案。

均胜表示，随着2016年并购的美国KSS、德国PCC和原有业务的不断融合升级，围绕着驾乘者，全球汽车零部件百强企业——均胜电子已经建立了较为完整的产品体系，核心竞争力不断得

到加强，诸如此次展出的最新HMI方案、ADAS、智能车联、BMS无线充电、HUD系统、隐藏式出风口、智能方向盘等，都是业界最前沿的高科技。

新型中控台HMI创新典范

会上，均胜介绍，得益于汽车电子在整车中占比的不断提高，目前均胜电子内部技术储备和客户均处于不断拓展的状态。随着德国PCC的加盟，公司在

智能驾驶（HMI）领域能为客户提供更加完整、高效的解决方案。宝马、奔驰、特斯拉、福特、大众这些著名主机厂的订单保证了未来HMI业务的可持续发展。均胜电子在上海车展上推出的最新中控台概念产品更是引领驾驶领域的开拓创新。

据了解，均胜新中控台概念产品融合了普瑞HMI和德国PCC的软件技术，集智能和安全于一身，这一概念产品还



是采用模块化解决方案，能实现在许多不同车型和品牌上的使用，还能根据主机厂要求，和内饰层面匹配定制。

从技术层面上看，概念产品内含触控模式中央操作系统，沿用无匙进入、三维真玻璃、手写输入等 HMI 先进技术，亮点是集成了先进的主动反馈技术，既保留驾乘者的智能手机使用习惯，其触觉、听觉反馈响应又可以增强行车安全系数。同时，前后排乘客均可通过移动设备来操控车内的影音娱乐、导航和空调等。另外，这款产品配备智能手机无线充电功能。与无线设备联合从根本上实现人机交互灵活性，而这恰好是未来自动驾驶的先决条件之一。

此外，均胜电子还展出为宝马 7 系配套的集成多媒体和空调的中控面板，以及奔驰 E 级车的内置触摸控制的多功

能方向盘开关等。

“天眼”助力加快自动驾驶进程

据均胜介绍，本次上海车展展出的安全网联车载系统（OmniDrive）曾获国际消费类电子产品展览会（CES）2017 年度创新大奖。而且，这款结合 360 度环视和盲点监控的技术将开启智能驾驶新的征途，已与雷诺、吉利、长安、北汽、长城、蔚来和长丰等主机厂达成合作协议，是主动安全领域极具价值的拳头产品。

“可以说，OmniDrive 是汽车电子行业内第一个连接汽车主动安全产品，集成了 360 度环视监控（SVM）和盲点摄像机与 4 通道视频监控，可以无线连接到车辆中的便携式设备。这个系统允许驾驶员在智能手机或平板电脑上同时

运行导航和实时交通应用程序，以提供最佳的车辆驾驶员安全体验。”均胜相关人士表示。

SVM 是标准的 ADAS（高级驾驶员辅助系统）应用程序，使驾驶员能够使用安装在车辆的前部、后部和两侧的 4 个照相机观察汽车周围的 360 度视图。而 ADAS 产品系中，均胜电子还展出了车载智能前置摄像头技术。这一技术能实现行人、车辆、设施等的检测功能，以及在高速公路上行驶时自动巡航（ACC），能实现自动紧急制动，有效阻止事故发生或减轻事故所造成的伤害。

电动汽车无线充电 颠覆传统方式

上海展期间，均胜电子展出的无线充电技术是解决电动汽车充电的颠覆性产品。

其实早在 2016 年底，均胜电子旗下的普瑞公司和美国高通联合宣布，双方签署了无线电动车充电（WEVC）许可协议。普瑞将在其产品组合中嵌入高通的无线电动车充电技术，并将专注于插电式混合动力（PHEV）和电动车（EV）制造商的电动车无线充电系统的商业化。根据协议，普瑞计划开发、制造和供应基于高通光环技术的电动车无线充电系统。

据悉，连同无线充电一起展出的还有均胜电子新能源汽车技术最核心的电池管理系统（BMS）技术。已实现量产的客户包括宝马、中国中车、奇瑞；特斯拉、奔驰、吉利和特雷克斯也将于年内投用。与保时捷、上海大众、长安、北汽、长城，以及蔚来、乐视汽车等新兴公司的合作也在全面推进，有望在未来 2 至 3 年贡献营收。

据介绍，公司研发的通用平台化 BMS 产品具有很好的通用性和扩展性，可广泛应用于乘用车、商用车、摩托车、重型机械和储能领域。这一平台化产品遵循 ISO26262 标准和 AUTOSAR 架构，易于集成和快速设置标准化组件。

品质派·World tye 众泰汽车 2017 上海车展纪实

4 月 19 日，一场以“品质派·world tye！”为主题的众泰汽车新品发布会，在六号展馆精彩上演。“品质派”即：精“品”造车、以“质”取胜，指众泰汽车在国家“增品种、提品质、创品牌”的新时期工匠精神引领下，打造精品车型、提升产品及服务质量，而“world tye”则取谐音之意，寓意众泰汽车将立足中国，打造家喻户晓的世界品牌。整场发布会由凤凰卫视资讯台副台长兼新闻主播吴小莉主持，众泰汽车董事长金浙勇，中国汽车报社副社长、中国汽车报社有限公司总经理辛宁，众泰汽车副总裁兼汽车工程研究院院长刘慧军，众泰汽车副总裁陈静，众泰汽车副总裁马德仁等主要领导出席了发布会，整场活动以众泰汽车主题宣传片拉开帷幕。

领衔中国品牌，打造品质生活

发布会现场，众泰汽车董事长金浙勇发表精彩致辞。金浙勇表示，2017 年是众泰汽车品牌重构的元年，从十年前携众泰 2008 和江南奥拓两款车型亮相，到如今的十余款品质派明星车型，众泰汽车以“精品造车，以质取胜”的理念，高度契合展会主题，同时融合东方智慧与西方先进科技，造国民好车，引领品质生活。

2017 年，众泰汽车将继续推进以“七级变速”为核心的战略布局，培育工匠级人才、实施精准级定位、潜心平台级研发、打造价值级产品、实现全球级采购、推进智能级制造、提创五星级营销。致力构建众泰汽车生态产业链，加大资金投入，发展新能源混动及核心零部件技术的研发与应用，打造高品质与高性价比产品，实现新的增长。此外，众泰汽车还将在 2017 年陆续推出众泰 T700、T300、T500 等传统能源汽车；云



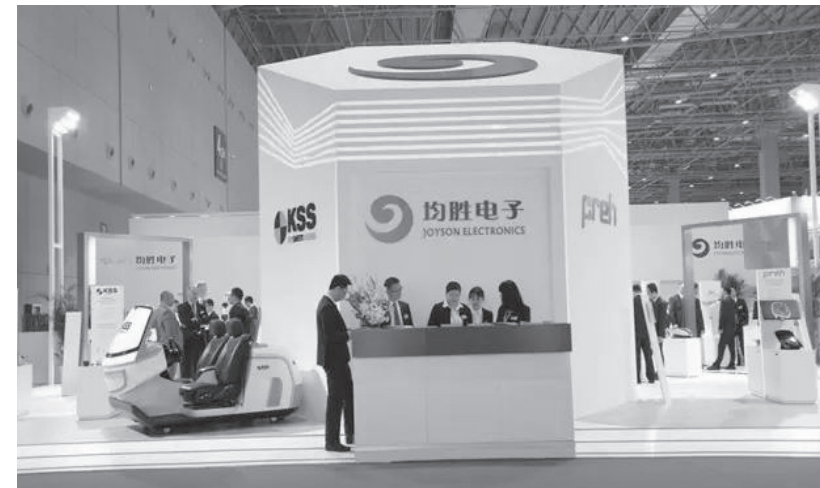
100plus、Z500EV 等新能源汽车，以及现有车型的年度改款等，力争年销售超越 40 万辆，“十三五”末突破 80 万，产值突破 800 亿目标。

新车登台，为细分市场注入致臻佳作

此次车展，众泰旗下参展车型包含众泰 T700、T300、T500、T600 运动版、Z700、大迈 X5、大迈 X7、SR7、SR9 和新能源阵营的众泰 E200、云 100plus、Z500EV、众泰大迈芝麻等多款主流车型。其中，众泰 T700 作为此次发布的全新车型，其外观、内饰、配置、空间、动力等，相对于同级自主或合资品牌，依然拥有

不错的性价比优势。

众泰 T700 采用时下最为流行的悬浮式车顶设计，配置方面则提供 ABS+EBD、ESC 电子车身稳定系统、TCS 牵引力控制、刹车/上坡辅助系统、定速巡航及倒车雷达等常规功能，而胎压监测、液晶仪表、全景天窗、电动迎宾踏板、加热/通风/电动调节座椅、脚部感应电动后备箱开启、双区自动恒温空调、Tye-net 车联网智控系统、语音控制、车道偏离/盲点监测等尖端科技设施的大量融入，也将进一步丰富整车的配置表现。定位中大型 SUV 市场，众泰 T700 采用概念风格的全新设计，



为国人带来了不俗的视觉体验。此外，大尺寸中控液晶屏、旋钮式换挡机构、电动吸合门、后排独立空调、自适应巡航系统及缸内直喷涡轮增压发动机等，则进一步夯实了整车的性价比优势，为消费者及细分市场注入最富诚意的臻佳作。

首度亮相，紧凑型SUV家族新成员

众泰汽车在 SUV 市场中的深耕，为国人带来众多惊喜与诚意，而随着国内 SUV 市场的持续升温，定位紧凑型 SUV 市场的众泰 T500 应运而生。作为 SUV 家族的新成员，此次众

泰 T500 对外观造型进行了首度公开，整体设计以运动为主，车身饱满且线条极富层次感，符合当下消费者的审美潮流。此外，悬浮式车顶设计、LED 光源应用及双边共两出排气布局等，则进一步彰显时尚与运动气息。

潜心研发 全面进入自主研发新时代

发布会现场，众泰汽车副总裁兼研究院院长刘慧军先生介绍了众泰汽车的展车阵容和产品优势，并分享了部分众泰汽车的自主研发及创新成果。刘慧军表示，通过企业核心竞争力的不断提升，众泰汽车已全面迎来自主研发的新时

代。目前，众泰汽车已拥有两个整车研发平台，同时还规划了全新的新能源专用平台，而智能创新方面，众泰汽车现已基本完成第一阶段的无人驾驶技术研发，而自主研发的 Tye-net 车联网智控系统，则能提供多达 20 余项细分服务，实现远程手机操控，引领并提升着国人的实际用车感受。

参加此次上海车展的车型，不但覆盖传统汽车和新能源领域，更立足轿车与 SUV 市场，全面占据微型、小型、紧凑型、中型及中大型级别，为消费者提供多元化、高品质、高性价比的汽车产品与服务。

亚太股份参加上海车展 四驱轮毂电机实车受到青睐

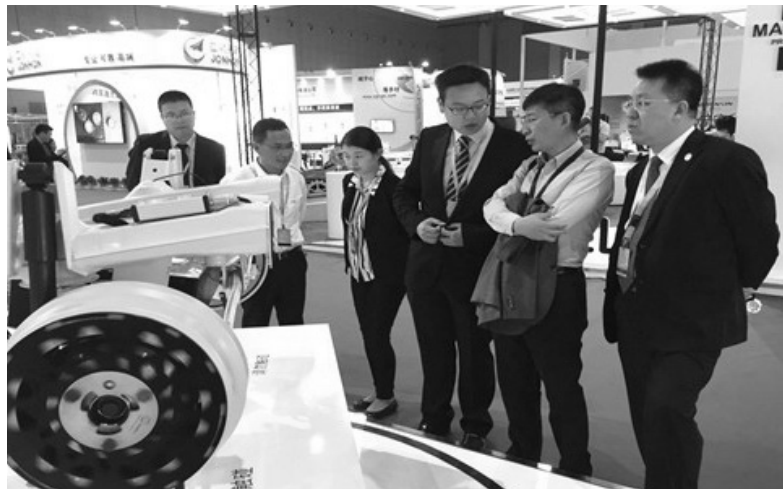
亚太股份以强大的阵容亮相第十七届上海国际汽车工业展览会。期间，由亚太股份的高管和专家组成的参展团在展会现场接待各路领导嘉宾。

亚太股份参展的展位，是位于展会南厅的 6BE018 号，占地面积达 150 平方米，展出的展品主要有轮毂电机、智能辅助驾驶系统产品及基础制动产品等。其中轮毂电机展示形式是经亚太股份改装的中型 SUV 搭载 M700 轮毂电机全时四驱系统实验实车。该车在今年的黑河实车试驾取得圆满成功。智能辅助驾驶系统产品是通过亚克力透明车模形式进行展示。这种设计，使观众更为直观地看到整个车的底盘设计和亚太的整个制动产品。展厅大气、新颖、美观，吸引了众多观众的眼球。

亚太股份的四轮轮毂电机实车在上海国际汽车展一亮相，便吸引了众多观展人员的眼球。这辆车的原型是江铃陆风 X7，通过亚太与专业设计公司的全新开发，搭载了国内首创的全新前后模

块、M700 四驱轮毂电机专用底盘，开发的轮毂电机驱动的轻量化底盘模块适合中型 SUV，前后独立悬挂系统采用全铝合金构件。轮毂电机是当今汽车新能源驱动的前瞻技术。轮毂电机驱动系统又称车轮内装电机技术，它是将动力转动系统和制动系统都整合到轮毂内，省去和简化了机械传动部分。轮毂电机完全颠覆了传统汽车的驱动方式。

本次展会集中展现了汽车行业最前沿技术与产品，体现了当下汽车发展电动化、智能化、网联化的新趋势，也见证了中国汽车工业的欣欣向荣和中国汽车市场的迅速发展。亚太股份能在这样的舞台上一展风采，充分体现了亚太在智能网联驾驶技术和轮毂驱动电机的产业化、集成化走在了“汽车发展大河”的前列。



汽车"三化"炙手可热 行业协作或是捷径之一



提从国内和国外汽车集团近期的发展规划中不难发现，汽车的电动化、智能化是支撑未来发展的重点。此外，移动出行服务也是各汽车集团寻求转型升级的最佳载体。内容相近的战略规划透露出三个方向巨大的潜力和竞争的激烈程度。

上汽集团总工程师程惊雷表示，现在发展人工智能、新能源汽车和共享汽车，客观来讲，我们在基础体系上还是一个学习者，国内车企目前仍是跟随者。

环保法规、市场环境和消费需求的不断变化催促着车企加快转型升级的步伐。在 4 月 6 日举行的前瞻技术论坛上，程惊雷表示，未来的汽车企业必然是一个移动出行服务的提供者。而早在去年 7 月，上汽集团就提出了“新四化”发展趋势，即电动化、网联化、智能化和共享化。

同样，在转型升级的形势下，国内和国外大汽车集团也都相继发布了战略规划，虽然规划所辐射的时间长短不一，但内容大都离不开电动化、智能化和移动出行。不过，中国车企想要突出重围，甚至实现“弯道超车”却并非易事。

“众望所归”蓝海已然变红海

在电动化、智能化和移动出行等层面的竞争，国内车企都卯足了劲，使得这片蓝海逐渐泛红。在上汽集团的“十三五规划”中，上汽集团将重点专注于新能源汽车和互联网汽车。“十三五”期间，上汽集团在新能源领域的专项投资超过 200 亿元，并投放 30 款以上全新新能源车型。技术层面，上汽集团对未来汽车行业提出了“电动化、网联化、智能化、共享化”的趋势判断，并瞄准“新四化”方向持续开展技术研究。

一汽集团则提出了“1593”振兴计划，其中要大力推进科技创新、加快新能源汽车发展。一汽集团的“十三五”技术创新目标是低碳化、信息化、智能化、高品质及高效益。而东风汽车集团也力争在 6 个方面实现重点突破，其中包括新能源汽车、汽车

金融、自主研发能力、营销能力、国际化能力和智能互联。

长城汽车在规划中提及，将投入 300 亿元用于新能源、智能化等项目，希望在主动安全、智能互联、自动驾驶等方面形成领先优势。吉利在其“20200 战略”中也明确表示，将秉承安全、健康、新能源、互联网和自动驾驶的战略方向。

就目前来看，虽然国内车企间的竞争表面上波澜不惊，但暗地里，资金的投入、相关技术的研发都将使这场决斗变得更加恢弘。而同时，国外大汽车集团也虎视眈眈。大众、通用、丰田和福特等全球一流汽车集团的目光也瞄准了电动化、智能化和移动出行。并且，在技术、资金等方面的支持下，国外几大汽车集团已然处于领先地位。

追赶国外车企力有不逮 合作很有必要

从国内和国外汽车集团近期的发展规划中不难发现，汽车的电动化、智能化是支撑未来发展的重点。此外，移动出行服务也是各汽车集团寻求转型升级的最佳载体。内容相近的战略规划透露出三个方向巨大的潜力和竞争的激烈程度。有业内人士表示，目前来看，各大汽车集团对于未来汽车行业的看法大致相同，各自的规划也极其相似，但对于势弱的中国车企，如何脱颖而出才是关键问题。

相比起国外车企，国内车企在技术研发上的实力还有所欠缺。同时，国内对于电动化和智能化等方向的研究环境一定程度上还存在一些差距。程惊雷表示，现在发展人工智能、新能源汽车和共享汽车，客观来讲，我们在基础体系上还是一个学习者，国内车企目前仍是跟随者。

而国外车企则在自身技术研发的基础上，更多地倾向于牵手合作伙伴。大众、通用、福特等汽车集团通过一系列并购和牵手战略合作伙伴等方式朝电动化、智能化和移动出行等方向前进。此外，在近期国外研究机构公布的一份自动驾驶报告中，合作伙伴也被列入实力评定的因素之一。

从智能化角度来看，上汽集团前瞻技术管理部总经理张程认为，如果在战略规划和技术路径之内，我们需要和互联网公司进行合作。张程表示，整车生产企业资产很大，不愿轻易进行变革，而互联网公司会将概念、原理不断研发出来，从而促使整车生产企业向这个方向靠拢。

同时，程惊雷也从上汽集团在“新四化”方面的现状阐述了合作的必要。他说，目前上汽集团的前瞻技术涉及到很多合作伙伴，有 80% 是汽车产业链之外的企业，其中有直接的业务合作，也有一定的资本合作。程惊雷认为，核心关键问题取决于整车生产企业与合作伙伴能不能联合起来一直往前走。

（来源：中国经济网）

百度宣布开放自动驾驶平台 汽车产业迎来变革契机

4月19日,百度发布一项名为“Apollo”的新计划,将向汽车行业及自动驾驶领域的合作伙伴提供一个开放、完整、安全的软件平台,帮助他们结合车辆和硬件系统,快速搭建一套属于自己的完整的自动驾驶系统。

百度集团总裁兼首席运营官陆奇表示,人工智能技术在推动社会发展方面拥有巨大的潜力,而智能汽车是其中最大的产业机会之一。此次,百度将把自己所拥有的最强、最成熟、最安全的自动驾驶技术开放给业界,旨在建立一个以合作为中心的生态体系,发挥百度在人工智能领域的技术优势,为合作伙伴赋能,共同促进自动驾驶技术的发展和普及。而将这个计划命名为“Apollo”计划,就是借用了阿波罗登月计划,意指具备开创性,又需要汇聚众多参与者的力量,能为社会发展带来巨大推动力的超级工程。百度相信自动驾驶和智能汽车也是这样的事业。

据悉,百度即将推出的 Apollo 项目提供一套完整的软硬件和服务的解决方案,包括车辆平台、硬件平台、软件平台、云端数据服务等四大部分。百度将开放环境感知、路径规划、车辆控制、车载操作系统等功能的代码或能力,并且提供完整的开发测试工具。百度还将在车辆和传感器等领域选择协同度和兼容性最好的合作伙伴,共同组成协作联盟,推荐给项目参与方使用,进一步降低无人车的研发门槛,促进技术的快速普及。

据百度方面介绍,今年七月份将率先开放封闭场地的自动驾驶能力,年底输出在城市简单路况下的自动驾驶能力,在2020年前逐步开放至高速公路和普通城市道路上的全自动驾驶。百度从2015年开始大规模投入无人车技术研发,当年12月即在北京进行了高速公路和城市道路的全自动驾驶测试,2016年9月获得美国加州自动驾驶路测牌照,11月在浙江乌镇开展普通开放道路的

无人车试运营,数百名参加乌镇世界互联网大会的嘉宾和记者试乘了百度无人车。

目前,包括百度、谷歌、特斯拉、苹果在内的科技巨头都在自动驾驶领域进行了持续的投入,并且取得了显著的成果,而福特、宝马、奔驰等大汽车厂商,也已经将初级的自动驾驶技术应用到自家汽车上。但无论是科技巨头还是大车企,大多独立开展无人车的研发工作。百度这样的无人车技术领先企业,对外开放自己的技术和平台,与行业合作伙伴共享能力,在全球范围内都尚属首次。

陆奇表示,“中国作为全球最大的汽车生产和销售市场,汽车品牌众多,合作环境更加开放。百度这次主动开放自动驾驶技术,将与汽车行业碰撞出非常多的创新机会,能更广泛地释放我们技术积累的价值,带动行业快速变革。而放眼美国及其他汽车产业较为发达的市场,百度所倡导的开放创新的行业生态,也将对自动驾驶的加速发展起到促进作用”。“此外,通过技术开放,我们的技术成果也能快速在广泛领域里得到应用,能促进技术本身的快速迭代,这对每一个有志于投身自动驾驶技术的人才也是非常具有吸引力的。”

针对百度发布的这一计划,奇瑞股份公司总经理陈安宁表示,自动驾驶技术研发门槛较高,从0到1非一日之功,所以百度自动驾驶平台的开放对汽车行业意义重大,奇瑞汽车非常欢迎百度的这一举措。同时也必须认识到,车企与互联网科技企业在自动驾驶上的合作,有一个渐入佳境的过程,数据、技术共享越充分,创新成果越突出,双方获益也越大,也能尽早智能驾驶领域确立车企自身的竞争优势,目前我们与百度在自动驾驶领域的合作已经进入深度定制阶段。

蔚来汽车创始人、董事长李斌则表示,百度在自动驾驶领域软实力储备深厚,百度开放无人驾驶所需要的人工智能、大数据和地图等软件能力,对无人驾驶行业有很重要意义。加上开放平台整合带来的硬件成本的下降,无人驾驶的普及可能会比大部分人想象的快很多。未来,汽车行业的价值链将会被重塑,个性化的体验将会是定义汽车品牌的一个基础和未来发展的方向。

业内人士认为,百度宣布与业界共享自动驾驶技术,对亟待转型的众多车企显然是个好消息。自动驾驶技术研发门槛高,实现从自动辅助驾驶到全自动无人驾驶的技术路径,需要长期大量的资本和人力投入。而与百度这样的技术领导者合作,可以快速获得相应的技术能力,取得事半功倍的效果。同时,百度采取开放的策略,与广泛领域内的合作伙伴共同推进技术发展和普及,也将为自身保持业界领先地位、在未来汽车产业中扮演重要角色,奠定一个坚实的基础。

(来源:中国信息产业网)

大考来临 积极备战 轻型发动机企业迎“战”有招

“国六排放标准实施对轻型发动机将是一次最严峻的考验。”近日,康明斯(中国)投资有限公司的技术负责人表示。

根据国六标准,轻型车排放标准改变了以往等效转化欧洲排放标准的方式,排放限值进一步加严,并且引入了实际行驶排放测试(RDE)。对此,有关专家认为,对于排放测试从各方面的要求,更多的聚焦在发动机技术提升上,这将对轻型发动机技术的一次空前考验。

那么,面对此次国六大考,轻型发动机企业如何应对?能否借此机会在市场上站稳脚跟并开拓新天地?

■ 老平台面临更新换代

据了解,国六标准中发动机低温排放性能、RDE(实际驾驶污染物排放)测试循环及OBD技术要求等内容,对发动机的本体强度要求更高,国内原有发动机产品平台大部分都无法满足要求,面临着重新开发的难题。

天津大学教授、内燃机燃烧学国家重点实验室主任尧命表示:“国六标准的技术门槛比较高,主要集中在废气处理上,如果排放法规进一步提升,那么发动机缸内爆压就会增大,整个机型需要重新升级。”

记者在调查时发现,随着我国排放标准的不断升级,轻型发动机技术提升已逐渐到达瓶颈。对此,康明斯(中国)技术负责人指出:“通过既有发动机平台进行升级将很可能止步于国六,针对国六标准,发动机和后处理技术以及两者的技术整合将是成败的关键。”

此外,一汽锡柴近期公布了劲威系列轻型发动机,并将于2017年年底替代老一代康威系列产品。这也在另一个方面说明,随着排放升级,轻型柴油机的技术平台已经不能适应现有市场及技术要求。

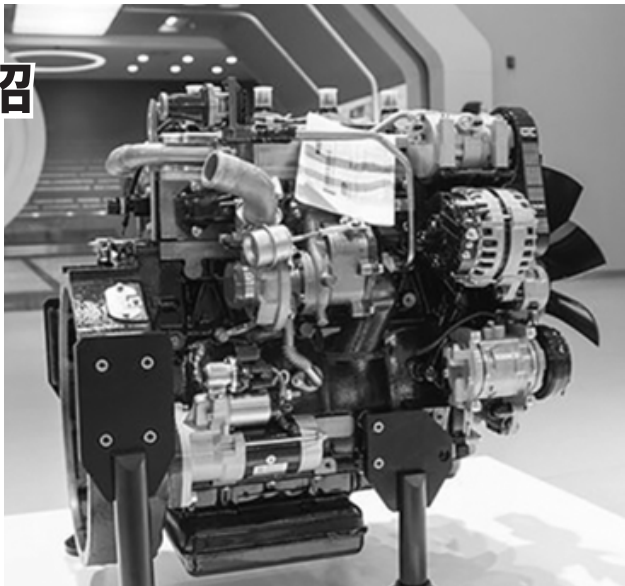
■ 排放后处理技术融合是趋势

国六标准的核心和严苛之处在于排放。昆明云内动力股份有限公司技术中心副主任王艳锋表示:“国六排放标准对轻型柴油车要求进一步完善,发动机在油耗和后处理方面需进一步提升。”

从目前来看,满足排放要求主要有两种技术路线:一种是对燃烧系统进行优化以降低机内颗粒物的生成,然后利用选择性催化还原器(SCR)后处理技术来降低NOx的排放;另一种是通过废气再循环(EGR)降低机内NOx的生成,然后采用颗粒物后处理技术(DPF)降低颗粒物排放。

“从目前看,单一的EGR+DOC或者SCR+DPF路线很难满足国六标准,未来的排放后处理技术将很大程度上是两者共同应用。”康明斯(中国)技术负责人说。

博格华纳中国排放系统总经理杨博也曾表达过类似观点,他认



为:“在国六排放标准阶段,国内商用车尾气后处理形式将向着EGR+DOC+DPF+SCR的方向发展。”

此外,发动机标定和实车测试的研发环节将需要投入更多精力与时间,对我国发动机企业也将是重要考验。全国人大代表、广西玉柴机器股份有限公司董事长晏平在今年两会中就呼吁推迟国六实施时间,“如果按照现在的时间安排,企业需要2-3年的建设周期,国内整车厂家跟发动机企业都会准备不足。”他说。

■ 积极研发储备技术

从轻型柴油机市场格局来看,当前轻型柴油机市场呈多极化发展,云内动力、潍柴、玉柴和康明斯等都具有较强的竞争力。

一位业内人士介绍,我国配装在轻卡车型上的柴油机价位不算高,如果排放升级,成本投入可能占据很大比例。“企业目前的情况是早研发却没有产能,研发晚了又跟不上国家排放标准推进的节奏。”他指出。

面对国六标准实施,企业在资金和时间上的投入无疑是巨大的,各家发动机企业并没有消极等待,而是积极布局,对标欧VI标准开展大量前期准备工作。

“潍柴几年前就完成了国六排放阶段的产品规划、产品技术储备。”潍柴动力股份有限公司技术人员说。潍柴动力近些年在技术研发投入上力度非常大,本着“生产一台、研发一台、储备一台”的原则,随着国六实施时间明确,潍柴动力也做好了充分的准备。

玉柴2016年开始布局国六发动机的研发、生产和服务工作,并发布了第二款欧VI发动机。据悉,玉柴发布了全新4.2L排量轻型柴油机产品YCS04,该款产品将配装公路客车、轻卡等车型。

此外,云内动力的国六轻型柴油机也已经在其东部工厂开始研发。云内动力D19、D20、YNF40国六产品已完成项目建议书编制、评审及关键零部件供应商定点工作,D30欧VI产品完成详细设计,目前正在进行样机零部件采购。

(来源:中国汽车报)





陈光祖

陈光祖先生是我国汽车界一位资深专家。

陈光祖先生是中国汽车产业发展的见证者和亲历者。早年曾在一汽工作，并担任过中国汽车零部件工业公司副总经理、中汽工程咨询公司总经理、美国华鼎汽车技术贸易公司总裁、中国汽车工业咨询发展公司总经理、中国汽车工业咨询委员会秘书长、北京市政府顾问、浙江省汽车行业协会顾问。

泛数字化 让新常态下汽车产品转型升级跳起来

当代汽车产业的发展已成为促进实体经济稳中求进，持续发展最具代表性的典型产业之一。

工业 4.0 可以说是汽车产业转型升级的根本性目标，而数字化和泛数字化是实现这一宏伟目标的一个重要工具和手段。

汽车产业的泛数字化是在当代数字化基础上演化形式的产物，这样构成了汽车产业整体数字化的两大体系，它们之间虽有区别和差异，但对汽车产业的创新驱动，推进供给侧结构性改革和形成先进的制造业都起到灵魂般作用。

现代汽车产业的数字化

汽车产业数字化应用已近 50 年的历程了，它突破了过去那种手工操作，计算、物理设计、制造的程序，而是应用现代化的计算机整体的工程系统，在设计、制造、营销、服务诸领域的虚拟平台上，进行构思、建模、计算、测试、评估、定案，达到对产品设计优化，集成，快速开发的效果。

我以一个简要的亲身了经历来说明。在上世纪 60 年代，我们要计算汽车后桥螺旋伞齿轮的开发数据，那时没有数字化计算机，是用手摇的机械式计算机，不停的摇，用一个多月时间才算出来。而我在 80 年代初在美国通用汽车公司萨基诺齿轮工厂考察时，同样的产品用数字化计算机开发，仅用半个小时，而 90 年代初，我再到他们工厂参观时，他们在大型数据库等科技支持下，只用几分钟即可完成，而且可以把你提出不恰当的要求进行纠错，给出最优化的设计方案。又如在通用汽车公司，在 70 年代末，每天都要对新开发的新车型汽车进行不断的实体冲撞、风洞试验，忙不过来，而到 90 年代应用数字化计算机上进行冲撞、风洞试验后，上述物理上实验减少了 80% 以上，而且数字化得出数据相当准确，快速和仔细。

数字化是企业竞争力的核心驱动力

当代，数字化的内涵已形成一种产业链数字科技应用体制，已建立在一整套比较完整、完善、完美的数字化应用理论和体系。我们不少汽车企业的数字化汽车开发水平已经达到相当好水平，但从产业整体角度看，我们数字化水平相差很大，特别在中、小型汽车零部件企业数字化应用水平比较差，出现“数字鸿沟”现象，需认真提升。

1、互联网 +，跨界融合

互联网 + 数字化，成为汽车产业更好实现跨界融合，重塑结构、创新驱动、开放生态、连接一切的推进器，可以说互联网为汽车产业大力造就了数字化的沟通能力。如当前国内众多汽车和零部件企业厂商都到美国硅谷设工厂、设办事机构，设研发中心，这是非常好的科技沟通渠道的应用办法。但在汽车界流通一种说法：汽车人向外沟通容易，对内沟通难，“外易内难”，使国内的合作、融合、重组产生不少难点，急需克服。

这里我们重提一下，汽车产业能否在“军民融合”上，做到以军促民，以民养军的策略来上一个大举措，来一个融合兴业的突破。

2、软件领域二次开发，实现自给

在工程应用软件领域目前基本上没有实现自给，全靠进口的，或是租用的，然后按自己专业进行二次开发，由于这十多年来二次开发经验，我们不少企业已经取得比较好的经验。

二次开发对汽车产业是实践性很强一门科学，由于我们仍有不少企业在这方面下苦功夫不够，还处于“补丁”状态，人们常说的是“软件危机”，我们期望有更多汽车企业在二次开发软件上，取得更好成果。

3、产业链协同开发，发展扁平化

当前在计算机支持下进行数字化协同开发，已成为汽车行业开发工作的共识，而且不断深化协同开发的工作中，但当前汽车产业协同开发多处在汽车厂商与零部件供应商之间，对产业链上进行协同开发工作还处于个别现象。我们建议，为深化协同开发工作效果，要从原材料，基础研发产业开始，从纵向协同向横向扁平化协同方向发展。

4、汽车试验数字化、专业化，提升工程水平

当前要加强和深化数字化汽车试验工程工作，当代我国综合性试验工程已经取得较好成果，如全工况汽车试验场地、碰撞试验，风洞试验，噪声试验，汽车排放试验等装备都比较先进，而且多是进口的。

当前，在汽车试验工程上急需解决两大问题，一是专业化零部件试验工程还比较欠缺，一般多处于为质量标准化试验，而对产品专业性性能试验就差了，一是在试验中应用数字化水平还不够高，这影响到试验性工程水平。

5、加强资源管理，集成优化资源效率

当前要加强数字化资源的管理工作，我们已有不少汽车企业应用了 ERP（企业资源计划），以提升企业数字化应用管理水平和效果。当前 ERP 已发展到 ERP II 阶段，主要表现原有从内部资源管理，向产业链资源管理方向延伸，达到更好的从社会化角度，集成和优化企业数字化效益，特别是对汽车提升企业的资源效率，提高质量，降低成本做好工作。

当代 ERP 正走向 iERP 方向发展，新一代的 iERP 基于企业的数字化资源功能能有更多扩展性、动态化、集成化、个性化、能够更好把客户满意度提升到最大程度。

6、重视微创领域，寄望“双创”群体

当前，我们寄望汽车产业能出现成千上万，众多的，微小化的“双创”企业群体，我抓住一个微小的专业化科技，应用数字化科技，就在这一微创领域上达到国际最高水平，这在汽车产业发达国家已经不断发展中，这种“创客活动”的方式，对重塑汽车产业数字化水平，添加一个新生的力量。

汽车产业的泛数字化

泛数字化可以说是一种基于人工智能计算机体系的运筹、模拟、认知、决策、控制、执行的综合性系统工程的模型，这和传统的计算机运作有着本质上提升。当前，国内外汽车产业中多已比较广泛和深入的应用，如在智能汽车、全自动驾驶汽车、清洁能源汽车和传统汽车的改进上，在汽车制造领域可更好的应用于自动化生产线、数字化工厂、数字人、机器人等建设上。这种科技可能会是一种“破坏性”创新，促使汽车产业数字化和众多高新技术的融合，在汽车产业结构的整体水平和素质上会有颠覆性提升，呈现出指数般质量增长态势。

我们说泛数字化的构成，基本上是智能化的硬件 + 软件 + 内容模型应用的。以智能化硬件讲，当前还多用多媒体计算机，而且将很快出现光子计算机、激光计算机、生物计算机、量子计算机；在软件上已探索研发和应用人工智能神经网络、专家系统、超循环机制、耗散结构系统、模糊控制系统、混沌理论等高级信息系统上；在内容上主要是表现应用智能化硬软件，建设起有效的智能控制工程系统。控制论是一门现代高端化的信息科学，智能化的汽车产业的控制系统，表现出在众多不确定性、非线性、模糊信息和多变环境情况下，善于应用自学习、自组织、自适应等手法，对受控对象实行最有效的、精确的、快速的、平稳的控制，实现原有设想权值的应用上。我们在信息领域也常听到一种灰色说法，叫“黑箱控制”，这可以说是汽车产业智能化一种系统应用机理的经典表白。

从哲理上看，泛数字化也是一种知识型信息管理机制。我们期望有众多的汽车厂商和零部件厂商都能依赖知识的力量，把自己建设成为一种“知识型企业”、“学习型企业”、“数字化企业”、“生态型企业”，“人文化企业”、促使汽车产业自主型产业特色和实力能充分的显现出来，自主品牌汽车的市场作用力越来越好，品牌力得到更好的提升，这对我们从汽车大国走向汽车强国将起到不可估量的作用，把汽车产业这个实体经济搞得越来越奇妙，越坚强，汽车产业将向“超制造业”、方向迈进。

当前，在国内外正兴起一股“脑工程”热，我国在这方面已列入国家重点战略产业规划，正在赶超美欧发达工业国家。“脑工程”将促使汽车产业走“智造”道路上的蜕变。国际汽车界人士谈论，“脑工程”的汽车该是什么样子，会进步到什么程度，至今还是个“迷”。

总之，不管是数字化还是泛数字化，我们都要用决心，信心，耐心的行动，撸起袖子干起来，不达目标绝不停顿，绝不罢休。

（供稿：浙江省汽车行业协会顾问 陈光祖）



中国汽车特色小镇：“车”该往哪开？

宁波宁海智能汽车小镇、金华市新能源汽车小镇、湖州西南在建的智能汽车特色小镇……以新能源汽车生产为主体，涵盖生产制造、技术研究、车联网+、互动体验、生产生活的新型产融结合的特色小镇正在全国涌现。但汽车小镇这么火，“车”到底该往哪开才是对的方向呢？

因地制宜，特色立镇

特色小镇不是简单的物理空间的建设，而是涵盖规划设计、投融资、建设运营、服务等一体的系统工程。在城镇化转型的大背景下，发展特色小镇，必须创新思路、创新方法、创新机制，防止‘穿新鞋走老路’。

如何防止特色小镇建设走老路？陈亚军建议，首先要坚持因地制宜、分类施策，切忌“东施效颦”、一哄而上。

金华新能源汽车小镇则提出以汽车摩托车产业基础吸引企业，以补贴促进企业发展。金华的前身为“中国汽车摩托车产业基地”，拥有较好的汽车零部件产业发展基础。在推进传统汽摩配件产业的基础上，培育发展新能源汽车整车及零部件产业，形成了众泰、康迪、绿源等企业为代表的电机、电控等完善的产业体系。2016年，金华累计发放新能源汽车产业和推广应用补助资金超过1.15亿元。在产业和市场双重推动下，金华市新能源汽车小镇应运而生，已完成固定资产投资31.2亿元。

防止走老路，也要坚持特色立镇，特别是特色产业建镇、强镇、富镇。在建设特色小镇过程中，要重点引导企业聚焦城镇产业发展。

宁波，国家新能源汽车推广试点城市。宁海，有中国汽车零部件、模具等产业基地。宁波南部滨海新区工作人员表示，良好的生产生活环境吸引了吉利知豆的入住，而吉利的到来犹如为宁海智能小镇注入了强心剂，同时也带动了当地企业的产业转型，更吸引了智能汽车的上下游企业。国内车载电脑上市企业索宁科技、北斗航

天卫星应用科技集团等带来了10余个相关项目，涉及电机、电池、整车、汽车零部件等配套产业。而宁海本地的企业也不干落后，双林集团先期投资7.5亿元生产自动变速器。

“支持各地以特色小镇理念改造提升产业集聚区和各类开发区的特色产业”。抓住机遇，宁海提出了智能汽车小镇理念。除了以智能制造为特色发展新能源汽车产业，嫁接汽车文化旅游功能和城镇居民居住功能成为最具有情味的亮点。

此外，要围绕人的城镇化，统筹生产、生活、生态空间布局，完善城镇功能，补齐城镇基础设施、公共服务、生态环境短板，打造宜居宜业环境，提高人民群众获得感和幸福感，避免形成“空镇”“鬼镇”。

摆正位置，政府主导转引导

在特色小城镇建设中，政府应重新定义在中小城市建设经营管理中的职能，不再“大包大揽”，而是主动“瘦身”，将城市具体建设经营交由专业化企业，多数公共服务供给也通过购买服务来实现，政府主要担当好城市管理者、监督者的角色。

为助力特色小镇发展，2016年，国家发改委与国家开发银行、中国光大银行、中国企业联合会、中国企业家协会、中国城镇化促进会联合实施“千企千镇工程”，旨在引导社会资本参与美丽特色小（城）镇建设，促进镇企融合发展、共同成长。

开展“千企千镇工程”，被认为是政府引导、市场主导、多元化主体参与特色小（城）镇建设运行管理模式的新探索。理清政府和市场的关系，充分发挥市场配置资源的决定性作用和更好发挥政府作用，充分调动市场主体的积极性，避免政府“大包大揽”；同时也引导社会资本参与特色小镇建设，促进镇企融合发展、共同成长。

“以前落户新地方，总担心遭遇‘婆婆式管理’。现在，我们享受着宁海‘妈妈式服务’，感觉就在自己娘家。”知豆汽车副总裁温红光表示。一年多来，宁海智能汽车小镇坚持政府引导、企业主体，总体建设由知豆等公司共同引资。其余的服务保障交给政府。

规划设计上，打造新能源汽车的生产智造区，发展零距离参观整车生产的工业旅游；基础设施上，采取PPP模式；2015年投资15.1亿元，建成8个项目；去产能上，企业由产考核使落后产能淘汰；降成本上，标厂租赁让中小企业降低用地成本，一对一服务机制，倒排项目建设时间表，降低制度性交易成本。

“这不是只有农业文明的行政建制镇，也不是只有工业文明的经济开发区。”宁海县发改局局长项汉明认为，特色小镇理念从制度上解决了服务于“人”的问题，从事生产、享受生活、拥抱生态多规合一，是推进供给侧改革的有效创新。

新能源汽车行业争抢小镇

对于国内的新能源汽车行业来说，布局产业特色明显的特色小

镇正成为非常重要的战略目标，例如吉利知豆电动车在宁波宁海设立生产基地；华科汽车、零跑汽车、弘驰科技等企业入驻金华新能源汽车小镇，特色小镇正在成为新能源汽车行业的兵家必争之地。

特色汽车小镇将成为整合新能源汽车产业链、补齐新能源技术和规模短板、推动技术创新和产业升级的“梧桐树”。聚集着成本、政策、人才优势的特色小镇是新能源汽车企业落地的最佳载体，也是中国新能源汽车行业发展的试验田。

专家指出，由大企业进驻，政府推动形成的新能源汽车小镇所形成的集群效应和规模效应可以有效缩短研发的时间和成本；新能

源汽车企业带来资金和就业机会，汽车小镇提供生产生活等配套设施，这样诞生的互补效应有利于产业发展，更有利于产业集群的形成。每个新能源汽车小镇，各有各的招数，通过发掘内在优势，进行合理的资源利用以及对国际经验的学习和参考，相信会有一批这样的特色汽车小镇成为中国的沃尔夫斯堡。

在产业融合发展的大背景下，跨界融合已经成为文化发展的新常态，产业结构、业态构成等都在不断发展，日渐充实、丰富和完善，为汽车小镇的培育与发展提供了有益的思考。

（浙汽协综合整理 供稿：李晶磊）

产能过剩 资本匮乏 2017年独立后市场亟待新机遇

去年，汽车行业增长了十多个百分点，两倍于GDP增长，从投资的角度看，这是唯一可以闭着眼睛追投的产业类别，但低端产能过剩高端产能不足的问题让这个行业没多少值得投资的项目。从盈利能力看，主机厂-4S体系仍然是唯一能够成规模的投资标的，围绕4S体系的数据服务、Saas服务、咨询服务仍然有大量创新空间和投资机会。

相反，过去几年资本在独立后市场砸下的上百亿真金白银几乎全打了水漂，而整个行业的利润根本支撑不了创新。

很多业内人士会说，目前的过剩主要在一二线城市，三四线甚至农村市场并不过剩，但从行业实践看，越是经济发展落后的地区，低端产能越缺乏变革动力，消费者支付工时服务费的意愿越低，这会导致当地陷入更糟糕的恶性竞争。投资越大，风险越大。改变这个行业的仍然得看资本。

一股力量是主机厂正在大规模推进的社会化连锁维修体系，这个体系如果坚持不并购，坚持在经济欠发达地区积极布局，继续给独立后市场门店施加压力，让产能过剩来得更猛烈，从而让更多的独立门店陷入亏损。

一旦出现全行业亏损的状况就有可能引发变革，而这个变革就是监管方式的变革——借助环保、社保税收合规、消费者保护和事故车诚信经营，大幅提高准入门槛。

另一股力量是二手车巨头。易车等汽车互联网公司通过资本布局完善二手车生态，围绕二手车生态的竞争将真正催生汽车后市场的售后服务生态，这个生态必然是多品牌的，但有资格参与的独立后市场门店也不会太多。

目前看，二手车的车源仍然主要来自4S体系，未来至少有50%的二手车源和交易仍然会由4S体系控制，而低端二手车是不需要售后服务的，追求低价的这类低端二手车无法满足独立后市场的盈利需求。不交税、不给员工上社保、环保不达标、使用假冒伪劣配件，这样的低端独立后市场终端只有低端的就业价值，



没有其他价值。

对投资机构而言，目前唯一值得投资的是B2B项目，即以4S体系为背景的数据服务、Saas服务、供应链服务。至于独立后市场，在主机厂都没有出牌，全行业严重过剩的背景下，除了优质门店整合并购，看不出还有其他商业机会。

至于B2C的后市场项目，我认为得先解决B2B的服务创新问题之后，才会诞生B2C的后市场项目。遗憾的是，二手车巨头和保险巨头的布局节奏是不可预知的，而且目前这类项目的赛道上已有很多选手，在主机厂加大社会维修体系投入的情况下，风险投资驱动的创业公司大多数陷入迷茫。显然，这种情况下继续投资新项目对投资人而言是没有意义的。

对独立后市场而言，2017年将是漫长的寒冬，4S体系的多品牌维修会有新机会，这会给二手车、新能源车的售后服务带来全新模式，对4S体系而言也是变革的新机遇。

（来源：经济参考报）



商务部将从四个方面促汽车消费发展

商务部发言人孙继文 3 月 23 日在发布会上说，针对前 2 个月汽车销售回落的态势，商务部将从四个方面采取措施促进汽车消费市场发展。

这四方面措施包括，一是近期将出台《汽车销售管理办法》，打破品牌授权销售单一模式，加快构建共享型、节约型、社会化的汽车流通体系，激发汽车市场活力；二是充分释放二手车市场的消费潜力，商务部、公安部和环保部已于近日联合发文，要求各地全面取消二手车限迁政策；三是复制推广汽车平行进口的试点经验，优化汽车市场供给，更好满足消费者多样化需求；四是修订《报废汽车回收管理办法》，推进行业的转型升级发展。

汽车消费一直是我国消费市场的亮点。数据显示，2016 年，我国汽车销售超过 2800 万辆，同比增长 13.65%，增速较上一年提高 9 个百分点。不仅销量再创历史新高，还连续 8 年蝉联世界第一。

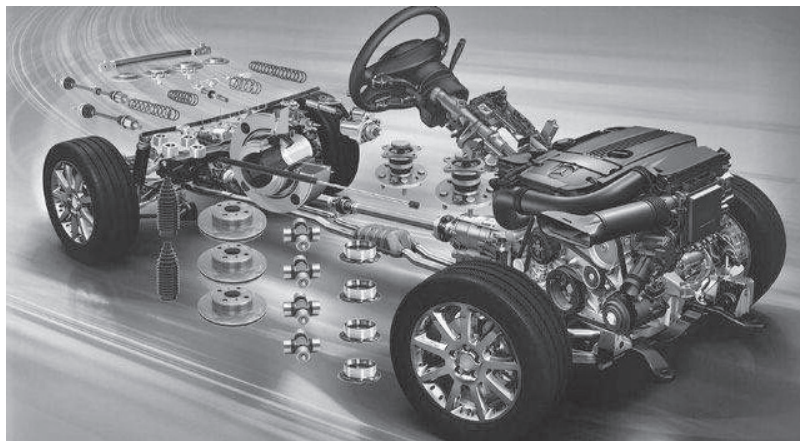
而今年 1-2 月，汽车销量为 445.9 万辆，同比增长 8.8%，比去年增速回落 4.9 个百分点。孙继文分析，回落的主要原因是受到 2016 年新车销售快速增长抬高基数，以及小排量乘用车购置税优惠政策力度减弱等的影响。

2015 年 9 月，国家颁布购买 1.6L 及以下排量汽车的购置税减半政策。去年 12 月 15 日，财政部公布购置税优惠新政，“减半”优惠终止，代之此前“5%”的是今年 7.5% 的税率。同时，自 2018 年 1 月 1 日起，将恢复按 10% 的法定税率征收车辆购置税。国家层面的新能源车补贴新车也已出台。

“影响车企产销决策的最大不确定因素‘补贴新政’已落地，从二季度起，行业有望回归有序生产，新能源车产销有望上量。”国信证券分析师梁超分析说。

（来源：凤凰汽车）

电动汽车为我国零部件企业带来新机遇



对于我国新能源汽车产业来说，2020 年是一个重要的窗口期和提升国际竞争力的关键期。2020 年之后，随着补贴的退出，外资、合资品牌将会发力，届时留给国内企业提升核心竞争力的时间并不多，未来 5 年是我国新能源汽车产业发展的关键期。

我国将电动汽车的发展上升为国家战略，得到了包括汽车零部件、互联网、电子电力等相关行业企业和投资者的积极响应。经历导入期的磨炼之后，企业逐渐找到了感觉，看清了机会和前景，将发展电动汽车作为公司发展战略的重心，很多企业已经由“试试看”转向了“铁了心干”。短短几年，我国的电动汽车产品已经从燃油车改装走向了正向设计。2015 年以来，已经有 10 余家企业发布了电动车发展战略，比如上汽的“绿芯”战略、北汽的“卫蓝计划 2.0”战略、吉利的“蓝色吉利行动”计划等等。

而电动汽车的发展也为我国零部件企业带来了新机遇，能否抓住弯道超车的机会，提高核心竞争力，重新定位自身在电动汽车领域的地位，是各大企业必须思考的重要问题。

首先，零部件是一个相对稳定的巨大市场。在汽车产业链中，整车与零部件处在不同的位置，整车是品牌企业，面对最终用户，竞争最为激烈。而零部件是中间产品，它面对的是多家整车企业。目前，一辆车的成本中，外购零部件要占到一半以上。因此，汽车零部件是一个非常巨大的市场，只要汽车市场的总体状况没有大的变化，零部件市场就会相对稳定。因此有人说，宝马、奔驰如果离开了博世可能要关门，但是没有了奔驰、宝马，博世却不会关门。

其次，很多零部件都是密集型产品，汽车大量的核心技术都在零部件领域。从 100 多年汽车产业发展的情况看，正是零部件企业在技术上的一次次突破，推动了汽车产品水平的提高。比如，防抱死刹车、子午线轮胎、汽油喷射、安全气囊、GPS 导航等等，都出自于零部件企业的创新，某种意义上说，整车企业对零部件有很强的依赖性。

如今，燃油车的零部件板块已经被固化，而电动汽车正在深刻改变着整个零部件体系，这给中国企业带来了机会。比如，电池、电驱动、电控方面所涉及的硬件和软件，转向助力、空调等功能部件的电动化，车身轻量化设计的新材料、新零部件和新工艺，充电设施涉及的电子电力，自动驾驶涉及的感知传感器器件、操作执行器件以及计算信息传输、导航、防碰撞等所涉及的硬件和软件等。特别是电动汽车的智能化到最终的无人驾驶，扩大了整个零部件的范围，零部件的概念和范畴正在改变。而这些领域几乎都是空白，

技术的壁垒尚未形成，技术路线还有多种选择，存在着巨大的创新空间，给新的进入者提供了众多的机会，也为中国零部件企业的发展带来了历史性机遇。

最近，英特尔公司并购了一家以色列的高科技企业，这家企业研发出一种基于视频的软件，在无人驾驶中用于巡航和防碰撞，具有很强的竞争力。英特尔公司为并购这家企业花了 153 亿美元，也就是说，与汽车相关的配套零部件一旦有了新的突破，就会具有很高的溢价能力。

在传统燃油车领域，中国的零部件企业缺乏创新能力，在产业发展中处于跟随地位，一直处在拼价格的困境中，导致的结果是利润率非常低，低利润率又使得企业没有足够的经济能力去专注于再研发，所以在低端产品上徘徊很多年。

但电动汽车产业的发展带来了零部件方面的新需求，目前还没有形成壁垒，要改变我国零部件产业的困境和发展状态，这是一个绝佳的机会。我们应当通过技术创新开发出自主技术的产品，从而提高溢价能力，获得高收益。

因此，电动汽车的发展必须要汲取燃油车发展的经验，绝不能走技术空心化的道路，面对新的形势应该持续加大零部件创新和研

发力度，零部件不仅必须要与整车同步，而且必须有超前的技术准备，这一点非常重要。现在中国缺的恰恰是具有技术实力、创新能力、掌握核心技术的零部件企业。中国作为全球最大的汽车产销国，在新能源汽车快速发展中应当也必须成长出一批高水平的、具有竞争力的零部件公司。目前，万向、福耀玻璃等企业已走在前面，而后起的宁德时代、精进电机、科力远动力、汇川技术等众多企业也正在跃跃欲试。

不过，我国企业也要认真提高零部件产品的质量。汽车是一个高价值耐用品，涉及人身和财产安全，零部件企业要用科学严谨的流程保障产品质量。按照“中国制造 2025”的路线，首先要在关键环节实现自动化，减少人对质量的干预，目前电池等一些产品供不应求，有些产品为了短期利益追求产量、放松了质量，这是非常危险的。最近，高田安全气囊召回事件再次证明，质量上的“差不多”是绝对不行的，质量管理是企业的核心竞争力，产品质量这个坎过不去企业就没有希望。我们应当抓住当前新能源汽车供应链重建的机会，做强、做大零部件企业，为中国新能源汽车健康发展提供有力的支撑。

（来源：中国汽车工业协会）

汽车投资管理政策酝酿 燃油车扩产能将被严控

国家发改委产业司司长李元日前透露，目前相关部门正在起草《关于完善汽车投资项目管理的意见》，内容包括禁止核准新建传统燃油汽车生产企业投资项目，严格控制现有汽车企业扩大传统燃油汽车产能，加强汽车产能监测、分析和预警。同时，规范新能源汽车投资项目条件，大力推进动力电池等核心技术攻关和充电基础设施建设，引导企业和社会资本合理投资。按照谁审批谁监管、谁主管谁监管的原则，落实汽车投资项目监管责任，加强事中事后监管。

国家发改委年初时明确表示，2017 年将进一步深入推进供给侧改革和“三去一降一补”，尤其是在去产能方面，除了煤钢之外，其他行业落后产能也将进入去产能名单。专家认为，汽车产业最有可能纳入新的去产能行列。

有专家指出，2016 年前 11 个月，中国汽车产销达到近 2500 万辆，同比增长都超过 14%。与此同时，汽车产业已经存在超过 600 万辆的在建产能，产能过剩的苗头已经显现。

在实际操作中，汽车产业去产能的步伐已经开始。2016 年上半年，包括双环、庆铃等在内的 13 家汽车企业被工信部撤销了乘用车生产资质。这意味着汽车产业已经开启去产能进程，一些经营不善，不能满足市场需求的企业正在加速退市。督促落后产能退出，实现资源整合升级，成为汽车产业的一个常态。

面对产能过剩，不仅是在传统汽车领域给予高度警惕，在新能源汽车领域也已经被严格控制。目前，北汽新能、长江汽车、前途汽车、奇瑞新能源、敏安汽车、万向集团等几家企业获得了纯电动汽车生产资质。据了解，目前共有超过 200 家企业在申请新能源汽车生产资质。业内人士认为，如此严格地控制新能源汽车准入门槛，也是防止产能过剩的一种考虑。

（来源：腾讯汽车）



吉利全新商业模式开创业界先河 LYNK & CO（领克）品牌中国发布 03概念车全球首发



4月16日，欧洲技术、欧洲设计、全球制造、全球销售的高端汽车品牌 LYNK & CO 于今日在上海西岸艺术中心举办互联共创之夜暨中国发布会。凭借欧洲顶尖技术、超高品质标准以及个性、开放、互联的品牌理念，LYNK & CO 将为中国消费者提供行业最高标准的无忧购车、无忧用车的超值体验。发布会现场 LYNK & CO 03 概念车完成了其全球首秀，全新轿车概念车完美呈现了 LYNK & CO 品牌“都市对立美学”设计理念的精髓，让设计不止于型，更带来触及心灵的共鸣。

活动现场揭晓了 LYNK & CO 品牌中文名——领克。“领”，寓意领先与引领，以开放的思维、潮流的设计、前沿的技术始终领时代之先；“克”，寓意改变与突破，通过创新科技连接人、车、世界，持续改变出行方式。

吉利汽车集团总裁兼 CEO 安聪慧表示：“当今的汽车行业处在一个风云变幻的年代，我们以开放的胸怀，打破常规、锐意创新，融合东西方的智慧和优势资源、为新一代消费者打造了领克品牌。这个名字寄托了我们对品牌的信心与期待，并折射出我们的消费群体开放、互联的时代精神，以及不断突破自我、挑战一切惯例的人生态度。”

互联共创之夜现场，沃尔沃汽车集团总裁兼首席执行官汉肯塞缪尔森也通过视频表达了祝福，他表示：“沃尔沃汽车将与 LYNK & CO 在中国共享制造基地，按照同样的质量标准、制造工艺同时生产沃尔沃和 LYNK & CO 的产品。由沃尔沃主导，吉利和沃尔沃共同开发的全新中级车基础模块架构 CMA 将保障我们的产品品质达到全球领先水准，不惧任何竞争。”

互联与分享：领先世界建立汽车分享技术架构

领克高级副总裁魏思澜先生（Alain Visser）现场演示了全球首创的汽车分享技术，领克成为全球首个具备汽车分享技术架构的汽

车品牌，其首款车型 01 将支持基于信任人群和会员制社群之间的分享功能，为消费者提供与众不同的用车模式。

本次互联共创之夜还邀请了全球知名旅行社区 TripAdvisor（猫途鹰）和全球公寓民宿预定平台途家（Tujia），TripAdvisor（猫途鹰）中国区首席运营官潘浩栋、途家首席财务官蔡锋到场共同探讨了未来出行方式的变革。猫途鹰专为全球旅行者提供超过 190 个国家的旅行信息及来自全球旅行者的点评和意见，并因此被全球用户喜爱；途家通过其可靠的共享交易平台为用户与房东提供旅行住宿的连接而迅速崛起，在线房源超过 45 万套，覆盖国内 335 个目的地、海外 1018 个目的地。三方认为，互联共创时代，为不同行业、不同品牌的跨平台合作提供无限可能。未来，汽车将不止于解决人们出行需求，还将打破空间、区域的限制，成为一个可分享的平台。

创新商业模式打造全程无忧体验

领克高级副总裁魏思澜先生现场公布了“无忧体验”的创新商业模式，并表示：“基于对自身技术、品质和售后服务能力的自信和个性、开放、互联的品牌理念，领克对标豪华品牌，将为中国消费者提供行业最高标准的无忧购车、无忧用车的超值体验。”

领克品牌承诺为消费者提供终身免费质保、终身免费道路救援和终身免费数据流量等服务，让领克车型成为消费者安全无忧的移动终端。同时，领克全新商业模式还包括透明的价格体系和订单系统，最大化的节约了用户选购的时间成本，使购车过程更加轻松愉悦；此外，自由度极高的按年或按月消费的合约模式，让消费者可以自由灵活的更换车型，满足都市年轻人群个性、开放、互联的用车需求。

LYNK & CO 03 概念车全球首发

LYNK & CO 03 概念车的全球首发再次印证了“都市对立美学”设计理念可灵活运用于不同车身形式，并形成独具特色的个性风格。“都市对立美学”设计理念的灵感来自国际化超级都市，这些城市活力四射、忙碌喧嚣、充满能量，其白昼到黑夜的场景变化和都市年轻人心灵上的矛盾与冲突，给他们带来了巨大的启发。与传统“以型而言型”的设计思路不同，“都市对立美学”设计理念从现代都市人群的生活场景和内心情感中汲取灵感，在传统与现代、传承与颠覆、自我与从众、迷茫与坚定的强烈对比和完美融合中寻找对品牌价值的表达，并通过品牌概念车、LYNK & CO 01 及未来一系列车型逐一呈现。

“都市天际”前脸造型、“北极之光”LED 日行灯和“能量晶体”尾灯是 LYNK & CO 03 最具品牌识别度的个性标识。设计师为 LYNK & CO 03 概念车赋予了强劲的运动风范，并实现了设计语言由外向内的延伸；开阔的水平式液晶仪表盘以及向驾驶员倾斜的多点触控高清中控屏幕呈现出以驾驶员为中心的设计思路；采用同心

设计的出风口以独特的倾斜幅度为车内提供干净、清新的空气；令人惊叹的一体式运动座椅，使 03 概念车在内饰设计上同样彰显出“都市对立美学”设计理念中自我、尊重、颠覆和深邃的四大核心要素。

得益于全球领先的设计研发优势和创新商业模式，领克以推进

变革的姿态在传统车企与互联网造车之外，开辟出汽车通往未来的全新路径，使汽车产品和服务实现了与互联网时代出行需求的对接。作为全球最大的汽车消费和创新互联技术应用市场，中国将为领克的高速发展提供强劲动力。”

（来源：吉利集团）

萧山区区长王敏一行到杭发公司调研

3月29日下午，杭州市萧山区区委书记、区长王敏一行到中国重汽杭州发动机有限公司调研。

在杭发公司董事长邢忠、总经理余建江等人陪同下，王敏一行参观了杭发公司产品陈列室、MC 机加工生产线、MC 装配线。邢忠向王敏介绍了杭发公司的企业概况和发展历程，以及公司近年来在新产品开发和管理升级等方面所做的主要工作。

王敏询问了发动机的市场配套情况和相关技术指标，对杭发近年来通过管理创新给企业发展带来的变化和取得的成绩给予充

分肯定，充分赞赏中国重汽产品的先进性和公司生产现场的现代化、信息化装备，希望杭发持续增强技术创新能力，不断提高企业的核心竞争力。

王敏表示萧山区仍会一如既往地做好对企业的服务工作，从各方面支持企业，企业在转型升级中有什么困难、要政府给予什么支持可以随时提出来，衷心祝愿杭发公司在新的一年里取得更大的成绩，实现更好更快的发展。

（供稿：重汽杭发 缪孔文）

卡特彼勒全球质量经理访问银轮

2017年3月31日，卡特彼勒全球质量经理 Anna Lee、卡特彼勒区域质量经理 Gelen Wang、卡特彼勒质量经理 Lisa Wang、卡特彼勒资深黑带 Leon Xing 等一行质量团队访问银轮公司。银轮公司董事长徐小敏、党委书记柴中华、研究院院长刘浩、公司副总经理李钟麟等公司高层参与接待交流。

据悉，这是卡特全球质量经理 Anna Lee 第一次访问银轮公司，其主要目的是想详细了解银轮公司当前的生产运营现状、业务开展、组织机构情况及银轮如何在细节上对待质量等方面，属于友好的业务交流访问。由于此次来访的是卡特全球质量经理，因此，Anna 团队对于银轮的质量文化及质量运行、管理体系异常关注。而银轮也是积极配合，派出了包括板式、总成、卡特、后处理及银申在内的各工厂质量管理人员就各自工厂推行落实 BIQ 情况进行了详细且全面的介绍，获得了卡特彼勒质量团队的充分肯定。

银轮公司董事长徐小敏先生高度重视此次与卡特质量团队的会面，充分利用繁忙的市人代会会议休会间隙，专程驱车赶回公司与 Anna 进行深入的沟通交流。徐董在现场表示：卡特彼勒作为全球工程机械领导者，银轮一直以来都始终紧跟卡特彼勒的发展脚步，对于与卡特的同步发展战略并非只是单纯的口号，而是实实在在体现在银轮的使命、愿景、价值观上。同时，银轮也会始终保持与卡特彼勒高层战略互访，通过持续良性的降成本，坚定不移持续推进 BIQ 质量建设，大力推动后处理发展来不断拓宽加深双方的互动合作，以此来建立更加紧密的企业战略命运共同体。

Anna 则对于银轮公司所展现出来的敬业精神及诚意表示钦佩，

对银轮不断为更好的发展所做的一系列工作及努力表示肯定，并在现场表示：通过此次的访问交流，能充分感受到银轮领导层的战略视野及发展激情，祝愿银轮能够在新一轮新兴市场（印度）的竞争中胜出。同时，她也反复强调了质量的重要性，并希望银轮能继续保持当前的状态，持续推进质量文化建设，将对要落实的各项质量工作务必要细化到每一个角落。

访问的最后，Anna 团队还实地参观走访了板式、总成、卡特、后处理等工厂，现场提出很多宝贵的质量提升、安全防护的意见。（来源：银轮机械）



动态聚焦

鸿徒百城百万人 45 公里马拉松新昌站 美力正道行

4月8日上午7时，第5届“鸿徒马拉松”全中国百城百万人45公里新昌站徒步活动在美力科技厂区正式启动。公司员工积极响应活动号召，共计380余人参加。

浙江美力科技股份有限公司董事长章碧鸿动员讲话并宣布活动开始。一路春风一路情，伴随着万里晴空的好天气，美力人热情高涨，大步向前。

进入乡道，少了些许城市的喧嚣，多了一份乡间的清宁。在前进路上充分享受着百般红紫斗芳菲的春光美景。

一路上，公司后勤保障组为大家设置了能量补给站；公司武装部为大家的安全行走保驾护航。小小的垃圾就是自我教育，一个简单的蹲下与站起在45公里面前就是一个很大突破，是阳明心学“致良知”最具体化的表现。汗水流淌，但脚步依然坚定；身体酸疼，但所有人依旧咬牙坚持。美力人一路并肩而行，互相加油，互相扶持，成功到达终点。身体虽然疲倦，但每个人脸上都带着胜利的笑容，他们为自己的坚持，为自己不走捷径的正道观喝彩。

徒步，很简单。但时间一长，距离一长，就非常艰难！当整个美力团队走起来的时候，这就是一场宏大的正能量活动，

十分贴合公司所倡导的“正道、责任、创新、成就”的企业核心价值观。

同时“45公里”徒步也培养了美力人勇敢超越自我、绝不轻言放弃的毅力与品质，让美力人从活动中感悟到心的力量、意念的力量、意志的力量，在大自然中行走、在行走中感悟、在感悟中提升。

（来源：美力科技）



构建休戚与共的新型命运共同体 东风裕隆召开2017年供应商大会



同舟共济，共创双赢。3月23日，东风裕隆汽车有限公司召开2017年供应商大会，号召与供应商一起着力构建共生共荣、互利共赢、共谋发展的新型命运共同体。

会议总结了2016年采购工作，下达了2017年相关经营指标。25家优秀供应商和11家在质量、成本、研发、生产、发动机、综合领域表现突出的优秀供应商获奖。

会议指出，过去的一年，东风裕隆与广大供应商朋友携手共进，使得纳智捷品牌价值不断提升，产品竞争力不断增强，全价值链开展经营改善工作，采购地产业化降本工作也取得一定的成效。2017年，是东风裕隆“减亏损、拓市场、谋发展”的关键之年，为了实现销量必达4.8万台的年度目标。会议号召，作为命运与共、互利共赢的好朋友、好伙伴、好兄弟，供应商要与东风裕隆同舟共济、共创双赢，致力于全价值链持续降成本，改善收益，集中力量降低新优6与锐3车型的成本；致力于持续提升品质，以工匠精神追求极致，为客户提供更有魅力、更有价值、更有品质的商品；致力于强化商品布局，拓展市场，提质增效，为未来发展提供支撑；致力于廉洁经营，按照中央“八项规定”，落实诚信与合规经营的基本要求，共同营造一个廉洁合规的经营环境。

（供稿：东风裕隆总经办）

杭州市人大代表视察龙生股份东区工程

3月3日，杭州市委常委、秘书长许勤华，县委书记朱华，市人大常委会主任游宏，市人大常委会副主任俞建华等20多名市人大代表莅临龙生股份视察东区工程，市人大常委会副主任徐海初、徐志勇陪同视察。

许勤华一行在东区新厂大门处一下车，公司董事长俞龙生、



总经理郑玉英便上前热情接待，并介绍起东区工程的整体规划、布局，资金投入，各类先进设备的引进及生产线建设等方面的情况。随着轰鸣的大型冲压设备的运作声响，市人大代表们先来到冲压车间，参观了智能化冲床正在生产的场景，冲制的产品进入物料框，经物料小车自动送到自动化立体仓库；焊接车间里，焊接好的零件挂上输送链后送往电泳车间；然后，又来到国内先进的八连冲、精冲机旁驻足观看，详细地询问了生产的产品、市场占有率等。

视察中，代表们对我公司建成的花园式工厂，以及国内一流的现代化生产线表示由衷地赞叹。许勤华说，2014年底我来调研的时候，这里的生产线刚开始建设，想不到龙生股份东区工程不仅整体布局合理，现在已经建成了一座国内一流的现代化工厂，而且在自主创新、机器换人、转型升级、智能化建设等方面都取得了可喜的成绩，真是不容易！他鼓励企业进一步做好两化融合、产品品质提升的文章，推动公司不断做大做强做优，为地方经济社会建设作出更大的贡献。

（供稿：龙生股份 杨锦轮）

余杭汽摩协会 “IATF 16949:2016 内审员培训班一期”成功举办

2017年4月10至12日，余杭区汽车摩托车工业协会邀请DEKRA莫晓梅老师在余杭大厦为会员单位成功举办了IATF 16949:2016内审员培训班，31位来自行业的精英人员参加了此次培训。

莫老师从IATF 16949:2016深度解析及主要变化、TS 16949转版到IATF 16949:2016策略研读与解答这两大部分展开。将实践经验融入培训内容中，为汽摩企业质量相关人员讲解了IATF 16949:2016新标准的变化点、变化点的实施运用、内审员的相关条款和审核方法以及案例分析。同时，在培训中，老师多次进行现场审核练习，如“乌龟图案例”，当场点评，给到学员快且准的反馈。

在课程总结时，老师表示“IATF 16949:2016变化巨大，将影响所有的汽车行业的要求，而种种变化的宗旨是为了在问题发生之前防止问题！新标准的最重要变化之一是加入了顾客特定要求，同时在安全件管控、嵌入式软件、设备管理、内部审核员能力、可追溯性管理等方面提出了明确的要求。”

培训人员纷纷表示培训课程非常充实饱满，老师上课既生动又形象，将实践与理论相结合，更容易加深对新标准的印象。在4月12日下午，全体培训人员进行了内审员考试，成绩将于4月

下旬公布，并给考试合格者颁发内审员资格证书。

DEKRA作为专业服务于汽车行业的第三方检验检测机构，致力于为汽车供应商提供更优质的服务。通过培训，DEKRA专家希望学员们基于对IATF 16949:2016标准的理解，具体实施至企业管理流程中，帮助企业提升自身的企业管理水平。

（供稿：余杭区汽车摩托车工业协会 钱玲吉）



国家发改委产业发展处领导调研亚太股份



3月23日上午，国家发改委产业司产业发展处副处长魏仕杰在浙江省发改委产业处副处长余小艳、杭州市发改委副处长宣勤等省、市、区有关部门领导的陪同下莅临亚太股份考察调研。魏副处长此行是为调研智能驾驶产业链而来。亚太集团董事长黄来兴，亚太股份董事长黄伟中等公司领导和专家热情接待并向领导们汇报了公司智能驾驶项目等工作情况。

魏副处长在听取了公司领导和专家关于公司智能网联汽车等前瞻产业布局的汇报后，对公司“一主三新”的规划布局给予了高度评价和充分肯定。他说，目前国家新兴产业的变革核心是智能化，智能化变革又围绕生产制造的智能化和产品技术的智能化

两大方面进行发展。亚太股份不但从传统的生产制造向智能化生产制造发展改造，而且完成了从基础制动系统到电子产品的升级再到智能驾驶等整个产业链的布局，已经走在了行业的前沿。

副处长饶有兴趣地与公司智能驾驶方面的专家进行了全面深入的交流，并观看了智能驾驶技术的演示和77G毫米波雷达、视觉系统、IBS（电子助力系统）等智能驾驶产品，以及参观了产品陈列室，重点观摩了轮毂驱动电机样机。

在亚太股份董事长黄伟中等公司领导和专家的陪同下，魏副处长来到试车场，观看、体验了配备公司智能驾驶技术样车的实车演示，并亲自试驾了由公司改装的轮毂电机样车。魏副处长对公司的智能驾驶技术和轮毂电机技术产生了浓厚兴趣，不断询问技术性的专业问题，在得到了公司技术专家的满意答复后，不住地点头称赞。

随后，魏副处长一行参观了钳体机加车间，重点考察了由公司自己设计改造完成的钳体机加桁架智能生产线，并予以高度评价。

通过本次调研，魏副处长对公司的智能制造情况，特别是智能驾驶项目情况有了较直观、清晰的了解。他鼓励亚太股份继续坚持自主创新，加快智能化车间的改造和实现汽车前瞻新技术的量产，并表示将进一步支持公司在智能制造等项目上的发展。

（供稿：亚太股份 程锦华）

芝麻开门，乐在其中 众泰发布新能源车芝麻

2017年4月7日，众泰新能源品牌战略车型——芝麻产品发布会在南京香格里拉大酒店隆重举行，并公布市场价格，全国实现统一售价5.88万。芝麻是第一款全国统一定价的新能源车，真正实现了跨越区域，在全国有无处补均可销售。

本次发布会主题为“芝麻开门，乐在其中”，现场芝麻与青春梦幻的舞者一同亮相，以其时尚靓丽的外观，超前的设计理念成为全场瞩目的焦点。它不但充分展示了众泰汽车10余年的新能源汽车开发经验，也完美诠释了未来城市的前瞻性出行理念。

丰富色彩打造个性化标签

时尚动感的设计是芝麻给人的第一印象，其巧妙运用复杂线条勾勒出的前脸运动感十足，两侧雾灯区以战斧式黑色饰件包围，如同一颗钻石镶嵌在战斧上，可爱活泼但又不失英武之气，再加上手写体“Domy”logo标识和极具艺术性的“口”字造型中网搭配，更显灵动精致。

为了让每个车主都拥有自己的个性标签，芝麻提供了多彩选择——浪漫白、活力橙、高贵紫、梦想蓝4种亮丽车身颜色和4种套色方案，并且支持个性车贴定制和改装，芝麻要做彰显自我的神器，而不仅仅是代步工具。



人性化设计创造舒适乘坐体验

芝麻配备了根据人体工程学设计的一体式赛车座椅，拥有出色的侧向包裹性和支撑性，即使长时间驾乘也不会疲劳。皮质材料包裹的中控台更显品质，真正做到精致考究，一条蓝色装饰线从两侧车门贯穿仪表台，使内部环境融为一体，炫酷的蓝色背光数字仪表盘更是凸显了芝麻对智能科技的推崇。

虽只有两座，但芝麻空间设计精妙，长宽高分别为2798mm/1563mm/1572mm，座位处空间宽敞，上方高度甚至高于一般家用轿车；内部储物格丰富，充分考虑到了驾乘中车主的多场景需求。此外，芝麻还配备了229L同级最大后备箱，规整的内部构造能够轻松容纳和随意摆放更多物品。

10.1英寸触摸大屏 操控化繁为简

极具互联网思维的芝麻配备10.1寸超大智能触控屏，支持多应用同屏显示的同时还集成了倒车影像、MP5影音播放（支持1080P视屏播放）、蓝牙电话/音乐、GPS导航等诸多功能，随时随地尽享娱乐到底！芝麻独有的芝麻乐园app更是实现了用手机掌控汽车的新玩法，为生活添加更多乐趣。

增设能量回收系统 续航里程突破190KM

众泰一直是新能源车的坚守者，10多年的产品积淀凝聚成深厚的技术实力。不同于其他新能源车，芝麻联合了国内外顶尖的新能源研发团队于Sesa@me新能源专用平台上正向研发打造，驾乘体验更出色。通过与众多国内顶尖战略合作商统筹研发，真正意义上实现了安全、高效的三电系统保障，更有8年或12万公里超长质保，让你使用无忧。

芝麻特别搭载能量回收系统，使得车辆在制动或松油门时释放出多余能量，有效降低能耗，续航里程提升10%，实现≥160KM的综合续航以及190KM的匀速续航里程。同时为了取得耐力与动力的完美组合，车内搭载一颗最大功率为30KW的强力电机，最大扭矩为150N.m，0-50km/h加速时间仅需6.6S，最

大时速可达到110km/h，可瞬间迸发酣畅淋漓的加速快感。

极致用户体验 不断迭代前行

芝麻新能源车定位于城市短途出行领导者，从实际出发面向未来，考虑到当下城市越来越高的生活成本、加剧拥挤的路况和寸土寸金的停车位，芝麻的设计更具前瞻性，小巧灵动的车身可随意穿梭于城市大街小巷，在停车问题上每天可为您节省10分钟，使用成本却只是普通燃油车的1/10，大幅降低了用户的出行成本。

值得一提的是，众泰新能源已成立专业的“产品体验师”队伍，从用户的角度体验产品，根据实际需求不断提出迭代改进方案。发布会上，销售研发集于一身的众泰大迈新能源运营中心总经理高江涛，作为芝麻首席产品体验官表示，“我和团队一直亲身体验，提出了一系列产品改进计划。比如为了解决充电难和里程焦虑症，我们提出了充电到家的安全服务和年免费12次拖车服务，让用户用的放心、安心。”

众泰芝麻，不仅在产品力上有提升，更从服务力、渠道力上做足功课，从用户角度出发充分考虑多场景需求，大胆创新，积极顺应市场需求与变化。我们也期待着，芝麻作为众泰品牌的年中大作，能够在市场上取得骄人的成绩。

（供稿：众泰汽车 陈一璐）



浙江万达： B11FL 系列转向管柱 荣获浙江机械工业科学技术奖三等奖

2017年3月12日，浙江省工业联合会四届四次理事（扩大）会议颁奖大会在杭州召开。“浙江机械工业科学技术奖”是经浙江省科技厅行政审批同意设立并面向全省机械工业的重要科学技术奖。经浙江机械工业科学技术奖评审委员会评审和浙江省机械工业联合会批准，2016年度浙江机械工业科学技术奖奖励项目共评出51项，其中公司自主研发的B11FL转向管柱项目荣获2016

年度浙江机械工业科学技术奖三等奖。

该奖项的获得是对万达股份长期专注技术创新的肯定，公司将深耕转向系统产品的研发和创新，提升公司研发、设计、创新能力和产品制造能力，不断满足客户需求，进一步提升企业核心竞争力，持续创造社会 and 经济效益。

（供稿：浙江万达 来群珍）



带一路全球战略，核心就是市场需求，谁掌握了市场需求，谁就谋得了发展的主动权。

三是科创更需要科学管理和成本意识。要真正引领发展，万安的科研标杆是谁？丰田的核心文化，与万安差异到底在哪里？丰田文化的核心是以素质、能力来考评职务、岗位、薪资。但科研很难量化，唯有考量精神、素质、理想。问题是要拿出方法拿出实绩来。最后，我们要用国际视野，不断攀登科技顶峰。集团顶层更要重视，争取比对手更快更好。超越才是科创，科创最怕被超越。万安要永立科创潮头，不断超越对手。

（供稿：万安科技）

是万安“最宝贵的财富”。

围绕 2017 年各项技术工作要求，陈锋还指出，企业之间的竞争是人才和科技的竞争，没有技术的支撑一切都是空谈。除了上市公司资本保障外，更多是技术系统人才梯队的建设，要用好用足平台，集中资源优势，有针对性的进行科技创新工作，加快实现轮毂电机、无线充电、电子驻车制动、智能驾驶（ADAS）等科研成果转化为产业，为新一代电驱动、智能化、轻量化汽车配套服务。

讲话中，董事局主席陈利祥对万安通过技术升级实现市场升级提出了更高的要求。

一是科创必须励志。科创是一种精神一种奉献，我现在去清华次数少了，但来自清华等高校的万安员工，其研发精神依然让我为之感动。励志，不是励一人之志，而是聚一厂之力，万众一心众志成城。为什么把总经理作为第一商务代表的角色转变为组织部长，即对于科研人才的培育引进要有非常的高度。我们的经营治理 3+3，也不能只是挂在墙上，要渗透带万安人心中。

二是创造产品为的是创造新的市场。科技创新实打实，不能为科研而科研。要把万安发展纳入到整车企业发展规划中去，这是我们的目标。什么是战略营销，今天所有成果，都是三五年前打下的基础，这个营销，是诚信、文化、精神、资源的营销。要以多种形式的路演占位与成功项目为典范，向目标客户推进。科技创新，功在当今利在长远，一切为了市场及市场份额。中央一

钱江摩托：Benelli高调进军阿根廷，新品首发“骑”开得胜！

2017 年 3 月 29 日，是一个值得纪念的日子！意大利百年品牌贝纳利激情进军阿根廷，揭开了其在南美市场分庭抗礼的国际大幕！

据了解，早在本次开幕活动前，贝纳利就做了大量的市场调研和积极的准备工作，在前期的试销阶段就取得了不俗的市场业



绩，大大超过了当地代理商、经销商的预期！

本次发布会阿根廷贝纳利经销商充分利用了场地的优势，结合贝纳利品牌激情、自由的基因，一场关于 Benelli 的激情发布会正在阿根廷的温情港湾完美呈现！

Stefano Michelotti 先生，作为贝纳利全球技术总监，在会上的发言主要侧重于介绍贝纳利摩托车一直注重研发新技术，特别是在阿根廷市场，贝纳利所有导入的车型都引入了完全符合环保要求电喷系统，让该领域成为一个重要的竞争优势，特别是 4 月后，将陆续导入非常受关注和期待的贝纳利全球战略车型，他们分别是 Benelli 302R（ABS）、TNT135、TRK 502（ABS）。

据悉，除了本次盛大空前的发布会取得的巨大成功，贝纳利还将进一步开疆拓土，计划在不久的将来在阿根廷市场开设产能为 2000 辆的总装流水线以满足贝纳利强劲的发展势头和不断扩大的多元化的消费群体的需求。

夜幕降临，贝纳利的激情不止，预祝贝纳利品牌在阿根廷“骑”开得胜，永远大“麦”！。

（来源：钱江摩托）

动态聚焦

天风空压机高端产品赢市场三年蓄势今待发



走进奉化市天风汽车空压机有限公司，只见各个车间车床轰鸣，工人穿梭忙碌，呈现一派火红景象。公司董事长俞冲满面春风地说：“今年天风的订单已排满全年，经过三年的蓄势待发，老牌汽车空压机开始重振雄风了。”

天风是尚田镇重点汽配企业，“阅兵军车空压机天风造”，产品在业内久负盛名。但在几年前，受大环境影响，订单大幅缩减，使天风受到极大冲击，销售一度跌入谷底。2015 年之前，公司销售产值一直徘徊在 7000 万元左右，企业面临严峻形势。

面对企业的生死存亡和汽配行业质量标准的不断提高，以及同行间的激烈竞争和挑战，天风没有被一时的困难所吓倒。从 2014 年下半年开始，公司着力在新产品研发上下功夫，依托省级高新技术企业研究开发团队，与西安交大、哈工大等高校开展

紧密合作，投入 200 多万元，全面启动缸体水冷式汽车空压机和 WP10、WP12、WP13 等高端产品的研发。通过两年多的技术攻关，新产品于去年研发成功。特别是主打产品——双缸空压机，不仅在环保上达到国Ⅳ、国Ⅴ排放标准，而且比原产品减排 40%。

随着新产品的批量投放市场，天风立即受到了潍柴、上柴、锡柴、扬柴等一批主机厂商的青睐。其中潍柴提出每天供货 500 台的要求，以取代国外一家老牌汽配企业的同类产品。

严冬过后是春天，重新崛起的天风迎来了新一轮订单的井喷式上涨。去年，天风销售额重新突破亿元大关，同比增长 46%。今年 1 月，继续保持强劲势头，销售额已达到 2800 万元，销售各种型号空压机 3.6 万台。

“潍柴 WP12、WP13、WP10 等 6 大系列空压机 31.5 万台；上柴 6 万台；扬柴 3 万台；锡柴 1.8 万台……”翻开天风的新年订单，这些国内知名重型汽车企业赫然在册，订单总数已超过 40 万台，业务量已排满全年。而为圆满完成订单任务，天风于最近投入 500 万元，新增 9 台高端设备，扩大产能，力争全年销售额突破 2 亿元大关。

在确保完成全年产销目标的同时，天风审时度势，进一步加大科技创新力度，瞄准国Ⅵ标准的高端汽车空压机研发。俞冲豪情满怀地表示，除继续专注于汽车空压机新品研发外，天风还将拓宽业务范围。目前，天风已成功研发新能源电动客车空压机，预计不久便能批量生产，并投入市场。

（来源：奉化天风）

科技创新 功在当代利在长远 万安汽车零部件产业2017技术大会召开

日前，万安汽车零部件产业 2017 技术大会顺利召开。董事局主席陈利祥，董事陈永汉、陈黎幕、俞迪辉、陈江、陈锋、傅直全、李师忠，清华大学夏群生教授等出席。会议由万安科技技术中心侯宗岗主持。

会上，为让公司技术人员对新产品新技术有更深入更直观的了解，以便在后续技术研发中实现更好突破，傅直全、蒋建木、王化平、马志敏、杨义青、杨国勋等部分重点项目负责人，就高级驾驶辅助系统（ADAS）、轮毂电机、传感系统、EMB、EHB、EPB、无线充电、车联网、电动空压机、铝镁合金副车架等产品向全体技术研发人员进行了培训和展示。

随后，董事局董事、北京金万安总经理傅直全作《万安技术

发展规划》（十三五）的报告。报告从技术系统研发平台建设、人才梯队培养、技术管理等方面展开，对下阶段工作进行了全面系统的梳理分析。报告指出，百年万安，任重道远。争取到十三五期末，万安科创能力要达到行业领先水平，新能源汽车底盘（轻量化）成为行业翘楚，新一代电驱、电控、智能化系统成为万安主导产品。

会上，万安技术顾问委员会顺利揭牌，陈锋对两位在万安技术发展关键阶段做出杰出贡献的老专家表达了高度的敬意。陈锋认为，夏群生——十年磨一剑，高温高寒亲实践，是万安校企合作典范；陈跃义——扎根一线，攻坚克难冲百万，是万安传帮带的典范。夏老师和陈高工为我们树立了实操和精神层面的榜样，

一季度迎来开门红 汽车产销同比增长 7.99% 和 7.02%

3 月，汽车产销比上年同期继续呈现增长，但增速减缓。当月汽车产销分别完成 260.4 万辆和 254.3 万辆，产销量比上月分别增长 20.6% 和 31.1%，比上年同期分别增长 3% 和 4%，增速比上年同期分别减缓 7.2 和 4.8 个百分点。

3 月我国汽车工业经济运行呈现如下特点：汽车产销量继续呈现增长、乘用车产销同比增速低于行业、商用车产销保持较快增长、新能源汽车产销同比较快增长、中国品牌乘用车市场份额提高、前十企业增速高于行业、汽车出口同比较快增长。

2017 年 3 月汽车产销情况分析

3 月，汽车生产 260.4 万辆，环比增长 20.6%，同比增长 3.0%；销售 254.3 万辆，环比增长 31.1%，同比增长 4.0%。

1-3 月，汽车产销完成 713.31 万辆和 700.20 万辆，同比分别增长 7.99% 和 7.02%，高于上年同期 1.8 和 1 个百分点，总体表现良好。

2017 年 3 月汽车产销情况

	产量（万辆）	环比增长	同比增长	销量（万辆）	环比增长	同比增长
汽车	260.40	20.58%	3.04%	254.29	31.13%	3.98%
乘用车	218.80	18.43%	1.78%	209.63	28.39%	1.70%
商用车	41.60	33.26%	10.20%	44.66	45.72%	16.19%

2017 年 1-3 月汽车产销情况

	产量（万辆）	同比增长	销量（万辆）	同比增长
汽车	713.31	7.99%	700.20	7.02%
乘用车	610.73	6.84%	594.76	4.63%
商用车	102.57	15.37%	105.45	22.85%

2017 年 3 月前十家汽车分车型生产企业销量排名

排名	汽车		乘用车		商用车	
	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）
1	上汽集团	60.32	上汽通用五菱	18.80	北汽福田	6.01
2	东风集团	34.65	上汽大众	17.20	东风汽车	5.58
3	中国长安	32.19	一汽-大众	15.03	上汽通用五菱	4.10
4	一汽集团	27.92	上汽通用	14.05	一汽集团	3.08
5	北汽集团	22.59	长安汽车	13.12	江淮股份	3.06
6	广汽集团	17.43	东风有限	9.82	中国重型	3.05
7	吉利控股	6.08	吉利控股	9.08	江铃控股	2.75
8	长城汽车	8.54	长安福特	8.41	长安汽车	2.33
9	华晨汽车	6.10	长城汽车	7.47	陕汽集团	1.76
10	奇瑞汽车	5.48	一汽丰田	6.73	重庆力帆	1.61
合计（万辆）		224.30	119.71		33.33	
所占比重		88.21%	57.11%		74.62%	

注：以上企业汽车数据按集团口径，乘用车和商用车按子公司口径统计。

2017 年 1-3 月前十家汽车分车型生产企业销量排名

排名	汽车		乘用车		商用车	
	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）
1	上汽集团	165.28	上汽大众	50.40	北汽福田	13.34
2	东风集团	94.76	上汽通用五菱	48.81	东风汽车	12.39
3	中国长安	83.87	一汽-大众	46.71	一汽集团	8.87
4	一汽集团	83.13	上汽通用	42.88	江淮股份	8.81
5	北汽集团	61.71	长安汽车	37.35	上汽通用五菱	7.49
6	广汽集团	45.67	吉利控股	28.47	中国重型	7.19
7	吉利控股	28.47	东风有限	25.16	长安汽车	6.86

8	长城汽车	25.42	长城汽车	22.45	江铃控股	5.92
9	华晨汽车	17.93	长安福特	20.07	陕汽集团	4.29
10	奇瑞汽车	16.16	北京现代	19.61	重庆力帆	3.66
合计（万辆）		622.40	341.91		78.82	
所占比重		88.89%	57.49%		74.75%	

注：以上企业汽车数据按集团口径，乘用车和商用车按子公司口径统计。

2017 年 1-3 月中国品牌前十家汽车分车型生产企业销量排名

排名	汽车		乘用车		商用车	
	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）	企业名称	销量（万辆）
1	上汽集团	71.31	上汽集团	61.23	东风集团	13.87
2	中国长安	54.10	中国长安	40.98	北汽集团	13.62
3	东风集团	38.28	吉利控股	28.47	中国长安	13.12
4	北汽集团	30.45	东风集团	24.41	上汽集团	10.08
5	吉利控股	28.47	长城汽车	22.45	安徽江淮	8.96
6	长城汽车	25.42	北汽集团	16.83	一汽集团	8.87
7	安徽江淮	15.55	奇瑞汽车	14.33	中国重型	7.19
8	一汽集团	15.51	广汽集团	12.17	陕汽集团	4.29
9	奇瑞汽车	14.54	比亚迪汽车	9.12	重庆力帆	3.66
10	广汽集团	12.17	华晨汽车	6.69	长城汽车	2.97
十家企业合计		305.80	236.68		86.63	
占中国品牌企业合计		373.00	272.03		100.97	
占中国品牌比重		81.98%	87.01%		85.80%	

注：以上企业数据均按集团口径统计。

2017 年 3 月乘用车产销情况分析

3 月，乘用车产销分别完成 218.8 万辆和 209.6 万辆，比上月分别增长 18.4% 和 28.4%，比上年同期分别增长 1.8% 和 1.7%，增速低于汽车总体 1.3 和 2.3 个百分点。

1-3 月，乘用车产销分别完成 610.7 万辆和 594.8 万辆，比上年同期分别增长 6.8% 和 4.6%，低于汽车总体 1.2 和 2.4 个百分点。

2017 年 3 月乘用车细分品种产销情况

	产量（万辆）	环比增长	同比增长	销量（万辆）	环比增长	同比增长
乘用车	218.80	18.43%	1.78%	209.63	28.39%	1.70%
基本型乘用车（轿车）	104.09	17.98%	-5.58%	99.02	28.71%	-4.93%
运动型多用途乘用车（SUV）	89.29	17.72%	22.74%	83.23	23.46%	19.59%
多功能乘用车（MPV）	20.26	21.80%	-16.09%	19.93	34.69%	-14.93%
交叉型乘用车	5.16	27.97%	-34.06%	7.46	73.33%	-16.74%

2017 年 1-3 月乘用车细分品种产销情况

	产量（万辆）	同比增长	销量（万辆）	同比增长
乘用车	610.7	6.8%	594.8	4.6%
基本型乘用车（轿车）	291.2	1.8%	283.9	0.6%
运动型多用途乘用车（SUV）	199.5	26.5%	238.6	20.9%
多功能乘用车（MPV）	55.5	-15.9%	55.3	-17.4%
交叉型乘用车	14.5	-35.1%	19.9	-22.7%

2017 年 3 月乘用车分国别销售情况

	中国品牌	德系	日系	美系	韩系	法系
销量（万辆）	95.68	39.18	37.87	24.62	7.20	3.73
所占比重	21.70%	18.69%	18.07%	11.74%	3.44%	1.78%

2017 年 1-3 月乘用车分国别销售情况

	中国品牌	德系	日系	美系	韩系	法系
销量（万辆）	272.03	117.54	96.10	68.07	27.34	10.25
所占比重	45.74%	19.76%	16.16%	11.44%	4.60%	1.72%

3 月，1.6L 及以下乘用车销售 145.1 万辆，比上年同期下降 0.1%，占乘用车销量比重为 69.2%，比上年同期下降 1.3 个百分点。

1-3 月，1.6 升及以下乘用车销售 419.6 万辆，比同期增长 4.8%，占乘用车销量比重为 70.6%，比上年同期提高 0.1 个百分点。

3 月，中国品牌乘用车共销售 95.68 万辆，环比增长 21.70%，同比增长 7.30%，占乘用车销售总量的 45.64%，占有率比上月下降 2.51 个百分点。与上月相比，韩系乘用车销量下降较快，其他外国品牌呈明显增长。

数据参考

2017 年 3 月中国品牌乘用车销售情况

	销量（万辆）	同比增长	占总销量比重	同比增长
中国品牌	9.57	7.3%	45.6%	2.4%
轿车	19.7	-0.9%	19.9%	0.8%
SUV	51	30.3%	61.3%	5%
MPV	17.6	-17.2%	88.2%	-2.5%

2017 年 1-3 月中国品牌乘用车销售情况

	销量（万辆）	同比增长	占总销量比重	同比增长
中国品牌	272	6.5%	45.7%	0.8%
轿车	57.1	1.9%	20.1%	0.3%
SUV	148.8	28.9%	62.4%	3.9%
MPV	49.3	-20.6%	89%	-3.6%

2017 年 3 月前十家乘用车生产企业销量排名

排名	轿车生产企业	SUV 生产企业	MPV 生产企业
1	上汽大众	长城汽车	上汽通用五菱
2	一汽-大众	长安汽车	长安汽车
3	上汽通用	广汽乘用车	东风汽车
4	东风有限（本部）	吉利控股	北汽银翔
5	长安福特	东风本田	上汽通用
6	吉利控股	上汽通用五菱	北汽股份
7	一汽丰田	上汽大众	江淮股份
8	北京现代	上汽通用	东风本田
9	广汽本田	上汽股份	金杯汽车
10	广汽丰田	东风有限（本部）	江西昌河
合计（万辆）	70.93	40.52	18.17
所占比重	71.63%	48.68%	91.17%

2017 年 3 月前十家乘用车品牌销量排名

排名	品牌	轿车销量（万辆）	品牌	SUV 销量（万辆）	品牌	MPV 销量（万辆）
1	朗逸	4.76	哈弗 H6	4.01	五菱宏光	5.25
2	英朗	3.54	传祺 GS4	3.01	宝骏 730	2.89
3	轩逸	3.39	哈弗 H2	2.29	欧诺	1.65
4	卡罗拉	3.11	CS75	2.29	欧尚	1.29
5	福睿斯	2.65	昂科威	2.14	别克 GL8	1.07
6	速腾	2.62	博越	2.05	幻速 H3	0.93
7	桑塔纳	2.58	荣威 RX5	2.01	菱智	0.89
8	捷达	2.29	风光 580	1.88	风光 330	0.54
9	帝豪	2.23	宝骏 510	1.80	威旺 M50	0.52
10	宝来	1.94	CS35	1.70	风光 370	0.46
合计（万辆）	29.11	23.18	15.49			
所占比重	29.40%	27.85%	77.72%			

2017 年 1-3 月前十家乘用车品牌销量排名

排名	品牌	轿车销量（万辆）	品牌	SUV 销量（万辆）	品牌	MPV 销量（万辆）
1	朗逸	13.00	哈弗 H6	11.97	五菱宏光	15.39
2	英朗	10.04	传祺 GS4	8.92	宝骏 730	8.38
3	轩逸	8.49	哈弗 H2	7.29	欧诺	4.18
4	卡罗拉	8.39	CS75	7.00	欧尚	3.92
5	捷达	7.88	昂科威	6.66	别克 GL8	2.95
6	速腾	7.72	宝骏 560	6.50	幻速 H3	2.58
7	桑塔纳	7.51	博越	6.07	菱智	2.25
8	福睿斯	7.00	风光 580	5.39	风光 330	2.06
9	帝豪	6.94	荣威 RX5	5.19	威旺 M50	1.17
10	宝来	9.85	CS35	4.91	瑞风 M3	1.05
合计（万辆）	83.82	69.90	43.93			
所占比重	29.51%	29.29%	79.38%			

1-3 月

1-3 月，中国品牌乘用车共销售 272.03 万辆，同比增长 6.54%，占乘用车销售总量的 45.74%，占有率比上年同期提升 0.82 个百分点。与上年同期相比，日系乘用车销量依然呈较快增长，德系增速略低，其他外国品牌均呈下降，韩系和法系降幅更为明显。

1-3 月

与上月相比，在前十家轿车生产企业中，吉利控股销量略有下降，其他企业均呈增长，其中长安福特、东风有限（本部）和广汽本田增速更为明显；在前十家 SUV 生产企业中，销量都呈不同程度增长，其中上汽股份和上汽大众增速超过 50%，表现更为突出；前十家 MPV 生产企业中，销量均呈两位数较快增长，其中上汽通用和东风本田增速更为显著。

2017 年 3 月商用车产销情况分析

3 月，商用车产销量继续保持较快增长。本月产销分别完成 41.6 万辆和 44.7 万辆，比上月分别增长 33.3% 和 45.7%，与上年同期相比分别增长 10.2% 和 16.2%。

1-3 月，商用车产销分别完成 102.6 万辆和 105.4 万辆，比上年同期分别增长 15.4% 和 22.9%，高于汽车总体 7.4 和 15.8 个百分点。

2017 年 3 月商用车细分品种产销情况

	产量（万辆）	环比增长	同比增长	销量（万辆）	环比增长	同比增长
商用车	41.60	33.26%	10.20%	44.66	45.72%	16.19%
客车	4.15	83.11%	-13.46%	4.11	66.71%	17.68%
货车	37.45	29.36%	13.65%	40.56	43.88%	21.24%

2017 年 1-3 月商用车细分品种产销情况

	产量（万辆）	同比增长	销量（万辆）	同比增长
商用车	102.6	15.4%	105.4	22.9%
客车	9.5	-22.5%	9.5	-21.1%
货车	96.3	21.4%	96.0	30.1%

2017 年 3 月前十家客车生产企业销量排名

排名	客车生产企业	销量（万辆）
1	江铃控股	0.69
2	郑州宇通	0.42
3	金杯汽车	0.41
4	北汽福田	0.40
5	保定长安	0.36
6	南京依维柯	0.30
7	上汽大通	0.26
8	金龙联合	0.21
9	厦门金旅	0.13
10	东风汽车	0.12
合计（万辆）	3.30	
所占比重	85.49%	

1-3 月

与上月相比，上述十家企业销量呈不同程度增长，其中东风汽车、南京依维柯、厦门金旅和郑州宇通增速尤为明显。

2017 年 3 月新能源汽车产销情况分析

3 月，新能源汽车产销分别完成 33015 辆和 31120 辆，同比分别增长 30.9% 和 35.6%。其中纯电动汽车产销同比分别增长 41.8% 和 43.3%；插电式混合动力汽车生产同比下降 1.1%；销售同比增长 9.6%。

1-3 月，新能源汽车生产 58317 辆，销售 55929 辆，比上年同期分别下降 7.7 和 4.7%。其中纯电动汽车产销同比分别增长 2.9% 和 4.4%；插电式混合动力汽车产销同比分别分别下降 37.5% 和 28.4%。

2017 年 3 月新能源汽车产销情况

	产量（辆）	同比增长	销量（辆）	同比增长
新能源车	33015	30.9%	31120	35.6%
纯电动	26685	41.8%	25342	43.3%
插电式混动	6330	-1.1%	5778	9.6%

2017 年 1-3 月新能源汽车产销情况

	产量（辆）	同比增长	销量（辆）	同比增长
新能源车	58317	-7.7%	55929	-4.7%
纯电动	47988	2.9%	44333	4.4%
插电式混动	10329	-37.5%	11596	-28.4%

（浙江省汽车行业协会综合整理）

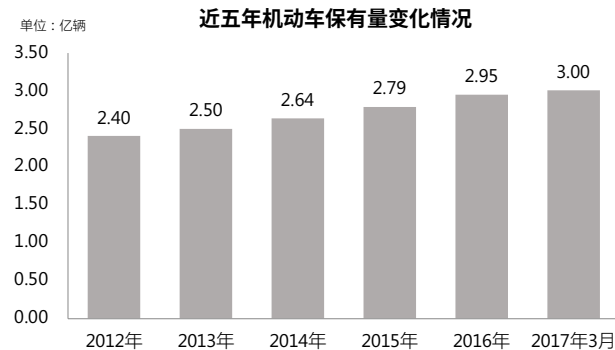
■ 数据参考

2017年一季度全国机动车保有量突破3亿 驾驶人数量超3.6亿

公安部交管局统计,截至2017年3月底,全国机动车保有量首次突破3亿辆,其中汽车达2亿辆;机动车驾驶人超3.64亿人,其中汽车驾驶人3.2亿人。

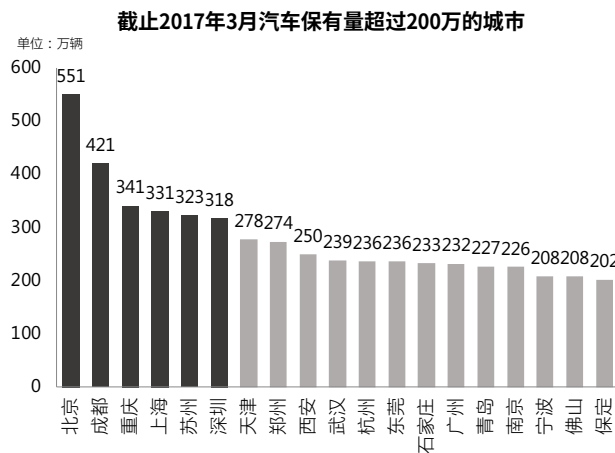
机动车保有量

机动车保有量快速增长,总量首次突破3亿辆。随着我国经济社会持续快速发展,机动车保有量继续保持高速增长态势,近五年年均增加1400万辆,截至今年3月底,全国机动车保有量首次突破3亿辆,达300280590辆。12个省份机动车超过1000万辆,广东、山东、河南3省超过2000万辆。2017年一季度,全国新注册登记机动车820万辆,与去年同期基本持平。



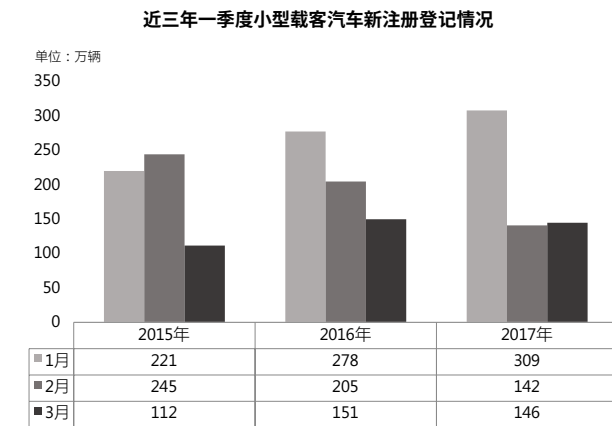
汽车保有量

汽车保有量首次超2亿辆,49个城市超过百万辆。截至今年3月底,全国汽车保有量首次超过2亿辆,达200192782辆,占机动车总量的66.67%。受农历春节前群众购车需求旺盛影响,2017年一季度汽车新注册登记数量达到683万辆,其中1月份新注册登记汽车超345万辆。全国有49个城市汽车保有量超过100万辆,19个城市的汽车超过200万辆,其中北京、成都、重庆、上海、苏州、深圳6个城市的汽车超过300万辆。



小型载客汽车数量

小型载客汽车达1.64亿辆,私家车总量超过1.5亿辆。截至今年3月底,全国小型载客汽车达1.64亿辆,一季度新注册登记量达598万辆,月均新注册登记199万辆。其中,以个人名义登记的小型载客汽车(私家车)达1.52亿辆,占全部小型载客汽车的92.7%。



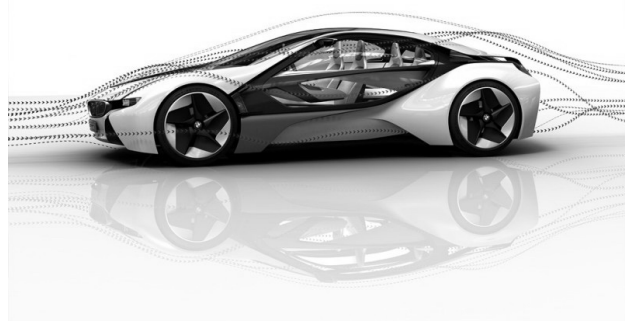
载货汽车保有量

载货汽车保有量达2229万辆,3月份增幅明显。截至今年3月底,全国载货汽车保有量达2229万辆,一季度新注册登记量达72万辆,比去年同期增加16万辆,同比增长28.73%。今年3月份,新注册登记载货汽车达29万辆,是自2016年以来单月注册登记量最高的月份。

驾驶人数量

机动车驾驶人数量超3.64亿人,驾龄1年以内的驾驶人所占比例达8.88%。随着机动车保有量快速增长,机动车驾驶人数量也呈现持续增长趋势,截至今年3月底,全国机动车驾驶人总量已超过3.64亿人,一季度共增加683万人,增长2.09%。其中,汽车驾驶人数量达3.2亿人,一季度共增加742万人,增长2.65%。从驾驶人驾龄看,驾龄不满1年的驾驶人有3234万人,占全国机动车驾驶人总数的8.88%。

(浙江省汽车行业协会综合整理)



EXHIBITION YIWU 2017

THE 12TH AUTOMOBILE

第十二届 义乌汽车展览会

2017年5月13日-16日

举办时间: 2017年5月13日-5月16日

举办地点: 义乌国际博览中心

主办单位: 中国机械国际合作有限公司

浙江省汽车行业协会

承办单位: 浙江中汽会展有限公司义乌分公司

支持单位: 中国机械工业集团有限公司

浙江经济和信息化委员会

中国汽车工业咨询委员会

中国海洋航空集团公司

浙江省会展行业协会

浙江省会展业标准化技术委员会

浙江省汽车及零部件相关行业协会联席会



扫一扫, 关注官方微信

官网: www.autoyw.com