前4月我国汽车产销量首次双超千万辆

5月12日，中汽协召开月度信息发布会，1-4月，我国汽车产销量分别完成1017.5万辆和1006万辆，同比分别增长12.9%和10.8%。值得一提的是，前4个月我国汽车产销量历史上首次双双超过1000万辆。

中汽协副秘书长陈士华表示，今年以来，汽车市场在政策驱动、技术升级等多重因素推动下，市场活力持续释放。4月，汽车市场总体表现良好，内需潜力加快释放，起到较好支撑作用；出口在外部环境急剧变化形势下保持稳定增长。

● 本报记者 李嫒嫒

新华社图片

4月新能源汽车渗透率达47.3%

“4月，汽车产销量较去年同期实现平稳增长。其中，新能源汽车产销量延续快速增长态势。”陈士华表示。中汽协数据显示，4月汽车产销量分别完成261.9万辆和259万辆，同比分别增长8.9%和9.8%。其中，乘用车产销量增速高于商用车。4月，乘用车产销量分别完成225.7万辆和222.3万辆，同比分别增长10.2%和11%；4月，商用车产销量分别完成36.2万辆和36.7万辆，同比分别增长1.3%和2.7%。

1-4月，乘用车和商用车销量均保持增长态势，乘用车增速高于商用车。其中，乘用车产销量分别完成876.5万辆和864.1万辆，同比分别增长14.5%和12.4%；商用车产销量分别完成141万辆和141.8万辆，同比分别增长4.1%和2%。值得关注的是，1-4月，中国品牌乘用车销量市占率较上年同期进一步提升，同比上升8.1个百分点至68.7%。

新能源汽车方面，产销量快速增长，贡献显著。4月，新能源汽车产销量分别完成125.1万辆和122.6万辆，同比分别增长43.8%和44.2%。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的47.3%。

1-4月，新能源汽车产销量分别完成442.9万辆和430万辆，同比分别增长48.3%和46.2%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的42.7%。

中国证券报记者注意到，新能源汽车市场集中度越来越明显。1-4月，国内新能源汽车销量排名前三位的车企为比亚迪、吉利、上汽，合计市占率为53.7%。其中，比亚迪前四个月销量为138.1万辆，市场占有率达32.1%。

与此同时，淘汰赛也在悄然上演。今年一季度，比亚迪以营收、净利润双增长的绝对优势领跑，上汽、广汽、长安、长城等车企受新能源转型慢或合资品牌销量下滑等影响，业绩面临一定压力，广汽集团甚至出现亏损。

新能源汽车出口大幅增长

中汽协数据显示，4月，汽车出口51.7万辆，同比增长2.6%。1-4月，汽车出口193.7万辆，同比增长6%。1-4月，传统燃料汽车出口129.5万辆，同比下降7.9%；新能源汽车出口64.2万辆，同比增长52.6%。新能源乘用车出口60.9万辆，同比增长48%；新能源商用车出口3.3万辆，同比增长2.6倍。

“国际化是大势所趋，未来福田汽车将加速海外市场的产业化布局，坚持国际化发展战略。”福田汽车副总经理巩海东日前在媒体沟通会上表示。1-4月，福田汽车累计出口54036辆，同比增长9.9%。

新能源重卡新势力企业DeepWay深向今年也开始“走出去”，拓展国际市场。

5月8日，DeepWay深向创始人兼CEO万钧在接受中国证券报记者采访时表示，今年年初，DeepWay深向成立了国际公司，目前累计收获海外订单870台。“短短三个月时间收到了870台订单，非常意外，预计全年海外订单会更高。”万钧说，“希望在2030年公司60%的销售收入来自海外。”

同时，理想汽车、零跑汽车、小鹏汽车、蔚来汽车等多家乘用车新势力品牌，均加快出海步伐。尤其是零跑汽车，近期将全年出口5万辆的指引调整为5万-8万辆。零跑汽车高级副总裁曹力对中国证券报记者表示，调整今年全年出口指引的信心，来自零跑汽车在海外的市场表现，今年欧洲市场是零跑汽车出口的重点市场。

降本增效成主旋律：

新能源车企加速品牌整合

● 李嫒嫒 龚梦泽

据相关媒体日前报道，蔚来汽车对旗下乐道品牌和萤火虫品牌组织部门架构进行大幅调整，整合进入蔚来体系，涉及乐道品牌产品研发、用户服务、车型营销等部门以及萤火虫事业部。

5月12日，有接近蔚来管理层的人士对中国证券报记者表示，此次调整将进一步深化资源整合，管理提效。“乐道与萤火虫在品牌层面将继续保持独立。”上述人士表示。

无独有偶。今年2月，吉利汽车宣布，旗下极氪品牌完成对领克品牌的收购及注资事项。吉利汽车预计，品牌整合后，联合采购合并物料清单成本将降低5%至8%，产能利用率将提升3%至5%，合并研发投入通过研发协调降低10%至20%。

“近两年来，新能源汽车市场竞争强度不断加码，降本增效已成为当前车企的重心。”在乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树看来，车企越来越重视财务健康和单车利润，因此会选择战略收缩，实行品牌融合，以应对竞争日益激烈的新能源汽车市场。

新华社图片

盈利目标倒逼经营降本

据悉，蔚来汽车产品设计与研发集群新设乐道产品设计与研发一级部门，同时新设立乐道品牌产品部，原乐道事业部中的产品体验、项目管理、设计、整车工程划入该部门。

此外，蔚来汽车的用户服务与体验集群同样新设一个乐道用户服务一级部门，该一级部门包含原乐道的规划与经营、区域销售策略、区域销售运行、区域销售管理、行销等部门。

值得一提的是，本次调整还涉及蔚来第三品牌萤火虫，萤火虫事业部同样划入产品设计与研发集群。这意味着，蔚来汽车原本的乐道事业部和萤火虫事业部将不再作为相对独立的事业部，合并精简重叠职能后仅在品牌层面继续保持独立。

重压之下战略收缩蔓延

事实上，从2024年下半年开始，关于车企进行品牌整合的消息就层出不穷。2024年9月，在成都车展上，上汽乘用车常务副总经理俞经民宣布荣威品牌与飞凡品牌营销体系整合。

同样在去年9月，吉利控股集团发布《台州宣言》，提出“推进内部资源深度整合和高效融合”，第一个被整合的是该车企旗下的几何汽车。同年10月，这一子品牌并入银河汽车。对此，吉利方面称，新能源业务将聚焦打造银河品牌，几何将成为银河的智能精品小车系列。

与此同时，长城汽车欧拉品牌宣布，欧拉App后续所有相关服务将全面迁移至长城汽车App。对此，欧拉方面表示，此举目的是践行长城汽车“ONE GWM”的品牌战略。

去年11月14日，吉利控股集团进一步宣布对极氪、领克股权结构进行优化，以推动极氪和领克全面战略协同。整合之后，极氪将持有领克51%股份，领克其余49%股份继续由吉利汽车旗下全资子公司持有。

“驱动车企品牌整合的核心因素是盈利焦虑。”中国自动驾驶产业创新联盟调研员高超告诉记者，当下时点车企每新增一个品牌，管理成本平均会上升百分之十几，但销量贡献可能不足10%。更为关键的是，每家企业的资源是有限的，每新增一个品牌意味着边际资源递减。各层级品牌布局理论上成立，但一个品牌的成功有时具有偶然性。

崔东树表示，在新能源汽车市场竞争初期，部分自主车企掌握足够的资源，大多施行“多生孩子好打架”策略，旨在通过推出众多子品牌和产品序列，进行充分内部竞争，以“赛马机制”替代“相马机制”，避免个别品牌失利，影响企业整体活力。

然而，随着车市蓝海转红，品牌竞争日益加剧，这一打法的优势和边际效应正在快速递减。麦肯锡全球董事合伙人管鸣宇对中国证券报记者表示，根据麦肯锡消费者调研数据，当一个消费者想要买车的时候，会想到并到店去看的品牌只有3个。各大车企都面临如何完成品牌重塑的问题，真正的决战即将打响。

在“淘汰赛”启动的市场环境中，现在整个汽车行业新品研发周期已经从36个月压缩到了18个月。对于车企而言，如何更加精准、快速、高效地去捕捉需求，以及推出真正有差异化、有竞争力的产品，将成为赢得这场决战非常关键的能力点。

脑机接口行业商业化提速

● 本报记者 傅苏颖

5月12日，四川省经济和信息化厅等8部门印发《四川省脑机接口及人机交互产业攻坚突破行动计划（2025—2030年）》，着力打造全国一流的脑机接口及人机交互产业创新发展高地。此前，北京、上海、广东等地已陆续出台政策，鼓励脑机接口产业发展。此外，技术突破与产业规范并行。近日，国内首个“脑机接口专利与知识产权”在线平台正式推出。与此同时，阶梯医疗超柔性微创植入式脑机接口系统的前瞻性临床试验进展也于近日发布。业内人士称，在技术革新和政策红利催化下，脑机接口有望逐步实现商业化应用。

政策组合拳助力行业发展

《四川省脑机接口及人机交互产业攻坚突破行动计划（2025—2030年）》提出，到2030年，开展侵入式脑机接口手术3000例/年，脑机接口技术产品服务神经退行性疾病、精神类疾病、药物及数字成瘾疾病患者超10万人次/年，康复设备应用超2万人次/年。推动多场景应用，持续提升新一代人机交互技术在工业制造、医疗健康、应急安全等重点领域渗透率。

今年以来，各地利好政策密集推出。1月份，《加快北京市脑机接口创新发展行动方案（2025-2030年）》印发，提出加强多元资金支持，鼓励和引导各级政府资金、投资基金强化早期投入；《上海市脑机接口未来产业培育行动方案(2025—2030年)》提出，聚焦突破前沿科技问题，组建“科学家+企业家+投资人”的决策咨询体系，及时培育布局战略性项目；强化要素集成，协同推进产品研发创新。

除此之外，3月31日，国家药监局发布《关于优化全生命周期监管 支持高端医疗器械创新发展的举措（征求意见稿）》，提出优化特殊审批程序，加强对人工智能、生物材料“揭榜挂帅”产品的注册指导，配合相关部门出台基于脑机接口技术的医疗器械产品支持政策，持续健全标准体系，加强脑机接口柔性电极等新型生物材料标准化研究。

在脑机接口相关价格项目方面，3月底，湖北省医保局率先对接落地，发布全国首个脑机接口医疗服务价格。其中，侵入式脑机接口置入费6552元/次，侵入式脑机接口取出费3139元/次，非侵入式脑机接口适配费966元/次，标志着脑机接口在医疗领域服务患者“最后一公里”接通。太平洋证券认为，此举为脑机接口技术的临床应用提供了政策保障，促进了高水平医疗创新技术的成果转化和临床应用。

视觉中国图片

技术研发持续突破

阶梯医疗公布的临床试验结果显示，一位因遭受高压电电击四肢截肢的受试者在大脑运动区植入电极一个月后，已能通过意念操控，可熟练“点击”鼠标、下五子棋、玩马力欧赛车。

“目前团队正在对受试者进行术后的脑控训练。本次发布的是一个月的初步训练结果，整个训练流程将持续3-6个月，后续会有持续的结果发布。”阶梯医疗创始人、中国科学院脑智卓越中心研究员赵郑拓日前在接受中国证券报记者采访时表示。

脑机接口技术路径丰富，处于技术加速变革期。根据信号采集和输出方式不同，脑机接口技术可分为侵入、半侵入、非侵入。

脑机接口核心技术壁垒集中于产业链中上游，主要包括硬件（电极、芯片）、脑机接口手术、脑电采集处理与分析。脑机接口技术主要功能可以归结为监测、替代、改善恢复、增强、补充，应用场景广泛。下游应用场景以医疗方向为主，2023年中国脑机接口医疗领域应用占比达到56%。在医疗领域应用分为意识与认知障碍诊疗、精神疾病诊疗、肢体运动障碍诊疗、感觉缺陷诊疗四大类。

脑机接口行业前景广阔。根据前瞻产业研究院预测，2023年全球市场规模达19.8亿美元，预计2028年将突破60亿美元，五年复合年增长率为25.22%。医疗健康是当前脑机接口最成熟的赛道。目前，我国脑机接口设备的市场规模在十亿元级别，占全球市场份额不足十分之一。机构预测，2040年我国脑机接口综合市场规模有望超过1200亿元，年均复合增长率约为26%。

近年来，上市公司也在加码布局脑机接口领域，以布局下游解决方案为主。伟思医疗近日表示，公司在非侵入式脑机接口领域拥有丰富的产品和技术储备，涵盖团体生物反馈、多参数生物反馈、新生儿脑电监测等产品。截至目前，公司已获得数十项与脑机接口相关的专利成果。

翔宇医疗近日表示，公司自主研发的脑机接口系列包含多款不同规格、不同配置的无线脑电采集系统，采用多通道无线脑电采集技术，最高可达256导，基本能够覆盖康复领域的相关应用场景。同时，公司脑机接口和外骨骼机器人相结合的产品已在研发中。

中信建投认为，尽管脑机接口技术仍处于早期发展阶段，但研发和应用潜力巨大，产品未来3-5年有望逐步商业化。