

智能网联汽车准入和上路通行试点为数字经济注入强劲动力

■本报记者 刘 钊

近日，商务部等八部门联合印发《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》(以下简称《指导意见》)。

在扩大数字产品消费方面，《指导意见》提出，开展智能网联汽车准入和上路通行试点。这一部署不仅为汽车产业智能化转型注入政策动能，更将通过消费端与产业端的双向联动，打造数字经济发展新引擎。

智能网联汽车试点的背后是数字消费对全产业链的拉动作用。有业内人士对《证券日报》记者表示，试点将带动芯片设计、高精度地图、车路协同等上下游企业的技术迭代升级，预计能够撬动万亿元级规模的产业链全面升级。智能网联汽车试点落地后，将极大带动相关数字消费规模，创造更多联通上下游产业的就业岗位。

20城构建车路云生态

《指导意见》提出的试点任务正快速转化为具体实践。工信部装备工业一司副司长郭守刚在2025世界智能网联大会新闻发布会上表示，全国正加快推进20个“车路云一体化”试点城市建设，累计开放测试示范道路35000多公里，发放测试示范牌照超过1万张，覆盖一线城市、新一线城市及重点经济圈核心城市。

此前，工信部等四部门联合确定的首批试点涉及重庆、广州、深圳、上海、北京、长沙、武汉七座城市，9个企业联合体涵盖乘用车、货车、客车等多品类产品，目前正进入产品准入与上路通行实操阶段，部分城市已实现高级别自动驾驶车辆在特定区域的常态化运营。

地方层面的创新实践呈现差异化推进态势。作为全国首个智能网联汽车政策先行区，北京正推进智能网联基础设施4.0阶段建设。截至目前，北京“双智”(智慧城市基础设施与智能网联汽车协同发展)城市建设提速，已实现全市600平方公里“车路云一体化”基础设施连片覆盖，累计发放测试牌照超1100张，累计自动驾驶测试里程超4500万公里。阿波罗智能技术(北京)有限公司、北京小马智行科技有限公司等企业的自动驾驶出租车(Robotaxi)服务订单量增速迅猛。

北京市经济和信息化局副局长



苏国斌表示，一方面，北京持续高标准推进“双智”城市建设，着力推动4.0阶段建设，持续推进“车路云一体化”基础设施在更大范围、更广区域实现覆盖，支撑高级别自动驾驶车辆规模化运行，支持辅助驾驶联网车辆发展；另一方面，北京加强核心技术攻关，聚焦车规级芯片、复杂环境感知、智能操作系统等智能网联汽车关键核心技术，持续开展创新攻关，提升自主可控水平。

武汉经开区的“车谷”特色试点同样成效显著。目前，武汉经开区已聚集东风悦享科技有限公司、湖北亿咖通科技有限公司、华砺智行(武汉)科技有限公司等智能网联汽车产业链企业500多家，初步构建了覆盖车规级芯片、激光雷达、高精地图等软硬件创新和服务主体在内的智能网联汽车产业链。今年上半年，武汉经开区已有12款“车谷造”新车集中面世，新能源与智能网联汽车产量达16.6万辆，同比增长58.5%。

此外，深圳、重庆等城市近年来还探索出“政策+资本+场景”的试点推进模式，这些试点正逐步形成“核心城市突破、区域协同推进”的格局，为全国性政策落地积累了丰富的实践经验。

产业生态加速重构

与以往传统汽车生态相比，智能

网联汽车的技术体系已从单一功能迭代，转向多维度融合创新的新阶段。在感知层，激光雷达、毫米波雷达与视觉传感器形成的多模态融合方案，大幅提升了环境感知的精准度与鲁棒性(反映一个系统在面临着内部结构或外部环境的变化时能够维持其功能稳定运行的能力)；决策层借助深度学习算法与高精度地图的协同，成功实现从规则驱动到场景驱动的关键跨越；执行层则通过线控底盘技术与域控制器架构的整合，搭建起响应高效的底层支撑系统。尤为关键的是，车路云一体化技术的突破，让车辆摆脱了孤立运行的属性，成为智慧交通网络中可动态交互的核心节点。

与此同时，传统汽车产业链的线性结构正在瓦解，一个以“软件定义汽车”为核心的网状生态体系取而代之。主机厂加速从传统硬件集成商向综合出行服务商转型；科技企业凭借操作系统、车载芯片、核心算法等技术优势，深度切入产业链核心环节；通信运营商与基础设施提供商，则依托5G、V2G技术搭建起低延迟、高可靠的数据传输通道。这种跨领域的深度融合，催生出订阅制服务、数据价值变现、生态收益分成等全新商业模式，正深刻重构汽车产业的价值链分配逻辑。

“我国已建成涵盖智能座舱、自动驾驶、网联云控等在内的完整产业

链体系；累计发布国家和行业标准88项，加快组合驾驶辅助系统等急需标准研制，深度参与自动驾驶相关国际标准法规制定协调。”郭守刚透露，今年前7个月，具备组合驾驶辅助功能(L2级)的乘用车新车累计销量775.99万辆，渗透率达62.58%，5G和蜂窝车联网(C-V2X)装配量超过300万辆。

无锡行动数据科技有限公司预测，到2030年，智能网联汽车市场规模有望突破5万亿元人民币，成为推动经济高质量发展的新增长极。全球范围内，随着自动驾驶技术进步和法规环境改善，智能网联汽车市场同样呈现快速增长趋势。政策层面，工业和信息化部已明确“有条件批准L3级车型生产准入”，中国第一汽车集团有限公司、上海汽车集团股份有限公司、广州汽车集团股份有限公司等九家车企成为首批试点，推动行业技术竞争焦点从L2级向L3级上移。

黄河科技学院客座教授张翔向《证券日报》记者表示，《指导意见》的试点部署正推动智能网联汽车产业从“技术研发”向“规模应用”跨越，未来需进一步完善跨部门协同机制，破解数据共享、责任认定等难点问题。可以预见，智能网联汽车试点将扩大数字消费增量空间，通过车路云一体化发展，推动汽车产业向智能化、网联化深度转型，为数字经济注入强劲动力。

生鲜商品实现“4小时8折，6小时6折，8小时下架”的精准折扣策略，以AI技术赋能商品的新鲜度，保障品质。决策与执行秒级联动，电子价签自动刷新，展现了数字化运营的高效与精准。”

通过数字化沉淀数字资产，深入了解消费者需求，许丽娜认为，这有助于零售业回归商业本质，以消费者为中心发展。

在采访中，《证券日报》记者还了解到，部分龙头企业在“扩大供给和创新场景”方面积极布局。多点数智有限公司联合创始人兼总裁张峰告诉《证券日报》记者，该公司积极着眼于赋能供应链全面数字化变革，助力“按需即供”和“按需定产”的柔性供应链建设等，“例如，通过数据智能分析消费趋势，可以帮助零售商和品牌商更精准地预测需求、优化库存，实现C2M(用户直连制造)和定制化生产的前沿探索。”

张峰介绍，为丰富供给，该公司正在积极探索前沿场景。例如，利用多点数智的AI能力，帮助商超打造“智慧厨房”场景，通过App提供食谱，并一键购买所需食材；或在智慧商圈中，实现不同商户间的会员权益互通和联合营销，这些都是政策鼓励的创新方向。目前来看，行业仍有一些潜力待开发，例如垂直行业的渗透、深化AI与大模型应用等。

综合来看，数字消费多元化正推动零售行业从“规模增长”转向“质量提升”。未来，随着数字技术与零售场景的进一步融合，零售行业的韧性与成长力将在持续重构中焕发新活力。

德力股份实控人或发生变更

■本报记者 徐一鸣

10月8日晚间，安徽德力日用玻璃股份有限公司(以下简称“德力股份”)发布公告称，公司于9月30日收到控股股东及实际控制人施卫东先生的通知，其正在筹划公司控制权变更事项，可能导致公司控股股东及实际控制人发生改变。

德力股份表示，鉴于上述事项处于筹划阶段，尚存在重大不确定性，为保证公平信息披露，避免公司股价异常波动，维护广大投资者利益，经公司向深圳证券交易所申请，自10月9日(星期四)开市起停牌，预计停牌时间不超过两个交易日。

近年来，德力股份业绩呈现明显承压态势，2024年净利润亏损1.73亿元，今年上半年净利润则亏损4531.66万元。德力股份对控制权变更的筹划，或是应对经营困境的选择。

为缓解经营压力，该公司此前已启动战略调整。2025年7月份，德力股份拟以1.35亿元价格将全资子公司

司凤阳德瑞矿业有限公司100%股权出售给当地国资企业凤阳县矿投投资控股有限公司，尽管此次交易预计产生650万元亏损，但该公司明确表示，此举旨在聚焦玻璃主业、优化资源配置并补充现金流。

此外，德力股份加速推进海外布局，2025年3月份以来，多次筹划在埃及设立玻璃制品公司，试图通过海外产能布局开拓业务增长。

“此次停牌及后续控制权可能变更将引发多重连锁反应，成为影响公司发展的关键变量。”上海大学悉尼工商学院讲师王雨婷对《证券日报》记者表示，在公司治理层面，若交易完成，新控股股东可能对管理层、战略方向及资产结构进行全面调整，现有业务连续性将取决于新股东与玻璃主业的协同效应，是深化专业化还是推动跨界转型则存在不确定性。

长沙市律师协会副会长刘研对《证券日报》记者表示，对于投资者而言，需要重点关注德力股份后续公告，了解交易方背景、交易价格、支付方式及业绩承诺等核心信息。

乘用车“金九”销量稳步增长 上汽集团重回月销榜首

■本报记者 刘 钊

“国庆中秋8天长假，我用4天时间试驾了市面上的几款热门车型，这些车性价比很高，我已经成功下单。”刚刚从青岛某新势力车企4S销售门店走出来的张先生高兴地对《证券日报》记者说，“原先新车需要几个月的生产排期，现在普遍上市就能提车，下个星期我就能开着新车去上班了。”

据了解，国庆中秋假期，苏州、南京、广州等多地举办了大型车展，车企携数千款车型集中亮相，叠加购车补贴、消费券等政策利好，带动车市成交及销售金额增长。

从市场表现来看，9月份的乘用车销量同比稳步增长，新能源汽车占据市场主流的同时，车企间的销量呈现明显分化态势。

政策和市场形成合力 车市持续火热

由于2026年1月1日起，新能源汽车车辆购置税将恢复征收，实施“减半征收”的过渡政策，不少消费者担忧能否赶上免征新能源汽车车辆购置税的“末班车”。蔚来集团(以下简称“蔚来”)、极氪智能科技控股有限公司(以下简称“极氪”)、北京车和家信息技术有限公司(理想汽车)等车企率先推出购置税差额补贴政策，给消费者吃了一颗定心丸。蔚来为全新ES8锁单用户提供最高1.5万元购置税差额补贴券；极氪在9X上市时承诺，10月31日前订车用户若跨年销售，购置税差额直接从尾款扣除；理想汽车则聚焦刚上市的i6车型，明确“用户无需承担额外支出”，一系列补贴举措有效激发了消费者的购车意愿。

不过，部分地区汽车置换更新补贴的暂停对客流产生一定影响。例如，某自主品牌销售门店工作人员对《证券日报》记者表示，补贴退出后，到店客户和成交量明显减少，不少消费者选择观望。

近期上市的新能源汽车成为消费者试乘试驾的热点车型。北京某新势力车企销售门店工作人员向《证券日报》记者透露，国庆中秋假期期间，客流是平日的3倍，新能源车型试乘需排队40分钟。记者注意到，在销售门店内，部分消费者甚至带着计算器现场对比补贴力度；在青岛万象城上汽大众汽车有限公司(以下简称“上汽大众”)展区，主打油电同智的新款途昂Pro引得消费者竞相试乘。

“感觉燃油车的智能化也不输新能源车。”一位老帕萨特车主李先生告诉《证券日报》记者，相比于新能源车，智能化一直是燃油车的软肋，听说上汽大众推出了媲美新能源汽车的智能燃油车系统，他想一探究竟。

国庆中秋假期，天津、西宁、苏州、东莞等城市车展成为车市“流量引擎”。例如，2025中国(天津)国际汽车展览会7天展览期间共吸引观众70.5万人次；“苏新消费-2025南京国际车展暨南京度假车展”6天展期共吸引约20.8万人次到场参观，现场汽车总订单量8526台，总订单金额15.17亿元，订单量和关注度较去年进一步提升。兰州“十一”国际车展累计接待观众18.71万人次，累计产生订单8494台，同比增长9%，实现成交额12.72亿元，同比增长15%。与以往的单纯展示产品不同，许多自主品牌在车展上更加注重呈现自身技术体系的优势，并通过技术创新、场景适配、服

务升级向高端市场进军。

“国庆中秋假期的车展不仅是消费者选车购车的平台，更是车企展示品牌实力的窗口。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，车展集中展示新车和优惠活动，能有效激发消费者需求，通过现场体验和互动，还能增强消费者对品牌的认知和信任感，同时车企推出的限时优惠、金融政策等，也有助于清理库存、优化资金流转。

车企销量分化显著 后市被看好

9月份作为“金九银十”的开局之月，乘用车市场整体同比稳步增长，但不同阵营车企销量分化显著，自主品牌、新势力与合资品牌各自呈现出不同的发展态势，智能化与新能源渗透率成为影响销量的核心因素。

自主品牌内部呈现“头部波动、二线崛起”的格局。上海汽车集团股份有限公司实现销量43.98万辆，同比增长40.39%，重登月销量榜首。昔日龙头比亚迪股份有限公司虽以39.63万辆的销量紧随其后，但销量同比下滑5.5%，这是其自2024年3月份以来首次出现月度销量同比下降。此外，奇瑞汽车股份有限公司(以下简称“奇瑞汽车”)、浙江吉利控股集团有限公司(以下简称“吉利汽车”)、重庆长安汽车股份有限公司(以下简称“长安汽车”)等品牌9月份表现颇为强劲。

奇瑞汽车9月份销量达28.05万辆，同比增长14.7%；吉利汽车9月份销量达27.31万辆，同比增长35%；长安汽车以26.6万辆销量同比增长25%，UNI系列与深蓝品牌协同发力，新能源车型销量占比提升至38%。

新势力销售阵营则呈现“头部领跑、中部承压”的梯队化特征。浙江零跑科技股份有限公司成为最大黑马，9月份销量达6.67万辆，同比激增97%，创品牌成立以来月度销售新高，主力车型C10凭借高性价比稳居细分市场销量前十；小鹏汽车有限公司以4.16万辆的月销售量首次迈入4万辆大关，G9改款车型与P7i形成双线支撑，智能化配置成为用户选择的核心因素；蔚来销售3.47万辆，同比增长64%，全新ES8和乐道L90上市后订单持续释放，推动品牌销量创年内新高。然而，部分新势力品牌面临明显压力。例如，理想汽车9月份销售3.4万辆，同比下滑36%；广汽埃安新能源汽车股份有限公司9月份销售2.91万辆，同比下滑18.6%。

合资品牌9月份销量整体呈现“燃油车稳定、新能源乏力”的态势。一汽-大众汽车有限公司、上汽大众实现销量微增，但较自主品牌差距显著。上汽通用汽车有限公司成为合资阵营中新能源板块的亮点，9月份新能源销量达9520辆，环比增长31%，主要依靠别克E5改款车型与凯迪拉克IQ系列的订单支撑。整体来看，合资品牌新能源转型进度缓慢，产品迭代速度与智能化配置难以满足市场需求，在新能源渗透率持续提升的背景下，增长压力逐步显现。

对于后续车市走向，行业专家与机构普遍持乐观态度。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，尽管部分地区暂停汽车置换更新补贴，但国庆中秋假期集客效应显著，出游购车需求集中释放，叠加经销商年底冲量促销，有望支撑10月份销量温和回升。浦银国际证券研报认为，2025年，中国新能源乘用车销量预计达1578万辆，渗透率将达53.7%。

零售业数字化发展蓝图徐徐展开

■本报记者 桂小桢

数字化浪潮下，零售行业正经历一场深刻的蜕变。日前，商务部等八部门联合印发《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》(以下简称《指导意见》)。在业界看来，《指导意见》不仅契合当前消费需求升级趋势，更成为零售企业重构成长力的核心抓手。

近日，《证券日报》对多位行业人士进行了采访，从私域运营到场景创新，再从技术赋能到客群深耕，一幅零售的发展蓝图正徐徐展开。

以数字化为翼

如何挖掘存量用户价值是零售企业的核心课题。在2025年半年度业绩说明会上，上海新世界股份有限公司董事长陈湧在回答《证券日报》记者提问时表示，该公司持续关注数字消费多元化在百货零售领域的发展和应用，并在数字化领域不断探索和实践，深耕新媒体、全域线上营销，以数字运营激活私域流量新活力，深度布局主流社交媒体平台；构建“品牌曝光+用户互动+场景转化”三位一体传播链路，赋能线下零售商业。

据陈湧介绍，2025年初，该公司积极构建“文旅、动漫、策展、演艺、服务”五大消费新场景，打造沉浸式、体验式的多元化消费场景。同时，面向银发群体，开发智慧体验服务新内容。未来，该公司将继续关注数字多元化的发展趋势和商业机会，持续推进新世界城结构调整，着力研究适老

化产品和外销商品等，不断积聚提升所在行业的核心竞争力，为投资者创造更多价值，提升公司业绩。

如果说数字化运营是“内功”，那么，场景创新则是零售企业面向消费者的“直观表达”。在2025年半年度业绩说明会上，中国旅游集团中免股份有限公司董事、总经理常筑军在回答《证券日报》记者提问时表示，该公司正积极创造多元化数字消费场景。比如，为顾客提供数字化支付方式，便捷境内外游客线下和线上消费；积极推动海口市内门店实施电子货架卷标系统，30多家门店启动门店助理应用程序，以促进库存检查和商品信息查询；推动三亚国际免税城应用VR全景摄影，推出VR看店服务，改善客户在线购物体验。

“技术+场景”的创新组合，使得传统的零售行业从“商品交易”进阶发展至“体验式消费”，为行业的数字化转型提供可借鉴的范本。

“未来，零售行业在数字化方面仍具备广阔发展空间。在技术应用层面，大数据、人工智能、物联网等技术将进一步渗透至营销、供应链与物流等环节，推动精准营销、智能库存管理和高效配送体系的构建。在商业模式方面，线上线下深度融合将成为趋势，个性化定制、社交电商等新模式将持续演进。在消费体验上，沉浸式购物将更受重视，VR、AR等技术将助力打造虚拟展厅、数字孪生门店等场景，提升消费者参与感与满意度。”深圳市前海排排网基金销售有限公司研究总监刘华告诉《证券日报》记者。

未来零售的发展，不仅在于技术与场景的创新，更在于对“人”的需求的深刻洞察。

珠海黑崎资本投资管理合伙企业首席战略官陈兴文告诉《证券日报》记者，在数字消费与零售行业深度转型中，国内仍存在多维度的潜力与发力点待挖掘。例如，农村电商方面潜力巨大。政策扶持下，物流基建提速为农村电商发展奠定了基础，而直播带货的下沉则成为新的增长引擎。这种结合有望催生农村市场的新增长点，形成数字普惠的新范式。同时，元宇宙的探索为数字消费场景提供了延展性与沉浸式体验。

“未来，数字消费不仅是经济增长极，更是重塑社会资源配置效率的核心杠杆，有望从促消费跃升为推动社会经济全面升级的深层驱动力。”陈兴文建议，加速人工智能与供应链智能化融合，提升库存响应、需求预测精度，降低系统性成本。

发展逻辑生变

头部零售企业的数字化实践表明，新零售已不再是“选择题”，而是关乎企业未来竞争力的“必修课”。

物美科技集团有限公司新闻发言人许丽娜告诉《证券日报》记者，数智化系统是底座，可以进而推动全链条数字化：“广泛应用AI出清、AI选品、AI补货、AI防损、AI巡检、冷链温控等技术，实现了从经验决策到数据决策的跨越。以AI出清系统为例，它像一位‘定价军师’，对水果果切等