

日均接发列车851趟，日均到发近47万人次

广州南站去年到发超1.7亿人次

文/图 羊城晚报记者 严锦程 通讯员 秦国威

2024年12月28日9时31分，随着载有630余名旅客的G566次列车从广州南站正点发出，一路驶向青岛，广铁集团2024年累计发送旅客突破6亿人次。广州南站由广铁集团管理，地处粤港澳大湾区客流量最大的铁路交通枢纽，2024年累计到发旅客超1.7亿人次，日均到发近47万人次。去年以来，广州南站大力提升客运服务品质，让旅客出行体验更美好。



广州南站日均接发列车851趟

A “智慧+精细”，让旅客平安出行

日均接发列车851趟，每天汇集整理2万余条客运数据并精准传送到车站每一个闸机、每一块电子屏、每一条广播，为旅客出行提供安全精准服务。这是广州南站安全生产指挥中心每天的基础工作。

去年5月，总面积达1987平方米、全新建设的新安全生产指挥中心又“添”了更多新科技精准保障旅客平安出行。

作为广州市智慧交通的重要枢纽，广州南站还实现了铁路与其他公共交通的智慧接驳。系统能根据铁路旅客到发情况，将相关数据信息发送至站区内公共交通工具，统一协调公交、长途客车、出租车的疏运能力以及地铁开行方案，并实时掌握高时期车站周边道路交通情况，为旅客疏散、启动应急预案提供决策依据。

去年11月6日，全新升级的综合服务中心正式投入使用，12个让旅客体验更为舒适的“交互式”人工窗口，没有了玻璃的间隔，直接面对面为旅客一窗办理“售退改”等业务，并设置有老人优享、学生票、团体票、信息采集以及纸质临时身份证申请等专窗，方便不同需求旅客快速办理业务。

“您跟着地面的蓝线走就能到进站口。”去年以来，广州南站

为提高旅客领取遗失物品效率，我们还新设置遗失物品自助领取柜，旅客使用身份证件和取件码就能快速领取，就像取快递一样方便。”售票车间值班主任周秀程还介绍说，遗失物品自助领取柜投入使用一个多月来，共帮助1216名旅客找回失物。

去年的系列新变化，加上广州南站将实名制验证区域整体搬迁至三层，与安检合二为一，并在各服务台增设改签、退票功能等举措，极大节约了旅客进站乘车时间。

B “便捷+舒适”，让旅客有序出行

走进广州南站候车室，一首首悦耳动听的钢琴曲让候车时光变得温馨而又美好。

钢琴除了能自动演奏外，还接受旅客预约演奏。我们还与广州图书馆合作建立了一家分馆，旅客可以免费办理图书借阅，深受旅客喜爱，有的旅客甚至当场写了表扬信。”客运一车间客运值班员张雨茜高兴地向大家分享旅客的旅途惊喜。

其更新引导标识2300余平方米，特别是在站台层、出站层增设了线条式的引导标识，更加方便旅客便捷换乘和去往各出入口。

去年以来，广州南站累计服务台将实名制验证区域整体搬迁至三层，与安检合二为一，并在各服务台增设改签、退票功能等举措，极大节约了旅客进站乘车时间。

C “文化+爱心”，让旅客温馨出行

离钢琴不远处，就是广州南站候车室最显眼的服务台，也是“初心·春澜”党员服务岗。升级后的服务台，相比以往面积扩大了一倍，为旅客提供问询解答、爱心服务、重点预约、广播找人等“一站式”多服务。

去年以来，广州南站累计服务台还增派青年志愿者做好老、幼、病、残、孕等重点旅客的爱心服务。

记者采访时，恰逢一位背一大包摄影器材的高个子老人来到服务台问询，工作人员流利地用英语解答，很快便指引出了老人需要检票的乘车口。

去年以来，广州南站累计服务台还增派青年志愿者做好老、幼、病、残、孕等重点旅客的爱心服务。

2024年年末车市销量大增 预计同比增长达到14.8%

2024年12月车市开局表现强劲，随着年末临近，各企业发力冲击年度目标，汽车市场不断升温，即将在12月底截止的“双新”补贴对车市也会在到期前对车市带来一波强力拉动。由于2025年春节时间在1月底，一部分春节前购车需求也会在2024年12月提前释放，以上各因素叠加，共同促进2024年12月购车需求增加。预计狭义乘用车零售市场约270万辆，同比增长14.8%，环比上月增长11.4%。

值得注意的是，新能源同比2023年12月前三周同期增长60%，较上月同期增长4%，去年以来累计零售1041.3万辆，同比增长43%。

在国家的报废更新和各地以旧换新政策的补贴鼓励下，近期购车消费实现强势增长的良好局面。尤其是各地以旧换新政策对电动车的补贴比油车高出1000元-5000元，很多地方的补贴差距较小，实现了公平竞争的油电同权趋势，这是地方政府的巨大亮点。国家报废更新政策对新能源车照顾力度超强，在地方的政策均衡后，对经销商的

生存压力改善是有促进的。

2024年是车市消费的特大年，2025年属于车市消费的特小年。具体来讲：2025年春节在1月28日，较2024年早13天，叠加企业、税务、车管所等设备维护和假期安排，导致部分春节前购车在2024年年底完成。因为去年头部企业的销量完成率较好，预计去年12月部分厂商销量转移至今年1月的规模很大，对岁末年初的销量有很好的平衡效果。

新能源商用车同比 增长80%

去年乘用车行业的去库存力度超强，由于合资车企持续在去库存，叠加近期总体的生产谨慎，导致去年1-11月总体乘用车国内厂商与渠道库存仍呈强力去库存特征，去年1-11月厂商库存下降21万辆（去年同期增5万辆）。总体乘用车国内渠道库存下降52万辆（去年同期增3万辆），



汽车博览会上人气十足 新华社发

去年11-12月应处于乘用车市场的季节性加库存期，由于冬季到春节前购车需求较旺，因此历年此时都是加库存力度较大的时段。因此去年12月有合理的加库存的需求，去年12月的经销商进货节奏较快，这体现了渠道信心的改善。

根据金融局交强险数据，

2024年1-11月份新能源商用车销量50万辆，同比增长80%；2024年11月份达到6.3万辆，同比增长69%。2024年1-11月份，新能源商用车在商用车渗透率达到19%的水平，其中11月份新能源商用车渗透率达到25%，相对于前年11月的16%，提升9个百分点，新能源轻客等市场在政策推动下的表现相对较强。

汽车召回涉及保时捷等品牌

日前，国家市场监督管理总局官网发布最新召回信息，保时捷（中国）汽车销售有限公司、一汽-大众汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理暂行规定》的要求，向市场监管总局备案了召回计划。

保时捷自2024年12月23日起，召回2023年11月8日至2024年9月4日期间生产的部分进口911、718系列汽车，共计191辆。本次召回范围内的部分车辆，车轮中央锁止紧固装置可能损坏，导致车轮脱落和转向控制性能下降，增加发生事故的风险，存在安全隐患。保时捷委托授权经销商，检查车轮中央锁止紧固装置，必要时更换不符合规格的零件。

一汽大众自2024年12月27日起，召回2018年1月2日至2023年1月23日期间生产的部分进口奥迪A7、A8L、Q7、Q8、RS6、RS7、RSQ8、S6、S7、S8、A6 Allroad汽车，共计113749辆；召回2018年11月1日至2023年2月16日期间生产的部分国产奥迪A6L汽车，共计23011辆。本次召回范围内的部分车辆由于制造原因，长时间使用后，48V皮带启动发电机逆变器的内部电子元件可能与印刷电路板短路，造成48V启动发电机不发电，极端情况下可能导致电池模组热失控，存在起火风险。

一汽大众委托一汽奥迪特许经销商，自2024年12月27日起，实施临时召回措施，对召回范围内车辆的高压动力电池进行检测，如存在异常，则免费更换电池模组。

检查启动发电机软件版本，对优化前的启动发电机免费更换，以消除安全隐患。因部分车辆之前已更换优化后的启动发电机，本次召回的部分车辆无须再次更换。

同时，一汽大众还宣布自2024年12月27日起，召回以下车辆。一是召回生产日期在2019年8月7日至2019年10月21日期间的部分进口奥迪E-TRON系列汽车，共计1684辆。本次召回范围内的部分车辆，由于供应商制造过程偏差，制动踏板和制动助力器之间推杆螺纹连接可能出现松动，导致制动踏板行程变长，极端情况下螺栓连接可能松脱，影响制动性能，存在安全隐患。一汽大众委托奥迪授权经销商为召回范围内的车辆检查制动助力器推杆螺纹连接情况，并将螺纹力矩拧紧至规定的数值。如果推杆螺纹连接已经完全脱开，则更换新的制动助力器。

二是召回生产日期在2022年7月26日至2023年10月18日期间的部分进口奥迪E-TRON GT系列汽车，共计367辆。本次召回范围内的部分车辆，高压动力电池模组内部可能发生短路，极端情况下可能导致电池模组热失控，存在起火风险。一汽大众委托一汽奥迪特许经销商，自2024年12月27日起，实施临时召回措施，对召回范围内车辆的高压动力电池进行检测，如存在异常，则免费更换电池模组。

羊城晚报记者 丁玲

结婚启事

2025年01月01日 农历腊月初二

新郎 梁建斌 新娘 吕依纯
于2025年01月01日正式结为夫妇，初见乍惊，久处亦怦然；愿往后长路携手，岁月悠悠，百年琴瑟，共赴白头。
特此登报，敬告亲友，亦作留念。

喜结良缘 吉同喜同贺

农历 甲辰年十二月初二日 2025年1月1日 · 星期三

新娘 孙语晗 新郎 李勃然

于公元2025年1月1日正式结为夫妇。
相识十七载，愿携手共白头。
特此登报，敬告亲友，亦作留念。



电动小车蛋糕有多大 先看企业钻研有多深

□羊城晚报财经评论员 戚耀琪

国家统计局数据显示，2024年11月社会消费品零售总额同比增长3%，其中汽车类消费品同比增长6.6%，在以旧换新政策的持续发力显效果下，增速较上月增加2.9个百分点。截至去年12月13日零时，汽车以旧换新带动乘用车销量超520万辆，为汽车市场带来了显著的正向拉动。在这个过程中，大量放弃的汽油车、新进入新能源领域的消费者成了消费的主力，这直接影响到2025年的厂家的产品布局。

近日，蔚来推出了全新品牌firefly萤火虫，这款定位高端却外表奇葩的小车，试图用高端和智能化体验，去冲击smart和MINI的品牌光环。蔚来来说，萤火虫面向的是全国市场，会根据不同地区需求，有针对性地进行产品开发。类似的，即将在今年1月启动销售的广汽埃安UT纯电小车，定位“10万元A级纯电背轿”。同样，也是主打经济适用人群，但是在调性上不敢怠慢，一样要做得很高级的样子。其实所谓的全球市场、全球设计，最初都是要在中国充分试水，那么中国市场的变异将直接影响此类廉价小车的定位。同样价值的小车的定位。同样价值的小车的定位。但是归根结底，新能源汽车是要战胜燃油车而立足，在差异化的同时，也不能忘却新能源汽车的共同目标。必须续航更长、充电更快、精度更高、安全更高等。

对于消费者来说，厂家竞争能够带来更多的市场选择，而差异化竞争又能避免产品的千篇一律，这对于汽车业的多元化是有莫大好处的。但是归根结底，新能源汽车是要战胜燃油车而立足，在差异化的同时，也不能忘却新能源汽车的共同目标。必须续航更长、充电更快、精度更高、安全更高等。这些都是很多厂家要在幕后继续钻研的，有许多空白有待突破。通过钻研出来的成果，才能支撑企业高端高价位车型的前景。否则，如果只是困在低价车去取悦新来的消费者，本身没有在电动化和智能化上淬炼，还是很难摆脱被同质纠缠的命运。

各家车企如此布局10万