

汽车“反内卷”进行时：

“60天账期承诺”成落地第一枪

汽车供应链迎来“春天”？

账期是指从供应商向采购方（如零售商）供货后，到采购方实际付款的这段时间周期，本质上是采购方利用时间差对供应商资金的占用。

对零部件供应商来说，账期缩短能让供应商更快拿到货款，资金回流速度加快，从而有更多资金用于采购原材料、更新设备、扩大生产规模等；对整车企业来说，尽管短账期将对企业的现金流管理提出更高要求，但从行业整体来看，缩短账期能够让整个行业的供应链的运营效率得以提高。

本次国内车企集体发声，是对《保障中小企业款项支付条例》的积极响应。

6月1日，国务院《保障中小企业款项支付条例》正式施行，为长久以来困扰汽车产业链的“账期顽疾”提供了法律“药方”。该条例核心内容包括明确60日支付期限、禁止强制接受商业汇票等非支付方式、强化协同监管体系等。

值得一提的是，其中北汽和上汽两家车企特别提及了“商业承兑汇票”。

商业承兑汇票是一种由企业签发并承兑的债务凭证，其核心本质是企业基于自身信用开具的“延期付款承诺”，在供应链金融中常被用作延长付款周期的工具。

现实中，商业承兑汇票被车企广泛使用。但一旦主机厂出现经营不善等风险，供应商手上的承兑汇票也会面临风险。例如哪吒汽车、威马汽车、高合汽车等，都曾先后导致大批供应商无法追回货款，为供应商造成了巨大的生存压力。

对此，有零部件供应商表示，希望车企细化具体支付款项的方式，明确支付款项60日内到账的起止时间如何计算，不要增加附加条件。比如从货物交付之日开始计算60日，而不是开出票据后开始计算，以防中间流程出现扯漏。

车圈“反内卷”迎来新进展。近两日十余家车企陆续公开承诺，将支付账期统一至60天内。主流乘用车企业都已表态要将供应商账期缩短至60天内。

6月10日至11日，包括一汽、东风、长安、广汽、北汽、上汽、奇瑞、赛力斯、吉利、比亚迪、长城、江淮等在内的传统车企，以及小鹏、小米、零跑、理想、蔚来等造车新势力企业，纷纷承诺将供应商账期统一至60天内。截至发稿，作出承诺的车企累计已达到17家。

以上车企均表示，为贯彻落实《保障中小企业款项支付条例》，保障产业链供应链稳定、促进汽车产业高质量发展，承诺将供应商支付账期统一至60天内。



(CFP供图)

成本转嫁背后的车市恶性“内卷”

车企对供应商欠款的现象，也是车市竞争白热化与价格战持续发酵的产物。

在2024年价格战贯穿全年的背景下，特斯拉、比亚迪等头部企业通过大幅降价抢占市场份额，直接导致行业利润率持续承压。

乘联会秘书长崔东树发布的数据显示，2024年汽车行业利润总体表现不强，销售利润率仅有4.3%，较历史正常水平大幅下降。2025年1—4月份，汽车行业销售利润率4.1%，仍处历史低位。

为缓解自身现金流压力，车企将部

分成本压力转嫁至供应链。此前特斯拉全球副总裁陶琳曾发布微博称，特斯拉对供应商的付款周期为90天左右。比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞5月30日发文指出，国内车企财报里的应付账款和应付票据的平均周转天数，比亚迪为127天，吉利也是127天，长城是163天，上汽是164天。

这种“成本转嫁”模式使供应商利润空间被压缩，同时也在侵蚀供应链的创新能力。

黄河科技学院客座教授张翔表示，在汽车行业，车企与供应商作为甲方乙

方存在地位不平等现象，尤其在合同签订时更为明显。少数强势的供应商能与车企平起平坐，但大多数供应商处于弱势地位。欠款导致供应商应收账款数额增大，使得许多企业面临资金短缺的问题，影响其经营、研发、采购及生产组织，对整个行业造成不利影响。

值得关注的是，监管层面早已注意到行业恶性竞争的乱象，工信部日前明确表示，将加大汽车行业“内卷式”竞争整治力度。汽车行业有望通过政策工具遏制恶性价格战，引导行业回归技术创新与品质竞争的正轨。（澎湃）

相关报道

国内车企账期有多长

27.11%，均显著低于国内车企的水平。

国内车企应付账款和票据金额高、占总负债的比例高，同时，其应付账款周期也相对较长。零部件供应商普遍投资规模大、拖长的账期，使得公司需要借贷经营，负债率和资金成本较高，让企业的现金流安全性变得十分脆弱。根据2024年报数据，12家样本车企应付账款周转天数均值为171.62天。

与国内车企相比，国际车企在应付账款管理方面则有更强的稳定性。其中，特斯拉2018年以来连续7年将应付账款周转天数控制在58~75天区间，2024年进一步优化至60.36天，显著低于国内车企平均水平。通用汽车的应付账款周期在国外车企中相对较高，近年来该数据稳定在75天以内，2024年为64.1天。福特汽车的应付账款周期近年来则稳定

在70天以内。丰田汽车的应付账款周期则更短。在2021年之前的十多年，其应付账款周转天数大致在40天以下，2021年—2024年，该数据在50~62天之间波动。另有数据表明，德系车企的回款节奏更为高效。梅赛德斯-奔驰、宝马和大众2024年的应付账款周转天数分别仅为37.91天、42.45天和41.10天。

除了法律的强制约束，在访谈供应链企业时，谈及为何国际车企在账期上的表现更佳？有三个回答反复出现：第一，通过管理手段提升效益。包含供应链在内的更高效的精益管理能力，从而降低整个产业链上的运营成本。第二，利益均沾共享收益。头部的整车厂几十年来孵化和培育了大量的供应链企业，通过交叉持股等方式，共同创新且共享收益。第三，竞争阶段不同。欧美日韩汽车百花齐放的竞争阶段

基本已经过去，市场份额和产品逻辑更为清晰，激进扩张的动力有限。

有分析认为，特斯拉的应付账款管理效率与其全球供应链布局密切相关，其应付账款周转天数从2022年的75.08天持续改善至2024年的60.36天，这反映出成熟企业在供应链协同方面的系统化能力。相比之下，国内车企在快速扩张过程中更倾向于通过延长账期缓解资金压力。

国内车企应付账款和票据的规模高，占总负债的比例高，账期也较长，这一方面反映出企业在产业链中的议价能力，但另一方面，则让人担忧其过度占用供应商资金的行为是否会影响供应链稳定性。如今，供应链的问题已经放置在台面上，获得各界关注，业内也逐渐达成了共识；同时，如何将倡议真正落地，挑战依旧存在。（财经）

本报讯 海外“6·18”期间，跨境电商平台做起了整车出海新生意。

6月11日，记者了解到，阿里旗下跨境电商平台速卖通AliExpress上线卖车业务，海外“6·18”期间在中东率先开售。速卖通店铺页面信息显示，目前已有不少中国新能源车上架，包括比亚迪、吉利星愿、小米SU7、理想L7、小鹏G9等热门车型，不少都已加入速卖通百亿补贴品牌出海。

这意味着，海外个人消费者有望通过电商平台直接购买中国整车，速卖通也成为“出海四小龙”中首个卖整车的平台。

此前，跨境电商平台的汽车生意以汽车零部件为主，这也是跨境电商一个快速增长的类目。记者从速卖通了解到，过去一年，速卖通汽配行业在全球拥有超千万的活跃消费者，英美欧等核心国家GMV同比增长超过50%，其中本地化业务增速

超过三位数。在业内人士看来，电商平台通过汽车零部件积累的海外汽车用户可能为平台承接“整车出海”打下基础。

通过跨境电商向海外个人消费者卖整车会是一门好生意吗？中国汽车的在加速受到海外消费者的欢迎，更多渠道可能带来增量。2024年中国汽车出口量实现了22.7%的同比增长，达到640.7万辆。

一位汽车公司的销售负责人告诉记者，随着跨境电商的兴起及其海外影响力的提升，通过电商平台开拓市场也在受到

速卖通卖整车

跨境电商进军汽车赛道

车企关注，在独立站、b2b平台等，他们也曾碰到过前来询问的海外个人消费者。此前车企在海外主要以B端生意为主，积累了一定的物流经验，与其他小件电商货品不同，即便通过电商平台销售，整车出海也往往依靠车企自身的船运等物流、仓储体系。

不过，该负责人同时提到，在一些新兴市场，如何保障个人消费者的售后可能成为车企挑战。对制造商来说，如果当地的线下售后体系不完善，线上服务个人消费者的成本相对较高。有时会随车附送一

些整车常用配件，以备消费者线下自行检测等。

招商银行研究院在2024年10月发布的一篇研报中表示，随着出口数量不断创新高，中国汽车产业出口形势也逐渐步入“深水区”，所面临的挑战也逐步显现。在逆全球化背景下，中国汽车从“整车出口”到“价值链全面出海”是必然趋势。研报认为，中国汽车要加强产能出海，同时，中国汽车产业升级必将催生出海新模式，要加强中国整车与零部件协同出海等。（一财）

具身智能机器人4S店来了

继全球首届人形机器人半程马拉松赛事之后，北京亦庄宣布，全球首个具身智能机器人4S店将于2025世界机器人大会期间正式亮相，落地北京市机器人产业园（亦庄）。

该4S店以具身智能机器人为核心，创新性地集机器人销售（Sale）、零配件供应（Sparepart）、售后服务（Service）、信息反馈（Survey）于一体，旨在构建覆盖机器人全生命周期的服务体系，实现供需两端高效对接与价值转化。

目前，已有超过100家机器人产业链上下游企业明确表达了入驻意向，其中人形机器人企业达30家。（央视文/图）



(央视)

中消协等多个协会倡议： 为商品包装“瘦身”

本报讯 中国消费者协会11日联合中国包装联合会、中国循环经济协会、中国食品工业协会、中国快递协会等发布倡议书，反对商品过度包装，倡导为商品包装“瘦身”。

倡议指出，近年来，随着中国经济快速发展和消费水平提升，商品过度包装问题日益突出。部分商家为追求所谓“高端”“奢华”的市场定位，在包装上大做文章，层层套盒、冗余填充、贵金属装饰等现象屡见不鲜，不仅造成资源浪费和环境污染，更扭曲了消费本质，助长了奢靡之风。

为此，倡议书强调，各生产经营经营者应严格遵守相关法律法规以及《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》《限制快递过度包装要求》等国家标准，开展自查自纠，依据标准规范商品包装设计与生产，减少包装层数、控制包装空隙率、降低包装成本占比，确保商品包装合规合理。

倡议书鼓励包装企业秉持绿色发展理念，加强绿色设计，减少包装材料的使用量和设计的复杂程度，优先采用易回收、易降解的包装材料，从源头上实现包装减量。同时，优化产品结构，提高包装制品的回收性能，促进资源的循环利用。

倡议书提出，广大消费者应树立科学理性的消费观念，自觉抵制购买过度包装的商品；主动参与对商品包装的监督，发现过度包装等浪费行为时，及时向相关部门举报。（中新）

前5个月我国新能源汽车新车销量560.8万辆

占汽车新车总销量44%

据新华社电 记者11日从中国汽车工业协会获悉，2025年1至5月，我国新能源汽车产销快速增长，分别完成569.9万辆和560.8万辆，同比分别增长45.2%和44%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的44%。

数据显示，1至5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%，产量增速较前4个月收窄0.2个百分点，销量增速扩大0.1个百分点。

“两新”政策加力扩围，持续显效，叠加汽车企业新品投放等利好因素，助力汽车市场消费活力加速释放。1至5月，汽车国内销量1025.8万辆，同比增长11.7%。5月单月，汽车国内销量213.5万辆，环比增长3%，同比增长10.3%。

新能源汽车出口快速增长。1至5月，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%。5月单月，新能源汽车出口21.2万辆，环比增长6.1%，同比增长1.2倍。

我国发布全球首个深海海山数字化智能系统

推动深海发展 进入数智化时代

据新华社电 在2025年世界海洋日及联合国海洋大会期间，我国正式发布全球首个深海海山数字化智能系统并受到国际社会广泛关注。

记者10日从中国大洋事务管理局获悉，由中国大洋事务管理局联合之江实验室等单位共同研发的这一系统，是我国在深海领域发布的全球首个数字化公共科技产品。这一系统填补了人工智能技术在深海领域的应用空白，将推动深海发展进入数智化时代，助力我国在深海技术创新、空间治理领域跃居引领地位。

我国主导发起的“数字化深海典型生境”大科学计划首席科学家、中国工程院院士李家彪指出，这一系统是深海领域的重要科技突破，也是我国贯彻落实联合国“海洋十年”倡议、积极参与全球海洋治理的具体行动。

据悉，当地时间9日在法国尼斯举办的联合国海洋大会“启智海洋”边会上，中国大洋事务管理局宣布这一系统正式上线，人工智能模型和数据集向国际社会完全开放。

当前，全球海洋面临气候变化、生物多样性丧失等多重挑战。“数字化深海典型生境”聚焦海山、洋中脊、大陆坡、平原等深海典型生境类型，通过开展调查、数字化技术模拟和人工智能赋能，预测深海典型生境对自然变化、气候变化、人类活动等的适应机制与演变趋势，探索生物多样性可恢复、生态系统可耐受、资源利用可持续的解决方案。

作为最具代表性的深海典型生境类型之一，海山被称为海底花园，具有丰富的生物多样性和富钴结壳资源，“数字化深海典型生境”选取我国2024年西太平洋国际联合航次调查的海山，整合航次数据与卫星遥感、国际开源数据，构建数字化平台并组合海山生物与地质智能识别模块，以高沉浸感的方式呈现海山全貌，助力预测海山生态系统演变趋势，支撑深海治理决策。