



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

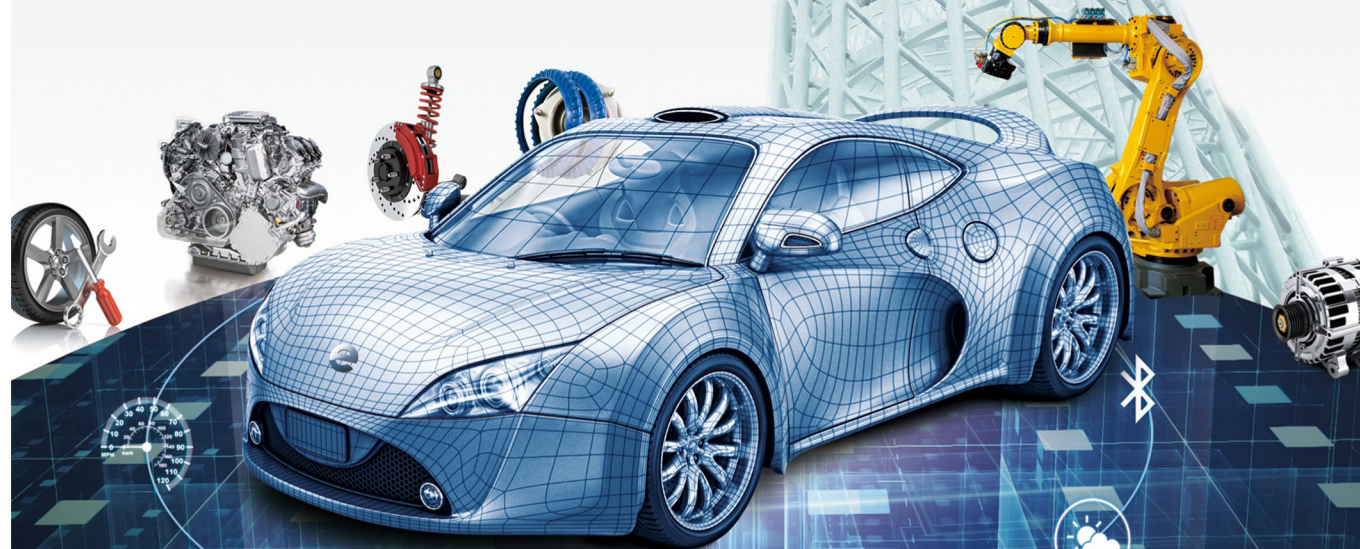
地址：杭州市石祥路589号杭州市国际会议展览中心西裙楼5楼55016室  
网址：www.zaam.cn  
www.autohz.com  
www.zjautoparts.com  
电话：0571-28879591  
传真：0571-28879696  
邮箱：zaam1@qq.com



## Auto Aftermarket Guangzhou

### 广州国际汽车零部件及售后市场展览会

中国·广州保利世贸博览馆  
2017年9月4至6日



国机集团  
SINOMACH



CEI  
中国电器院

中机国际  
SINOMACHINT

2017年5月 / 总第159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

## 新一轮变革将至 三部委发布《汽车产业中长期发展规划》

P12 专题策划



关注官方微信

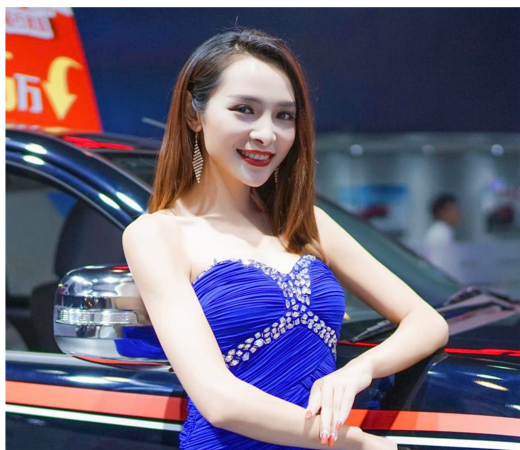
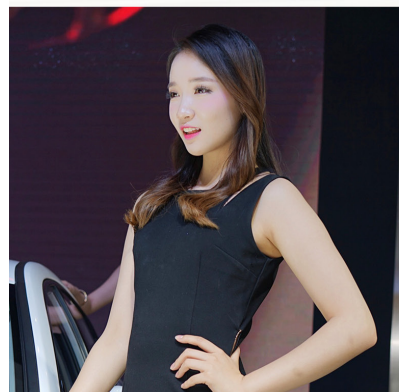
西博车展春季展确实牛！首次亮相杭州G20展馆就火爆！ / 04  
首个中国品牌日：“浙江制造”书写全新品牌时代 / 10  
解读《汽车产业中长期发展规划》 / 12  
斯洛文尼亚共和国副总理一行到访亚太股份 / 26  
4月车市急刹车 乘用车产销量明显低于上年同期 / 38

# 第十八届中国杭州国际汽车工业展览会·春季展

THE 18TH INTERNATIONAL AUTOMOBILE INDUSTRY EXHIBITION HONGZHOU CHINA

2019'西湖国际博览会 | 正式项目  
THE 19TH WEST LAKE INTERNATIONAL EXPO

## 靓丽车模



5月3日，首次升级亮相G20展馆的第十八届中国杭州国际汽车工业展览会·春季展（第十一届杭州春季汽车展销会）火爆落幕。4天车展共迎来观众29821人次，和2016年春季展人气相比增长71.8%；现场直接下单成交1693辆，和去年相比增长19.4%，总成交额达2.83亿元。同时意向客户累计8243组。



## 智能网联如何改变未来汽车

近日，工信部联合国家发改委、科技部印发了《汽车产业中长期发展规划》（以下简称《规划》），明确了“力争经过十年持续努力，迈入世界汽车强国行列”的目标。其中，无论是2020年目标还是2025年目标，智能网联汽车都是产业发展的核心环节。

与以往出台的相关政策不同，《规划》有着明确的目标和完成时间节点。

本次《规划》给出了非常明确的可操作目标，有量化的指标是整个规划工作提升水平非常重要的环节。从系统工程角度来看，没有一个明确的目标，就不可能实现。

智能网联汽车并不是一个孤立的产品，要放在整个智能交通、信息网络和交通自动化环境下，将汽车、交通、信息产业进行全新协作。在这个过程中，若仅依靠于企业自身或传统市场的力量是根本不能实现的，特别是希望在短时间内实现技术上重大进步，推动相关产品更新换代的背景下。

《规划》指出，到2020年，培养形成若干家进入世界前十的新能源汽车企业，智能网联汽车与国际发展同步；到2025年，新能源汽车骨干企业在全球的影响力和市场份额进一步提升，智能网联汽车进入世界先进行列。

眼下，2017年已经悄然过去近一半的时间。在短时间内，对于汽车制造如此庞大的技术市场而言，若要实现这一目标难度不言而喻。

本次《规划》的出台酝酿已久，从2016年初启动《规划》编

制工作以来，进行过多次修改和完善。因此，各项内容都经过了十分严谨的推敲和验证。

《规划》目标虽然明确，但它又不像企业为产品设立的目标。众所周知，以新能源汽车为载体的智能网联汽车，涉及的行业并不仅仅是汽车行业，而是在多种行业之间联动。可以说，智能网联汽车路线的确立，对于未来汽车发展起着引领作用。

导航娱乐的功能、手机可以和汽车信息交互功能、车在联网以后可以大量采集数据，不仅将数据传到云端，还可以实现车与车、车与路之间互相通信……通过车载大数据信息采集，各大车企可以随时掌握卖出去的车辆信息，保险公司可以分辨哪个是好的驾驶员，这个领域的商业价值非常大。

上述的发展前景已经足以让人期待。不过，这还远远不是智能网联汽车为消费者带来的全部。

在智能网联汽车介入下，未来汽车的制造过程、公交公司运营过程、交通道路管理过程等方面都会发生根本变化，这个变化由此前的量变形成了最终的质变。

未来，一旦实现全面联网，汽车、道路、人都联网，社会发生了变化。唯有抓住智能网联汽车的龙头，推动整个社会变化，才能在激烈的市场竞争中具有非常大的发展空间。

本刊编辑部  
2017年5月

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5月出版 总第159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

李磊磊 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

# 首个中国品牌日： “浙江制造”书写全新品牌时代

P10 特别报道

面对产业层次不高、科技创新能力不强、品牌集中度不高、核心竞争力缺乏等现状，浙江制造业又该如何突破重围？从“优化结构”到“强化品质”，再到浙江制造“品”字标识高标准要求，“浙江制造”正在进行一次前所未有的大变革。

MAY·2017

AUTO ZHEJIANG

浙江汽车

## CONTENTS

### 卷首语

01 / 智能网联如何改变未来汽车

### 协会快讯

04 / 西博车展春季展确实牛！

首次亮相杭州 G20 展馆就火爆！

4 天迎来观众 29821 人次，现场成交 1693 台车

06 / 更具档次、更高规格的浙中第一车展

第十二届义乌车展圆满落幕

09 / 浙江省汽车行业协会会长方曦一行

调研浙江华江科技股份有限公司

### 专题策划

12 / 解读《汽车产业中长期发展规划》

15 / 《汽车产业中长期发展规划》核心是

做大做强中国品牌汽车

16 / 国家重新定义什么是汽车

### 共同关注

18 / 李书福：一带一路与全球型企业文化建设

20 / “一带一路”下中国新能源车企的布局

### 行业要闻

22 / 互联网造车：

从“纸上谈兵”到“真刀真枪”

23 / 中国汽车行业颠覆性变革进程处于领先地位

24 / 零部件企业“暗战”技术升级

### 动态聚焦

25 / 众泰汽车：

以“品质派 World tye”打造中国品牌新名片

26 / 斯洛文尼亚共和国副总理一行到访亚太股份

26 / 东风汽车公司董事长竺延风

对万向集团在美成就给予高度评价

27 / 工信部产业政策司

赴余杭区制造业企业开展单项冠军调研

28 / 吉利汽车（杭州湾）研发中心全面启用

28 / 改善土壤 变革流程 创新思维

杭发公司多举措探索质量管理新方法

29 / 时代紧固件：

众创球销品质改善法

荣获余姚市优秀合理化建议奖

30 / 首批 10 项 ADAS 国家标准参与其中 8 项

万安科技引领智能网联汽车标准建设

30 / 纳智捷全新优 6 澎湃上市

31 / 龙生股份 CN200 滑轨装配线班组

荣获“桐庐县工人先锋号”

32 / 中汽商用：

“流动文化车”丰富人民群众文化需求

32 / 中国汽车工业协会副秘书长叶盛基

莅临中马传动产业园区调研

33 / 台资汽车整零配套专场对接会在大江东举行

33 / 钱江摩托：

浙江省首批“品质浙货”出口领军企业

### 汽车平台

34 / 重大装备智能制造暨

物联网产业高端峰会在德阳举行

### 数据参考

38 / 4 月车市急刹车

乘用车产销量明显低于上年同期



## 西博车展春季展确实牛！ 首次亮相杭州G20展馆就火爆！

4天迎来观众29821人次，现场成交1693台车

供稿 / 西博车展春季展组委会

规模升级、厂家重视、人气超旺、卖得超好……用这四个关键词概括今年的西博车展春季展再恰当不过了！

5月3日，首次升级亮相G20展馆的第十八届中国杭州国际汽车工业展览会·春季展（第十一届杭州春季汽车展销会）火爆落幕。尤其是车展第一天，排队购票的疯狂场面，在今年上半年所有杭城车展中还是第一次，让原本低迷的车市一下子变得活跃起来。

4天车展共迎来观众29821人次，和2016年春季展人气相比增长71.8%；现

场直接下单成交1693辆，和去年春季展相比增长19.4%，总成交额达2.83亿元。同时意向客户累计8243组。看得见的火爆人气，实打实的人气和成交数据，许多车商不仅收获了上半年以来最多的订单，有些甚至是其它车展的几倍，这也见证了西博车展这个扎根本土十八年的“老字号车展品牌”所散发的影响力与号召力。许多车商表示：西博车展春季开展当天仅一个上午的人气，就超过了上半年其它室内车展几天的人流量，这样的人气才是真正的杭州车展，老牌车展，确实牛！

### 仅一个上午就赚足其它车展几天的人气

西博车展春季展是由往年在和平会展中心举行的“杭州春季汽车展销会”衍变而来，作为西博车展的子项目之一，今年正式更名为第十八届中国杭州国际汽车工业展览会·春季展。和往年相比，今年首次升级亮相G20展馆的春季展无论参展品牌还是展览规模均翻了一倍。从车展现场可以看到，今年各大车商的参展力度均有一定的提升。如往年参展的品牌今年把展具升级到更高规格或加大了活动力度；而往年没有参展的品牌今年也纷纷加盟，如高端车、房车、改装车等，为展会添色不少，尤其是像高端车林肯、凯迪拉克首次参展便以超豪华的厂家展具亮相，足见厂家对车展的重视。

尽管这是西博车展春季展首次亮相G20展馆，展馆地理位置和往年的春季展相比不再优越；再加上杭城上半年3、4月份各种车展频繁，尤其是近一个月内萧山、滨江一带已有其它室内车展先后举办过，五一同期主城区、萧山等地还有各类室外车展撞上，这些不利因素在一定程度上都对定档在后面的春季车展造成客户分流。然而，让大家感到惊喜的是，西博车展春季展不仅没有因为这些不利因素冷场，反而火爆开场，不走寻常路，尤其是开展当天观众络绎不绝，售票处排起了长长的队伍，刷新了今年以来杭城各种车展的人气记录，成为人气之王车展。许多车商表示，西博车展春季开展当天仅一个上午的人气，就超过了其它车展几天的人流量。



### 务实办展，品牌车展用效果说话

众所周知，杭州西博车展创办于2000年，是杭州西博会注册项目之一，随着西博会的成长而成长，在杭城已扎根十八年，是目前杭城厂家参展力度最大、最具规模、最具品质与影响力的车展。自2007年推出春季展子项目以来，已逐渐形成“春季买车到西博车展春季展，秋季买车到10月西博车展”的消费格局。也正因此，尽管春季杭城车展多，但老字号车展的魅力势不可挡！本次春季展别具一格的火爆也再次验证了西博车展扎根本土十八年、深入寻常百姓家的品牌效应，见证了品牌车展的办展实力。

注重实打实的效果，用效果证明实力，也是西博车展十几年来务实办展的风格。秉承务实办展的态度，本届春季展继续以看得见的火爆、实打实的数据，向车商交一份真诚的答卷。据悉，本届春季展大部分汽车品牌也收获了上半年以来最多的车展订单。如首次亮相春季展的JEEP通过车展现场成交了100多车。另外上汽大众、一汽大众、别克等热销主流品牌在展会现场也成交了100多台车。

据不少车商透露，此次春季展现场成交的车辆是上半年其它车展的几倍，由此可见春季展的购买消费力是有多强。另外意向客户数据也收集不少，这些在车展之后将逐渐转化为实际订单，为车商后续的销售起到一定的带动效应。



## 更具档次、更高规格的浙中第一车展 第十二届义乌车展圆满落幕

供稿 / 西博车展春季展组委会

### 义乌车展越办越精 厂家越来越重视

据了解,作为浙中第一车展,义乌车展自2006年创办以来,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。宾利、玛莎拉蒂、迈巴赫、奔驰、宝马、奥迪、阿尔法罗密欧、MINI、SMART、九华奔驰、红旗、JEEP、林肯、捷豹、路虎、凯迪拉克、VOLVO、劳伦士、蜗牛房车、宝沃、斯巴鲁、奔腾、观致、一汽大众、上汽大众、别克、雪佛兰、北京现代、长安福特、一汽丰田、广汽丰田、东风本田、广汽本田、东风标致、东风日产、东风悦达起亚、东风雪铁龙、东南三菱、斯柯达、比亚迪、吉利、长安汽车、广汽传祺、



东风风行、纳智捷、哈弗、长城、WEY、众泰大迈、荣威、名爵 MG、长安商用、五菱、比速、奇瑞、中华、金杯、凯翼、华泰、众泰、海马、野马、猎豹、宝骏、东风小康、陆风、江铃汽车、上汽大通、东风御风、北汽威旺、北汽绅宝、北京汽车、北汽幻速、一汽森雅、开瑞汽车、汉腾、斯威等70余个品牌参展,以强大的阵容亮相义乌车展。

展台搭建精美、活动丰富多彩、互动性强是本届车展厂家投入参展的一大特色。据悉,为了吸引眼球,充分展示品牌文化,各汽车品牌除了启用高规格的厂家展具外,还借助车展平台在现场举行了隆重的新车揭幕仪式:宝马全新5系义乌车展首次亮相;阿尔法罗密欧携全新进口Giulia豪华运动轿车首次亮相义乌车展;路虎全新一代发现上市现场发布;全新哈弗H6重磅上市,义乌地区独家首发;广汽丰田雷凌浙商版新车发布;雪铁龙2017款C3-XR上、2017款全新爱丽舍质爱上市发布;国产豪华SUV品牌WEY浙中首秀;上汽大众全新途昂上市发布.....美女模特、劲歌热舞、梦幻魔术、电竞大赛、现场抽奖、新车发布等丰富多彩的活动也让观众赏车购车之余多了一份乐趣。

与此同时,组委会与太平洋保险达成战略合作伙伴关系,推出“购车送健康,豪礼送不停”活动。车展摄影大赛、千人看车团、车展寻宝、整点抽奖等活动也成为今年义乌车展的一道独特风景。



### 参展品牌数量创历史新高 自主品牌占据半壁江山

经过十一年的用心培育与标准化的运作,第十二届义乌车展参展品牌数量达到了77个,再创历史新高,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,在本次义乌车展上国产自主品牌超过40家参展,占据了半壁江山。红旗、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、北汽绅宝、北京汽车、北汽幻速、一汽奔腾、一汽森雅、开瑞汽车、斯威、汉腾、比速、WEY、江铃、奇瑞、东南、荣威等悉数登场。为了促进自主品牌现场成交量,支持民族工业,主入口、主通道、中心馆,自主品牌在今年的义乌车展上可谓出尽了风头!

由中国汽车工业国际合作有限公司、浙江省汽车行业协会主办,浙江中汽会展有限公司义乌分公司承办的第十二届义乌汽车展览会于2017年5月16日在义乌国际博览中心落下了帷幕。作为2017大杭州车展的重要组成部分,本届义乌车展4天吸引了观众29885人次,增长32.77%;现场成交车辆1445辆,增长8.16%;总成交额达3.26亿元,增长27.84%,另意向成交6691组。在上半年义乌当地车展密度较大、竞争激烈的不利环境下仍然依靠标准化的会展服务和先进的办展理念保证了自身的竞争优势,得到了参展商和观众们的认可!

浙中第一品牌

第十二届义乌汽车展览会

2017年5月13日-16日  
义乌国际博览中心

CNIC 2017

#### 车展激发购车需求 带“火”了车市

义乌，有着惊人的消费力，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。

展会期间，为了让车展现场火爆的人气，转变为厚厚的销售订单，各展商都拿出了十分给力的优惠政策，以借助义乌车展这个平台的影响力带动品牌销售。



广汽传祺 GS4 全系优惠 7800 元享受零利息零手续费、GS8 送 2800 元豪华大礼包、GS5 速博裸车价低至：98000 元、GA3S 全系优惠 5000 元、GA6 全系优惠 7800 元、GA8 赠送 5000 元豪华大礼包、GA8 280T 全新上市 售价为：14.98 万元——25.98 万元。

哈弗汽车 H2S 定额贷 5 万元 18 期免息，更有其他车型最高 36 期震撼低息。更有最高 16000 元巨额优惠。



东风雪铁龙 2016 款全新爱丽舍清仓特惠仅售 6.98 万元起；C4 世嘉车展特惠版仅售 9.28 万元；C3-XR 车展特惠版 仅售 9.88 万元；任意品牌旧车置换，享最高万元大礼；全新爱丽舍首付：0 元 日供：56 元；C4 世嘉首付：0 元，日供：78 元；C3-XR 包牌：1.6 万元，日供：90 元；全新 C4L 包牌 2.8 万元，日供：100 元；C6 包牌：6 万，日供：160 元。



东风日产天籁车展特供版优惠 33000 元、新轩逸车展特供版优惠 20000 元、轩逸经典车展特供版优惠 26000 元、阳光车展特供版优惠 24000 元、新奇骏车展特供版优惠 20000 元、新蓝鸟车展特供版优惠 16000 元、新逍客车展特供版优惠 18000 元、骐达车展特供版优惠 15000 元、楼兰车展特供版优惠 24000 元。



在车展现场可以发现，很多品牌都在展台边竖起了“订车风云榜”，每接一个订单，就填上一位客户的资料。从参展商处了解到，本届展会现场东风日产销售 142 台，成为了本届车展的销售冠军。另外其它品牌在短短 4 天的车展期间亦有不错的销售成绩如奔驰销售了 90 台；宝马销售了 69 台；广本销售了 65 台；宝骏销售了 63 台；雪佛兰销售了 61 台；上汽大众销售了 52 台；北京现代销售了 50 台；奥迪销售了 46 台，凯迪拉克销售了 45 台；路虎销售了 41 台。

#### 再接再厉 打响浙中第一车展品牌

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义乌分公司不仅是杭州西博会注册展览项目——杭州国际车展的承办方浙江中汽会展有限公司首次在杭州外设立的首家分公司，有着非常深厚的办展底蕴与实力，浙江中汽更

是浙江省地方化标准《会展行业服务规范》的第一起草单位，该标准已于 2010 年 1 月 25 日开始在浙江省颁布实施。

“打造浙中第一车展品牌，是我们义乌车展不懈追求的奋斗目标。”义乌车展组委会有关负责人表示，明年组委会将进一步深化服务和内涵，做精做强做大车展，为义乌市民呈献更具档次、高规格的浙中第一车展。

## 浙江省汽车行业协会会长方曦一行调研浙江华江科技股份有限公司

供稿 / 余杭区汽车摩托车工业协会 钱玲吉  
浙江省汽车行业协会 李磊磊

据华江科技总经理马国维介绍，华江科技于 2003 年成立，一直以先进的管理理念，持续的技术创新，逐步发展成为具有核心竞争力的科技型企业、行业隐形冠军重点培育企业。公司各类产品主要应用于汽车内外饰零部件，属于汽车行业的二级或材料供应商，产品聚氨酯复合材料、玻纤增强复合材料、竹原纤维复合材料、PP/PET 复合材料、各类蜂窝复合材料等广泛应用于汽车顶棚、衣帽架、后隔板、备胎盖板、底护板等部件，主要应用于宝马、奔驰、捷豹路虎、上海通用、上海大众、长安汽车、长安铃木、日产尼桑、北京现代、长城汽车、一汽马自达等。公司坚持年销售额 4% 以上的研发资金投入，打造具有核心竞争力的研发团队，努力致力于开发车用复合材料的轻量化高性能、低气味低 VOC 和健康安全环保等。

华江科技在 2016 年获得了浙江省重点企业研究院称号。公司与浙江大学、浙江工业大学等大专院校产学研结合，发挥各自的优势。积极与国际上知名公司如 DUPONT 公司、BASF 公司、DILO 公司、MEYER 公司等进行合作，引进其先进技术、管理理念和开发经验。公司将依托于汽车内外饰复合材料领域，争做国际一流的热塑性复合材料专业制造商和复合材料应用技术整体解决方案提供者，目前正向健康环保材料产业领域发展。2016 年 5 月 30 日，“华江科技”股票正式在全国中小企业股份转让系统（新三板）挂牌上市。



近日，浙江省汽车工业协会会长方曦等一行调研了浙江华江科技股份有限公司，对“华江科技”目前运营情况、发展规划做进一步了解，浙江华江科技股份有限公司总经理马国维针对企业产品、运营情况等做了相关报告。

在实地走访后，浙江省汽车工业协会会长方曦表示，我国目前汽车工业正在面临由大变强的过程。“十三五”是整个汽车产业在调整发展过程中的一个非常重要的机遇，这个潜在的市场潜力是不可估量的。同时，方会长对华江科技未来的规划以及产品表示高度赞同，并对华江产品如何更好的运用到汽车产业中提出了多项宝贵建议，期待华江能够研发出更多新产品，为浙江省汽车产业的发展贡献更大的力量，实现华江愿景“为汽车打造安全舒适的驾驶环境成为行业领先的热塑性符合材料专业制造业商”。

# 首个中国品牌日： “浙江制造”书写全新品牌时代

供稿 / 浙江省汽车行业协会综合报道

5月2日下午，中国政府网发布了《国务院关于同意设立“中国品牌日”的批复》。国务院正式回复国家发改委，同意自2017年起，将每年的5月10日设立为“中国品牌日”，这是将“发挥品牌引领作用”上升到了前所未有的高度，迈出了“中国制造2025”战略推进供给侧改革强有力的一步。

在2010年，中国就已经超过了美国成为全球制造业第一大国。有数据显示，500多种主要工业品中，中国有220多种产量居世界第一；但在世界品牌百强中，中国只有个位数的品牌入围。纵观现状，原本的“低价模式”道路早已经行不通了。

从浙江的情况看，制造业已形成较大总量，但仍存在产业层次不高、科技创新能力不强、品牌集中度不高、产品附加值低、核心竞争力缺乏、制造业发展的总体质量效益不够理想等问题。

面对现状，浙江制造业又该如何突破重围？从“优化结构”到“强化品质”，再到浙江制造“品”字标识高标准要求，“浙江制造”正在进

行一次前所未有的大变革。

浙江台州，这座远近闻名的“制造之都”，就在“浙江制造”品牌建设的突围战中拼出了亮眼成绩。

作为浙江省首批创新型试点城市，近年来，台州不断致力于推动“浙江制造”品牌建设，筹划了“育牌、创牌、用牌”这“三张牌”，从基础、数量、效益等方面逐点攻破，在品牌建设方面取得了阶段性的成果。截至目前，台州市通过“浙江制造”产品认证企业10家，占浙江省17%，位列第3位；“浙江制造”品牌建设试点县共7个，数量居该省首位。亮眼的成绩背后，来自于“三张牌”的互融互助，协调共进。

## 打好“育牌”强基础

“浙江制造”标准是浙江省为打造浙江制造业中高端区域品牌而实施的一项基础性工程，是浙江“好企业”“好产品”“好服务”的综合体现，浙江省已按“国内一流、国际先进”的定位制订了190余项可与国际先进水平比肩的技术标准。打造品字标“浙江制造”品牌抓住了“区域品牌、先进标准、市场认证、国际认同”四个关键，是探索更多发挥市场作用的品牌建设创新之举。

台州市为打好“育牌”这张牌，在企业标准提档、质量升级等方面下了功夫。

为体现品牌建设中制造环节的突出地位，台州市首要行动便将“三强一制造”（质量强省、标准强省、品牌强省建设和打造“浙江制造”品牌）列入了该市先进制造业十大行动之首，先后出台多项文件，优选政府质量奖企业、行业“单打冠军”企业等142家企业，规划培育梯队。

此外，为集中提升品牌制造建设能力，台州市分批组织试点企业参加浙江省“浙江制造”品牌训练营集训。并邀请浙大质量中心专家授课指导，组织开展质量品牌提升行动。目前，台州市已组织31家企业参加“浙江制造”品牌建设高峰论坛，走访重点培育上下游合作企业1145家次，入孵企业产品销售额同比增长15%，利润同比增长19%。

目前，台州新增“浙江制造”品牌重点培育产品19类，占该省数量的13.5%，基础工程逐渐成效。



据悉，到2018年，台州计划制订“浙江制造”产品团体标准30个以上，制造业企业为主或参与制定国际、国家标准100项以上，实现70%以上制造业骨干企业的装备智能化、设计数字化、生产自动化、管理现代化、营销服务网络化基本覆盖。

可以看出，“浙江标准”不仅提升了产品质量，更催生了新技术、新业态、新模式。在制造业领域，“标准化+”、“互联网+”、“机器人+”的联动推进，发挥出引领结构调整和转型升级的叠加效应。

## 打好“创牌”增数量

“浙江制造”品字标的推行，从政府角度看，找到了品牌工作的有力抓手，加强了宏观调控，促进了转型发展；从企业角度看，落实了企业的主体责任，增强了企业的质量意识和品牌荣誉感，提高了市场竞争力；从社会角度看，为社会各方提供了权威的质量信号和价值导向，提升了浙江形象，实现了各方共赢。

为认证加快“创牌”建设，台州市根据当地优势、特色制造产品基础和优势产业情况，主动对接认证联盟或机构确定认证现场评审计划，邀请专家来现场作认证前的答疑解惑，指导帮扶重点培育企业依据认证标准或技术规范，开展对标达标行动。

作为台州市首家通过“浙江制造”认证的企业，浙江双环发展成为全球生产规模最大、实力最强的齿轮散件专业制造企业之一，研制了《汽车圆柱齿轮》浙江制造标准，以远高于国家标准和行业标准的品质比肩国际产品，从制造者升级为标准制定者，实现与国际接轨。

该企业在浙江制造品牌建设的作用下，已成为包括博格华纳、采埃孚、康明斯、卡特彼勒、约翰迪尔、伊顿、博世，以及上汽、一汽、重汽等国内外知名企业的供应商。该公司董事长吴长鸿表示，品牌质量建设对于一个企业来说如同命门，只有重视品牌，追求创新，企业才有核心竞争力，方能永远占据市场。

目前，台州市企业参与制修订国家、行业、地方标准921项，规上企业采标率达66.3%，制定“浙江制造”产品标准19个。

## 打好“用牌”提效益

除打好品牌基础，保障品牌质量外，推进国际互认是“浙江制造”品牌打造又一关键所在。为打好“用牌”，台州市创新打造“用牌”国际化，开展“浙江制造”产品与国际品牌质量比对行动，使“浙江制造”成为世人耳熟能详的优秀品牌。

浙江银轮机械股份有限公司是我国汽车零部件热交换器行业龙头企业，银轮品牌以“浙江制造”对接“德国制造”，在朝“奔驰”进发过程中，引入全球ERP管理系统的领导者，使整个管理系统的升级换代，预示着银轮人驾着“浙江制造”的飞毯，站到了世界企业资源计划管理的世界一流矩阵里。

据了解，银轮机械的合作公司——德国戴姆勒（奔驰）集团对不良缺陷总体不良率的要求是：三年内达到0PPM，0PPM就是百万分之零。银轮产品被专家审核小组称为是“世界上最好的翅式机油冷却器”，因此也赢得了良好的信誉。今年，又有两大类产品再次被选中，据专家估算，在未来三到五年，该集团将对银轮的配套采购资金将达10亿元人民币。

此外，在通往国际化的征途中，台州市不忘坚持考核企业品牌建设。台州市质量技术监督局党委委员、总工程师姚加健表示，“浙江制造”品牌建设对于整个台州市打造“制造之都”而言意义重大，“目前我们距离‘世界制造台州品牌’的目标还有一定距离，因此我们要以标准提档、质量升级、品牌增效为着力点，加快完善整个品牌体系的建设。”



## 解读《汽车产业中长期发展规划》

来源 / 工业和信息化部



我国汽车产业正处在重大战略机遇期，是制造强国战略、建设创新型国家的重要引领和支撑产业，因此，有必要制定汽车产业中长期发展战略，加强顶层设计，明确战略目标和任务，通过改革和创新推动汽车产业转型升级，健康发展。

4月25日，国家工信部、发改委、科技部联合印发《汽车产业中长期发展规划》，提出力争经过10年持续努力，迈

入世界汽车强国行列。

未来我国汽车业将实现关键技术取得重大突破、全产业链实现安全可控、中国品牌汽车全面发展、新型产业生态基本形成、国际发展能力明显提升、绿色发展水平大幅提高6大目标，力争经过十年持续努力，迈入世界汽车强国行列。除了目标之外，《规划》还逐一列明了指导思想、重点任务、保障措施等内容。

日前，工业和信息化部、发展改革委、科技部联合印发了《汽车产业中长期发展规划》（工信部联装〔2017〕53号，以下简称《规划》）。为了更好地理解和贯彻实施《规划》，工业和信息化部装备工业司负责同志对《规划》进行了解读。

○为什么要制定《规划》？

汽车产业是推动新一轮科技革命和产业变革的重要力量，是建设制造强国的重要支撑，是国民经济的重要支柱。一方面，进入新世纪以来，我国汽车产业快速发展，自2009年起已连续8年位居全球第一，2016年产销突破2800万辆，其中，中国品牌汽车超过1400万辆，市场认可度大幅提升，在某些细分市场已经能够和国际一线品牌同台竞争。新能源汽车发展取得重大进展，2016年产销

量超过50万辆，累计推广量超过100万辆，全球占比均超过50%。在智能网联汽车方面，部分企业主动布局，具备辅助驾驶功能和网联化特征的汽车产品规模化进入市场。另一方面，汽车产业大而不强的问题仍然存在，比如创新能力不强、部分关键核心技术缺失等，随着经济下行压力持续加大和汽车保有量大幅增加，一些深层次问题逐渐显现。

当前，新一代信息通信、新能源、新材料等技术与汽

车产业加快融合，产业生态深刻变革，竞争格局全面重塑。我国在新能源汽车发展成绩显著，支撑汽车智能化、网联化发展的信息技术产业实力不断增强，这两个方向有望成为抢占先机、赶超发展的突破口。未来一个时期，我国汽车市场将保持平稳增长，加之差异化、多元化的消费需求，将为中国品牌汽车发展提供巨大空间，制造强国战略实施和“一带一路”建设也为产业发展提供了重要支撑和海外发展机遇。

综合来看，世界汽车产业发展出现深刻变化，我国汽车产业转型升级、由大变强面临难得的历史机遇。根据党中央、国务院的决策部署，要求我们在认真评估汽车工业发展现状、深入分析未来市场需求和产业发展趋势的基础上，就有关方面的中长期工作明确发展思路、规划目标和政策导向，形成《规划》文件，为推进汽车产业由大到强发展提供指导。

○《规划》制定过程是怎样的？

2016年初，我部启动了《规划》编制工作，主要过程如下：

一是开展充分论证。组织行业开展市场预测、未来产业生态、行业管理改革、培育龙头企业、创新体系、国际化发展等6个专题研究，在深入分析汽车产业未来发展趋势的基础上，形成了《规划》初稿。

二是进行深入调研。组织召开了4次专题研讨会，听取政府部门、国家智库、行业组织、重点高校、骨干企业等的意见。同时，还访谈行业专家近20人次，调研华为、蔚来汽车、中国信息通信研究院等信息通信和互联网行业重点企业事业单位。

三是广泛征求各方意见。2016年5月书面征求了财政部、公安部、交通运输部、商务部等15个部门和中国工程院、中国国际工程咨询有限公司、中汽协会、中汽学会等4个单位意见。以分片区座谈会形式听取各省（区、市）汽车工业主管部门的意见建议。9月3日，我部组织召开专家论证会，听取行业专家意见。9月12日，我部第12次部长办公会对《规划》（草案）进行了审议。之后，又对《规划》进行了进一步修改完善，联合发展改革委、科技部上报国务院审定。

经国务院同意，2017年4月工业和信息化部、发展改革委、科技部联合印发《规划》。

○《规划》的主要亮点是什么？

一是统一了行业思想、凝聚了产业共识。为未来10年汽车产业发展指明了方向、明确了任务、提供了保障，

对于加快我国汽车产业转型升级，培育新动能、发展新经济，具有十分重要的指导意义。二是确定了“力争经过十年持续努力，迈入世界汽车强国行列”的总目标。《规划》全面分析了新一轮科技革命和产业变革对汽车产业的深刻影响，提出以新能源汽车和智能网联汽车为突破口，加速跨界融合，构建新型产业生态，带动产业转型升级，实现由大到强发展。

○《规划》的核心要义是什么？

核心要义就是要做大做强中国品牌汽车，培育具有国际竞争力的企业集团。路线上要以新能源汽车和智能网联汽车为突破口，引领整个产业转型升级；措施上主要包括优化产业发展环境，推动行业内外协同创新，推动全球布局和产业体系国际化。具体讲，可用“一六六八”四个数字概括：一个总目标、六个细分目标、六项重点任务和八项重点工程。

“一”个总目标即建设汽车强国，“力争经过十年努力，迈入汽车强国行列”。

“六”个细分目标是汽车强国的细化考量指标。核心技术、企业品牌、国际市场份额等汽车强国基本要素逐步成为行业共识，《规划》对应提出了关键技术取得重大突破、中国汽车品牌全面发展、国际发展能力明显提升三个目标。此外，提出了全产业链实现安全可控、新型产业生态基本形成、绿色发展水平大幅提高等三个目标。

以上目标具体到关键量化指标是：一是培育国际大企业集团，到2020年培育形成若干家进入世界前十的新能源汽车企业、若干家超过1000亿规模的汽车零部件企业集团，到2025年培育若干家进入全球前十的汽车零部件企业集团，突破产业链关键短板，掌握从零部件到整车的的核心关键技术；二是品牌认可度、美誉度及国际影响力显著增强，到2025年，若干家中国汽车品牌企业产销量进入世界前十强，中国品牌汽车实现全球化发展布局；三是节能减排成效显著，其中乘用车新车平均燃料消耗量2020年和2025年分别降到5.0升/百公里、4.0升/百公里，商用车燃料消耗量逐渐达到国际领先水平，新能源汽车能耗达到国际先进水平。

“六”项重点任务围绕六个目标提出，是目标实现的重要支撑。一是完善创新体系，增强自主发展动力。整合优势资源建立跨产业协同平台，融入大众创业、万众创新，形成体系化的技术创新能力，组建汽车领域国家制造业创新中心，联合攻关核心共性技术。二是强化基础能力，贯通产业链条体系。推动整车与相关行业企

业、零部件企业加强技术和资本合作，发展先进车用材料及制造装备，突破关键零部件技术瓶颈，建立安全可控的产业体系。三是突破重点领域，推动产业结构升级。大力发展汽车先进技术，推广成熟节能技术，形成新能源汽车、智能网联汽车和先进节能汽车梯次合理的产业布局。四是加速跨界融合，构建新型产业生态。加快推动智能制造，创新融合发展模式，以互联网应用为抓手，推动汽车服务业发展，提高绿色发展水平。五是提升质量品牌，打造国际领军企业。完善产品质量标准体系，提升企业质量控制能力，加强品牌培育，深化国企改革，鼓励兼并重组，支持优势企业做大做强。六是深化开放合作，提高国际发展能力。引导企业把国际化作为未来发展的战略选择，抓住“一带一路”建设、国际产能合作机遇，加快实现全球发展布局。

“八”项重点工程是六大任务的重要支撑和抓手。八项重点工程分别对应于六项任务，分别是创新中心建设工程、关键零部件重点突破工程、新能源汽车研发和推广工程、智能网联汽车推进工程、先进节能环保汽车技术提升工程、“汽车+”跨界融合工程、汽车质量品牌建设工程、海外发展工程。

○《规划》对我国新能源汽车的发展是怎么考虑的？

我国新能源汽车产业发展自 2009 年起步，2012 年前共推广应用 1.7 万辆，2013-2014 年推广应用 10.1 万辆，2015 年跃升至 37.9 万辆，2016 年生产 51.7 万辆，连续两年产销量居世界第一，累计推广超过 100 万辆，占全球市场保有量 50% 以上，产业规模全球领先。

经过近几年的快速发展，我国新能源汽车的技术水平显著提升，企业竞争能力大幅增强。2016 年底，动力电池单体能量密度达 220 瓦时/公斤、价格 1.5 元/瓦时，较 2012 年能量密度提高 1.7 倍、价格下降 60%。纯电动汽车主流车型动力性、经济性、安全性大幅提升，已能满足人们日常出行需求，社会认可度快速提升。2016 年，比亚迪、吉利、北汽等企业进入全球新能源乘用车销量前十名。新能源客车技术水平世界领先，已销往全球 30 多个国家，并实现了产品、技术、标准和服务携同“走出去”。宁德时代、精进电动等电池电机企业成为全球知名供应商。新能源汽车发展带动上下游产业投资，贯通了基础材料、关键零部件、制造装备等产业链关键环节，建立了结构完整、安全可控的产业体系。应该说，我国的新能源汽车产业发展取得积极进展，与国际先进水平基本同步，具备在新能源汽车领域形成全球创新引领的良好基础。

○《规划》对智能网联汽车发展是如何考虑和部署的？

我们把具有人工智能和网络互联特征的汽车称为智能网联汽车，未来代表性的产品就是自动驾驶汽车。智能网联汽车，为破解巨大汽车保有量带来的能源、环境及交通等难题，构建面向未来的健康汽车社会提供了全新可能，代表未来汽车产业技术的发展方向 and 战略制高点。目前，各汽车工业强国都已制定了智能网联汽车发展长远规划或行动计划，纷纷加大研发投入，加强核心技术攻关。

工业和信息化部从顶层设计、标准法规制定、试点示范区建设等方面积极推动智能网联汽车发展，国内大部分车企已发布了各自的智能网联汽车发展规划，部分企业进行了自动驾驶汽车研发与功能演示，众多互联网和新兴技术企业也纷纷进入智能网联汽车领域，技术发展和产业布局初见成效。也应看到，我国在智能网联汽车发展方面还存在基础技术薄弱、协同推进不够等问题。鉴于智能网联汽车发展具有创新要求高、发展空间广、领域跨度大的特征，下一步还应加强统筹协调，推动跨产业、跨部门合作，形成发展合力。一是加大技术研发支持，建立跨产业协同创新机制，重点攻克环境感知、智能决策、协同控制等核心关键技术，突破传感器、控制芯片、车载通信、操作系统等产业链薄弱环节。二是协调制定相关标准法规，加快智能网联汽车标准体系建设，探索制定自动驾驶汽车道路行驶的法律法规。三是推动宽带网络基础设施建设和多行业共建智能网联汽车大数据交互平台。四是加快网络信息安全和车辆行驶安全保障体系建设，严防智能网联汽车安全风险。

○在《规划》编制中是如何看待未来汽车产业生态和产业发展新形势？

当前新一轮科技革命和产业变革加速孕育突破，能源革命和生态文明建设深入推进，汽车产业与电子信息等新兴产业深度融合，消费趋势、制造过程、商业模式、竞争格局发生重大变革，全球汽车产业生态正在重塑。主要表现在以下几个方面：

首先，汽车的产品形态和生产方式在深度改革。汽车产品将加快向新能源、轻量化、智能和网联的方向发展，汽车正从交通工具转变为移动智能终端、储能单元和数字空间，乘员、车辆、货物、运营平台与基础设施等日益实现智能互联和数据共享，汽车生产方式向充分互联协作的智能制造体系演进，产业上下游关系更加紧密，生产资源实现全球高效配置，研发制造效率大幅提升，个性化定制生产模式成为重要趋势。

其次，个性化、体验化、社交化等新兴需求快速兴起，新的商业模式不断涌现。互联网与汽车的深度融合，使得安全驾乘、便捷出行、移动办公、本地服务、娱乐休闲等需求充分释放，新的服务业态和商业模式不断涌现，产业价值链持续延伸。用户体验成为影响汽车消费的重要因素。互联网社交圈对消费的导向作用逐渐增强，消费需求的多元化特征日趋明显，老龄化和新生代用户比例持续增大，共享出行、个性化服务成为重要方向。

其三，全球的汽车产业竞争格局发生深刻调整。汽车发达国家纷纷提出产业升级战略，加快推进产业创新和融合发展。发展中国家也在加紧布局，利用成本、市场等优势，积极承接国际产业和资本转移。中国深化改革全面推进，汽车产业国际化发展进程提速。产业边界渐趋模糊，互联网、社会资本等造车新势力大举进入汽车行业，传统企业和新进企业竞合交融发展，汽车产业价值链、供应链、创新链发生深刻变化。

## 《汽车产业中长期发展规划》核心是做大做强中国品牌汽车

供稿 / 浙江省汽车行业协会综合报道

在近日召开的《汽车产业中长期发展规划》（下称《规划》）宣贯电视电话会议上，工业和信息化部部长苗圩指出，《规划》提出了汽车产业未来十年的发展目标、重点任务和政策措施，核心要义是做大做强中国品牌汽车，培育具有国际竞争力的企业集团。



进入新世纪以来，我国汽车产业发展成绩显著，技术水平快速提升，产销量自 2009 年起已连续 8 年位居全球第一，2016 年突破 2800 万辆，其中，中国品牌汽车超过 1400 万辆，市场认可度大幅提升，在某些细分市场已经能够和国际一线品牌同台竞争。然而，我们也应清醒认识到我国汽车产业还存在创新能力不强、部分关键核心技术缺失等问题。

当前，新一代信息通信、新能源、新材料等技术与汽车产业加快融合，汽车产品形态和生产方式深度变革，新兴需求和商业模式加速涌现，产业格局和生态体系深刻调整。我国在传统汽车产业方面有一定的积累，新能源汽车发展成绩显著，产业规模快速扩大，产业链日趋完善，支撑汽车智能化、网联化发展的信息技术产业实力不断增强，新能源汽车和智能网联汽车有望成为抢占先机的突破口。未来一个时期，预计我国汽车市场将保持平稳增长，能够为中国品牌汽车发展提供空间，“一

带一路”建设为汽车产业海外发展带来机遇。综合看，我国汽车产业转型升级、由大变强迎来难得的历史机遇。

第一，把创新作为建设汽车强国的主引擎，充分发挥企业主体作用，加大研发投入，完善创新体系建设，弥补缺失环节，瞄准世界产业发展制高点，实施一批重大科技项目。第二，提高节能与新能源汽车发展水平，加大节能汽车的研发和推广力度，大幅提升新能源汽车整车集成控制和质量安全水平，建立促进节能与新能源汽车协同发展的长效机制。第三，加快汽车与新一代信息通信技术融合发展，大力推进汽车、信息、通信、电子和互联网行业跨界协同攻关，加快建设基于互联网的开放式管理和创新平台，充分关注分享经济对汽车消费和使用方式带来的革命性变化。第四，提高国际化发展能力，坚持走开放发展之路，深化国际合作，鼓励企业抓住“一带一路”等重大机遇“抱团出海”。

## 国家重新定义什么是汽车

供稿 / 浙江省汽车行业协会综合报道

国家三部委发布的《汽车产业中长期发展规划》明确指出：汽车正从交通工具转变为大型移动智能终端、储能单元和数字空间，乘员车辆、货物运营平台与基础设施等实现智能互联和数据共享。

这段话，虽然没有明确是对汽车进行了重新定义，但是，对于传统的汽车定义已经进行了颠覆性的重构，从汽车的内容含义、功能等方面都有了突破性的新概念、突破性的新提法、突破性的新表述，汽车行业以及社会各界对此应给予高度的重视。

这一概括，预示着中国汽车产业将向着一个全新的方向发展，将会使中国汽车产业发生翻天覆地的变化，将会使中国汽车产业领世界汽车创新风气之先，将会使中国汽车产业在这一轮技术和产业变革中实现赶超。只有在这样一个新的历史转折过程中、新的产业发展趋势中，中国汽车产业实现赶超的战略才能实现。实现了赶超，中国汽车由大变强的目标就能变成现实。



### 第一，汽车是大型移动智能终端。

汽车这种移动终端，与其它移动智能终端相比，无论在物理体积上，还是在智能标准上，都是大型的。智能手机是移动的，但是，它无论在体量上，还是在智能技术上，以及在未来的智能化应用空间上，与汽车相比都是小巫见大巫的。

这个大型移动终端最核心、最突出的特征是什么呢？是智能。汽车在过去，它的生产过程和使用过程，是机械先进技术和科学管理的集大成者。人类不仅仅会用机械的、物理的、电气化的手段来为自己服务，在未来，更重要的是用智能的方式、智能的手段、智能的技术来为自己服务。未来的汽车，将会是一个比计算机更强大的智能机器，它为人类提供的服务更全面、更丰富、更广阔。

汽车与人类之间的关系再不是过去驾驭和被驾驭的关系、使用和被使用的关系。智能汽车不仅具备按照驾驶者和使用者的意图行动的特征，还会随着和使用者之间的交互交流，产生情感和智慧，变得具有学习能力、体验能力、自省能力、情感表达能力。

### 第二，汽车是储能单元。

汽车的电动化创造了汽车的新功能，使汽车从过去仅仅是能源的消耗单元变成了能源生产使用过程的重要环节。汽车它在自己的电动化过程中不但改变了自己，也成为改变传统能源产业的重要力量，成为能源产业革命的重要措施，成为能源产业革命的重要组成部分。

在一定意义上说，能源的储能单元在能源产业变革中的重要性，不亚于能源的生产。电力储存是人类面对的一个难题。众所周知，电力一旦生产出来，如果不使用就会自动消耗。如果汽车成为电力的储能单元，就会使电力生产过程变得更加可控、更加节约、更加有效，使人类过去不能使用的能源，有效的、大规模的转变成为电力，为人类提供清洁的、方便的、可持续的能源。通过汽车进行能源储存，实现能源供应的分布式和分散化，使每一个家庭、每一个生产单元都有可能成为能源的生产者、储存者和使用者。

### 第三，是数字空间。

新一代的汽车消费者、未来的汽车消费者，他们希望未来的汽车，要具有信息收集的功能、信息交互沟通的功能、信息处理和使用的功能。他们希望自己的汽车驾驶舱，不仅仅是一个保障他们的安全、给他们提供舒适的、可供他们欣赏的空间，而且，还是一个数字的空间。

汽车的数字化，不仅仅是制造过程的数字化、产品的数字化，更重要的是消费者使用汽车的数字化，使汽车的功能有了根本性的改变，正因如此，汽车才成为了新的技术革命和产业变革的载体，成为了各个方面资本追逐的热点，成为了高科技公司不能够放弃，必须进入、必须占有一席之地的产业必争之地。

未来汽车的驾驶空间一定是一个数字空间。这个数字空间不仅仅给乘员和驾驶者带来娱乐的便利和快乐，而且还有可能使乘员和驾驶者成为娱乐项目的创造者。成为娱乐项目数字的提供者，成为文化新闻出版的生产单元。

### 第四，是智能互联媒介。

乘员是汽车成为智能互联媒介的核心。乘员在汽车里边的活动内容和方式的改变，要求汽车必须成为媒介，成为能够使乘员随时随地与外界进行信息沟通和交互的平台。在这种互联互通的过程中，汽车通过乘员还会创造出一些新的信息、新的数据，使汽车不仅具有接受、传递信息和数据的功能，而且还有创造和扩散数据的功能。

未来的汽车，不是一个简单的交通运输工具，而是一个智能互联媒介的承载实体。汽车在使用的过程中，无时无刻的不在与其他物理实体进行互联互通，生成大量的数据。物理实体变成了信息的载体，同时也变成了有智慧的、有智能的物理载体，因此，这样

的汽车必然是一种媒介，它本身的运行和活动就是一种媒介活动。

未来的世界万物相连，那么，汽车运载的各种商品就成为了其与世界相连的信息源。从一定意义上说，汽车运载的不仅仅是物理的货物，还是数据源。这些数据与外界的联系，就不仅仅局限于汽车与汽车之间的联系、乘员与乘员之间的联系、人与车之间的联系，它的联系更加广泛。

汽车的运营平台在使用汽车的过程中，必然与能源行业、城市的基础设施以及物流行业发生全面的联系。这种联系，按照物联网的发展趋势就必然会产生数据。未来的汽车运营平台，使汽车成为智能互联媒介的数据连接中枢和信息数据集散地，成为数据加工制造的一个重要环节，使汽车与外界的数据交互更加广泛、更加有效。



重新定义汽车是什么，顺应了消费者需求的新取向，是对新一代汽车消费者新价值的概括和回应。新一代汽车消费者对汽车的需求，再不仅仅是安全性、可靠性、节能环保，互联网的概念、智能的概念、数字化的概念开始成为标配。

## 李书福： 一带一路与全球型企业文化建设

来源 / 吉利汽车集团



5月14日，“一带一路”国际合作高峰论坛在北京开幕，浙江吉利控股集团董事长李书福参会并发表署名文章《一带一路与全球型企业文化建设》。

在全球经济再平衡、大调整的重要历史关头，在中国经济结构大改革、大转型的重要历史时刻，在亚洲经济、欧洲经济都面临机遇与挑战的历史时期，党中央国务院审时度势、英明决策，发起“一带一路”伟大倡议，既为一带一路沿线国家带来经济发展机遇，为中国经济转型升级指明方向，也为全球经济复苏、人类命运共同体事业做出了重大贡献。我们在为此欢呼的同时，也要冷静地思考如何更加有效地推进一带一路建设，真正体现共商共建共享的发展理念，为一带一路沿线国家经济社会发展做出贡献，产生实实在在的效益。

纵观世界现状，因为政治、种族、宗教、文化、经济利益和军事等各方面的原因，全球各地冲突不断，人类离大同社会遥不可期。但是在经济领域，经济一体化、投资贸易便利化已经成为不可阻挡的潮流。大量外国企业进入中国市场的同时，中国的一些企业也在走出去，逐渐融入全球经济和社会，因此研究和推动全球型企业文化的形成与发展对于

中国及全球经济的可持续发展，对于世界和平及全人类幸福事业的建设具有重要而深远的意义。

过去，我们把在若干几个国家开展业务的公司

称为跨国公司，把在世界上绝大多数国家开展业务的公司称为全球公司，但这两种公司都带有鲜明的国家特征，几乎都在推行总部主导的公司文化。而今天，企业所面临的跨文化冲突与融合又进入了一个新的历史时期。无论是跨国公司还是全球公司都已经认识到文化引导与建设的重要性。以总部文化为主导的企业文化往往很难在全球顺利开展业务，为了适应和支持全球各个细分市场的发展，调配和整合全球资源，有些公司已经开始淡化国家背景，突出本土化与全球化的细分与合作，强化本土化发展，突出本土化与全球化的细分与合作，强化本土化发展与全球化协调的重要性。比如，汇丰银行控股有限公司的跨文化融合做得很好，其本土化发展、全球化协调能力及理念较为领先。

我把这类新型的企业组织形式称为“全球型公司”，这种公司淡化或打破了原有的国家、民族、宗教信仰、语言和局部文化特征，逐渐形成一种全新的企业文化和价值理念，其核心特点是尊重、适应、包容与融合，最终目标是达到合作共赢和实现企业在全

“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。”



球市场的成功。我所说的全球型企业文化是指跨越国界、跨越民族、跨越宗教信仰，放之四海都受欢迎的企业型态。这种文化有利于推动世界和平发展，有利于人类文明进步、幸福快乐，有利于企业创新、创造，跨民族、跨行业、跨层次，多元融合，具体体现在不同市场的不同用户满意度高、员工自豪感强、管理层成就感大，企业整体全面可持续发展。这种文化极度开放兼容，极度远见卓识，既允许局部矛盾的存在，

也提倡共同的价值追求，积极承担企业社会责任，勇于挑战科技高峰，有利于探索可持续发展的未来商业文明，充分体现依法、公平、透明、相互尊重的企业治理理念。

一带一路不是中国的独奏曲，而是世界各国参与的合奏曲，不是中国一个国家的事业，而是一带一路沿线国家共同参与的事业。

全球型企业建设离不开本土化企业的发展。更好地推动本土化企业的发展，就是更好地建设全球型企业，市场如同战场，本土作战远程控制必须实现有机协调，不同的市场要有不同的授权，不同的市场要用不同的战略，越靠近市场就越了解前线，对前线的授权越充分竞争就越灵活。因此，推动本土化研发、本土化人才、本土化采购、本土化市场与全球研发、全球人才、全球采购、全球市场的灵活协调是赢得竞争的关键。

基于这种理想和目标，我们建设“全球型企业文化研究中心”，愿景是：推动全球型企业文化的形成和发展，使全球型企业文化深入人心。一个企业的诞

生、生存与发展，其目的不仅仅是为了产生较好的经济效益，而且还要承担相应的社会责任，两者都很重要，缺一不可。只有这样，才能保证企业在正确的方向上前进，推动人类文明更好发展。

吉利在美国、英国、比利时、瑞典、白俄罗斯及亚洲、非洲等国的成功实践和发展，证明了全球型企业文化的理念是正确的，尤其是在一带一路的沿线国家，取得了更大的成功。

在这个时提出一带一路倡议，是因为世界已经走到了这个历史关头，人类有许多共同的问题需要解决。欧亚之间的协同是近邻之间的合作，只有开放协同才能解决大家所面临的共性问题。落实五大发展理念需要合作，四个全面推进需要合作，只有合作才能共赢。全球型企业文化是世界各国各民族之间不断达成共识的文化，一带一路建设考验着中国企业走出去的智慧，也考验着亚欧各国企业家的智慧，机遇面前人人平等，我们在抓住机遇的同时，也面临风险，我们如何趋利避害，稳中求进，一步一个脚印，步步为营，这不是一件很容易做到的事情，需要我们付出艰辛的努力。

各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。这是中国人类学家费孝通的良好夙愿，一带一路的伟大实践与全球型企业文化建设是推动亚欧民心相通、政策沟通、设施联通、贸易畅通、货币流通的有益尝试，是亚欧人民乃至全世界人民的福音，只要大家抓住一带一路倡议发展机遇，大胆实践与积极探索，本着各美其美，美人之美的宽广心胸，美美与共的美好未来就能来到我们身边。（节选）

## “一带一路”下中国新能源车企的布局

来源 / 电池中国网

新能源汽车产业的发展已成大势所趋，我国 2017 年前四个月新能源汽车产销量分别为 88759 辆和 95036 辆。从 2017 年前四月新能源汽车产销量增长趋势来看，稳中有进较符合预期。有专家预计，全年 80 万新能源汽车推广目标有信心实现。新能源汽车与动力电池相辅相成，新能源汽车的产销量直接关系到动力电池的生产与装配量。

随着“一带一路”建设的不断深入，国内新能源汽车产业链企业逐渐将目光转向“一带一路”沿线市场。“一带一路”覆盖区域涵盖东盟、南亚、中亚、独联体和中东欧等总共 66 个国家和地区，为此，笔者特地选取了部分国内企业布局较为典型的国家和地区，一睹国内企业开拓“一带一路”市场的风采。

### 比亚迪进入石油大国市场

伊朗是石油大国，但为顺应全球能源的转型发展，响应“绿色出行”等理念，伊朗正在着力发展新能源行业。

2016 年 11 月 23 日，伊朗最大的民营汽车制造商科尔曼汽车宣布与比亚迪达成战略合作，比亚迪纯电动与双模系列新能源车型，电池、电机、电控等尖端技术将进入伊朗市场。比亚迪也成为首个进入传统石油大国的纯电动车辆品牌。

此前，比亚迪 e6 已在伊朗当地完成认证，并在大不里士车展举行了首发仪式，取得良好的市场反响。比亚迪将结合科尔曼的销售与服务网络引入更多混动、纯电动乘用车型，双方还将合力开发电动商用车市场，为出行提供完整的绿色垂直交通解决方案。

### 雷丁汽车试水印度市场 机遇与挑战并存

印度是能源消费大国，由于本土能源资源存储和产量不足，对海外能源依存度较高，为确保能源安全，印度着力进行新能源方面的探索。据印度媒体报道，印度近期将开展一项旨在实现汽车大规模电动化的计划，希望通过出租、更换电池，兴建充电站等方式推动汽车的电动化。

据媒体报道，2016 年雷丁汽车与印度纳姆集团高层互访，并最终达成了战略合作协议，雷丁将服务印度的微型电动汽车市场，为印度市场微型电动汽车的普及和发展做出重要贡献。

纳姆集团首批订单为 4 万辆雷丁电动汽车，交付周期为 8 个月。

虽然印度新能源汽车市场潜力巨大，但问题也不少，对于未来电动汽车发展，印度现存的用电和网络信号条件等问题都可能影响印度的新能源汽车市场。

### 海马新能源进军俄罗斯市场

曾有外媒统计，2016 年俄罗斯全境电动汽车仅有 600 辆。低温影响续航里程偏低、价格高、充电困难等成为阻碍其电动汽车产业发展的主要原因。俄罗斯政府曾在 2015 年 9 月颁布法令，要求在 2016 年 11 月 1 日之前，俄境内所有加油站必须为电动汽车配备充电桩，用以推动新能源汽车产业的发展。

2016 年 9 月，海马汽车与俄罗斯美特姆公司签署了“海马新能源汽车进入俄罗斯市场合作备忘录”。基于美特姆公司在俄罗斯本土 20 多年的汽车电子产品制造经验，和海马汽车在新能源整车、三电等关键部件方面的技术开发，两者的合作不仅能带动俄罗斯新能源汽车产业的发展，同时有助于海马汽车扩大在全球市场的品牌影响力。

据了解，海马汽车自 2006 年启动国际化至今，已实现“一带一路”沿线国家阿尔及利亚、越南、菲律宾等 20 多个国家和地区的整车出口。

### 江淮与哈萨克斯坦合作，一个三赢的选择

“一带一路”建设框架下中国 - 哈萨克斯坦产能与投资合作早期收获项目、哈萨克斯坦 32 个产业振兴项目中唯一的汽车项目——库斯塔奈江淮汽车项目落户阿鲁尔汽车集团所属的萨勒阿卡工厂，如今已开花结果。

据了解，江淮在哈萨克斯坦组装生产的电动汽车是目前哈萨克斯坦国内唯一本土生产的电动汽车。在与江淮合作之前，哈萨克斯坦的汽车厂家本打算引进其他国家的电动汽车，但由于其他品牌的电动汽车无法适应哈萨克斯坦的冬季气温低、四季温差大的气候特点而选择了江淮汽车。

哈萨克斯坦地处欧亚大陆腹地，具有天然的地理优势。国内新能源汽车企业拓展国际市场，哈萨克斯坦是个非常好的试验田。打开了哈萨克斯坦市场，也就打开了独联体国家乃至欧盟的广阔市场。

### 北汽新能源入驻欧美高端市场

进入 21 世纪以来，欧美分别制定了一系列保障能源安全、应对温室气体排风的政策。美国偏向于推广新的能源政策，减少本国对石化能源的依赖；欧盟则更重视节能政策，而且对车企的限制愈加严格。

为提升在北美地区的竞争力，2016 年 9 月，北汽新能源启动北美技术创新战略，在美国硅谷、底特律两大研发中心进行 20 个项目的开发运行，并逐步完善北汽新能源向欧美高端市场进军的步伐。

据了解，进军美国市场将主要受到三大因素限制：排放、安全性和节能。北汽新能源汽车突破传统思维实现全球价值链伙伴布局，构建了优质的“新能源汽车生态圈”，在新能源汽车三大核心技术电驱、电控、电池上具备较强核心竞争力优势。

近期与北汽新能源汽车有过合作的西班牙 Campos Racing 公司也表示，将支持并帮助北汽新能源汽车获得欧盟认证。在 Campos Racing 公司的推动下，北汽新能源汽车也将加速在欧洲市场的布局。

作为横跨 60 多个国家和地区的世界最长经济大走廊，“一带一路”沿线国家在新能源汽车方面的旺盛需求，除了带动国内整车企业加速布局，也将为国内动力电池企业带来巨大海外市场。特别是随着当地新能源汽车相关产业的崛起，部分动力电池企业可以绕开国内激烈的市场竞争，转而在海外创出一番“新天地”。



据了解，过去欧美主流汽车厂家一直把电动汽车的重心放在燃料电池汽车上，而纯电动产业链在欧洲和北美一直没有发展起来，随着国内新能源整车企业陆续进入欧美市场，欧美汽车企业也将逐步增加对于纯电动汽车和动力锂电池关注，推动欧美动力锂电池市场的逐步扩大。

不仅国内企业在“一带一路”沿线布局新能源整车业务，在新能源汽车产业链的其他业务方面也有所布局。吉利携手著名钟表制造商 Swatch 共同涉足新能源汽车动力电池领域，双方将致力于共同开发钒动力电池组相关技术；宁德时代参股芬兰车企芬兰维美德汽车有限公司，将合作聚焦于为芬兰维美德汽车有限公司提供电动和混合动力车提供项目管理、工程设计及蓄电池槽等。



## 互联网造车： 从“纸上谈兵”到“真刀真枪”

来源 / 解放日报



奇点、蔚来、云度将于今年底推出旗下首款车型；威马、车和家也将在明年初推旗下首款车型；最近，小鹏汽车、爱驰亿维等新型车企也相继发声，量产车型已指日可待。

2017年，似乎注定要成为互联网新型车企元年。那些在去年大张旗鼓说要互联网汽车的新型车企，终于开始摆脱纸上谈兵的PPT演示，把一个个真实的汽车产品推向舞台的中央，等待市场的检验。

### 量产车型纷至沓来

本届上海车展期间，众多互联网新型车企纷纷亮相，各类概念车和接近量产的新车更是千姿百态，煞是惹人。紧随其后的，是雄厚的资本力量，以及互联网造车新军对未来市场的想象力和十足的信心。

这里面，就有身穿着黑色T恤的蔚来汽车创始人李斌。他接连着10天亲自站台，以每天两场的节奏，为参观者解读最新量产车ES8。这是一款7座纯电动SUV，采用2+3+2的布局方式，车长超过5米，全铝合金车身，打造前后双电机，四轮驱动。对于解决里程焦虑症的问题，蔚来给出的解决方案是“换电”。李斌想给消费者体验一种与加油一样的便利感。目前，上海永乾机电有限公司已与蔚来汽车签署《换电站项目战略合作协议》，至2019年3月30日，双方将合作完成换电站的研发和制造任务，并最终实现量产推广的目标。

展馆外，威马汽车用走进企业的形式展示其首款量产车型，并宣布正在成立120亿元的产业基金，实现对传统车企的“换道超车”。威马汽车战略规划副总裁陆斌表示，威马将打造C2M（用户-制造商）的定制化工厂，预计该工厂于今年年底封顶，用户可以根据需求定制自己的车，并且全程追踪车辆的制造状态。

早些时候，奇点汽车CEO沈海寅已经花了两个半小时，介绍旗下的首款量产车型is6。沈海寅宣布，奇点已获得6亿美元融资，智能新能源汽车产业园项目将落户安徽铜陵，共投资80亿元，预计年产能达到20万辆。两个半小时里，沈海寅反复强调，全新发布的is6量产车续航里程400公里，而且，这并非特定工况下的数值，而是实际行驶里程。

### 从代工到自建工厂

其实，国内互联网造车的浪潮，始于2015年国家发改委发布的《新建纯电动乘用车生产企业投资项目和生产准入管理规定》。从那时起，基于纯电动车项目的各类互联网新型车企如雨后春笋，不断涌现。

目前，国内多家互联网新型车企通过与二三四线城市的高新产业园合作，很多已低调建厂，不少进入实质性量产阶段。

从各大企业对外宣传来看，现阶段的互联网新型车企的智能产业基地水准都不低。奇点的工厂将在环保、自动化领域都达到世界最高标准；蔚来虽然选择代工，但依然选择与江淮合作投资开建南京“三电”工厂；威马的工厂水准将与凯迪拉克上海工厂、宝马铁西工厂和沃尔沃的成都工厂制造水平相当，且智能化程度更高。

威马汽车负责人陆斌表示，工厂建成后，将成为贵国内首个半封闭环境自动驾驶试验基地，这也为威马电动汽车日后的自动化驾驶提供了非常有利的条件。

“代工虽然轻资产，但总是别人的东西，不好控制。”陆斌认为，工厂的顺利建设对于汽车产能的保有十分重要，而这也是汽车企业今后面临市场竞争所需要的基本条件。

### 牌照难题何日能解

尽管纷纷进入建厂和量产阶段，但国家有关新能源汽车的生产资质，大多数新型车企却并未拿到。除了背后有福汽支持的云度汽车外，这是一个摆在所有人面前的难题。

梳理发现，近一年取得生产资质的公司，诸如北汽新能源、奇瑞新能源等，更像是传统车企的新能源业务的分拆；江铃新能源等则属于主机厂业务的扩张——进军新能源乘用车领域；而前途汽车、万向集团等则是属于转型升级，它们曾经只是汽车零部件产业链上的上游供应商。

面对这样的情况，有业界专家认为，让拥有电池技术和整车制造技术的传统车企加上互联网基因来完成互联网造车，是否更为便捷？

新能源车企生产资质不断收紧，已经成为悬在尚未取得牌照的互联网新型车企头上的定时炸弹。因此，无论是蔚来还是奇点，都没有完全否认前期的代工模式，或许只有前期的代工模式，才能让这些车尽快的跑在大道上。

### 部分互联网新型车企一览

乐视汽车：去年发布LeeSEE概念车，并在去年底携手合作伙伴法拉第未来发布量产车FF91。

蔚来汽车：两款量产车蔚来EP9、蔚来ES8已经亮相。目前已设立三电系统制造基地，与江淮合作建设的合肥整车工厂也已近封顶。

威马汽车：概念车AG2020亮相，量产车2018年下线。自建工厂，一期厂房正在建设，年底结构封顶。

奇点汽车：is6预览版已亮相，计划2017年实现量产。自建工厂位于安徽省铜陵经济技术开发区新能源汽车产业园。

云度汽车：小型SUV车型π1及π3预计今年年内上市销售。背后有福汽集团支持，已取得生产资质。

游侠汽车：试制车预计年内发布。自建工厂，生产基地落户湖州，尚未开工。

小鹏汽车：Beta版汽车已亮相。自建工厂，5月5日宣布生产基地落户广东肇庆。



## 中国汽车行业 颠覆性变革进程处于领先地位

来源 / 工人日报

近日，咨询公司罗兰贝格发布全球汽车行业颠覆性数据探测第一期报告，在报告所涉及的十个国家中，中国汽车行业的颠覆性变革进程排名第三，仅次于荷兰和新加坡；中国消费者对电动汽车和自动驾驶汽车的需求全球最高。

罗兰贝格认为，未来十数年中，出行服务、自动驾驶、数字化与电气化四大趋势组合将在汽车行业引发重大颠覆性变革。为持续监测并分析这一变革的进程，他们推出全球汽车颠覆性数据探测，使用五大维度（消费者偏好、法律法规、技术、基础设施与行业动态）中的25个指标，对全

球十个国家（中国、法国、德国、印度、日本、荷兰、新加坡、韩国、英国和美国）汽车行业的现状和颠覆性变革进程进行季度性评定，并将定期进行数据更新。

从整体表现上来看，消费者逐渐对自动驾驶汽车产生兴趣，也开始接受电动汽车作为传统汽车的替代方案，但能够有效推动汽车行业颠覆性变革的法律法规仍然缺位。荷兰电动汽车销售量较高，电动汽车充电基础设施非常完善，消费者对自动驾驶充满兴趣。中国则在消费者偏好、法律法规和行业动态三方面处于领先。

## 零部件企业“暗战”技术升级

来源 / 每日经济新闻



面对未来汽车，车企都展开想象翅膀，欲在新能源、智能互联、自动驾驶等新技术竞争中抢占技术制高点，产业链上的零部件企业也开始躁动起来。

在今年的上海车展上，包括博世、佛吉亚、博泽以及海拉等零部件巨头，也展示迎合这波汽车产业变革浪潮的新技术。上述零部件企业表示，零部件企业在各自的优势领域进行了前瞻性技术储备，确保能够提前达到主机厂的需求。

有业内人士分析称，在高新技术上，零部件企业比主机厂要面对更多挑战，特别是外资零部件企业，因此，在这场竞争中，他们必须要抢先布局先进技术才能够牢牢掌控技术主导权。

### 厂商技术布局提前近10年

事实上，在上海车展上，无论是传统车企带来的创新技术，还是新造车企业集体亮相的新技术，都不开零部件厂商前沿技术的储备。

例如，博世展示了其全球首款两轮智能电动车系统、自动驾驶技术、混合动力/电动车系统解决方案等技术；汽车内饰与座椅供应商佛吉亚展示了面向未来自动驾驶与智能互联时代的驾驶舱；车门、座椅和电机驱动供应商博泽展示了轻量化车门、电动侧门驱动装置、全电气化的座椅平台等；法雷奥带来了14项面对电气化、自动驾驶与互联汽车的创新解决方案；汽车照明和汽车电子领域零部件商海拉围绕“自动驾驶技术”，展示了如何将照明、雷达和摄像头等相结合的解决方案。

“目前，佛吉亚对未来驾驶舱的技术储备已达第四级的自动驾驶车，即完全自动化，但只能在特定环境中。”佛吉亚集团首席执行官柯瑞达（Patrick Koller）表示，预测到2030年，市场上销售的50%车辆都将具有第四级的自动驾驶水平。

在时间上，零部件企业的技术布局要提前主流主机厂5至10年。根据上汽通用规划，其要在2021-2025年实现高度自动驾驶，

这还是建立在政策法规与道路环境有界定与突破的基础上。记者了解到，目前，现有汽车及互联网企业在自动驾驶技术方面多集中在第二级或第三级。

不只是佛吉亚，博泽集团首席运营官Jürgen Otto也指出，包括电动车门驱动模块等在内的大量车门模块已能批量生产。

### 加大中国市场投资力度

在提前布局新技术同时，外资零部件企业还加大了在华投资力度。据了解，2016年，博世在华投资总额达到49亿元人民币（约合6.7亿欧元）。采埃孚董事会成员Peter Lake表示，在过去五年，采埃孚在中国的投资超10亿欧元（约合74亿元人民币）。

上海车展开幕前一天，采埃孚（中国）投资有限公司上海工程中心二期开业典礼在采埃孚亚太区总部正式举行，据悉二期总投资额约为5000万欧元；4月21日，博泽投资7200万欧元（约5.2亿人民币）的新中国总部正式开业；海拉也于近日宣布，海拉北京海纳川的天津新工厂预计在今年10月投产，同时位于上海川沙的海拉电子工厂计划也在今年扩大产能；法雷奥的“法雷奥中国技术中心”也于4月初开业。

不过，值得注意的是，虽然中国早已成为大众、宝马、奔驰等跨国整车企业的第一大市场，但外资零部件巨头的主阵地仍在欧美市场，例如博世、大陆集团的第二大市场才是中国。在中国汽车市场看涨的背景下，零部件企业开始进一步深耕中国市场。

Jürgen Otto表示，目前，博泽中国营业额占全球市场的比例为19%，预计到2025年，公司销售量的25%将来自于中国；柯瑞达则表示，瞄准中国快速增长的SUV市场，佛吉亚预计到2020年，SUV领域销售额将占总销售额的50%。

## 众泰汽车：以“品质派 World tye”打造中国品牌新名片

过去的一年，众泰汽车在国务院提出的“增品种、提品质、创品牌”的新时期工匠精神引领下，通过打造“七级变速”铸就“工匠精神”，全面开启3.0时代，以更广泛的影响力、更好的口碑和卓越的品质赢得公众认可，全力推动了中国汽车市场强劲发展。

### 三“品”合力 打造“品质派”新形象

2017年，是“中国品牌日”开年，也是众泰汽车品牌重构元年，众泰汽车将加速推进“七级变速”战略，强化公益品牌，推出服务品牌，结合“众行中国”等一系列口碑与体验式营销活动，实现“四新”（新形象、新主张、新媒体、新口碑）跨越，以全面提升众泰品牌影响力，打造品质派新形象，助力中国品牌再上新台阶。

在品种方面，近几年，众泰汽车成功推出了Z700、T600运动版、大迈X5、SR9和新能源云100S、E200等热销车型，引领了中国SUV和新能源市场的消费新需求，并以每年新增3个新车型的标准为中国汽车市场注入新活力。2017年，众泰汽车将推出T700、T300、T500及SR7EV等车型，利用新品抢占更多市场份额。

在品质方面，众泰汽车通过建立标准化的质量管理体系和服务管理体系，引进机器人生产线等先进设备，全面提升综合品质。2016年，众泰T600IQS排名在细分市场中位列中国品牌第二名，众泰大迈X5以56.4分的高分获得C-NCAP五星安全评级，并获得该批次自主SUV车型中的第一名。企业还荣获了“匠型企业”和“中国好质量奖”企业奖等荣誉。

在品牌创建上，众泰汽车不断完善品牌建设和创新品牌营销，众泰传统汽车和新能源汽车在体育赛事（环塔/COC/环青海湖）、各类车展（上海/北京/成都车展）、公益事业（众益行·红色足迹）以及G20峰会等领域暂露锋芒，不仅树立了众泰品牌新形象，赢

得新口碑，也进一步彰显了作为中国品牌的自主魅力。未来，众泰汽车还将通过赞助马拉松等赛事继续扩大品牌影响力，助力销量稳步增长；通过联合经销商、车友、媒体等搭建更广泛平台参与公益事业，积极开展关爱环卫工人、宝贝回家等爱心公益活动，将“众益行”打造成社会公益知名品牌，以“众益行”的名义让公益事业更深入人心；将在现有“五星服务”基础上正式推出服务品牌，以更规范的管理、更完善的流程为消费者提供更优质的服务。

精品造车、以质取胜，众泰汽车将打造值得国人骄傲的百年企业，并成为家喻户晓的世界品牌，以“品质派”成就“world tye”。

### 潜心突破 全面进入自主研发新阶段

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，在整车平台、动力系统、智能网联、无人驾驶、车身轻量化以及节能环保等方面取得了突破。

目前众泰汽车已形成了A、B、L三大整车技术平台，并在此基础上提出一体化平台的全新开发模式，其核心是对平台架构模块进行系列化设计开发，并将新材料、新技术和新工艺逐步导入新的平台应用到新车上，构筑柔性的车型研发和生产体系。通过整车平台的开发，不仅可以共享成熟的架构系统，提升产品质量的稳定性。还可以将开发资源集中在更少的工艺技术提升层面，在推动技术创新的同时降低成本，缩短新车型的开发和制造周期，应对快速的市场变化和主流汽车的生产节奏。未来，众泰汽车将通过三大整车技术平台进行新车型的研发，同时也将对标大众、通用等跨国企业。

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，应用于众泰汽车各车型，引领并提升着国人的实际用车感受。

在车身轻量化方面，众泰汽车车身超过50%的零件采用高强度钢和热成型技术，既提高了整车的强度，确保整车的5星品质，同时降低了整车的重量。而在环保方面，众泰汽车拥有健全的VOC控制体系，在选材、制造、测试等每个环节进行严格把控，确保车内空气质量、整车防腐蚀性能等都达到高标准要求。

世界经济需要中国制造，更需要中国品牌，根据国家工信部、发改委、科技部联合印发《汽车产业中长期发展规划》，2020年，我国将打造若干个世界知名汽车品牌，中国品牌汽车逐步实现向发达国家出口；到2025年，中国品牌汽车在全球影响力得到进一步提升，若干个中国品牌汽车企业产销量进入世界前十，迈入世界汽车强国行列。

（供稿：众泰汽车 陈一璐）



## 斯洛文尼亚共和国副总理一行到访亚太股份

5月18日，斯洛文尼亚共和国副总理 H.E. Mr. Dejan Židan、驻华大使 H.E. Mr. Janez Premože 等客人到亚太股份访问。亚太集团董事长黄来兴，亚太股份董事长黄伟中、副总经理郑荣以及亚太依拉菲总经理 Blaž Štefe 等领导热情接待到访的斯洛文尼亚客人。

宾主进行了热情友好的会谈交流。黄来兴董事长对 H.E. Mr. Dejan Židan 副总理一行不远万里来到中国，来到亚太访问表示热烈欢迎，并向 H.E. Mr. Dejan Židan 副总理等客人介绍了亚太四十多年来的发展历程、行业地位以及重点项目等公司情况，同时对斯洛文尼亚政府在亚太与 Elaphe 合作的新能源汽车轮毂电机项目上给予的支持表示感谢。

H.E. Mr. Dejan Židan 副总理表示，斯洛文尼亚是一个非常注重科技创新的国家，特别是在新能源汽车领域取得了突出成绩。很高兴看到 Elaphe 公司能与浙江亚太机电股份有限公司一起进行科技研发，相信在双方的共同努力下，能在不久的将来掀起汽车工业领域的改革浪潮。

Blaž Štefe 总经理向 H.E. Mr. Dejan

Židan 副总理一行详细介绍了目前亚太依拉菲新能源汽车轮毂电机项目的研发、进展和取得的成绩，H.E. Mr. Dejan Židan 副总理表示非常满意。

访问期间，H.E. Mr. Dejan Židan 副总理一行还先后参观了公司产品陈列室、钳体机加车间和正在建设中的亚太依拉菲轮毂电机车间。

（供稿：亚太股份 程锦华）



## 东风汽车公司董事长竺延风对万向集团在美成就给予高度评价



美国当地时间5月4日，东风汽车公司董事长竺延风率战略规划部部长黄刚、技术中心主任谈民强等到万向美国公司考察。经万向美国公司安排，双方共同访问了美国阿贡国家实验室。

竺延风此次访美，是基于去年东风公司对万向美国公司的访问，希望进一步学习、了解万向美国公司在美国发展的经验，以及万向在电池方面的布局规划；同时了解阿贡国家实验室先进技术的研发情况，特别是与万向的合作开发情况，探讨可能的合作方向。

倪频重点介绍了万向在新能源汽车电池方面的全球布局：以 A123 为平台的电池产业规划和技术路线，以及万向、A123 与阿贡实验室的全面战略合作等。随后，倪频还陪客人参观了 Karma 汽车。

在访问阿贡实验室过程中，阿贡政府关系总监诺尔曼、能量储存业务总监兼中美清洁能源中心主任唐纳德、材料工程研究中心主

任葛瑞格等，以及 A123 研发副总裁狄拉克共同接待了访问。

唐纳德介绍了阿贡的整体情况，并围绕万向与阿贡的战略合作，介绍了中美清洁能源中心的进展，特别提到在中美清洁能源中心中，只有万向既是中方工作组的成员（万向一二三），又是美方工作组成员（美国 A123）。

葛瑞格与狄拉克一起用幻灯片介绍了阿贡与万向在锂电池正极材料方面的合作研发项目，强调了能量密度不是问题，关键在于安全的能量密度，阿贡与 A123 致力于提供安全性好的高能量密度电芯。竺延风对此深表赞同，并鼓励阿贡科学家就此向中国政府建言。随后，大家还参观了材料工程实验室和先进动力总成实验室。其中，材料工程实验室的介绍主要是以 A123 与阿贡联合开发电池项目的相关设施、团队、技术路径及进展为核心开展。

通过此次访问，竺延风对万向在美国的成就给予高度评价，特

别是万向能与技术领先、装备先进但戒备森严的美国政府规模最大、历史最悠久的国家实验室建立如此紧密如一家的深层次合作关系表示赞赏，对阿贡在接待中完全围绕与万向 A123 合作而体现出的万向对阿贡的影响力留下深刻印象。

客人们对万向的电池技术和产业有了全面的认识：A123 按照全球安全标准提供安全的高能量密度电芯，它不仅仅是电芯供应商，更是有深厚的系统集成技术积累的电动汽车电池系统解决方案提供商。同时，A123 是中国唯一的与全球一流主机厂有长期配套历史的电池厂家，主机厂收到的对 A123 电池的质保投诉几乎为零。万向有全球的技术覆盖能力及研发前瞻深度，A123 精准定位于全球高端客户及核心项目的技术质量服务，以保证公司客户定位水平。

（供稿：万向集团 王永涛）

## 工信部产业政策司赴余杭区制造业企业开展单项冠军调研

日前，工信部产业政策司司长许科敏、副司长胡群赴余杭区制造业企业进行专题调研。省经信委副主任王素娥、杭州市经信委副主任蔡德全等一行陪同此次调研活动。余杭区委常委、常务副区长祝振伟和有关部门陪同接待。

调研组先后现场考察了万通智控的智能制造车间、实验室，座谈会上听取了万通董事长张健儿就企业发展历程、产品结构、技术装备水平、科技创新能力、关键技术研发等方面的介绍。许科敏司长充分肯定了万通智控向“专精特新”方向发展的做法和成效，并希望企业要进一步关注主业，做强制造业，积累提炼更多好的做法。鼓励企业，进一步在共性关键技术加大研发力度，切实提升制

造业核心竞争力。并指出浙江作为制造业大省，要高度重视，抢抓机遇，积极推动制造业转型发展，为实现制造强国战略目标提供有力支撑。

东华链条副总经理袁立华陪同调研组参观了东华新区、北区生产基地及公司展厅，向各级领导介绍了链条与人类发展的渊源及世界链条发展史、中国链条发展史和东华链条发展史。各级领导参观中，对公司精良的制造装备、先进的生产工艺、可靠的质量保证能力及丰富齐全的产品纷纷给予好评。通过参观改变了大家对链条的认识，发现链条要求其实很高，制造精度高，运用广泛，品种非常丰富。

座谈会上，东华链条、万通智控分别就全国制造业单项冠军主题汇报了企业的各块产业发展情况、全球市场开拓、品牌建设等及企业后续发展方向等。

听取汇报后，工业和信息化部产业政策司司长许科敏作重要讲话。他说，万通智控和东华集团都是基础零部件的行业领头羊，万通智控生产的是汽车计数仪表、气门嘴、汽车配件等，东华集团生产的链条是制造业的基础零部件，生产非常专业化，是链传动行业排头兵企业，国家专精特新产品，在带头向中国制造 2025 和中国制造强国迈进，对其他企业的发展壮大有很大的借鉴作用。同时希望万通智控和东华链条集团后续更加注重创新研发，全面发展，为中国制造业的腾飞贡献一份力量。

（供稿：余杭汽车摩托车工业协会 钱玲吉）



## 吉利汽车（杭州湾）研发中心全面启用

2017年5月10日，第一个“中国品牌日”，吉利汽车在杭州湾宣布全新研发中心正式启用。

### 国内一流，世界领先

吉利汽车（杭州湾）研发中心位于宁波杭州湾，占地415亩，总投资62亿，是吉利汽车研究院总部和研发大本营，将打造成国内一流、世界领先的汽车研发中心，主要承担吉利汽车的产品开发和技术突破任务。

### 构成完备，配套齐全

研发中心由整车研究院、汽车动力总成研究院、新能源汽车研究院、汽车创意设计中心构成，拥有国内目前最先进的研发技术中心、整车试验中心、动力总成试验中心、整车试制中心及其生活配套措施，集设计研发、试验试制、质量控制、供应商协同开发于一体。

### 试验范围广，技术水平高

新研发中心能够进行汽车关键零部件试验和总成试验，新能源电机的性能试验、底盘耐久试验、整车分析评价、结构研究及测量等。整车试制中心引进了沃尔沃技术标准，采用柔性化新开发车型试制模式，是国内最大、最先进的试制中心。

### 助力吉利研发体系

随着吉利汽车（杭州湾）研发中心全面启用，吉利汽车形成了

在杭州、宁波、哥德堡和考文垂、上海、巴塞罗那、加利福尼亚等全球四大研发和四大造型中心，构筑吉利汽车领先中国品牌的强大的研发体系。

在强大的研发体系的支撑下，吉利汽车将在未来三年内陆续推出10余款新车型，这些新车型将匹配传统能源和新能源技术，搭载更为丰富的人性化智能科技，进一步丰富吉利汽车产品线，满足更多元化的消费需求。

（来源：吉利汽车）



## 改善土壤 变革流程 创新思维 杭发公司多举措探索质量管理新方法

在日前召开的中国重汽2017年质量工作推进表彰大会上，杭发公司余建江总经理结合公司近年来根据集团“三年创新升级行动计划”要求，在质量管理工作中大力实施精品工程，狠抓质量管理体系建设，并结合企业各项改革创新制度的推行，从“创新变革改善企业管理土壤；转变管理理念，变革管理流程；创新思维，对标国际、国内管理优秀企业”等方面，努力探索符合杭发实际的、行之有效的质量管理新方法，在会上作了交流发言。近年来，通过一系列举措的实施，公司的质量管理水平和过程控制能力得到不断提高，T16各项主要指标全部达标，其中单车索赔下降了41.2%，名列集团前茅。

### 创新变革改善企业管理土壤，为产品质量提升打基础。

近年来，杭发公司大力推进内部各项改革举措，努力改善企业管理土壤。一是借助责任工程师制度和设备应用岗位制度的实施，细化各项考核指标，把质量指标放在头等重要的位置，彻底改变了生产一线只重产量不重质量的状况。二是创新积分制和首

问责任制的推出，提高了全体员工参与改善和质量改进的积极性，提高了质量控制过程各类问题解决的质量和效率。三是推行去行政化改革，精简机构，减员增效，弱化行政职能、强化业务职能，把部门副主管及以下人员全部纳入到各岗位通道序列中，变中干为骨干，充实技术、质量、管理等业务工作的力量。上述一系列的改革措施，推动了各级人员工作质量的提高，为产品质量的提升打下了坚实的基础。

### 转变管理理念，变革管理流程，提高质量控制水平。

为了切实提高配套件质量和制造过程的质量控制能力，公司着力转变管理理念，从变革、优化管理流程为切入点，充分利用信息化手段，探索并实施一系列质量管理改进举措。

一是变革配套件质量管理流程，防线前移，提高配套件质量水平。配套件质量一直是制约产品质量提高的一个关键因素。由于传统的进厂抽检方式无法从根本上解决配套件的质量问题，杭发公司转变管理理念，变革管理流程，建立起了一套新的配套件质量管理

流程，即管理前移、供应商帮扶、配套件质量稽查为一体的系统化的解决方案，其目标就是要求所有进入物流仓库的配套件必须百分之百合格。

二是优化管理流程和方法，提高制造过程质量控制能力。一是由点到面推行工程能力管理，把工程能力指数作为过程控制的手段，提高质量保证能力，预防质量问题的发生；二是在机加工生产线全面推行后道查前道的质量举措，在装配线推行装配人员在装机过程中发现任何质量问题都给予奖励，有效地营造了人人都是检验员的良好质量氛围；三是在各条生产线推行“模块化”管理，建立一个模块就是一个利益共同体，促进模块内的每个成员都必须熟练掌握该模块内的所有操作内容，为避免质量风险增加了一道有效屏障。

三是利用信息化手段，精准掌握售后信息。在集团售后“一线通”的基础上，为了对集团公司售后“一线通”涉及杭发的每一单服务进行跟踪分析和处置，公司自主开发了售后分析软件，做到精准掌握售后服务的信息和异常情况，同时结合售后服务网络，确保把售后真实的质量情况反馈回来，提高了质量改进的针对性。

### 把握契机，转变观念，做精细人、干精细活、造精品机。

公司认为，对标国际、国内管理优秀的企业，杭发的主要差距就在于“做什么事都差那么一点点”。为此，杭发牢牢把握集团公司“全面提升产品质量、打造精品车型”这一契机，以转变工作作风、提高全员工作质量为切入点，以“事事都精心、台台皆精品”

为目标，进一步转变观念、创新思维，鼓励全体员工“做精细人、干精细活、造精品机”，推动企业各项管理工作的进步。

一是全面推行按制度、流程办事活动，培养员工严谨做事的习惯。从去年四季度开始，杭发公司在各条生产线推行严格按制度、流程办事活动，公司给这项活动设立的目标就是“零问题”，即何时何地到任何生产线都找不出一个问题。这是公司的终极目标。公司希望以生产现场为抓手，通过长期地、坚持不懈地推进工作，逐步培养全体员工严谨细致的工作作风，培养员工做精细人、干精细活的质量意识，为实现“台台皆精品”的目标创造条件。

二是以推行项目制为抓手，以树立“工匠精神”为目标，努力转变工作作风，为精品工程保驾护航。今年，杭发公司开始积极探索推行项目制，要求各级各类人员认真查找工作“短板”，按照精品工作的要求，建立工作质量目标，以项目的形式与公司签订项目责任书。公司希望通过项目制的实施，进一步提升各类人员的工作质量，推动全体员工逐步树立“精雕细琢、精益求精、追求完美”的工匠精神，通过工作质量的提升，推动实物质量的提高。

三是逐步推进“不制造不合格品”的质量控制要求，进一步提高过程控制能力。在接下去的工作中，公司将选择条件相对较好的生产线开始推行“不制造不合格品”的质量控制要求，通过全面提升各项管理工作，建立完善的预防机制，进一步提高全员的责任心和质量意识，为全面推行“不制造不合格品”的质量控制要求逐步积累经验。

（供稿：重汽杭发 缪孔文）

## 时代紧固件： 众创球销品质改善法 荣获余姚市优秀合理化建议奖

汽车用球销是宁波时代紧固件制造有限公司一大主打产品，在日常流水线作业过程中，由于缓冲挡板重量偏轻、磨损严重，加上倾斜通道上缓冲垫和输送带隔板设计布局上的缺陷，冷激后的球销废品率高达5%，每月给企业造成10余万的经济损失。一支由技术副总徐明官、技术员赵科权等能工巧匠构成的技术攻关团队，他们群策群力，对症下药，通过减少产品的瞬间冲击力、降低产品与隔板的碰撞率，改善并定期更换输送带的辅助材料的工艺革新，用低成本的小改小革攻克了长时间的生产顽疾。众创球销品质改善法在不增加企业改造资金的前提下，取得了令人意想不到的成果，球销废品率从原来的5%下降到2%。“众创球销品质改善法”每年直接为公司增收节支132万元。该项目被授予余姚市第十二届职工合理化建议竞赛优秀合理化建议奖。

（供稿：时代紧固件 陆卫红）



## 首批10项ADAS国家标准参与其中8项 万安科技引领智能网联汽车标准建设

前不久，为更好推进国家智能网联汽车标准法规建设，系统开展 ADAS 标准研究及制修订工作，由全国汽车标准化技术委员会组织，先进驾驶辅助系统工作组第三次会议在沈阳召开，万安科技傅直全、侯宗岗等应邀参加。

以车载信息系统、高级驾驶辅助系统及自动驾驶系统为代表的智能网联技术，已成为当前及今后相当长时期内汽车技术发展和应用的方向，也是世界各国汽车产业未来竞争的重点。根据智能网联汽车体系建设的总体原则，综合考虑标准项目及研究任务优先级、技术难度和技术储备、组织协调及工作量等因素，汽标委确定首批先行启动 10 项国家亟需的标准及相关研究，后续还将根据智能网联技术、产业发展和政府管理需要，及时组织安排更多法规和研究任务。

## 纳智捷全新优6澎湃上市

4 月 19 日，东风裕隆汽车有限公司在第十七届上海车展上，发布纳智捷 2017 年 SUV 系列战略产品，并宣布旗下纳智捷 全新优 6 正式上市。此次上市的纳智捷 全新优 6 在动力上提供 1.6T/1.8T 两种选择，共 7 款车型，售价区间为 12.98-15.98 万元。

东风裕隆总经理吴新发、党委书记汪向东、执行副总经理刘忠厚、党委副书记张方晶等出席当天的发布会。

吴新发在发布会上表示，未来，东风裕隆的产品战略是推行“三升二降”，即提升产品质量与性能、提升产品价值与安全，提升产品智能化与差异化；降低产品油耗，为社会环保做贡献；降低运营费用和成本，实现持续健康发展。为达成这一战略目标，东风裕隆将整合双方股东优势资源，更加聚焦在 SUV 和 MPV 市场的耕耘，2017 年至 2020 年，东风裕隆将每年推出 1-2 款新车型，带动整体销量的增长，增强品牌的影响力。



在第一批启动的 10 项 ADAS 国家标准中，万安科技便参与了其中 8 项，分别是《商用车自动紧急制动系统车 (AEB)》、《乘用车自动紧急制动系统 (AEB)》、《乘用车车道偏离系统 (LKA)》、《商用车车道偏离系统 (LKA)》、《盲区监测 BSD》、《自动泊车系统》、《先进驾驶辅助系统：术语和定义》、《商用车电子稳定控制系统 (ESC)》。

据了解，就在近期智能网联汽车自主创新标准研究基地已落户万安科技，公司将联合中国汽车技术中心及相关主管部门，研究制订智能网联汽车自主创新标准及法规，填补国内汽车智能网联技术领域的标准及法规空白。伴随有望近期出台的《国家智能网联汽车标准体系建设方案》和《智能网联汽车标准发展推进路线图》，万安科技智能网联汽车标准建设工作将迎新局面。

（供稿：万安科技）

### 充沛动力——一碰就热血沸腾的1.6TGDI

全新优 6 所新增搭载的 1.6TGDI 发动机无疑是最大亮点，其源自于 PSA 与宝马共同开发的缸内直喷涡轮增压引擎，曾连续 8 年获得“国际年度发动机大奖”。全新优 6 搭载的 1.6TGDI 高效发动机，在双涡道涡轮增压技术、缸内直喷、可变气门正时及启停系统、6 速 AISIN 变速箱的加持下，让全新优 6 兼顾了高性能与低油耗。在优于同级的最大功率 123kW/6000rpm 与最大扭力 245Nm/1400-4000rpm 的表现下，工况油耗仅 6.9L/100km。辅以原本赛道开发的底盘硬实力，让消费者在驾乘感受上以同等价格获得合资动力的价值。

全新优 6 同时提供 1.8T 车型供消费者选择，其提供更充沛的动力、及宁静舒适的车室空间，将为消费者带来更富有趣味的驾乘体验，可谓更动感的选择。

### 舒阔质感——有品味的SUV

全新优 6 除承袭原有 2720mm 轴距的舒阔大空间之外，在内饰细节设计上也称得上是独具匠心。以人为本、舒适、科技的环境座舱带给驾驶者最大的保护视觉感，能让家的氛围完整移植到全新优 6 内舱。

与此同时，在内部中控台、副驾驶席、车门板等部位，都采用了大量豪华车中的精致缝线设计，加上中控扶手处配置高档的碳纤维纹饰板、冰蓝氛围灯，大幅提升了全新优 6 整体内饰的质感，清楚地向消费者传达着运动与尊荣的格调。

### 智慧时代——会跟世界交谈的SUV

纳智捷 全新优 6 为了更好地将车辆的智慧“大脑”展现给消费者，选用了 12 寸高清智慧触控屏，不但将功能选项图形化，可以根据驾驶者需求“分屏”显示，配合 Think+3.0 车载互联多媒体系统，能够完美实现与智能手机无缝连接，极简化的按键，彰显出智慧 + 与豪华 + 的双乘效果。同时，纳智捷还与百度合作，在车机中加入百度 car life 生活信息系统，通过 WIFI 或 USB 与蓝牙连接手机后，可在驾驶过程中随时通过语音交互完成导航、音乐、电话等操作以及获取停车、加油、保养等车后服务资讯，为消费者提供移动中随时联网的价值。

在安全方面，车辆可通过 12 寸高清智慧大屏随时调用全新优 6 配备的第三代 Eagle View+ 环景影像系统、Side view+ 车侧安全影像辅助系统、TCS 牵引力控制系统、高刚性车身、全车六气囊等各项被动安全科技配置，以保障驾乘者出行安全。

## 龙生股份CN200滑轨装配线班组荣获“桐庐县工人先锋号”

近日，龙生股份西区总装车间 CN200 滑轨装配线班组被授予“桐庐县工人先锋号”。

CN200 滑轨装配线班组为 4 人组合，平均年龄 37 岁，二名男同胞王小珠负责冲铆工序、王乐华担任线长负责检验，女工志何春兰安装保持架、江娟琴打包。虽然他们只有初高中文化，而且一起组线的时间又不长，但他们那种认真细致、吃苦耐劳、敢于担当、团结一致、善打硬仗的工作精神得到车间领导的首肯。自 2016 年组线以来，班组全体人员一致，以主人翁的姿态，克难攻坚，一次次圆满地完成了领导交给的生产任务。

班组是一个企业的细胞，也是前沿阵地，它的好坏直接关系到企业的生存与发展；因为它肩负着生产任务的达成、产品品质的保证、及时地交货，现场 5S 和安全等方面的重任。

2016 年 2 月，总装车间组建 CN200 装配线，除王乐华本人外，其他三位都是新员工且是从其它装配线抽调过来临时组建的，他们的操作技能不熟练，对产品品质把控也很陌生，对



### “颜值当道”——自带荷尔蒙的SUV

纳智捷 全新优 6 在外观上延续最令消费者喜爱的独特斜背式潮流设计理念，改款后的立体化进气格栅，两侧的棱角接续到保险杠上的特征线，并向两侧延伸，呼应车侧的腰线，营造一种环绕宽阔的视觉感受。而尾部延伸自车侧的双腰线特征，配合反凹的曲面设计，可以有效引导侧边气流迅速通过尾部，降低风阻。全车系标配的 LED 头尾灯组，创造宽阔且辨识度高的视觉感受。品牌 LOGO 改以品牌名排列，从容展现更进一步的精致与高级感。

此次车展，纳智捷 全新优 6 以“动、智、美”三方面的全面提升，最大程度迎合 85 后年轻小家庭对“时尚、运动、智能”等多方面的需求，而 12.98 万元起步价也具有超高的市场性价比。在 2017 年，纳智捷全新优 6 还将首次挑战 CCPC 中国量产车性能大赛，这也是纳智捷对自己的品质可靠性、耐用性、动力操控性等等方面发起的全维度挑战，届时让我们共同见证全新优 6 的实力强袭。

（供稿：东风裕隆总经办）

线长王乐华来说可是个严峻的考验。王乐华上任后，针对每个人的特长作了相应的岗位安排，对每道工序的操作规范进行细致讲解，耐心传授操作技能，并交代每道工序质量把关的要点和应该注意的安全等其它事项。在王乐华的悉心教导下，班组成员很快就形成了一种默契，产量稳步提升，短短二个月时间，产能从每天的 1000 支、1200 支，一直到 1800 支。当年下半年，随着各大主机厂产品的纷纷加量，产品需求量月月翻番，已经远远超过产能。

在这样的大背景下，公司上下秉承“以满足客户为第一要务”的宗旨，打响了生产攻坚战役，CN200 滑轨装配线班组更是创造了奇迹。在线长王乐华的带领下，全体人员加班加点、不分昼夜，奋战在岗位上，特别是去年 8 月份以后，平均每天装配 CN200 滑轨 3000 多支，每月保质保量如期交付近 10 万支的量。从而得到了客户的好评，也为公司赢得了良好的声誉。

（供稿：龙生股份 杨锦轮）

## 中汽商用： “流动文化车” 丰富人民群众文化需求

中汽商用设计制造的“流动文化车”工程，是继流动舞台车工程、流动图书馆工程之后又一重大文化惠民工程，是为支持基层文化单位面向农村提供流动文化服务，进一步丰富和满足基层广大人民群众的精神文化需求的具体举措。

作为文化部多年的流动舞台车、流动图书车供应商，中汽公司在文化车领域已经走在行业前列，从设计到制作到改进，都对其倾注了诸多心血，精益求精不断改进和优化，中汽产品的品质和服务获得用户的广泛好评。此次文化部流动文化车中标是继公司在文化部流动舞台车（四次）、流动图书车（三次）连续中标后的再次中标。

流动舞台车以“专业性、安全性、可靠性、先进性、环保性与经济性的高度结合”作为总体设计理念，结合工业设计优化，充分应用现代制造工艺和技术，集声、光、电、机、液为一体，将现代舞台技术运用于流动演出；随车可自由选配流动全数字调光、扩音系统、电脑字幕系统、应急发电系统、电影放映系统等，即插即用，真正实现在极短的时间内，搭建成一个设施基本齐备、功能相对完善的临时型舞台的要求。

流动图书馆车以流动、安全、便捷、高效作为总体设计理念，充分应用现代制造工艺和技术，使得流动图书馆车具备图书（包括其它文化资料）配送周转，现场图书报刊阅览，图书资料借还、租售和查询，数字文献资源在线查询、阅览和下载等功能，实现乡村文化站、图书站之间的物流交换，使固定的图书成为流动的图书。

结合多媒体设备、笔记本、无线信号接收器、发电机等车载设备的应用，流动图书馆车具备开展知识讲座、技能培训、政策时事宣传、影视音乐欣赏、专题演讲、展版宣传以及小型文化娱乐活动等功能。

流动文化车采购项目的头名中标进一步奠定了中汽公司在文化车领域的领先地位，中汽公司也将以此为契机再接再厉，在文化传媒行业进行更大的投入，充分发挥技术创新的优势，研发出更贴近基层实际需求的产品，提供更加优良的服务，为基层文化建设作出更大的贡献。

（来源：中汽商用）



## 中国汽车工业协会副秘书长叶盛基 莅临中马传动产业园区调研



4月8日上午，中国汽车工业协会副秘书长叶盛基等领导一行前来中马传动产业园区调研企业生产经营及重点项目落实情况。中马传动股份总经理刘青林，副总经理梁小瑞等高层管理人员热情接待了来访客人并陪同参观了企业生产现场。

参观过程中，刘总向叶秘书长一行详细汇报了中马2016年的生产经营情况及2017年的工作目标。叶秘书长在听取汇报后，对中马近两年的发展给予了充分的肯定。他说，通过今天的调研，我认为中马通过前期的产业整合，已经逐步形成了“产业一体化”的格局。近两年，企业上下一致努力，为时刻准备着面对新能源汽车行业的冲击，做足了充分的准备。叶秘书长勉励中马要发挥企业更大的动力与潜力，进一步加快企业转型升级步伐，推动企业的跨越式发展。

（供稿：中马集团 陈瞳）

## 台资汽车整零配套专场对接会在大江东举行



杭州市大江东管委会、杭州市经信委、杭州市台办、杭州市汽车行业协会在大江东联合举办了“大江东台资汽车零部件与本地整车企业整零对接会”。会议由大江东经发局副局长胡潜主持。

大江东管委会副书记、副主任詹国平首先介绍了大江东汽车工业的概况。

他表示，大江东是杭州汽车工业的战略高地、主战场，助力杭州打造双千亿级的产业集群。大江东集聚了长安福特、东风裕隆、广汽乘用车、吉利新能源等一批汽车整车制造企业。2015年3月长安福特项目投产下线、2016年4月广汽杭州项目开工建设，2016年8月吉利新能源汽车整车项目签约。还有美国江森、加拿大麦格纳、日本弗吉亚等一批知名零部件企业，吉利汽车全球研究院总部和以中科领航为代表的汽车电子芯片研发企业。大江东吸引着一批又一批全国乃至全球名牌汽车厂商落户。

他提到，2016年大江东汽车制造业实现产值472.6亿，同比增长47.9%。占全市汽车制造业总产值54%，实现利润47.2亿元，同比增长148.1%。汽车产业是支撑大江东经济发展的第一产业。

预计到2020年，大江东整个汽车链产值将达到2000亿元。

他指出，虽然杭城汽车产业不断发展壮大，但还存在整车规模不大，零部件质量参差不齐、配套能力较弱；汽车企业联系不紧密，跨区域配套协作体系没有形成。汽车企业应抱团发展、做大做强，通过政府、行业协会牵线搭桥、企业唱戏、市场交流合作，发展共赢、增强产业整体竞争力。整车企业尽量多多考虑选用本地企业生产的零部件，零部件企业也要主动对接、保证质量增加有效供给。

市台办副主任吴隆在讲话中指出：应大江东台资汽车零部件企业的要求，希望政府给予支持拓展销售渠道，市政府高度重视。为切实解决台资企业当前困难，加强两岸经贸融合，提高我市汽车行业整零配套水平。

会上，整车企业广汽杭州分公司、众泰益维汽车、长安福特、上汽万向、长江汽车、吉利汽车先后介绍了企业概况及技术、质量、成本等配套要求，欢迎与台资企业合作配套。大江东16家台资企业分别介绍了企业产品。

杭州市汽车行业协会秘书长潘建平指出：2010年杭州市引进东风裕隆带动了一批台企跟进。为加快我市汽车支柱产业起到了积极的作用。台资企业要融入杭州，要主动找市场。感谢整车企业响应政府号召，支持杭州整车配套杭州零部件。资源配置是由市场决定的，整车企业给了机会，零部件企业要做精做专产品。万事起头难，今天在市政府有关部门的支持下，跨出了关键的一步，政府有形的手起了关键作用。

杭州市经信委汽车产业处谢利民副处长介绍了杭州市出台了32条扶持实体经济的相关政策，市经信委开展汽车行业整零对接工作情况。希望整零企业积极配合，为杭州市汽车工业的发展作出贡献，市经信委一定做好服务。

（供稿：杭州市汽车行业协会）

## 钱江摩托： 浙江省首批“品质浙货”出口领军企业

日前，首批80家“品质浙货”出口领军企业在各市推荐、省级初审、商会核查、专题研究的层层筛选下应运而生。80家企业、80个产品，横跨了纺织服装、机械电子、轻工工艺、五矿化工、医药保健、食品土畜等六大行业，产品出口均为全国同类产品中的佼佼者，其中近六成的企业为国内外上市企业。他们出口规模大、竞争力强、知名度高、产品受众面广，为浙江外贸做出了巨大的贡献。

钱江摩托因近年来在中大排量两轮摩托车设计、研发、销售、

服务上的优异表现，成为该品类唯一入选品牌企业，钱江摩托将在企业改革新风的沐浴下，继续秉承“聚源强攻创新升级”的发展理念，做好“品质浙货”出口领军企业“排头兵”的引领带动作用，加快企业品牌“品质浙货”走向全球的步伐。

“品质浙货”将成为钱江摩托“高标准、高品质”的鲜明标识，成为钱江摩托阔步迈向国际的“新名片”，2017，钱江摩托砥砺前行，再造佳绩！

（来源：钱江摩托）

## 重大装备制造暨物联网产业高端峰会在德阳举行

供稿 / 浙江省汽车及零部件产业科技创新服务平台

5月18日上午，由中国科学院微电子研究所、中国科学院成都分院、德阳市人民政府主办，浙江省汽车及零部件产业科技创新服务平台协办的重大装备制造暨物联网产业高端峰会在德阳举行。市委书记蒲波，中国科学院微电子研究所所长、中国科学院物联网研究发展中心主任叶甜春，市委副书记、市长赵辉，市委副书记何礼，副市长李成金以及省级有关部门负责人、有关专家、企业家出席峰会。何礼主持。

蒲波在致辞中代表市委、市政府向莅临峰会的各位领导、嘉宾表示热烈欢迎，向高度重视、积极推动峰会举办的相关单位表示诚挚敬意，向长期以来关心支持德阳发展的各位领导、企业家表示衷心感谢。

蒲波在重点介绍了德阳区位条件、产业发展、资源优势、投资环境等情况后指出，当前，德阳正处于加快发展、转型发展的关键时期，按照省委“三大发展战略”，科学确立了“12345”发展路径，倾力建设世界智造之都、国际文化名城、成都北部新城、生态田园典范。蒲波说，今日之德阳，正迎来一系列新的重大历史机遇，必将开启新一轮发展的黄金时代。站在新的起点上，德阳愿同科研院所和企业加强创新合作，加大关键核心技术攻关；愿同企业一道推进产业转型升级，大力发展智能制造；愿同企业一道打通“走出去”的重要通道，开拓“一带一路”沿线国家地区市场；愿同大家一道推进物联网快速发展，提供最优政策、最优环境，竭力把

德阳建设成为物联网发展的技术高地、产业高地、应用高地，建设成为物联网技术创新核心区、物联网产业发展集聚区和物联网应用示范先导区。同时相信，本次峰会必将结出丰硕成果，进一步激发高端装备制造和物联网产业发展新活力，促进高端装备制造取得新突破、实现新发展。

会上，中国科学院微电子研究所与德阳市人民政府、中国科学院物联网研究发展中心与旌阳区人民政府分别签定了《全面科技合作战略框架协议》《共建中科院物联网西部（德阳）产业分中心协议》，有关院校与德阳企业分别签署了项目合作协议，有关专家、企业家分别作了《打造“双生态”产业环境·促进传感器“集群化”发展》《从德国工业4.0看传统机械装备智能化转型升级》等主题演讲，并举行了第一届中国“众创智造”工业机器人创新应用大赛启动仪式。

当天下午，峰会还举行了“装备制造与传感器·集成电路研讨会”“航空燃机发动机新材料研讨会”“工业数字化仿真技术·机器人·智能制造研讨会”“新能源汽车·无人驾驶？车联网研讨会”“投融资洽谈会”等分论坛会。

在航空燃机发动机新材料研讨会上，陈振雷（宁波大学教授、博导，国家千人计划创新类特聘专家，高端制造仿真与测试研究中心主任）做主题为“发动机CAE仿真与测试”的报告。吴锋教授（浙江大学教授、博导，动力机械及车辆工程研究所副所长/支部书记，浙江省汽车及零部件产业科技创新服务平台副主任）围绕“柴油机排放控制技术现状及发展趋势”的主题，“从排放法规”，“排放控制技术”，“满足高要求排放法规的集成处理方案”，“未来的发展趋势”几个方面开展主题报告。

吴锋教授总结道：中国排放法规发展较慢，但正在逐步与世界接轨，节能环保是柴油机今后发展的趋势。燃油及发展中主要存在问题：是车用柴油和普通柴油存在双重标准；燃油品质地区发展不平衡。考虑到后处理抗硫性和目前国内燃油品质现状，SCR路线是满足未来更高排放法规要求的主要技术路线。对于催化剂的材料选择，钒基催化剂受到本身的局限将会淘汰，高性能的分子筛催化剂将是未来的发展方向。随着国内有品质升高，柴油机乘用车的市场将越来越大。

## 4月车市急刹车 乘用车产销量明显低于上年同期

4月，汽车终端市场需求乏力，汽车产销比上月和上年同期均呈现下降。当月汽车产销分别完成213.8万辆和208.4万辆，产销量比上月分别下降17.9%和18.1%，比上年同期分别下降1.9%和2.2%。销量累计增速持续回落至5%以下，企业库存较年初增长11.7%。

4月我国汽车工业经济运行呈现如下特点：汽车产销量低于上年同期、乘用车产销同比增速低于行业、商用车产销环比下降，同比增长、新能源汽车产销量同比保持增长、中国品牌乘用车市场份额提高、前十企业增速高于行业、汽车出口连续9个月同比保持增长。

### 2017年4月汽车产销情况分析

4月，汽车产销分别完成213.8万辆和208.4万辆，产销量比上月分别下降17.9%和18.1%，比上年同期分别下降1.9%和2.2%。

1-4月，汽车产销分别完成927.1万辆和908.6万辆，比上年同期分别增长5.4%和4.6%，低于上年同期0.3和1.5个百分点。

#### 2017年4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  | 213.84 | -17.88% | -1.91% | 208.40 | -18.05% | -2.24% |
| 乘用车 | 178.28 | -18.72% | -3.32% | 172.22 | -17.84% | -3.68% |
| 商用车 | 35.56  | -14.52% | 5.86%  | 36.17  | -19.01% | 5.26%  |

#### 2017年1-4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  | 927.15 | 5.38%  | 908.60 | 4.58%  |
| 乘用车 | 789.02 | 4.18%  | 766.98 | 2.47%  |
| 商用车 | 138.13 | 12.79% | 141.62 | 17.72% |

#### 2017年4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 | 50.05  | 上汽通用   | 14.50  | 北汽福田   | 4.84   |
| 2      | 东风集团 | 29.68  | 一汽·大众  | 14.19  | 东风汽车   | 4.73   |
| 3      | 一汽集团 | 24.55  | 上汽大众   | 13.91  | 江淮股份   | 2.80   |
| 4      | 北汽集团 | 17.60  | 上汽通用五菱 | 13.55  | 一汽集团   | 2.76   |
| 5      | 广汽集团 | 17.02  | 东风有限   | 9.18   | 中国重型   | 2.66   |
| 6      | 中国长安 | 16.19  | 吉利控股   | 9.05   | 上汽通用五菱 | 2.46   |
| 7      | 吉利控股 | 9.05   | 长城汽车   | 6.33   | 江铃控股   | 2.18   |
| 8      | 长城汽车 | 7.32   | 东风本田   | 6.13   | 陕汽集团   | 1.56   |
| 9      | 华晨汽车 | 6.51   | 广汽本田   | 6.02   | 重庆力帆   | 1.42   |
| 10     | 奇瑞汽车 | 5.10   | 一汽丰田   | 5.13   | 长安汽车   | 1.32   |
| 合计（万辆） |      | 183.07 | 97.99  |        | 26.73  |        |
| 所占比重   |      | 87.85% | 56.90% |        | 73.91% |        |

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。东风有限（本部）含东风日产和东风启辰。

#### 2017年1-4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 | 215.33 | 上汽大众   | 64.31  | 北汽福田   | 18.18  |
| 2  | 东风集团 | 124.44 | 上汽通用五菱 | 62.35  | 东风汽车   | 17.13  |
| 3  | 一汽集团 | 107.68 | 一汽大众   | 60.90  | 一汽集团   | 11.63  |
| 4  | 中国长安 | 100.06 | 上汽通用   | 57.37  | 江淮股份   | 11.61  |
| 5  | 北汽集团 | 79.30  | 长安汽车   | 42.43  | 上汽通用五菱 | 9.94   |
| 6  | 广汽集团 | 62.70  | 吉利控股   | 37.52  | 中国重型   | 9.85   |
| 7  | 吉利控股 | 37.52  | 东风有限   | 34.34  | 长安汽车   | 8.18   |



1-4月，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为805.5万辆，比上年同期增长5.2%，高于行业增速0.6个百分点。占汽车销售总量的88.7%，与上年同期相比提高0.5个百分点。

数据参考

|        |      |        |        |       |        |      |
|--------|------|--------|--------|-------|--------|------|
| 8      | 长城汽车 | 32.73  | 长城汽车   | 28.78 | 江铃控股   | 8.09 |
| 9      | 华晨汽车 | 24.44  | 长安福特   | 24.91 | 陕汽集团   | 5.85 |
| 10     | 奇瑞汽车 | 21.26  | 北京现代   | 23.11 | 重庆力帆   | 5.08 |
| 合计（万辆） |      | 805.46 | 436.02 |       | 105.54 |      |
| 所占比重   |      | 88.65% | 56.85% |       | 74.52% |      |

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。东风有限（本部）含东风日产和东风启辰。

2017 年 1-4 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 | 92.76    | 上汽集团   | 79.16    | 东风集团   | 19.06    |
| 2         | 中国长安 | 62.91    | 中国长安   | 46.62    | 北汽集团   | 18.61    |
| 3         | 东风集团 | 49.00    | 吉利控股   | 37.52    | 中国长安   | 16.29    |
| 4         | 北汽集团 | 40.99    | 东风集团   | 29.95    | 上汽集团   | 13.60    |
| 5         | 吉利控股 | 37.52    | 长城汽车   | 28.78    | 安徽江淮   | 11.82    |
| 6         | 长城汽车 | 32.73    | 北汽集团   | 22.38    | 一汽集团   | 11.63    |
| 7         | 安徽江淮 | 20.16    | 奇瑞汽车   | 18.72    | 中国重型   | 9.85     |
| 8         | 一汽集团 | 19.66    | 广汽集团   | 16.34    | 陕汽集团   | 5.85     |
| 9         | 奇瑞汽车 | 18.97    | 比亚迪汽车  | 12.17    | 重庆力帆   | 5.08     |
| 10        | 广汽集团 | 16.34    | 华晨汽车   | 8.96     | 长城汽车   | 3.95     |
| 十家企业合计    |      | 391.04   | 300.60 |          | 115.74 |          |
| 占中国品牌企业合计 |      | 480.89   | 345.34 |          | 135.55 |          |
| 占中国品牌比重   |      | 81.32%   | 87.04% |          | 85.39% |          |

注：以上企业数据均按集团口径统计。

2017 年 4 月乘用车产销情况分析

4 月，乘用车产销分别完成 178.3 万辆和 172.2 万辆，比上月分别下降 18.5% 和 17.8%，比上年同期分别下降 3.3% 和 3.7%，由于乘用车产销量明显低于上年同期。

1-4 月，乘用车产销分别完成 789 万辆和 767 万辆，比上年同期分别增长 4.2% 和 2.5%，低于汽车总体 1.2 和 2.1 个百分点。

2017 年 4 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            | 178.28 | -18.52% | -3.32%  | 172.22 | -17.84% | -3.68%  |
| 基本型乘用车（轿车）     | 84.98  | -18.36% | -9.09%  | 83.79  | -15.39% | -7.68%  |
| 运动型多用途乘用车（SUV） | 73.78  | -17.82% | 10.18%  | 68.44  | -17.76% | 11.11%  |
| 多功能乘用车（MPV）    | 14.91  | -26.40% | -11.10% | 14.38  | -27.85% | -19.91% |
| 交叉型乘用车         | 5.01   | -2.93%  | -33.74% | 5.62   | -24.61% | -33.85% |

2017 年 1-4 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            | 789    | 4.2%   | 767    | 2.5%   |
| 基本型乘用车（轿车）     | 376.2  | -0.9%  | 367.7  | -1.4%  |
| 运动型多用途乘用车（SUV） | 273.3  | 21.7%  | 307.1  | 18%    |
| 多功能乘用车（MPV）    | 70.4   | -14.9% | 69.7   | -17.9% |
| 交叉型乘用车         | 19.5   | -34.7% | 25.5   | -25.9% |

2017 年 4 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） | 73.32  | 35.04  | 33.23  | 21.45  | 5.11  | 2.86  |
| 所占比重   | 42.57% | 20.34% | 19.29% | 12.46% | 2.96% | 1.66% |

2017 年 1-4 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） | 345.34 | 152.57 | 129.33 | 89.52  | 32.44 | 13.11 |
| 所占比重   | 45.03% | 19.89% | 16.86% | 11.67% | 4.23% | 1.71% |

2017 年 4 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 | 73.3   | -1.9% | 42.6%  | 0.8% |
| 轿车   | 16.5   | -3.2% | 19.7   | 0.9% |
| SUV  | 39.3   | 17.4% | 57.4   | 3.1% |
| MPV  | 11.9   | 24.5% | 83     | -5%  |

2017 年 1-4 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 | 345.3  | 4.6%   | 456%   | 0.9%  |
| 轿车   | 73.6   | 0.7%   | 20%    | 0.4%  |
| SUV  | 188.1  | 26.3%  | 61.3%  | 4%    |
| MPV  | 61.2   | -21.4% | 87.3%  | -3.9% |

2017 年 4 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      | 一汽-大众    | 长城汽车     | 上汽通用五菱   |
| 2      | 上汽大众     | 吉利控股     | 东风汽车     |
| 3      | 上汽通用     | 广汽乘用车    | 上汽通用     |
| 4      | 东风有限（本部） | 上汽通用     | 北汽银翔     |
| 5      | 吉利控股     | 东风有限（本部） | 长安汽车     |
| 6      | 一汽丰田     | 东风本田     | 北汽股份     |
| 7      | 长安福特     | 上汽通用五菱   | 东风本田     |
| 8      | 广汽本田     | 上汽大众     | 江淮股份     |
| 9      | 华晨宝马     | 上汽股份     | 金杯汽车     |
| 10     | 北京现代     | 长安汽车     | 广汽本田     |
| 合计（万辆） | 60.30    | 36.39    | 12.24    |
| 所占比重   | 71.97%   | 53.17%   | 85.12%   |

2017 年 4 月前十家乘用车品牌销量排名

| 排名     | 轿车     |        | SUV     |        | MPV    |        |
|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
|        | 品牌     | 销量（万辆） | 品牌      | 销量（万辆） | 品牌     | 销量（万辆） |
| 1      | 英朗     | 3.30   | 哈弗 H6   | 3.64   | 五菱宏光   | 3.61   |
| 2      | 轩逸     | 2.97   | 传祺 GS4  | 2.86   | 宝骏 730 | 1.60   |
| 3      | 朗逸     | 2.93   | 宝骏 510  | 2.20   | 别克 GL8 | 1.27   |
| 4      | 捷达     | 2.34   | 博越 CS75 | 2.13   | 幻速 H3  | 0.74   |
| 5      | 卡罗拉    | 2.31   | 本田 XRV  | 1.97   | 风光 330 | 0.53   |
| 6      | 速腾     | 2.10   | 昂科威     | 1.90   | 菱智     | 0.48   |
| 7      | 桑塔纳    | 1.97   | 哈弗 H2   | 1.68   | 威旺 M30 | 0.39   |
| 8      | 帝豪     | 1.87   | 荣威 RX5  | 1.60   | 凌轩     | 0.36   |
| 9      | 宝来     | 1.64   | 逍客      | 1.54   | 杰德     | 0.33   |
| 10     | 迈腾     | 1.62   | 本田 CRV  | 1.38   | 奥德赛    | 0.33   |
| 合计（万辆） | 23.05  |        | 20.90   |        | 9.64   |        |
| 所占比重   | 27.51% |        | 30.54%  |        | 67.04% |        |

2017 年 1-4 月前十家乘用车品牌销量排名

| 排名     | 轿车     |        | SUV    |        | MPV    |        |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        | 品牌     | 销量（万辆） | 品牌     | 销量（万辆） | 品牌     | 销量（万辆） |
| 1      | 朗逸     | 15.94  | 哈弗 H6  | 15.61  | 五菱宏光   | 19.00  |
| 2      | 英朗     | 13.34  | 传祺 GS4 | 11.77  | 宝骏 730 | 9.99   |
| 3      | 轩逸     | 11.46  | 哈弗 H2  | 8.96   | 欧诺     | 4.40   |
| 4      | 卡罗拉    | 10.71  | 昂科威    | 8.56   | 别克 GL8 | 4.22   |
| 5      | 捷达     | 10.21  | 博越     | 8.20   | 欧尚     | 7.21   |
| 6      | 速腾     | 9.82   | CS75   | 7.96   | 幻速 H3  | 3.32   |
| 7      | 桑塔纳    | 9.48   | 宝骏 560 | 7.51   | 菱智     | 2.73   |
| 8      | 帝豪     | 8.80   | 荣威 RX5 | 6.79   | 风光 330 | 2.59   |
| 9      | 宝来     | 8.49   | 风光 580 | 6.50   | 瑞风 M3  | 1.34   |
| 10     | 福睿斯    | 8.45   | 本田 CRV | 6.13   | 威旺 M50 | 1.33   |
| 合计（万辆） | 106.70 |        | 87.99  |        | 53.13  |        |
| 所占比重   | 29.02% |        | 28.66% |        | 76.22% |        |

4 月，1.6L 及以下乘用车销售 113.7 万辆，比上年同期下降 10.2%，占乘用车销量比重为 66%，比上年同期下降 4.8 个百分点。

1-4 月，1.6 升及以下乘用车销售 533.3 万辆，比同期下降 0.3%，占乘用车销量比重为 69.5%，比上年同期下降 2 个百分点。

4 月，中国品牌乘用车共销售 73.32 万辆，环比下降 23.37%，同比下降 1.94%，占乘用车销售总量的 42.57%，占有率比上月下降 3.07 个百分点，连续两个月环比下降。与上月相比，五大外国品牌销量均呈下降，韩系和法系降幅更为明显。

### 2017 年 4 月商用车产销情况分析

4 月，商用车产销分别完成 35.6 万辆和 36.2 万辆，比上月分别下降 14.5% 和 19%，与上年同期相比分别增长 5.9% 和 5.3%。

1-4 月，商用车产销分别完成 138.1 万辆和 141.6 万辆，比上年同期分别增长 12.8% 和 17.7%，高于汽车总体 7.4 和 13.1 个百分点。

分车型产销情况看，客车产销降幅继续扩大；货车产销继续较快增长。

#### 2017 年 4 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 | 35.56  | -14.52% | 5.86%   | 36.17  | -19.01% | 5.26%   |
| 客车  | 3.76   | -9.48%  | -20.57% | 3.53   | -14.4%  | -21.61% |
| 货车  | 31.80  | -15.07% | 10.19%  | 32.64  | -19.51% | 9.30%   |

#### 2017 年 1-4 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 | 138.1  | 12.8%  | 141.6  | 17.7%  |
| 客车  | 13.2   | -21.9% | 13.1   | -21.2% |
| 货车  | 124.9  | 18.3%  | 128.5  | 24%    |

#### 2017 年 4 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   | 0.71   |
| 2      | 北汽福田   | 0.34   |
| 3      | 金杯汽车   | 0.33   |
| 4      | 郑州宇通   | 0.32   |
| 5      | 南京依维柯  | 0.20   |
| 6      | 金龙联合   | 0.19   |
| 7      | 上汽大通   | 0.17   |
| 8      | 保定长安   | 0.16   |
| 9      | 厦门金旅   | 0.14   |
| 10     | 中通汽车   | 0.12   |
| 合计（万辆） |        | 2.68   |
| 所占比重   |        | 81.46% |

### 2017 年 4 月新能源汽车产销情况分析

4 月，新能源汽车产销分别完成 37306 辆和 34361 辆，比上年同期分别增长 19.0% 和 7.9%。其中纯电动汽车产销比上年同期分别增长 26.1% 和 19.4%；插电式混合动力汽车产销比上年同期分别下降 3.9% 和 26.8%。

1-4 月，新能源汽车生产 95856 辆，比上年同期增长 1.4%；销售 90402 辆，比上年同期下降 0.2%。其中纯电动汽车产销比上年同期分别增长 11.0% 和 9.7%；插电式混合动力汽车产销比上年同期分别下降 26.8% 和 27.4%。

#### 2017 年 4 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  | 37306 | 19.0% | 34361 | 7.9%   |
| 纯电动   | 30197 | 26.1% | 28570 | 19.4%  |
| 插电式混动 | 7108  | -3.9% | 5791  | -26.8% |

#### 2017 年 1-4 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  | 95876 | 1.4%   | 90402 | -0.2%  |
| 纯电动   | 78351 | 11.0%  | 72895 | 9.7%   |
| 插电式混动 | 17504 | -26.8% | 17507 | -27.4% |

供稿 / 浙江省汽车行业协会综合整理



与上月相比，在前十家客车生产企业中，中通客车销量呈较快增长，江铃控股和厦门金旅增速略低，其他企业有所下降。



## 第十二届义乌汽车展览会 精彩集锦



由中国汽车工业国际合作有限公司、浙江省汽车行业协会主办，浙江中汽会展有限公司义乌分公司承办的第十二届义乌汽车展览会于2017年5月16日在义乌国际博览中心落下了帷幕。

作为2017大杭州车展的重要组成部分，本届义乌车展4天吸引了观众29885人次，增长32.77%；现场成交车辆1445，增长8.16%；总成交额达3.26亿元，增长27.84%，另意向成交6691组。

