

长久物流董事长薄世久：

提供汽车物流一站式解决方案

在汽车产业智能化浪潮中，履行合规标准与发展前沿科技成为影响行业格局的重要因素。汽车物流企业长久物流董事长薄世久日前在接受记者专访时表示：“新一轮行业治理正将我们的合规投入转化为核心战略资产，这为公司的高质量发展注入了确定性动力。”他强调，公司将借此契机，持续强化一站式解决方案的服务能力。

从长春起步的长久物流，如今已发展为业务覆盖整车等多领域的5A级综合物流企业。公司通过构建陆海联运网络与数字化平台，正致力于从汽车产业传统物流服务商，向以技术和数据驱动的全球化伙伴转型。

● 本报记者 王婧涵



长久物流智能调度系统

本报记者 王婧涵 摄

多元客户铸就优势

“1992年我们从长春起步，到现在已经发展为服务全球客户的汽车产业综合物流商。”薄世久向记者表示，作为国内首批5A级物流企业，长久物流目前服务60多个汽车品牌，国内八成主机厂都与公司有合作关系。中汽协数据显示，2024年，我国乘用车

产销量分别为2747.7万辆和2756.3万辆，同比分别增长5.2%和5.8%。2025年1月-8月，我国乘用车产销量分别为1833.8万辆和1838.4万辆，同比分别增长13.6%和13.8%。汽车行业的持续繁荣，推动了我国汽车物流市场规模持续扩大。薄世久表示，公司作

为独立第三方企业，不绑定在单一客户上，这刚好契合汽车行业“物流外包、聚焦研发制造”的升级方向。

“我们的客户布局做到了广覆盖和深绑定。多元的客户结构使公司业务长期稳定，也铸就了明显的优势。”薄世久说。

此外，长久物流还发力全球化多式联运，通过国内2400多台中置轴轿运车、3艘自有国际滚装船、7艘合资运营滚装船，建立陆地、近海、内河的运输网；在国际上通过TIR资质，依托中欧班列资源，为客户提供国内-国际一站式解决方案。

变合规成本为战略资产

过去几年，车辆运输车超标装载运输的问题一直困扰着汽车物流行业。受违规运力挤压，汽车物流行业在过去一段时间运价持续偏离合理区间，行业长期微利甚至亏损。

薄世久向记者表示：“我们的运输车一次只能运载八九辆汽车，但违规运力运载数量远大于此，极端情况下甚至可以一辆运输车运载40辆汽车，这也导致行业运价被持续拉低，影响企业利润。”

7月，交通运输部、公安部、工信部印发

《车辆运输车专项治理行动方案》提出，聚焦车辆运输车超标装载运输等违法行为，坚决禁止超标装载运输违法车辆上路通行，督促汽车整车物流企业更新改造不合规车辆运输车。

专家表示，这是继2016年“治超”之后的又一次针对车辆运输车的专项治理行动。对重塑汽车物流行业生态，解决行业低价竞争有重要意义。

谈及两次专项行动的差异，薄世久表示：“从治理范围和精准度上，2016年‘治

超’属于广撒网，在监管公路货运的过程中，重点抓车辆运输车、重型货车这些高危车型；2025年是相关部门直接针对汽车物流的超限专项治理，针对性很强，是从全领域覆盖转向特定领域精准发力。”

“同时，今年的专项治理行动是从生产、装载到运输的全链条监管，提出强化源头装载监管，把对乘用车制造企业、乘用车装车点的管理纳入其中，从根源上阻断违规运力，从‘单点管’转向‘系统治’，能看出该治理行动的决心。”薄世

久说。

2016年起，长久物流响应“治超”行动，先后购置了2400余台中置轴轿运车。薄世久表示，今年的专项行动有助于推动行业价值升级，也让公司这2400余台合规运力从“合规投入”变成了“战略资产”。

“最新的治理行动是行业高质量发展的关键点，有助于稳定市场预期，让我们敢于进行长期投入，为公司稳健发展注入动力。”薄世久说。

智能车货匹配平台提升调度效率

基于行业智能化发展趋势和对高效率的强烈需求，长久物流持续聚焦技术赋能与数字化转型，通过整合历史运行数据与实时新增的运输数据，优化智能调度系统，以降低空驶率，减少无效里程。

“多元化的客户数据为我们搭建全国性和区域性的对流、循环路线网络打下了基础。”薄世久向记者表示，“这个覆盖广、转得快的智能车货匹配平台，用数字化实

现需求实时响应、运力高效调度、履约全程可视，将公司物流服务向更智能、更精准的方向升级，使长久物流在激烈的行业竞争中抢占先机。”

薄世久表示：“多年行业深耕让我们沉淀了大量有价值的数据，同时也让智能化成为了公司发展战略中的重要一环。近年来，长久物流维持了规模较大的IT研发团队，持续进行数智化升级，不断优化运力调

度，在调度精准性和效率方面都有显著提升。这使得我们的业务更具韧性，能更好应对行业变化、拓展市场。”

对于无人驾驶技术在物流行业的落地，薄世久也始终保持关注。“目前在汽车物流领域，无人驾驶会先在短途接驳、固定路线这些容易落地的场景进行试验，等技术规则和成熟了再逐渐扩展应用范围。公司对前沿科技也一直保持关注，会在第一

时间布局。”

谈及对公司未来十年的展望，薄世久表示：“我希望长久物流不再被简单定义成一家传统的汽车物流公司，而是一家在中国汽车产业全球化及智能化时代浪潮下，具有科技属性的综合物流解决方案服务商。我们不仅运送实物商品，更通过技术和数据，为客户优化供应链，成为他们全球化战略中值得信赖的伙伴。”

零跑汽车加速智能化突破

● 莫梦泽 熊永红

10月16日，零跑汽车在全新旗舰D19技术发布会上正式宣布，零跑D19搭载高通骁龙双8797舱驾集成芯片，双芯算力达640TOPS，智能座舱具备端侧大模型座舱，标志着其高端化战略进入实质性落地阶段。

在发布会现场，零跑汽车董事长兼CEO朱江明和零跑汽车高级副总裁曹力分别从产品定位、技术路线与市场竞争三重维度，深入解析了零跑汽车如何借助百万级技术平台和高通顶级芯片突破智能化天花板，并探讨其在国内车市强敌环伺的高端纯电车市场中如何成功突围。

加码智能化技术

作为目前零跑汽车旗下旗舰产品，也是D系列的开山之作，零跑D19是零跑汽车有史以来体量最大、定位最高的产品。D19搭载投影大灯和双色拼色车身，拥有纯电和增程两个车型平台。动力上，搭载三电机四驱系统，纯电三秒级加速，增程四秒级加速；底盘方面，D19搭载双腔闭式空悬、CDC减振技术。

在新能源汽车竞争日益同质化的当下，智能化水平已成为决定品牌高端化成败的关键因素。为此，零跑D19全球首搭高通骁龙双8797舱驾集成芯片，采用舱驾一体中央域控、VLA辅助驾驶系统。

随着D系列的推出，零跑汽车正式吹响了向高端市场进军的号角。然而，当前国内高端纯电车市场竞争已呈白热化态势，华为、小米等科技巨头纷纷入局，传统豪华品牌也在加速电动化转型。面对如此激烈的竞争环境，零跑汽车如何找到差异化突围路径成为业界关注焦点。

据悉，零跑汽车研发团队深度参与了新一代芯片的联合定义与开发环节，针对中国复杂路况和用户习惯进行了本土化优化。零跑汽车方面人士告诉记者，其全域自研战略的核心优势在于实现了顶级硬件与软件算法的深度整合。截至目前，零跑汽车在研发领域的累计投入已超过百亿元规模，关键部件自主研发比例高达95%以上。

从产品定位来看，零跑D19瞄准了多人口家庭的出行需求。近年来，零跑汽车在市场表现上的稳步提升，为D19的推出创造了有利条件。今年9月，零跑汽车单月交付量达到66657辆。截至目前，零跑汽车在全球范围内已设立1700家门店，其中海外门店约700家，这种渠道布局将为D19的销售提供有力支撑。

打造第二增长曲线

数据显示，2025年上半年，零跑汽车交付新车221664辆，位居中国新势力车企品牌销量榜首，较2024年同期增长155.7%；营业收入达242.5亿元，同比增长174%；毛利率攀升至14.1%，创公司成立以来半年度新高；净利润为0.3亿元，成为继理想汽车之后第二家实现半年度盈利的中国新势力车企，并提出2026年挑战100万辆的销量目标。

中国证券报记者观察到，零跑汽车能够实现盈利，除了自身在产品、技术、成本上的硬实力，更离不开时代红利的精准把握，即全球化浪潮与汽车产业变革带来的双重机遇，二者与零跑汽车的自身布局形成了强大共振。

基于全球化市场，零跑汽车在合作模式上的创新进一步打开了利润空间。零跑汽车不仅向Stellantis集团、红旗等车企输出零部件，子公司凌晓能源更向商用车领域供应电池组，已获五家以上客户订单，与Stellantis的合作也延伸至本地化生产。

产业链协同方面，2025年3月，零跑汽车与中国一汽签署《战略合作谅解备忘录》，双方联合开发新能源乘用车及零部件，首个合作车型项目已落地，这种全产业链资源协同进一步分摊研发成本，强化供应链稳定性。

更深层的成本优势来自全域自研。朱江明对中国证券报记者表示，零跑汽车65%以上核心零部件实现自主研发，从而构建了更优的成本结构。技术下放则构建了差异化竞争力。通过“技术平权”策略，零跑汽车将800V高压平台、激光雷达等以往高端车型的配置，下探至售价14万至20万元的主流车型。

此外，全球化布局正成为零跑汽车的第二增长曲线。2025年前7个月，零跑汽车出口量达24980辆，稳居新势力车企出海榜首，其中欧洲市场7月订单超4000辆，创历史新高。截至6月底，零跑汽车已在欧洲、中东、非洲等30个市场建立约600家销售服务网点，其中仅欧洲市场就有超550家，其还计划2026年底前建立欧洲本土化生产基地。



视觉中国图片

从技术赋能到销量领跑

岚图知音摘得华为系纯电动车型9月销冠

● 莫梦泽 熊永红

在刚过去的9月份，全新岚图知音以3670辆的月销量成绩，成功问鼎华为系纯电动车型销量冠军，超越智界R7（3050辆）、阿维塔07（2550辆）等一众华为系热销车型。这一数据展现了传统车企与华为深度协同合作的市场爆发力。

与此同时，京东在10月14日宣布联合广汽集团、宁德时代推出“国民好车”，计划于11月9日正式发布。尽管京东高调进入汽车赛道引发关注，但其合作模式与华为存在本质区别：京东主要提供用户消费洞察和独家销售，不直接涉及制造环节。而华为系造车势力已经形成了一套完整且成熟的赋能体系。近日，鸿蒙智行宣布累计交付突破90万辆，乾崮智驾系统搭载量更是突破100万辆。

另据中国证券报记者观察，近期曾经主导手机行业的华为系高管，正批量向智能汽车领域靠拢——从前荣耀中国区CMO姜海荣接任深蓝汽车CEO，再到前华为消费者BG副总裁李文广入职理想汽车，华为系高管在汽车圈的密集布局已形成独特的“华为系”现象。

“造车新势力正在经历从‘能不能造好车’到‘能不能卖好车’的转折，现阶段需要既懂产品，又懂用户的复合型人才。”中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳对中国证券报记者表示，汽车行业竞争维度已从单纯的制造能力，扩展到全链路数字化运营能力，这股跨界力量和新任掌舵者们不仅为汽车行业带来

了全新的营销玩法，也在以互联网思维深刻地影响和改变着汽车产业的格局。

华为模式重塑车市格局

从最初的零部件供应商，到如今深度参与整车设计、智能辅助驾驶、渠道销售的全链条服务商，华为仅用六年时间便构建起庞大的智能汽车生态圈。目前，华为与车企的合作已演化出三级模式：最基础的零部件供应模式、HI模式（Huawei Inside）以及最深度的鸿蒙智行模式。

记者观察到，华为的入局正在改变汽车行业的竞争要素。在人才方面，ICT（信息与通信技术）高管集体“转场”背后，是汽车产品定位的深刻变革。传统车企赖以生存的底盘调校、动力总成等机械优势，在智能汽车时代正逐渐让位于算力、算法和生态体验，当汽车变为智能终端后，用户期待的是无缝衔接的数字体验。这正是ICT类人才的优势战场，他们深谙如何让车载系统像手机一样流畅，让语音助手像人类一样聪明，让车机OTA升级像App更新一样简单。

在技术和品牌赋能方面，“含华量”已成为影响消费者购车决策的关键一环，围绕华为为智能汽车解决方案的爆款打法比比皆是：由车企主导产品定义，华为提供底层技术支持，这种软硬结合的新范式正在成为行业标配。岚图与华为的合作模式颇具代表性，搭载华为乾崮ADS4和鸿蒙座舱5的全新岚图知音在智能化方面极具竞争优势，其智能座舱可

以直接调用鸿蒙生态的应用服务，这种协同效应，让传统车企在智能化赛道上获得了前所未有的加速度。

对于无人驾驶技术在物流行业的落地，薄世久也始终保持关注。“目前在汽车物流领域，无人驾驶会先在短途接驳、固定路线这些容易落地的场景进行试验，等技术规则和成熟了再逐渐扩展应用范围。公司对前沿科技也一直保持关注，会在第一

当被问及全新岚图知音与其他华为合作车型的差异时，岚图汽车CBO邵明峰表示：“岚图在华为方案赋能下，新车搭载的是当前法规框架下最高阶的ADS Max超阶版，有192线激光雷达、29颗传感器，能实现城区NCA（智能领航辅助）、车位到车位等全场景领航。”

“我们把华为鸿蒙座舱和乾崮ADS4配齐了，电池、底盘、NVH统统升级，用户想要的，我们全部给到。”岚图汽车董事长兼总经理卢放在接受中国证券报记者采访时表示，知音被定义为年轻家庭纯电SUV，承载着岚图冲击主流市场的决心。

2025年9月，岚图知音以3670辆的月销量成绩，在一众华为系纯电动车型中夺得销量冠军，这不仅是一款产品的成功，更是传统车企与科技企业融合新路径的验证。在这场变革中，岚图与华为的合作代表了最具深度的“HI Plus模式”。双方技术团队进行了长达13个月的联调联试，这种合作已超越简单技术供销，成为研发层面的深度共生。

华为带来的不仅是技术，更是互联网行业的敏捷开发理念。卢放告诉记者，与华为的合作加速了岚图的智能化转型进程。“在华为的技术体系支持下，全新岚图知音实现了从产品定义到研发落地的快速迭代，这在传统汽车开发周期中很难想象。”