

四部门发文推动二手车出口从“量增”到“质优”



《通知》直指当前二手车出口行业存在的新车变相出口、许可证填报不规范、改装车出口合规性不足等痛点，构建了多层次、全链条的监管体系

■本报记者 刘 钊

11月14日，商务部、工业和信息化部、公安部、海关总署四部门联合印发《关于进一步加强二手车出口管理工作的通知》（以下简称《通知》），从严格出口管理、加强合规审查、完善配套体系等多方面提出系统性举措，为二手车出口健康有序发展筑牢制度保障。

中国汽车流通协会相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，《通知》并非单纯的“约束性监管”，而是以引导推动健康发展的系统性方案：既通过明确规则划定行业底线，促使企业强化自我约束；又通过配套支持措施，推动全行业合规提质，助力二手车出口从“规模增长”向“价值增长”转型。

据悉，相关新规部分条款将于2026年1月1日起正式实施，过渡期内将保障企业有序履约。

规范出口全流程

自2019年二手车出口试点启动以来，我国凭借3.59亿辆汽车保有量、成熟供应链及高性价比优势，二手车出口量从2020年的4300辆跃升至2024年的43.6万辆，实现了跨越式增长。覆盖全球160余个国家和地区，成为中国汽车产业“走出去”的重要力量。

全国工商联汽车经销商商会相关负责人对《证券日报》记者介绍，我国二手车出口量增长快速，出口主体日益增多，出口国家遍布全球，取得了非常大的成绩。不过也存在极少数企业不诚信经营、不履行义务的行为，这不仅扰

乱了市场秩序，也抹黑了我国二手车出口的整体形象。

《通知》直指当前二手车出口行业存在的新车变相出口、许可证填报不规范、改装车出口合规性不足等痛点，构建了多层次、全链条的监管体系。

其中，针对部分企业以二手车名义出口新车的乱象，《通知》明确了严格的管控标准：自2026年1月1日起，对申请出口距注册登记日期不满180天（含180天）的车辆，各地商务主管部门应指导本地企业补充提交该车辆生产企业出具的《售后维修服务确认书》，内容包括出口国别、车辆信息、提供售后服务的网点信息等并加盖生产企业公章，对无法提供上述材料的车辆，不予发放出口许可证。

“这一要求从源头遏制了‘零公里二手车’出口的违规行为，将引导行业聚焦真实二手车贸易。”上述中国汽车流通协会负责人进一步表示，《通知》特别设置了过渡期安排，对政策实施前已办理转让登记待出口手续的车辆，允许企业继续履约出口，最大限度降低对行业的短期影响。

值得注意的是，《售后维修服务确认书》《仅限工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》内的生产企业出具，集团旗下销售公司、改装企业等关联主体无权开具，确保了售后责任的可追溯性。

在出口许可证管理方面，《通知》要求申报信息需与《机动车登记证书》完全一致，车辆品牌、型号、注册登记日期等关键内容需准确填报至附表，填报不规范的企业将无法获得许可。商务部将对填报情况实施动

态监测，对多次违规企业及相关发证机构进行通报。

同时，《通知》建立了企业动态管理及退出机制，对照《二手车出口不诚信行为负面清单》，将伪造证件、不履行售后责任、引发重大质量安全事故等七大行为纳入监管，对多次违规企业及关联主体在许可证审批中从严把控，形成“信用与资格挂钩”的约束机制。

针对改装车出口乱象，《通知》进一步明确合规门槛：企业需提交改装真实性证明材料，包括改装内容说明、前后对比照片、底盘采购协议等，未列入工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》、无国家强制性产品认证的改装车，一律不予发放出口许可证。四部门将建立信息共享机制，加强对改装车出口各环节的异常监测，加大检查惩处力度。

推动形成良性竞争氛围

此次新规并非“只堵不疏”，而是通过一系列支持政策构建“合规提质、协同发展”的行业生态，推动二手车出口从“单打独斗”向“生态协同”转型。例如，《通知》提出，各地商务主管部门将充分利用贸易促进平台，支持企业开拓多元化国际市场，鼓励有条件的企业在重点市场建立集展示交易、仓储、物流于一体的综合服务网点，提升本地化运营能力。

“此前中小企业‘出海’面临物流网络薄弱、售后保障不足等难题，政策引导下的生态协同将有效破解这些痛点。”某二手车出口企业负责人告诉《证券日报》记者，该企业正积极对接汽车

生产企业、海外经销商及第三方质保机构，搭建覆盖维修技术支持、备件供应的售后网络。

上述全国工商联汽车经销商商会负责人进一步表示，二手车出口行业的发展关键在企业，企业发展关键在两端，海外端要加强本地化布局和运营，国内端要建立完善、高效、便捷的配套服务体系。

《通知》明确引导出口企业与汽车生产企业、物流、金融机构加强合作，完善供应链配套，探索发展二手车出口“一站式”交易市场，整合整备、检测、报关、物流等服务，降低行业整体运营成本。

为提升行业整体竞争力，《通知》强调建立完善培训制度，通过政策宣讲、经验交流等方式指导企业合规经营。中国汽车流通协会将发挥行业桥梁作用，定期解读各国市场法规，组织合规企业分享海外网点建设、出口许可证填报等实操经验，推动形成“比合规、比服务、比品牌”的良性竞争氛围。

在质量管控方面，政策鼓励企业建立二手车检测评估体系，如实披露行驶里程、维修记录等车况信息，根据出口国家标准优化车辆配置，以“优质、透明”的形象拓展国际市场。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，此次四部门联合施策，既通过严格监管划定行业底线，又通过生态赋能释放发展潜力，将推动行业从规模扩张向质量效益转型。

随着政策落地实施，政府、行业组织、企业将形成监管引导、组织协调、企业实践的闭环机制，助力二手车出口高质量发展，让“中国制造”在全球二手车市场赢得更大话语权。

“百镜大战”白热化 产业链上市公司加速创新

■本报记者 丁 蓿

11月13日，百度集团股份有限公 司正式发布小度 AI 眼镜 PRO，标志着又一家科技巨头加入“百镜大战”。据悉，该款 AI 眼镜具备 AI 识物、AI 翻译、AI 备忘、AI 会议纪要等功能。此外，阿里巴巴集团控股有限公司计划于本月下旬发布首款自研旗舰双显 AI 眼镜——夸克 AI 眼镜 S1。

苏商银行特约研究员高政扬向《证券日报》记者表示：“头部科技企业凭借技术积累、品牌影响力、资金实力和生态资源，有望推动 AI 眼镜核心技术加速发展，并助力其快速打开消费市场。”

成交额大幅增长

AI 眼镜市场正在快速增长，从今年“双 11”期间电商平台数据中可见一斑。天猫数据显示，截至 10 月 30 日，AI 眼镜品类成交额同比大涨 2500%，成为数码行业中增长最快的品类之一。京东数据显示，截至今年“双 11”收官，京东零售的数码 AI 产品成交额同比增长超 100%，其中，AI 眼镜成交额同比大涨 346%，在细分品类中位居增速第一。

据了解，目前已有小米、小度、雷鸟、乐奇、联想、李未可、天翼等众多品牌的产品进入 AI 眼镜市场，“百镜大战”进入白热化阶段。这些品牌背后的公司既有科技巨头，也有通信运营商，还有多家初创企业。

资深产业经济观察家、北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席执行官梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示：“从发展阶段来看，AI 眼镜产业仍处于早期探索阶段，市场渗透率还比较低。作为未来人机互动的重要入口，其未来市场空间十分广阔。”

11 月 13 日，杭州灵伴科技有限公司创始人祝铭明在 AI 眼镜发布会上表示，今年 9 月份，公司旗下乐奇 AI 眼镜已出现产能不足的情况，供应链为匹配其需求采取了三班倒作业，明年公司 AI 眼镜产品销售目标为百万台以上，这一目标是根据今年销量所做的预测。

第三季度全球智能手机面板出货量增长 国内厂商维持主导地位

■本报记者 张文潮

智能手机面板产业近期增长势头强劲。11 月 13 日，北京群智信息技术咨询有限公司（以下简称“群智咨询”）发布报告称，今年第三季度，全球智能手机面板总出货量达 5.8 亿片（Open Cell 口径），同比增长约 5.2%，环比也实现明显回升。

上述报告显示，第三季度，全球智能手机面板市场格局延续“中国厂商主导、韩国厂商坚守高端”的竞争态势，京东方（BOE）、三星显示（SDC）、华星光电（CSOT）等品牌出货量稳居前三名，头部集中度进一步提升，前三名厂商的市场份额占比合计达 53.8%。

群智咨询移动事业部研究总监王晓雅对《证券日报》记者表示，今年第三季度，全球智能手机市场进入高端机型密集发布周期，终端品牌备货需求释放，带动全球面板市场呈现显著季度性增长态势，而中国的智能手机面板总出货量也达到 4.14 亿片。

柔性 OLED（有机发光二极管）产品表现亮眼，成为行业增长的重要引擎。今年第三季度，全球 OLED 智能手机面板出货量约 2.3 亿片，同比增长 10.3%，仍为智能手机面板市场的核心增长动力；其中柔性 OLED 出货量约 1.8 亿片，同比增长约 14.6%。而中国 OLED 市场也维持较高增长，今年第三季度 OLED 总出货量、柔性 OLED 出货量分别同比增长 14.1% 和 20.1%。

整体来看，全球智能手机面板市场格局持续分化。今年第三季度，全球 a-Si LCD（非晶硅液晶显示）智能手机面板出货量约 3.3 亿片，同比增长 6.9%；全球 LTPS LCD（低温多晶硅液晶显示）智能手机面板出货量仅约 2086 万片，同比大幅下滑 40.8%；全球刚性

IDC 数据显示，2025 年全球智能眼镜出货量将达 1280 万台，同比增长 26%。其中，中国市场将突破 275 万台，同比增长 107%，居全球第一。

上市公司加码布局

“在当前的海内外市场中，爆款 AI 眼镜产品仍在酝酿，硬件创新和软件迭代都是不可或缺的因素。”萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示。

产业链上下游企业加速创新，近日，多家 A 股上市公司在与投资者的互动中介绍了相关业务进展。

在硬件端，光学显示被称为 AI 眼镜最难攻克“硬骨头”之一。11 月 14 日，TCL 科技集团股份有限公司子公司 TCL 华星光电技术有限公司的 0.28 英寸单片全彩硅基 Micro LED 显示产品亮相。据介绍，该器件是全球最高分辨率的 0.28 英寸单片全彩硅基 Micro LED 显示产品。

精密结构件方面，广东格林精密部件股份有限公司为 AI 眼镜等终端产品提供精密结构件一揽子技术解决方案和“一站式”的制造交付服务。该公司生产的精密结构件已应用于北美一家知名品牌商 AI 眼镜终端产品。

在软件端，虹软科技股份有限公司的视觉算法既帮助 AI 眼镜解决了夜景、视频防抖、降噪等问题，还在多场景智能识别、视线跟踪等功能上为用户带来更加自然、直观的交互体验。

该公司相关负责人在交易所互动平台上表示：“今年前三季度，公司已与多个 AI 眼镜品牌签署了合同。AI 眼镜市场百花齐放，对于我们来说是非常积极的信号，通过先行者的市场验证，或许能够更容易被消费者接受，未来我们能够帮到此领域的事情就更多了。”

“未来 1 年至 2 年将是行业格局形成的关键时期，产业链各环节企业协同创新，有望推动产品在功能与用户体验上不断完善，AI 眼镜市场将迎来爆发。”梁振鹏表示。

联影医疗进军超声赛道 以 AI 赋能产品提质增效

■本报记者 金婉霞

近日，上海联影医疗科技股份有限公司（以下简称“联影医疗”）发布公告称，由该公司自主研发的三个系列彩色多普勒超声诊断系统（以下简称“超声”）已于日前获得了国家药品监督管理局的《医疗器械注册证》。这意味着，联影医疗的超声产品线拿到了“准生证”，即将接受市场考验。

《证券日报》记者注意到，这是联影医疗首批获证的超声产品，也是该公司首次对外公开超声产品布局。

公开资料显示，X 射线计算机断层扫描成像（CT）、磁共振成像（MR）、X 射线成像（XR）和超声并称现代医学四大影像技术。其中，联影医疗在 CT、MR、XR 领域已均有布局，截至今年三季度末，其 3.0T 以上超高场 MR 连续登顶细分市场第一，CT 全球累计装机超 10 万台。

“进军超声领域，既是为补齐公司在影像技术板块中的‘最后一块拼图’，同时，我们也观察到，AI 的发展为超声产品的创新提供了新的机会窗口。在这一背景下，联影医疗选择布局超声产品线。”联影集团董事长薛敏对《证券日报》表示，2019 年，联影医疗便开始对超声产品进行立项开发，并在产品进行底层开发时就已为之建构

了 AI 能力。

构建差异化能力

11 月 12 日，联影医疗对其系列超声产品进行了全球发布。《证券日报》记者在现场看到，该系列超声产品在外观上与传统超声并无二致。工作人员提示称，其核心的差异化能力在于软件。比如，前述的超声产品搭载了针对肝脏超声检查的智能体应用，可以赋能肝脏超声的扫描、诊断、结构化报告生成等全工作流程并回答专业的医学问题。

记者看到，联影医疗的工作人员手握超声探头正对患者腹部进行扫描，另一端的设备“大脑”快速阅读信息并发出提示音：“发现异常，正在进行分析和诊断。”不一会，一份检查报告即呈现在屏幕上。随后该工作人员又手动选择了对特定区域进行人工筛查。检测完成后，设备很快便自动出具了检测数据及报告。就这样，过去需要数分钟才能完成的肝脏超声在短短几秒内就完成了。

针对心脏的超声检查产品同样主打快捷。只见联影医疗的工作人员右手持超声探头对患者的心脏进行扫描，仅需要按压一次按键开启功能，系统就能自动完成十几个检测项目的图像抓取并生成报告。“在传统模式下，这十几项检测项目的图像建立、筛选工作需要医生一

帧一帧手动完成，现在 AI 可以基本实现‘全自动’。”该工作人员表示。

据联影医疗方面提供的数据，使用智能工作流后，超声设备对切面的识别时间可缩短到 20 毫秒之内，在 100 毫秒内完成单帧图像的自动测量，对于单切面的扫描时间仅需要 10 秒。

联影医疗超声事业部总裁林峰对《证券日报》记者表示，AI 是联影医疗系列超声产品的核心竞争力之一。“从医院端市场来看，超声市场存在供需不匹配现象。大型三甲医院面临着患者众多的难题，导致许多患者常常需要提前数月排队挂号；但在基层医院，超声检查又有医生临床经验不足、操作不熟练等痛点。我们认为，AI 会是一个比较好的解决方案。”林峰称。

在采访中，林峰还提到了一处细节，即超声也是医疗数据的“富矿”，未来基于超声扫描的数据有望进一步赋能智能体迭代，创造新的应用可能。记者从发布会现场了解到，联影医疗已在布局可穿戴超声、可自主执行超声检测的具身智能等前沿产品。

市场空间广阔

在业界看来，联影医疗进军超声市场并不让人感到意外。“此前就已有相关消息传出。”有业内人士对记者表示，超

声是现代医学四大影像技术中保有量最大的医学影像设备，超声装配简单，只需通电即可工作，尤其适合基层医院市场，其有着非常广泛的应用空间。

行业调研公司 Signify Research 的数据显示，2020 年我国超声设备市场规模为 90.2 亿元，到 2030 年有望达到 216.2 亿元，年复合增长率 8.1%。庞大的市场空间也吸引着其他医疗设备企业。

对于行业竞争，联影医疗董事会秘书蔡涛对记者表示，在超声领域，联影医疗将继续坚持“高举高打”战略。

“依托于 CT 等医学影像设备产品线，联影医疗已经积累起了较有优势的销售渠道、营销网络、品牌口碑等，这些既有的优势条件仍将服务于我们超声产品的市场开拓。”蔡涛称。

据公告，此次联影医疗获得“准生证”的三个系列超声覆盖了超高端至高端、中端及经济型市场的全系列产品，可全面支持在全身、心脏、产科、妇科、儿科、生殖、血管、重症、急救、麻醉及床旁等多种科室和应用场景中的使用。

另据林峰介绍，目前这三个系列超声产品的海外上市申报工作正在同步进行。“我们已在美国西雅图建立了超声研发中心与海外超声营销团队，并已经与新加坡、北美等海外客户开展临床合作。”林峰称。