

国内车市“金九”呈爆发态势 专家预计2023年汽车产销量有望创历史新高

■本报记者 龚梦泽
见习记者 毛艺融

今年以来，国内汽车促销政策落实显效，三季度汽车产销整体表现好于预期。9月份，汽车产销量均创历史同期新高。同时，汽车出口延续良好表现。

据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)数据，9月份，中国汽车产销分别达到285万辆和285.8万辆，环比分别增长10.7%、同比分别增长6.6%和19.5%，产销量均创历史同期新高。1月份至9月份，中国汽车产销累计完成2107.5万辆和2106.9万辆，同比分别增长7.3%和8.2%。

乘联会秘书长崔东树在接受记者采访时表示，“金九银十”为传统车市旺季，各地新一轮地方补贴与厂商三季度末冲量共同发力，使得9月份车市热度很高。预计四季度汽车销量也能实现较好增长。

前三季度汽车销量超预期

“金九银十”是传统的汽车销售旺季，往往也是全年车市销量的“晴雨表”。

是中汽协副秘书长陈士华对《证券日报》记者表示，9月份乃至三季度，我国汽车产销整体表现好于预期，主要缘于国家出台了一系列促消费政策，地方层面积极响应，相继制定出台了发放消费券、购车补贴等措施，加之秋季企业新品集中上市，物流行业企稳回升带动货车需求增长，市场总体呈现“淡季不淡，旺季更旺”的态势，车市热度延续。

“在新能源汽车方面，继二季度企业新产品集中上市后，成都车展上多品牌携全新新能源产品亮相，对新能源车市场构成有力支撑。9月份新能源乘用车零售约75万辆，同比增长22.3%，渗透率达到37.9%。”崔东树表示。

“今年中国汽车产业迎来三大战略性改变。”中国汽车流通协会常务理事贾新光对《证券日报》记者表示，一是汽车出口量突破300万辆，带动了汽车产销整体较快增长，1月份至9月份，汽车国内销量同比增长1.9%；汽车出口同比增长60%。二是

是中国自主品牌崛起，外资品牌份额下降。前9个月，中国品牌乘用车共销售989.5万辆，同比增长21.2%，占乘用车销售总量的54.6%，创造历史纪录。三是新能源汽车产销量大增。1月份至9月份，新能源汽车产销量累计完成631.3万辆和627.8万辆，同比分别增长33.7%和37.5%，市场占有率已经达到29.8%。

“三大战略转变，代表了汽车工业的发展潮流。未来产业洗牌会加快。”贾新光补充道。

政策支持落地显效

事实上，三季度汽车产销整体表现好于预期，9月份汽车产销量均创历史同期新高，离不开政策的大力支持。

据了解，年初至今，促进汽车消费的政策举措密集出台，包括发放汽车消费券、延续购置税减免政策、加快充电桩建设、推进新能源汽车下乡等，均有助于稳定和扩大汽车消费。

“无论是消费券还是购车补

贴、地方车展等，都对汽车消费起到了拉动作用，进一步提升了汽车消费的便利性。”崔东树表示。

中国汽车流通协会有形市场分会名誉理事长苏晖向《证券日报》记者表示，一系列支持政策的效果持续显现，叠加车企进入全年目标冲刺阶段推出促销活动，以及中秋国庆假期出行需求增长，在多个因素综合推动下，9月份汽车产销量均创历史同期新高。

商务部新闻发言人何亚东10月12日在商务部例行新闻发布会上表示，步入四季度，商务部将按照“消费提振年”总体安排，多措并举推动消费持续恢复和扩大，加快推动促进汽车、家居、电子产品消费以及近日出台的推动汽车后市场高质量发展等政策措施落地见效，更好发挥消费拉动经济增长的基础性作用。

机遇与挑战共存

展望四季度，中汽协副总工程师许海东对《证券日报》记者表示，综合目前情况看，今年国

内汽车产销量有望创历史新高，均超过2800万辆。

陈士华表示，伴随各项促汽车消费、稳增长政策持续落地，效果持续显现，将对四季度汽车市场形成有力支撑，有助于中国汽车行业实现全年稳增长目标。

不过，行业仍面临一些挑战。例如欧盟宣布对中国出口电动汽车发起反补贴调查。贾新光表示，我国新能源汽车出口量大大的同时，也面临贸易摩擦。车企首先要掌握核心技术，不断创新迭代，提升产品竞争力。其次，要完善产业链，掌握竞争的主动权。此外，还要制定有针对性的应对策略。

苏晖表示，受益于政策支持，新能源汽车这两年发展较快，消费火热。不过，进入冬季，电动汽车耗电快，充电能力变差，可能也会影响消费者的购车热情。另外，新能源汽车保值率衰减较为严重，部分二手车市场甚至不愿意收新能源汽车，这会对新车市场造成影响。

《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》近日印发

■本报记者 刘萌

10月12日，商务部官网公布了商务部等九部门近日印发的《关于推动汽车后市场高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》)，明确了汽车后市场发展的总体目标和主要任务，系统部署推动汽车后市场高质量发展。

《指导意见》提出，力争到2025年，汽车后市场规模稳步增长，市场结构不断优化，规范化水平明显提升，后市场在汽车产业链、价值链、创新链中的作用更加突出，新

产品、新技术应用更加普及，新业态、新模式发展更加成熟，行业管理制度更加完善，汽车使用环境持续优化，更好满足消费者多样化汽车消费需求，有效推动汽车后市场高质量发展。

《指导意见》提出7方面政策措施。一是优化汽车配件流通环境，提出制订实施汽车后市场配件流通标准，鼓励发展连锁经营等配件流通模式，推动汽车配件流通规范、透明、高效发展。二是促进汽车维修服务提质升级，提出加快新能源汽车维修技术标准体系建设，

加强售后维修培训、发展汽车绿色维修、提升汽车维修数字化服务能力，更好支撑新能源汽车产业发展和保护车主权益。三是构建多层次汽车赛事格局，支持开展新能源汽车、智能网联汽车等新型赛事活动，发展国际级、国家级汽车赛事。四是加快传统经典车产业发展，提出研究制定传统经典车国内管理和进口政策，支持地方探索传统经典车保税展示及托管服务。五是支持自驾游旅居车等营地建设，加强政策支持，促进房车旅游消费发展。六是丰富汽车文化体验，支持

地方推进汽车博物馆和汽车影院等项目建设运营，组织开展汽车文化交流活动。七是优化汽车消费金融服务，鼓励金融机构在依法合规、风险可控的前提下，优化对汽车使用消费的金融服务。

《指导意见》要求，准确把握汽车市场发展规律，充分认识汽车后市场发展的积极重要意义。加快汽车后市场相关法规标准体系、质量认证体系建设，提高依法行政和标准化水平。充分发挥行业组织的桥梁纽带作用，及时反映行业企业诉求，搭建行业交流服务平台。

商务部新闻发言人何亚东10月12日在商务部例行新闻发布会上表示，步入四季度，商务部将按照“消费提振年”总体安排，多措并举推动消费持续恢复和扩大，加快推动促进汽车、家居、电子产品消费以及近日出台的推动汽车后市场高质量发展等政策措施落地见效，更好发挥消费拉动经济增长的基础性作用。

行业动态

6G发展提升卫星通信热度 华力创通回应投资者密集提问

■本报记者 许林艳

近期，卫星通信概念热度不减，相关概念股持续活跃。华力创通等个股股价涨幅明显，备受市场关注。互动平台上，投资者也对华力创通在卫星通信领域的布局频频发问。

“未来的6G通信肯定是空天地一体化的架构，这就需要大量的卫星通信来支撑。中国正在积极推进6G技术的研发，未来十年，卫星通信一定会是重要发展方向。”信息消费联盟理事长项立刚对《证券日报》记者说道。

10月11日晚间，华力创通发布公司股票交易异常波动及风险提示公告。公告显示，10月9日、10月10日、10月11日，华力创通连续三个

交易日收盘价格涨幅偏离度累计达到30%以上。据公司公告，10月11日，公司股票换手率较高，达47.10%。华力创通提醒投资者秉持价值投资理念，以免股价急涨急跌造成个人投资重大损失。

10月12日，华力创通股价下挫，跌幅超8%，但股价依旧处于历史高位，报收32.45元/股。

互动平台上，投资者对华力创通在卫星通信领域的相关情况接连发问，热情高涨。公司在卫星通信领域有哪些技术布局，产品是否应用到华为汽车产业链上、相关芯片能否用于智能驾驶、芯片售价等问题“纷至沓来”，公司热度由此可见一斑。

据了解，华力创通主营业务涵盖卫星应用、仿真测试、雷达信号处

理、无人系统等方面。谈及公司在卫星通信领域方面的相关布局，华力创通工作人员在接受《证券日报》记者采访时表示：“在卫星通信领域，公司较早布局了高轨的卫星通信，跟随我国天通卫星通信系统的建设而同步开展技术研究，公司于2015年发布了通导一体化的基带芯片，并陆续研制了相应的卫星通信终端，可以利用天通卫星通信系统进行卫星通信，并已在相关行业和领域开展应急通信应用。同时，公司也在积极跟踪国内低轨卫星通信的发展趋势，进行了一定的行业研究和技术储备，未来公司将根据国内卫星通信行业发展的步伐，适时开展卫星通信地面通信终端及核心基带芯片的研制。”

业内普遍认为，卫星通信未来

有望成为下一代移动通信技术6G网络的重要组成部分。据了解，目前我国卫星通信市场规模在800亿元左右。

华为Mate 60系列的大热，让越来越多的消费者了解到了卫星通信这一概念。目前国内最新的手直连卫星通话服务使用了我国自主研发的“天通一号”卫星移动通信系统，目前已经有三颗卫星在地球同步轨道运行，支持面向个人终端使用。“未来手机支持卫星通信会成为主流，相应地对信号放大、射频能力等方面带来促进作用。”项立刚说道。

除手机领域之外，卫星通信还可以应用到很多其他领域，中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日

报》记者采访时表示：“卫星通信的应用前景十分广阔，不仅可以提供全球覆盖的通信服务，还能满足高速数据传输的需求，包括互联网访问、视频传输、远程医疗等。此外，还可以支持紧急救援、灾害预警、农业检测等领域。随着相关技术的进一步发展，卫星通信亦有望应用于智能交通、智慧城市等领域。”

上述华力创通工作人员对《证券日报》记者表示，卫星通信是未来通信发展的趋势之一，卫星通信有望和地面的4G、5G网络相结合，形成一张天地一体化的网络，从而实现网络的“无死角”覆盖。不过，由于具有投资规模大、建设周期长、技术复杂度高的特点，卫星通信的建设也需要足够的时间及资金。

Mate 60系列销量攀升

华为上调明年智能手机出货量目标

■本报记者 贾丽

随着Mate 60系列手机销量不断攀升，华为上调明年智能手机出货量目标。日前，据接近华为人士消息，华为将智能手机2024年出货量目标定为6000万台至7000万台，较2022年3000万台的出货量大幅提升。

对此，10月12日，华为相关人士对《证券日报》记者表示：“先锋计划开启后，手机销售情况超出预期，公司会根据市场情况不断调整出货量目标，在保证顺畅供应方面已做好充分预案。”此前有知情人士向记者透露，华为已上调了2023年手机整体出货量目标，并将Mate 60系列手机下半年目标提升超20%。此外，由于长期处于缺货状态，目前该系列手机在第三方平台出现10%至60%不等的溢价。

“因为短期供应吃紧，华为新机渠道销售溢价还会保持一段时间。”达睿咨询创始人马继华对《证券日报》记者表示。

“一机难求”下扩大产能

华为上调目标的底气，正是来自刚刚推出的Mate 60系列手机销量的强劲表现。今年8月底，华为正式开售了Mate 60系列手机，且开放预售即售罄。结合预售情况，业内预计华为Mate 60系列今年累计销量将超2500万台。

记者注意到，目前无论是线上还是线下门店，华为Mate 60主流机型依旧“一机难求”。该系列手机在大部分线下门店处于“无现货”状态，消费者在第三方平台购买往往需要溢价购入。10月12日，某电商平台价格显示，Mate 60RS非凡大师512GB手机到手价比官网价格贵了7600元，溢价60%，其他机型价格也出现不同程度的上涨。

华为新机的火爆表现直接传导至供应链，带动供应商订单量上涨。天风国际分析师郭明錤表示，展望2024年，预计华为零组件采购量为3000万台至4000万台。

“经历了消费电子市场几年的不景气，零部件等大部分供应链环节都处于收缩周期，厂商们控制库存压缩产能。华为此次新机强劲的扩产需求，也超出很多供应链厂商预期，需要一段时间来适应。目前华为是业内少数上调今年及明年出货量目标的手机厂商。”马继华表示。

对于Mate 60系列手机供应问题，此前华为常务董事、终端BG CEO余承东表示，华为正加班加点紧急生产。对此，某接近华为人士也称，目前供应链整体稳定，不用担心后续手机供应问题。

供应链企业酝酿提价

得益于华为手机的强势表现，相关供应商订单饱满。与此同时，有供应链企业提价的消息传出。一份业内报告显示，华为Mate 60全系列和2024年将发布的P70搭载屏下光学指纹模组。目前，华为Mate 60系列的屏下光学指纹模组供应商的相关产品已提价15%至20%，部分型号甚至提价30%。

受智能手机市场低迷、前期诸多零部件涨价影响，目前手机终端整机成本压力逐步加剧。华为新机销售火爆，也带动相关厂商话语权及议价能力的提升。招商电子认为，华为手机销量复苏将带动光学、面板、结构件、有线无线快充、3C设备等产业链相关领域公司业绩增长。

“华为Mate 60系列热销，对供应链形成直接刺激，包括存储、屏幕和摄像头模组等环节。结合芯片库存清理告一段落，供应链确实存在涨价压力。”纳弗斯首席分析师李怀斌表示：“相关影响更多体现在部分关键零部件领域。”

本版主编 沈明 责编 吴澍 制作 董春云
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785



SINOTRUK 中国重汽

打造世界一流的 全系列商用车集团

展示了一系列重汽商用车，包括卡车、客车和特种车辆。