

# 前5个月中国汽车销量近1300万辆 新能源车出口同比劲增64.6%

■本报记者 刘 钊

6月11日,中国汽车工业协会发布数据显示,今年前5个月,我国汽车市场呈现出稳健增长的态势,汽车总销量接近1300万辆,其中新能源汽车出口持续放量,成为推动汽车产业发展的重要力量。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,当前,我国汽车行业整体运行呈现稳中向好态势,市场活力不断释放,但行业盈利水平持续下滑,“增量不增利”的局面未有改善。其中,5月份汽车市场产销较去年同期实现10%以上的增长,且内需和出口均有较好的表现。

## 增长势头强劲

2025年以来,在“两新”政策的持续推动下,叠加车企新品密集投放、多地车展促销活动火热开展等因素,我国汽车市场活力得到充分释放。据中国汽车工业协会统计,今年前5个月,我国汽车产销分别完成1282.6万辆和1274.8万辆,同比分别增长12.7%和10.9%,展现出强劲的增长势头。

乘用车市场方面,今年前5个月,乘用车累计销售1099.6万辆,同比增长12.6%。其中,5月份乘用车共销售235.2万辆,环比增长5.8%,同比增长13.3%,连续多月保持两位数增长。这一成绩的取得,得益于汽车以旧换新政策的持续显效,以及消费者对高品质、智能化汽车产品的需求不断增长。

从品牌结构来看,中国品牌

乘用车表现尤为突出。今年前5个月,中国品牌乘用车共销售756.2万辆,同比增长26.3%,占乘用车销售总量的68.8%,销量占有率比上年同期提升7.5个百分点。这一数据表明,中国品牌乘用车在市场竞争中逐渐占据主导地位,其产品质量、技术创新能力和品牌影响力均得到显著提升。

商用车市场方面,今年前5个月,商用车销售175.3万辆,同比增长1.2%。在商用车主要品种中,与上年同期相比,客车和货车产销均呈不同程度增长。在货车细分品种中,与上年同期相比,重型货车和轻型货车产销呈不同程度增长,中型货车和微型货车产销呈不同程度下降。在客车细分品种中,与上年同期相比,轻型客车产销小幅增长,中型客车产量小幅增长、销量微降,大型客车产销小幅下降。

今年前5个月,汽车销量排名前十位的企业(集团)共销售1070.8万辆,占汽车销售总量的84%。

“无序‘价格战’导致的内卷式竞争对行业整体盈利水平形成的压力已经显现。中国汽车工业协会于5月底发布倡议,呼吁行业坚持创新驱动、提升产品与服务品质,维护公平竞争秩序,该倡议已获广泛认同。未来,在政策支持、市场开放与企业自律协同下,中国汽车产业有望在规模增长与质量提升的双轨上继续迈进。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示。

## 加速全球化布局

在新能源汽车领域,我国汽

## 中国汽车工业协会数据显示

今年前5个月,新能源汽车产销累计完成569.9万辆和560.8万辆,同比分别增长45.2%和44%  
反映了我国新能源汽车产业在技术创新、产品质量和市场拓展等方面的显著进步



车产业更是取得了亮眼成绩。今年前5个月,新能源汽车产销累计完成569.9万辆和560.8万辆,同比分别增长45.2%和44%。这一数据不仅彰显了新能源汽车市场的巨大潜力,也反映了我国新能源汽车产业在技术创新、产品质量和市场拓展等方面的显著进步。

我国新能源汽车出口持续放量,成为推动汽车产业增长的新引擎。据统计,今年前5个月,中国汽车出口249万辆,同比增长7.9%。其中,新能源汽车出口85.5万辆,同比增长64.6%,增速远超传统燃油车。这一成绩的

取得,得益于我国新能源汽车产业在电池技术、智能驾驶、车联网等领域的持续创新,以及全球市场对新能源汽车需求的快速增长。

从出口结构来看,我国新能源汽车出口已覆盖多个国家和地区,包括欧洲、东南亚、中东等。特别是在欧洲市场,一些中国新能源汽车品牌在当地设立了研发中心和生产基地,实现了从“制造出海”到“体系出海”的跃迁。

新能源汽车出口的持续放量,不仅带动我国汽车产业的出口增长,也促进新能源汽车产业

的全球化布局。从动力电池、电机、电控等核心零部件,到智能驾驶、车联网等前沿技术,我国新能源汽车产业链上下游企业均积极参与全球市场竞争,形成了完整的产业生态体系。

同时,我国新能源汽车产业在全球化进程中,还注重与当地企业的合作与共赢。通过技术输出、合资合作等方式,推动当地新能源汽车产业的发展,实现了互利共赢的局面。这种开放合作的态度,不仅提升了我国新能源汽车产业的国际影响力,也为全球汽车产业的可持续发展作出了积极贡献。

# 锚定共生共赢 多家车企宣布缩短供应商账期至60天内

■本报记者 刘 钊 李 静

6月11日上午,小米汽车有限公司(以下简称“小米汽车”)、小鹏汽车有限公司(以下简称“小鹏汽车”)、北京车和家信息技术有限公司(以下简称“理想汽车”)、浙江零跑科技股份有限公司(以下简称“零跑汽车”)等多家车企作出了“支付账期统一至60天”的承诺,承诺对供应商的支付账期不超过60天。

此前的6月10日晚间,中国第一汽车集团有限公司(以下简称“中国一汽”)、东风汽车集团有限公司(以下简称“东风汽车”)等多家车企作出了“支付账期统一至60天”的承诺。这不仅是响应国务院《保障中小企业款项支付条例》(以下简称《条例》)的强制要求,更是行业领军者以实际行动抵制恶性竞争、修复产业生态的反内卷宣言。车企与供应商的关系正从零和博弈转向共生共赢。

## 头部车企率先响应

5月31日,中国汽车工业协会发布倡议书指出,“价格战”严重影响企业正常经营,冲击产业链供应链安全,把产业发展带入恶性循环。6月9日,中国钢铁工业协会发文称,有部分汽车企业依托自身供应链金融平台,在钢铁等上游企业供货后,迟迟不给货款,延迟几个月才通过企业汇票支付,把本该自己承担的融资压力和成本,通过这种合同“账期”的方式转嫁给上游供应商,并不断拉长供应商账期,导致钢厂资金压力倍增。

6月1日,《条例》正式施行,为长久以来困扰汽车产业链的账期顽疾提供了“药方”。《条例》在第二章“款项支付规定”第九条中明确规定,大型企业从小型企业采购货物、工程、服务,应当自货物、工程、服务交付之日起60日内支付款项;合同另有约定的,从其约定,但应当按照行业规范、交易习惯合理约定付款期限并及时支付

款项,不得约定以收到第三方付款作为向中小企业支付款项的条件或者按照第三方付款进度比例支付中小企业款项。

中国汽车动力电池产业创新联盟理事长董扬此前曾呼吁,重点检查相关企业拖欠零部件企业的账期问题,限期落实政府关于缩短账期的要求。缩短供应链企业账期,会对整车企业的现金流产生重大影响,限制整车企业打“价格战”的能力。

为响应《条例》要求,国内车企密集发声。6月11日,理想汽车方面有关人士表示,将持续贯彻60天以内的支付账期,与行业伙伴共同促进中国汽车产业高质量发展。小鹏汽车有关人士表示,为了积极响应落实国家及相关部门针对促进汽车产业高质量发展的系列部署要求,保障产业链供应链稳定,助力中小企业健康发展,小鹏汽车宣布,将支付账期统一至60天内。

小米汽车也发文称,坚决落实国家及相关主管部门就促进汽车产业高质量发展、保障供应链稳定作出的部署要求,将供应商支付账期统一至60天内,以实际行动携手上下游伙伴,共同推动中国汽车产业高质量发展。零跑汽车称,将一如既往地坚持“60天付款”原则,以零拖欠为标准,精简审批流程,持续加强部门协同,确保付款流程高效和畅通。

中国一汽在公告中表示,将“60天付款”作为所属单位付款期限要求,并借助数字化云工作平台对合同执行、发票匹配、付款申请等环节进行全流程精准监控,确保每一笔款项按期支付。东风汽车在6月10日正式宣布统一支付账期至60天,强调这是“推动上下游资金高效流转,助力产业链良好协同发展”的关键举措。赛力斯集团股份有限公司在公告中表示,公司正在积极推进产品集成化、智造集聚力,有效促进产业链上下游企业的协同发展,提升整个产业集群的竞争力。

吉利汽车集团有限公司在公告中表示,将积极响应《条例》及中国汽车工业协会倡议,统一供应商账期至60天内,旨在“加速产业链资金周转效率,保障产业链供应链稳定”,践行领军企业担当。重庆长安汽车股份有限公司宣布将携旗下长安启源、深蓝汽车、阿维塔等多品牌共同响应,以实际行动践行央企责任,“保障中小企业资金高效流转”。

这一轮集体承诺,标志着行业治理从“被动合规”向“主动构建健康生态”的深刻转变,60天账期正从政策要求加速成为行业主流共识。

## 重构良性账期生态

在传统汽车产业链中,大型主机厂凭借市场主导地位形成的“账期话语权”早已是公开的秘密。Wind数据显示,2024年32家整车企业平均应付账款周转天数

达109.74天。与此相对的是,241家上市零部件企业的平均应收账款周转天数为100.99天。

“在汽车产业链中,整车企业处于强势地位,供应商相对弱势,尤其是中小规模的供应商,通常缺乏议价能力,高度依赖整车厂的订单生存。”黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时坦言,随着行业加速向新能源转型,车企需要大量研发资金,导致资金链紧张,经常通过延迟付款来保持账面流动性,加剧了供应商的财务压力,行业内欠款周期长达半年的现象较为普遍。

据记者了解,部分车企依托强势地位,不仅要求供应商年复一年的降价,更将付款账期不断拉长。例如,某车企通过“60天账期+180天供应链金融(如内部商业承兑汇票)”的复杂设计,将实际回款周期拉长至8个月甚至更久。这种内部流通的票据不

仅冻结供应商全年流动性,而且,一旦车企资金链断裂,供应商手中的票据即成废纸。地位的不对等,使得整车厂可以通过“向上游企业压价”来转移部分成本压力。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪对《证券日报》记者表示,在头部车企的率先响应下,预计后续整车企业将普遍作出60天账期承诺,这对缓解行业内卷、拓展盈利空间有重要意义。

“车企承诺对供应商支付账期不超过60天,这是个实实在在的好消息。”有汽车经销商告诉《证券日报》记者,供应商资金压力小了,就能及时地生产和供应零部件,汽车的生产进度和交付时间就更有保障。同时,经销商也能更安心地开展业务,在产品创新和服务方面加大投入,提升整车品质,形成良性循环。

# “60天账期承诺”彰显车企反内卷决心

■ 刘 钊

6月10日晚间,多家头部车企相继发布声明,承诺将供应商支付账期统一压缩至60天内。截至目前,已有十余家车企跟进。

笔者认为,这场由头部车企联袂推动的账期改革,折射出在政策驱动与行业自省的双重作用下,中国汽车产业正试图斩断“以拖账养‘价格战’”的不良循环,重构健康共生的产业生态链。

长期以来,汽车行业存在的内卷式竞争,给供应链体系带来了持续压力。部分汽车制造企业将供应商视为可无偿获取资金支持的渠道,通过延长付款周期来分摊降价成本,形成了不良循环。政策法规的引导和规范作用,成为推动行

业变革的首要力量。但更根本的推动力,还是源自整个行业对发展模式重新思考。当“价格战”使得利润空间被极度压缩,车企若继续通过损害供应商利益的做法来缓解困境,最终只会搬起石头砸自己的脚。

车企承诺缩短支付账期,体现出行业自发反内卷的决心。支付账期压缩带来的涟漪效应也将重塑产业链价值逻辑。对中小供应商而言,可将更多资金用于技术升级,提升整车品质,形成良性循环,而更远的意义则在于重建产业信任。主机厂与供应商的关系正从零和博弈转向共生共赢。企业竞争焦点将回归产品创新与品质提升,推动中国汽车从“规模速度型”转向“质量效率型”。

笔者认为,下一步,针对车企“60天账期承诺”的落地,需要从多角度细化操作,确保效果符合预期。例如,车企可通过数字化云平台全流程监控合同与付款节点,精简审批层级,甚至将账期纳入绩效考核体系。

从依赖规模效应到构建共生生态,从价格内卷到效率竞争,“60天”这一数字,是重构产业链健康生态的开始。可以预期,接下来将有更多企业加入响应缩短支付账期的队伍,形成全行业协同。唯有让供应链的毛细血管畅通无阻,产业链才能迸发出持久强劲的活力。



# 多地持续推进“收存转保” 有效盘活存量商品房

■本报记者 陈 潇

近期,收购存量房加速推进,多地接连发布收储商品房相关公告,明确收购区域、房源条件、交易主体及价格参考,为“收存转保”(将存量商品房通过市场化方式转作保障性租赁住房)打下基础。

例如,6月3日,沈阳市房产局发布《沈阳市关于收购存量商品房用作保障性住房项目征集公告》,面向社会公开征集收购存量商品房用作公共租赁住房、保障性租赁住房项目,征集采取“常态化受理、分批次收购”方式,不设征集期限。

从目前已发布的征集公告来看,多地在“收储”环节已初步建立起统一框架,即由地方国资平台作为收购主体,以保障性住房建设成本加上合理利润为参考定价基准,优先收储中小户型、品质达标的存量房源。

例如,5月底,大理州国有资本投资运营(集团)有限公司在大理经开区范围内公开征集存量商品房或在建商品房用作保障性租赁住房,对于户型与面积方面,要求商品房户型单套建筑面积原则上不超过70平方米的小户型为主,不少于拟收购项目总套数的70%;盘锦市也于近期面向辽滨经开区发布征集公告,收购价格以同地段保障性住房重置价格为参考上限,即划拨土地成本和建安成本以及不超过5%的利润,明确由政府选定的国企作为收购主体。

根据中指研究院不完全统计,2024年以来,全国约有90城(区)发布收购存量商品房作为保障性住房的公告。

“相较于传统财政拨款建保障房,‘收存转保’模式以市场化收购方式盘活沉淀商品房资源,优化供给结构,具备政策持续性与财务可行性。”上海易居房地产研究院副院长严跃进表示。

与此同时,杭州、合肥等二线城市“收存转保”已进入实质性落地阶段。地方国企与开发商完成产权交割,金融机构同步配套贷款授信,收购商品房陆续转化为保障性租赁住房,为政策落地提供了可复制模板。

例如,5月20日,杭州市安居集团有限公司完成万科语光年府2幢房屋不动产转移登记,标志着杭州市本级首个收购存量商品房用作保障性住房项目成功落地。杭州“收存转保”工作由此迈入新阶段。合肥市安居控股集团股份有限公司也于5月底官宣完成蜀山“西宸原著”项目的产权转移和资金支付,成为合肥市首个落地的“收存转保”项目。

此外,今年5月份,浙江、四川先后发行专项债券收购存量商品房。从收购房源用途来看,多数收购项目用于保障性租赁住房,其中南充仪陇县项目部分收购房源用于配售型保障房。

“当前,各地收购存量商品房的资金来源主要包括住房租赁团体购房贷款、保障性住房再贷款、专项债券等。从已发行的用于收购存量商品房的专项债券来看,发行利率在1.3%至2.13%之间,专项债券的期限分别为10年、20年、30年。对比来看,专项债券是利率水平较低且期限较长的一种方式。”中指研究院相关负责人表示。

严跃进表示,随着征集节奏加快,资金多元配套,下半年“收存转保”或迎来更大规模的落地。

# 毕业游催热暑期旅游市场 出境游预订量显著攀升

■本报记者 张 敏 见习记者 梁傲男

随着暑期临近,旅游市场迎来预订高峰。记者调查发现,大学生群体已率先出发,成为当前暑期旅游的首批“主力军”。同时,毕业旅行需求旺盛,6月9日至11日毕业的毕业旅游产品预订量有所增长。北京、上海、成都、广州都是热门出发城市。乐园景区成为最受毕业生欢迎的旅行主题,上海迪士尼度假区、北京环球度假区、香港迪士尼乐园预订量排名前三位。

在机票价格方面,同程旅行数据显示,近期国内外机票均价保持平稳上涨,进入7月份后涨幅明显。不少游客选择错峰开高峰出行或购买联程机票,以提升性价比。

为满足旺盛需求,航空公司积极增开航线。例如,南方航空6月份新开哈尔滨至符拉迪沃斯托克、广州至阿拉木图直飞航线。增开后,南方航空国际及地区航线将达150条,每周计划执行航班量约2000班次,为游客提供更多便利。

预订数据清晰描绘了市场轮廓。去哪儿大数据研究院研究员陈晓双表示,大学生为避开紧随其后的中小城市旅游高峰(7月中旬起),选择“抢跑”暑期档。北京丰台区某旅行社数据显示,免签目的地及国内线路正持续收客,亲子客群预计将占据暑期消费超六成份额,成为绝对主力。

今年暑期,出境游表现受到关注。签证便利性提升、航班运力恢复及供应链优化共同促进了市场复苏。众信旅游预订数据显示,出境游短线热门目的地集中在日本、阿联酋、东南亚等地;长线则以英国、北欧、东欧、肯尼亚为主。

去哪儿旅行数据显示,截至6月2日,暑期出境游预订量显著攀升。酒店预订已覆盖全球1788个城市,较去年增加375个城市,部分热门目的地酒店预订量同比增长近七成。在新增航线的带动下,共建“一带一路”国家旅游热度增速最快,卢森堡、哈萨克斯坦、黑山、格鲁吉亚、埃及等地的预订量同比增幅超10倍。

从市场趋势来看,暑期旅游市场正从过去的“流量争夺”转向“价格重塑”,品质化、个性化、差异化成为新竞争格局的核心。深度体验需求增加,进一步拉动国内旅游市场新业态的兴起。消费需求本身也在深化,正从单纯的休闲度假向寻求更深层次体验、获得情绪价值及文化情感共鸣转变。

“2025年暑期旅游市场将迎来全面复苏与结构性升级,亲子客群成为核心驱动力。随着全球经济的复苏与国际航线的持续加密,市场将呈现出亲子主导、主题化突出、深度体验化趋势增加三大特点,这些变化将为旅游行业带来新的机遇与挑战。”众信旅游集团股份有限公司媒介公关经理李梦然表示。