

四部门发文推动二手车出口从“量增”到“质优”



本报记者 刘 刚

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，也抹黑了中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件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，定期解读各国际市场法规，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。

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)和超声等现为医学四大影像技术。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以上超高端MR连续登顶细分市场第一，CT全球累计装机超万台。

“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查、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持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，正在进入分析和诊断。”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，这十几个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，对于单切面的扫查时间仅需要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。”林峰称。

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成为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、欧、日、澳等国家建立了超声研发中心与海外超声营销团队，并已与新加坡、北美等海外客户开展临床合作。”林峰称。

“百镜大战”白热化 产业链上市公司加速创新

本报记者 丁 蓉

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眼镜最难攻克的“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—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，对于未来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。

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 张文湘

OLED智能手机面板出货量约4930万片，同比下降3.0%。

王晓雅认为，经历2024年至2025年的快速渗透期后，柔性OLED市场逐步从“高速增长”向“高质量增长”转型。长期来看，随着终端品牌加速向OLED转型，LTPS LCD的市场生存空间进一步被压缩，未来车载场景将成为其核心产能消化方向；柔性OLED仍将持续挤压刚性OLED市场份额。而叠加新增产能规划的持续落地与推进，中国OLED面板厂商未来有望进一步提升市场份额，巩固并强化全球市场主导地位。

智能手机面板市场的后续走势也受到业界广泛关注。上述报告认为，今年第四季度，受节日备货需求驱动，智能手机面板市场将维持季度性增长态势。伴随OLED产能持续释放，以及高世代线的投资，未来市场竞争将进入进一步加剧，头部厂商垂直整合客户结构以保障产能运营或将成为趋势，行业集中度有望进一步稳固。

此外，上述报告表示，在当前存储芯片价格持续上涨的背景下，终端品牌为维持整体产品成本平衡，将部分成本压力向上游面板传导，从而加剧面板的定价竞争。这一趋势若持续深化，将对面板厂商的盈利空间与经营稳定性构成挑战。

“今年第三季度，主要手机品牌的新增出货量为智能手机面板市场的主要增长动能，预计今年全年手机面板出货量将达22.43亿片，同比增长3.4%，为近年来的高峰。2026年手机面板市场结构将持续优化，国内厂商将借成本、品牌合作优势加速渗透中高阶市场，推动手机面板迈向新时代。”TrendForce集邦咨询分析师路淑娟对《证券日报》记者表示。