



探寻产业发展 “新引擎”

实探2025中国国际商用车展：

“绿色+智能”驱动 中国商用车逐鹿全球

■本报记者 李万晨曦

重卡、轻卡、专用车等全品类商用车型整齐列队，银灰色氢燃料重卡的车身反射着科技感的光泽，智能座舱大屏上流转着实时数据流，动态体验区的车辆爬坡测试引来现场观众阵阵喝彩……11月10日至13日，2025中国国际商用车展（CCVS）在武汉国际博览中心举办。从整车展台到零部件专区，从动态演示到技术座谈，《证券日报》记者在现场感受到中国商用车“绿色转型”与“全球拓展”的澎湃动能。

“当前国内商用车市场需求稳步回升，结构性增长潜力加速释放，尤其是新能源商用车的蓬勃发展与出口市场的持续繁荣，正驱动产业生态发生深刻变革。”国际智能运载科技协会秘书长、黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时如是说。

这场以绿色为底色、智能为内核的转型，不仅重塑国内产业生态、激活市场创新活力，更推动中国商用车加速拓展海外市场，为行业高质量发展注入持久动力。

“黑科技”集中亮相

此次展会上，全球首发车23辆、国内首发车30辆集中亮相，展品包含从整车到核心零部件、从单一产品到生态解决方案，一系列创新成果为商用车行业提供全新范式。

在重卡展区，陕西重型汽车有限公司与西安康明斯联合首发的陕汽康明斯C系列产品吸引了诸多观众驻足。该展台工作人员向《证券日报》记者表示：“我们的新品实现了动力链与整车底盘的无缝耦合，使发动机效率提升1%，整车能耗降低5%，凭借自主自适应动态调优技术实现5%以上油耗优化，对于物流运输来说，每一分节能都是实实在在的收益。”

不远处的江淮1卡展台也被观众围得水泄不通，刚完成全球首发的“坤鹏ET9”成为焦点。作为安徽江淮汽车集团股份有限公司旗下商用车品牌，其首发新车把“高效节能”做到了极致。“经过实测验证，在同电量的新能源轻卡中，我们这款新车能比同类其他车多跑

100公里。”江淮1卡品牌工作人员的话引发阵阵讨论。

进入比亚迪股份有限公司（以下简称“比亚迪”）体验展区，只见一辆小车稳稳冲上陡坡，车轮没有丝毫打滑，停在坡顶后又顺畅倒车下坡，随后灵活完成连续转弯测试，车身姿态始终保持平稳。

“这款正在演示的小车是比亚迪首次参展便重磅推出的纯电轿车T4。”比亚迪展区的工作人员向《证券日报》记者介绍：“一般轿车通常爬坡坡度超过25%就会吃力，而T4的电池底盘一体化集成技术让车辆重心降低，在爬坡时直接转化为抓地力优势。”

核心零部件展区也藏着不少“黑科技”。在BPW（梅州）车轴有限公司的800k轮毂系统展台前，工作人员正在演示一体式装拆。“以前换轮毂又麻烦还容易出错，现在这套系统几分钟就能搞定。”该工作人员一边操作一边对记者表示，复合式油封解决了泄漏问题、定扭矩螺母避免了人工装配误差，让挂车零部件从“能用”变成“好用还省钱”。

中集车辆（集团）股份有限公司（以下简称“中集车辆”）的工程型纯电动头挂列车的全套解决方案也让人眼前一亮。中集车辆技术部负责人对《证券日报》记者说：“我们推出的不仅仅是一款产品，还将提供整套运营保障，补能、维修都不用愁。”

“我们希望打造一个纯电动商用车的生态，构建包含移动快充车、控制塔和维修车间的EV-ALFA+运营保障基站，为行业提供一个新方向。”中集车辆技术部负责人如是说。

绿色化与智能化协同并进

记者在此次展会现场注意到，新能源商用车的展车数量大大超过传统燃油商用车，智能化卡车成为主流展品，集中展现行业生态变化及技术发展趋势。

对于商用车而言，发动机是其动力输出核心，直接决定车辆的载重能力、行驶速度。而在新能源电池多元化发展的背景下，相较于传统的燃油发动机，商用车的动力系统正逐渐被更换为绿色环保新能



图①海珀特氢燃料电池干线物流重卡H49

图②中集车辆纯电动头挂列车

图③中集车辆展区

图④BPW（梅州）车轴有限公司的800k轮毂系统展品

源“内芯”。

被更换的不仅仅是动力系统，从油气动力主导到纯电动、氢能、混合动力多元并行，从依赖机械操控到智能座舱、L2+辅助驾驶全面普及，中国商用车正掀起一场触及核心的革新，彻底打破传统动力路径依赖。

纯电动、氢能、混合动力等多种技术路线的商用车在这次展会上集中亮相，绿色化与智能化协同并进的发展态势愈发清晰。

踏入主展馆，一台银灰色氢燃料重卡以极具未来感的流线型设计，吸引着观众目光。这便是广州海珀特科技有限公司（以下简称“海珀特”）参展的氢燃料电池干线物流重卡H49。坐进H49的环抱式座舱，记者看到，中控区的超大尺寸智能屏上实时滚动着能耗、续航等数据。

海珀特电子电气架构主任工程师杨康向《证券日报》记者介绍：“长途干线物流对驾驶员的操作便捷性和驾乘体验要求极高。我们设计的座舱不仅是智能化展示，更是基于实际运营场景的考量。”

“这款车展展示了海珀特在氢能商用车领域的前沿技术成果：风阻系数低至0.35Cd，百公里能耗不到71.1公斤，满氢能跑1000多公里，可匹配长途干线物流需求。”杨康透露，目前，该车已经过了预批量的

阶段，预计明年6月份、7月份将实现大规模量产。

在东风汽车股份有限公司（以下简称“东风股份”）展台，刚刚发布的东风乾坤K6与多利卡王者归来两款新品吸引了不少关注。“传统燃油商用车的运营经济性已难以匹配商用车市场需求。”东风股份商品企划蔡志伟向《证券日报》记者分析，“当前物流行业面临运费走低、人力与燃油成本波动的压力，而新能源商用车凭借节能降耗、环保合规的优势，成为降本增效的关键选择。”

“明年，我们还将补充东风乾坤的新能源商用车型，并针对新能源、智能驾驶等保持高强度研发投入，持续提升前瞻技术突破、平台开发、试验验证等核心能力。”东风股份营销总部党委书记、副总部长吴承浩表示。

商务部研究院副研究员洪勇向《证券日报》记者表示，智能座舱、L2+级辅助驾驶等前沿技术快速普及，不仅大幅提升商用车运营效率、降低运维成本，更推动商用车行业实现“绿色+智能”的双重升级。

积极“出海”谋增长

据了解，此次展会吸引了来自巴西、意大利、德国、英国、瑞典、荷兰、南非等多个国家和地区的生产

商、经销商和用户。记者在现场看到，多位国外经销商在中国新能源商用车展台进行咨询洽谈。

对此，中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平向《证券日报》记者表示：“在全产业链协同创新及绿智双驱之下，中国商用车强势‘出海’，海外市场正成为产业增长的关键引擎。”

根据中国汽车工业协会数据，今年1月份至9月份，我国商用车出口74.8万辆，同比增长10.2%，其中，新能源商用车出口6.4万辆，同比增长1.5倍。

“海外收入已成为我们整体高质量发展的核心支柱。”中国重汽国际有限公司（以下简称“中国重汽”）总经理宋洋在展会上介绍，中国重汽近年来在海外市场稳步发展，预计今年出口将会突破15万辆，整体收入将达到490亿元。

东风康明斯发动机有限公司相关负责人向《证券日报》记者表示，“出海”并非简单复制国内成熟产品到海外，而是要深度洞察海外客户的使用习惯与市场核心需求，针对性布局产品体系。

从燃油车的效率升级到新能源的技术突破，从核心零部件的痛点攻坚到海外市场的全面开花，中国商用车正以“绿智双驱”的姿态加速走向世界舞台。

AI、出海、长青三大战略驱动 腾讯第三季度业绩大增

■本报记者 李豪悦

11月13日，腾讯发布2025年第三季度业绩报告。报告显示，公司重要数据指标稳定增长。期内公司实现营收1928.7亿元，同比增长15%；经营利润（Non-IFRS）725.7亿元，同比增长18%。

具体来看，第三季度腾讯增值服务收入同比增长16%至958.6亿元；营销服务收入同比增长21%至362.4亿元；金融科技及企业服务业务收入同比增长10%至581.7亿元。其中，得益于线上支付金额强劲增长，以及线上支付金额趋势改善，商业支付金额增速较第二季度环比提升。

整体来看，一系列数据的增长，离不开腾讯在AI、出海、长青三大战略方向取得的积极进展。

研发支出不断增长

腾讯方面认为，多元业务的健康增长驱动了财务表现，为公司持续发展构筑了基础。

财报显示，作为关键载体，腾讯元宝（以下简称“元宝”）的生态打通进程明显提速。从7月份至9月份，元宝已接入数十个腾讯核心应用，覆盖社交、办公与消费等关键场景，展现出生态联动的蓬勃活力。当前，元宝日活已跻身国内AI原生应用前三名，单日提问量达到年初月总量级别。这种增长离不开腾讯在研发上的投入，以及对AI底座建设的持续加强。

一方面，研发支出不断增长，第三季度腾讯研发支出从第二季度的202.5亿元增长至228.2亿元，资本开支达到129.8亿元；另一方面，混元大模型能力不断提升。例如，9月份，腾讯开源混元图像3.0模型，该模型在国际权威榜单LMArena的文生图评测中获首测第一名。截至目前，混元图像、视频衍生模型总数已达3500个，3D系列模型社区下载量超过300万，显示出其在产业应用与开发者生态中的活跃度。

AI也在不断辐射其他业务，带来正向收益。例如，报告期内腾讯营销服务收入达362.4亿元，同比增长21%，增速连续两个季度保持两位数，并领先行业。财报指出，该增长是由于广告曝光量的提升，这得益于用户参与度及广告加载率的提高，以及AI驱动的广告定向所带动的eCPM增长。报告期内所有主要行业的广告主投放均有所增长。

“我们对AI的战略投入，不仅为腾讯在广告精准定向及游戏用户参与度等业务领域带来助益，也带来了编程、游戏及视频制作等领域的效率提升。我们持续升级混元基础模型的团队及技术架构，混元的图像及3D生成模型已处于行业领先水平。随着混元能力不断提升，腾讯在推动元普及及投入在微信内发展AI智能体能力所作的努力，将带来更积极的进展。”董事会主席兼首席执行官马化腾说道。

国际游戏收入同比增长43%

腾讯的“出海”业务已经连续多个季度表现突出。第三季度，腾讯海外收入增长主要由游戏业务强劲表现驱动，云服务与微信生态亦取得扎实进展。

其中，第三季度国际游戏收入规模首次突破200亿元大关，达到了208亿元，同比增长43%。腾讯第三季度游戏总收入达到636亿元，海外收入占比已经超过30%。

上海夏至时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉向《证券日报》记者表示，腾讯的国际游戏业务最近几个季度一直保持高位增长，这种优势保持下去，也会为其游戏业务持续注入活力。

除游戏业务外，腾讯云的国际化进程也持续深化，过去三年保持高两位数收入增长。目前腾讯云已服务超90%头部“出海”互联网企业及95%头部“出海”游戏公司。

微信生态的“出海”也迎来新一轮加速。暑期微信支付境外线下消费笔数同比增长34%。目前，微信小程序服务已覆盖全球92个国家和地区的103个细分行业。在此过程中，生态伙伴规模快速扩张，具备境外经验的服务商已达450余家，近三年活跃境外服务商规模同比增长近三成，其在主要国家和地区服务的小程序数量同比增长45%。

各项业务相互协作

近两年，在腾讯的财报中，一直反复出现“长青”和“新芽”两个概念。其中，“长青”逐渐成了腾讯旗下可持续发展的稳定营收产品的形容，例如生命周期达到10年的游戏《王者荣耀》；而“新芽”则代表那些具有爆发潜力，未来可为腾讯提供强大现金流的产品，例如微信生态下的视频号、小程序以及AI应用等。

今年第三季度，腾讯的“长青”和“新芽”业务都各有收获。从游戏业务来看，在国内游戏市场增长放缓的背景下，腾讯本土市场收入依然同比增长15%，达到428亿元，整个游戏板块的收入同比增长22.8%。这离不开《王者荣耀》这一“长青”产品的驱动。公开数据显示，2025年《王者荣耀》国服日活跃用户数突破1.39亿，全球月活跃数超2.6亿。对比上半年整个游戏市场6.79亿的玩家数量，《王者荣耀》一款游戏的占比就达到了21%。

第三季度“新芽”业务也快速成长。其中，微信及WeChat合并月活跃用户数进一步提升至14.14亿。通过持续技术升级与功能迭代，平台有效推动了微信小店、视频号、搜一搜等“新芽”业务发展，并带动整体交易生态实现高质量增长。例如，9月份，微信小店月销动销带货者数量同比增长超100%，月成交额同步实现倍增，新入驻带货者数量增长35%，首月GMV破万者占比提升超70%。

此外，在AI应用生态方面，腾讯AI工作合“ima”发布2.0版本，9月份月活跃用户数较1月份增长超80倍。

一位业内分析师向《证券日报》记者表示，腾讯的“长青”和“新芽”业务支撑公司穿越周期，在游戏、微信以及AI等核心领域形成护城河。这两项业务也是公司向多元化、高质量增长持续转型的战略方向，有利于公司打造一个更具韧性和长期竞争力的业务生态。

上市公司积极探索新能源与多产业融合发展新路径

■本报记者 郭霁霞

在政策持续赋能下，新能源正加速渗透千行百业。

11月12日，国家能源局发布《关于促进新能源集成融合发展的指导意见》，其中提到大力推动新能源与多产业协同发展，并就“加快推动新能源产业链‘以绿制（造）绿’”“统筹推进新能源与传统产业协同优化升级”“积极推动新能源与新兴产业融合互促发展”三方面提出了针对性建议。

而在此前的11月10日，国家发展改革委、国家能源局联合印发的《关于促进新能源消纳和调控的指导意见》同样强调推动新能源与产业融合发展。其中提到“鼓励传统产业创新工艺流程，提升负荷灵活性，在热力、供暖、制冷、动力等环节更多使用新能

源。支持新能源资源富集地区实现信息技术、高端装备制造、新材料等战略性新兴产业与新能源融合发展。加强新能源与算力设施协同规划布局及优化运行，推动算力设施绿色发展。”

事实上，近年来国家高度重视新能源产业与其他产业的融合发展，已针对不同场景陆续出台了《加快油气勘探开发与新能源融合发展行动方案（2023—2025年）》《数据中心绿色低碳发展专项行动计划》《关于推动交通运输与能源融合发展的指导意见》《关于推进煤炭与新能源融合发展的指导意见》等一系列政策。

地方层面也积极响应国家部署，结合区域特色推进落地。以算电融合场景为例，今年4月份，四川省发展和改革委员会等部门联合印发《关于支持加快算电融合发展

的实施意见》，要求到2027年，在阿坝、甘孜、凉山、雅安、攀枝花等区域，有序依规实现算力规模化、绿色化发展，建成富有四川特色的“绿电+算力”融合发展项目。

中国民营科技实业家协会新质生产力工委秘书长高泽龙在接受《证券日报》记者采访时表示，随着各项政策的出台，我国在新能源集成融合发展方面逐渐形成了“由点到面”的多层次政策体系。其中，国家的统筹规划有助于优化产业整体布局，提高资源利用效率；地方的专项政策往往更贴合当地发展特点，能够精准带动相关产业发展。

政策的密集出台，背后是我国新能源产业的跃升式发展。在“双碳”目标指引下，我国能源结构转型加速推进，新能源成为我国电量实质性的增量主体。《中国新能源

发电分析报告2025》显示，2024年，我国新能源发电量达1.84万亿千瓦时，同比增长25%，占全国发电量增长的贡献率突破60%，占总发电量的比重升至18.5%。

乘着政策利好与能源结构转型的东风，上市公司纷纷加速探索新能源与多产业融合发展的新模式，推动新能源深度渗入千行百业。

例如，今年3月份和5月份，浙江伟明环保股份有限公司分别与温州市龙湾区人民政府、中国移动温州分公司签署《人工智能产业发展战略合作框架协议》《战略合作协议》，探索垃圾焚烧发电项目协同建设智算中心商业模式。

江苏悦达投资股份有限公司则持续发力“渔光互补”赛道。今年上半年，该公司全力推进盐城响水县150MW和70MW渔光互补项目

抵制低价“内卷” 多家硅片企业联合挺价

■本报记者 殷高峰

近期，由于下游的电池环节收紧需求并进行限价采购，致使硅片采购订单骤减。部分现金流紧张的二三线硅片企业出现恐慌性抛售，使硅片价格出现下跌。针对价格波动，国内硅片行业出现联合挺价行动。

11月13日，SMM（上海有色网）发布的数据显示，数家硅片企业当天联合挺价。其中，183N硅片上调至1.3元/片；210R硅片上调至1.3元/片；210N硅片维持1.6元/片至1.65元/片区间。此前执行的低价订单暂停发货，并重新议价成交。

“就目前的情况而言，降价也很难刺激更多有效需求，反而会更加加剧低价竞争。”在SMM光伏分析师陈家辉看来，今年四季度，产业链整体成交量较三季度明显减少，报价与实际成交价格产生分歧，“有价无市”成为趋势。预计这种情况在2026年下半年才会出现转变。

“企业联合挺价可以说是光伏行业‘反内卷’的积极尝试。长期以来，低价竞争导致产业链利润持续承压，企业陷入越产越亏的恶性循环。此次企业联合挺价不仅是短期稳价行为，更反映出行业对理性竞争的共识正在形成。”一家不愿具名的硅片企业相关人士在接

受《证券日报》记者采访时表示，只有通过合理定价维护产业链健康，才能推动光伏行业发展重心从规模扩张转向技术升级。

尽管目前下游对企业联合挺价的接受度尚待观察，但在上述人士看来，此举释放了明确信号，行业需告别低价内耗，转向价值竞争。通过构建可持续的盈利生态，中国光伏才能在全球市场中行稳致远。

据SMM统计，此次企业联合挺价后的价格仍在硅片现金成本本附近，与行业协会公布的成本测算仍有差距。

在多位受访业内人士看来，对于企业来说，需要进一步推动行业

“反内卷”，联合抵制低于成本价出售的行为。

“光伏行业的其他环节可仿效硅料环节进行产能整合，产能整合的目的是让企业有序退出，避免产生‘劣币驱逐良币’的现象，进而削弱我国光伏产业的领先地位。”此外陈家辉建议，拓展贸易商和企业的新合作模式，利用先进的金融工具为企业提供服务，大幅减少流通环节中企业面临的库存压力。

“长期的供需错配不利于行业的健康发展。但由于光伏行业自身的特殊性，‘反内卷’的具体举措需要行业内都达成高度一致。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》

记者采访时表示，未来不仅需要推进“反内卷”，更要杜绝行业走出低谷后再重蹈盲目扩产的覆辙。

“未来的光伏行业需要将技术革新、产权保护、企业盈利等作为发展的重要标准。”屈放进一步称。

“从三季报的数据看，业务多元的企业业绩普遍较好，说明现阶段的市场竞争不仅局限于单一产业链条上的价格竞争。因此企业更应加大技术研发投入，鼓励差异化竞争，不同技术路径间不再过分对标度电成本，而要转向更多应用场景。”陈家辉表示，更多地开发光伏应用场景、积极参与转型重组才是优质企业发展的方向。