

车企跨界，各取所需？

随着汽车技术的不断变革,新能源和智能化已成未来汽车的大势所趋,要想在未来激烈的市场竞争保有一席之地,同时应对以互联网企业为代表的外来者的“侵入”,汽车制造企业势必要在车辆研发过程中涉猎到其它领域的技术

舒 年

作为全球最大的汽车制造商,丰田汽车日前宣布最早将于2018年正式对尚在开发中的家用机器人进行量产,到2020年,家用机器人将累计出货1000台左右。此举一出,业界讶异。近一段时期,其它行业企业跨界做汽车者众,但汽车企业跨界去做家用机器人却非常罕见。事实上,丰田深耕机器人领域,已经有很长时间,未来将要量产的家用机器人,其主要用于辅助老年人生活和看护,并早在2012年就已经发布相关设计,后来又经过多次改良。去年,丰田汽车总销量高达1015万辆,位居全球第一,就算家用机器人实现量产,其利润与汽车制造销售相比,无疑仍是九牛一毛。那么,丰田跨界做机器人,意在何处呢?从1886年世界第一部四轮汽车正式销售到现在,汽车产业已经走过整整130年的

汽车设计和制造,本身就是一项极其复杂的工程,如果再加上销售、维护体系,就更是一个巨大的复杂系统。随着汽车技术的不断变革,新能源和智能化已成未来汽车的大势所趋,要想在未来激烈的市场竞争保有一席之地,同时应对以互联网企业为代表的外来者的“侵入”,汽车制造企业势必要在车辆研发过程中涉猎到其它领域的技术,比如电动汽车需要相应的能源技术,无人驾驶汽车和车联网系统需要智能化技术,而这些技术,并不是汽车企业原有的优势领域。如果想继续走下去,要么与其它领域企业合作,要么自己投入研发力量。

机器人的量产涉及诸多智能化技术,在家用过程中不断测试完善,也有助于相关技术的成熟化,而这些智能化技术,是可以应用到无人驾驶领域上的。国内外诸多知名车企跨界与科技类企业合作,或者自己玩起了“高科技”,何尝不是为了在未来的汽车变革中取得技术优势,“项庄舞剑,意在沛公”。不过,不论是互联网化还是智能化,目前在汽车领域里还主要处于探索阶段,想要成为未来汽车变革的领头羊,车企既需要技术能力,也需要一定的创造力。事实上,在制造行业里,不仅汽车企业面临技术革新,其它行业亦然。不同车企的跨界合作,不论结局如何,都值得制造业的同行们镜鉴。



联 姻

漫画 赵春青

世界屋脊驶入“汽车时代”快车道

据新华社电 (记者黄兴 许万虎)西藏拉萨市设兴村村民罗布丹增,1986年买了辆东风大卡车,这是村里第一辆汽车,现如今,他已换了6辆车,目前的座驾是一辆丰田越野车。20年间,村里车越来越多,买车已不是什么稀奇事。随之,汽车档次成为村民家庭经济好坏的评价标准。

随着经济的快速发展,西藏近年来已经驶入“汽车时代”快车道。数据显示,人口稀少的西藏机动车保有量目前达30万辆,拉萨市

机动车数量达15万余辆,平均不到6人就有一辆车。西藏每年还有近8万人考驾照,越来越多的车辆等待涌入拉萨等城市。西藏地广人稀,尤其在草原,邻居可能在数公里外,有些村庄间更是相距几十公里。千百年来,牛马是西藏人主要的交通工具。如今,紧跟世界潮流,农牧民弃用牛马,钻进汽车,或跨上摩托车,一溜烟跑老远。城里的汽车就更多。跑的车多了,原本宽敞的街道显得

有些“捉襟见肘”。几十年前空荡荡的大马路上,早已是车水马龙。北京路、朵森格路等拉萨主干道和闹市区,还常常“车满为患”。汽车驶进寻常百姓家,交通条件改善是基础。近年来,拉萨至贡嘎机场高速公路、拉萨至林芝高等级公路等一批标志性工程陆续贯通,西藏交通状况发生了翻天覆地的变化。截至2015年底,西藏公路通车总里程接近8万公里,建制村通达率为99%。

本报讯 (记者王群)近几年来,在国内电动汽车行业爆发式增长的大背景下,作为电动汽车核心部件的锂电池市场也进入发展的快车道。按照国家规划,到2020年,我国电动汽车保有量要达到500万辆。在整个产业链条上,电池可谓最为关键的环节,占到整车成本40%~60%。7月11日,位居全球车用锂电池产量排名第三位且覆盖电动汽车、储能领域的锂离子电池制造企业宁德时代新能源科技股份有限公司公开课“对宁德时代的技术研发能力和产品品质进行了相关阐释。

在2015年全球车用锂电池市场上,比亚迪、宁德时代和松下一起位列三甲 “国内动力电池技术与国外已不相上下”

宁德时代总裁黄世霖认为,十几年前,锂离子电池最初引入中国时,当时中国锂电池企业整体水平与国际相比差距近十年。然而,依托国家“十二五”计划,国内磷酸铁锂电池、三元锂电池持续快速发展。如今,“十三五”期间国内外水平并行向前,我国优秀的动力电池企业已跻身世界前列。纵观2015年的全球车用锂电池市场,松下作为特斯拉的主要供应商,产量独占鳌头且地位稳固。国内的动力电池企业亦借助国家利好政策东风,竞争力不断提高,产销规模

数读车市 426万辆 二手车百强市场集中度略有上升

中国汽车流通协会近日在中国二手车大会上发布了《2015年度中国二手车交易市场百强排行榜》。报告显示,2015年,受中国车市整体遇冷影响,我国二手车交易规模同比增速显著回落,但近5年的年均复合增速仍略高于新车市场。其中,百强市场交易规模增幅高于整体市场,集中度略有上升。2015年,二手车百强市场总交易量为426万辆,同比增长3.6%;规模占比占全国二手车市场总交易量的45.2%,与2014年相比略有增长;交易额达2897亿元,同比增长7.3%,交易额占比增长1.9%,百强企业中,成交额亿元以上的企业有93家。此外,2015年二手车交易市场数量与2014年持平,整体经营面积略有下降。2015年,全国二手车交易市场数量共1139家,与去年持平;市场内的经营服务企业数量为40179家,同比微增长0.8%,2015年二手车交易市场经营面积总和达2166万㎡,较2014年同比下降0.9%,其中交易大厅面积为150万㎡,较2014年同比增长9.2%。

41.5公里 北京小汽车出行比例首次下降

日前,北京市交通委发布本市第五次综合交通调查结果。数据显示,2010至2014年,市民工作日出行次数减少到2.75次,每天平均出门距离8.1公里。另外,小汽车出行比例在历次调查中首次出现下降,不过工作日每辆车平均还是要跑41.5公里,高于世界同等城市的小汽车使用强度。交通部门分析,导致出行需求增速放缓原因有多个,首先是人口调控措施初步发挥作用,人口增速放缓。其次,互联网及现代通信技术改变社会生活方式,出行率略有下降。2014年工作日每人日均出行次数为2.75次,相比2010年2.82次下降2.5%。其中,购物及外出就餐出行强度比2010年明显下降。第三,职位分离状况略有好转,出行距离增速放缓。2010年本市六环内平均职位比为0.53,2014年则升为0.55。

3类 首个网约车驾驶员禁入标准发布

日前,中国互联网协会分享经济工作委员会联合滴滴出行对外发布移动出行驾驶员禁入标准,首次明确网约车驾驶员资格审查标准,有重大、暴力和危害公众安全的犯罪、严重违法违法、交通安全违法等三大类违法犯罪记录以及精神病的人员,都将被一票否决,禁止进入移动出行平台。据介绍,禁入主要针对有重大、暴力、潜在暴力和危害公众安全的犯罪、严重违法违法以及交通违法的人员,除负案在逃人员之外,犯有绑架、抢劫、盗窃、吸毒、强奸、猥亵、故意伤害、聚众斗殴、故意杀人、危害国家安全等罪的,以及非法限制他人人身自由等违反《治安管理处罚法》以及交通安全违法也同属此类。

(王群根据媒体公开报道编辑整理)



东方 IC 供图

汽车“占领”城市 密密麻麻蔚为壮观

近日,摄影师登上山东青岛长江路一200米高楼,从高空拍摄一组在长江路上行驶和周边行驶及停放的车辆。摄影师看到,长江路上全是密密麻麻的车辆,行人艰难地在车辆中穿行,整个长江路周边几乎全部被车辆占领。

新能源汽车的需求呈现多元化和高端化特征,产品组合需充分满足区域和用户人群差异

新能源车购买向政策和个人需求双重驱动转变

本报讯 2016年很可能成为新能源车产业发展的拐点,在补贴退坡的预期和限购城市的配额控制下,电动汽车的销量增速将有所放缓。但随着环保意识提高和多元化产品的投放,新能源车的购买开始转变为从政策和个人需求双重驱动——日前,尼尔森与中国汽车工业协会连续第五年联合发布《中国汽车消费者白皮书》,对新能源车的潜在消费者、现有车主、经销商和行业专家等人群,展开了一系列的深入调查和分析。调研显示,自2012年到2016年,消费者的购买意向在逐年攀升。如今市场上有高达14%的有购车意向消费者会考虑纯电动汽车,插电式混合动力汽车则高达22%。消费者对新能源车越来越高的接受度和他们更高的环保意识成为未来电动汽车销量增长的关键驱动力。新能源车的需求结构也可望出现转型升级。过去一年63%的纯电动乘用车的销量集中在补贴后价格只有5~8万元的小型电动汽车,在新能源车潜在用户中,中大型轿车的意向车主对纯电动车的考虑度分别达到51%和53%,明显高出小型和紧凑型;SUV意向用户也呈现出这一特点。未来中高端轿车和SUV产品可望在新能源车市场占有越来越高的比重。此外,对新能源车有意向的潜在用户更为年轻,80后占比五成以上,他们大多数

是首次购车,同时,新能源车车主可望从男性化慢慢向女性渗透,有32%的意向消费者为女性。这些消费者有超过七成是已婚有子女的,74%为本科以上学历,平均家庭月收入也超过了1万元。他们往往具有更为年轻、高学历、高收入的特征,未来会成为新能源车销量的主要支撑力量。而纯电动车的消费者则更多来自一线城市,他们是一群更喜欢引领潮流、追逐时尚的人群。与汽油车一样,新能源车用户需求也呈现出区域性和结构性的差异,这意味着多元化的产品投放将拉动个性化的消费需求。调研发现,不同城市级别之间,新能源车产品偏好有着明显的差异,如轿跑/跑车和MPV这

6月份发动机相关投诉 在三包投诉中最为集中

本报讯 近日,国内缺陷汽车产品信息收集平台车质网发布报告称,6月份共接到涉及汽车三包相关规定投诉21宗,环比5月投诉量减少了47.5%。车企对其中的14宗投诉做出了回复,回复率为66.7%,环比下降0.8个百分点。此次共有12家车企对涉及三包相关问题的投诉进行回复,其中11家回复率达到了100%,2宗已撤诉。在涉及质量问题的汽车三包投诉中,发动机相关投诉最为集中,且环比5月增长9个百分点,主要集中于合资品牌;除此之外,车身附件及电器部分已超变速箱投诉,已上升至第二位。同期,占比环增的还有转向系统、制动系统、轮胎系统等投诉问题。在相关投诉中,6月份合资品牌投诉绝对数为13宗,环比减少了12宗,但占比并未发生变化。同期,自主品牌涉及7宗投诉,与5月相比绝对数及占比均有所回落。此外,6月进口品牌也出现了1宗涉及三包问题的投诉。(卓君)

福特汽车上半年 在华销量同比增6%

据新华社电 (记者徐静)美国福特汽车公司7日宣布,今年上半年福特汽车在中国市场销量达57.7097万辆,同比增长6%。上半年,福特在中国合资企业销量达56.4647万辆,同比增长5%。其中,长安福特销量为43.4645万辆,同比增长10%;江铃汽车销量为12.1514万辆,同比下降7%。上半年,林肯品牌在华销量达1.245万辆,接近去年同期的三倍,超过2015年全年销量。福特旗下品牌和林肯品牌运动型多功能车销售依然强劲,上半年在华销量超过15万辆,同比增长27%。福特汽车公司集团副总裁兼亚太区总裁戴夫·肖赫(中文名萧达伟)在公司网站发布的声明中说,上半年福特汽车在中国市场销量继续稳健增长,尽管中国汽车市场日趋成熟,增长速度逐步放缓,但中国消费者对福特汽车旗下各款产品、尤其是运动型多功能车系列仍然反应良好。

成都公交重穿“新衣” 取消车身广告恢复原车涂装



近日,成都市公交车正面临一场“瘦身”运动:车身广告将被禁止,以往常见的整车类广告将不复存在,目前绝大部分公交车已经恢复原有涂装,只有300台车辆作为保留进行公益广告的发布。

视觉中国 供图