

罗兰贝格发布第三季度智能汽车指数：
互联通信将成焦点

本报讯(记者蒋蕊)10月27日,罗兰贝格与德国著名汽车研究机构亚琛汽车工程技术有限公司共同发布(2016年第三季度智能汽车指数)报告显示,全球主要汽车大国均在计划推出多种新型智能车型,国际竞争愈发激烈,虽然研发侧重点各有不同,但都越来越多地关注互联通信领域。从市场销量角度衡量,美中两国大幅领先于其他国家。

该报告对德国、法国、意大利、英国、瑞典、美国、日本、中国和韩国智能汽车领域的发展现状进行对比。在行业层面,德国依然保持全球领先地位,不仅量产车型配备智能驾驶功能的比例遥遥领先,各整车厂也在大力发展高端车型的智能驾驶功能。

报告指出,智能汽车的互联通信将成为行业新的关注点。以清晰度高、实用性强的电子地图为基础,互联智能汽车一方面配备高度协同化、智能化驾驶系统,另一方面也在行驶过程中通过传感器收集实时车流、车辆与路况等数据,并进行云存储。其中,汽车与网络的互联将主要通过移动通信实现,而智能汽车之间、汽车与基础设施及环境的互联将主要通过近场通信实现。但就目前的情况而言,今后何种通信技术将成为汽车互联的标准选择尚属未知。

北京市全球首批充换电站集群投运



10月29日上午,北京交付投运了全球最大的出租车充换电站集群。由北汽新能源联手中石化、奥动新能源和上海巴邑等机构打造的首批10座充换电站正式交付使用,覆盖北京中心城区、怀柔、顺义等8个区县。年内还将再交付40座充换电站,届时能够支撑6000台换电式出租车的换电需求,2017年末,将建成充换电站200座,支撑30000台纯电动汽车换电需求的规模。图为北汽EU220换电出租车进入北京石油亦庄博大路站进行换电。

胡庆明 摄

新型储能材料有望应用于氢能源汽车

据新华社电(记者郭奥)用石墨烯搭建“高楼大厦的天花板和地板”,用氮化硼纳米管做“墙壁和柱子”,隔出“房间”让氢原子住在里面——这就是美国科学家新研发出的可能应用于未来新能源汽车的储能材料。

为了使氢成为轻型汽车的实用燃料,美国能源部已为存储材料设定了标准:当前目标是研发经济型存储介质,其中氢存储质量超过存储介质质量的5.5%,室温下每升氢容量超过40克;长期目标则是7.5%的质量指标和每升70克的容量指标。

美国赖斯大学科研人员在美国化学学会新一期《朗缪尔》杂志上报告说,以氮化硼纳米管支撑的石墨烯层结构研发的新材料有望实现甚至超过上述长期目标,可能成为未来新能源汽车存储氢燃料的理想材料。

通过电脑模型,研究人员测算出柱状石墨烯层的强度和韧度,随后将氮化硼纳米管加入石墨烯层之间,模拟出可以存储氢原子的独特三维结构模型。

日本八家主要车企上半年度全球产量增加

据新华社电(记者钱铮)包括丰田、本田、日产等日本八家主要汽车生产企业27日发布数据显示,2016年上半年度(4月至9月),这八家汽车生产企业的全球产量同比增加3%,达1345.0615万辆。

数据还显示,这八家车企在海外的产量同比增长4.5%,为928.2120万辆。

在日本国内市场,2016年上半年度这八家车企的产量为416.8495万辆,同比减少0.2%,基本持平。

由于汽油价格维持低位,这八家车企的运动型多用途车(SUV)在海外市场受到欢迎。日产逍客等在中国市场旺销,在中国的产量创下同期最高纪录。本田的缤智在亚洲和北美的产量也刷新了同期最高纪录。

另外,中国针对排量小的汽车实施减税优惠,也使日系车受到青睐。

二手车全国市场有望逐渐形成,市场潜力被商家看好

二手车电商营销大战背后有何玄机

□本报记者 孙喜保

当下,取消二手车“限迁”的城市越来越多,二手车市场的争夺也硝烟渐起。尤其是在电商领域,资本的青睐更为二手车市场的繁荣添了一把火。

资本助力电商

近日,作为最先进入二手车电商领域的企业之一,瓜子二手车宣布,其今年10月份实现了月销售超过20亿元人民币的成绩。不久前该公司又获得新一轮的融资,受到资本市场的高度关注。

不仅瓜子二手车,包括人人车、车易拍、优信袋等二手车电商均获得不同程度的资本支持。二手车电商似乎为整个二手车市场带来了繁荣。

在业内人士看来,一方面是二手车电商在努力争夺市场老大位置,在移动互联网赢者通吃的时代,市场第一也就意味着将占有巨大优势。在这种情况下,各大汽车电商往往不惜血本,加大广告投入,实行高强度广告“轰炸”。

以优信二手车、人人车、瓜子二手车三家二手车电商为例,2015年7月,优信二手车斥资1.8亿元拿下《奔跑吧兄弟3》网络独家直播的总冠军。紧接着,从58赶集分拆出来的瓜子二手车直卖网也开始在电视真人秀和综艺节目上狂掷两亿元,并宣布未来一年将再砸10亿元作为广告宣传;随后,国内影星黄渤代言的人人车“靠谱”广告也开始密集上线,并在今年3月宣布投入5亿元进行品牌建设。

不仅二手车电商竞争进入白热化,一些传统品牌汽车商也加入了这一竞争领域。

10月28日,宝马汽车正式宣布其电商业务“认证二手车”启动战略升级。该公司于2015年建立的官方认证二手车网络平台已



东方IC 供图

经成为行业内二手车在线展示较为突出的厂家官方网站。

据该公司公布的数据,网站上汇聚了来自近400余家经销商店的宝马官方认证二手车资源,平均每天有超过2000辆官方认证二手车参与展示,用户浏览量超过每月70万。

该网站升级以后,意味着以后所有从宝马“认证二手车”购买的车,将享有等同新车的售后服务保障,其保障覆盖范围进一步扩大,例如,所有宝马官方认证二手车将享受至少12个月不限里程的原厂质保,保修覆盖范围、使用系统、流程均与新车一致。

缘何受资本青睐

对于二手车买方来说,主要痛点在于“汽

车状况不透明”“汽车价格不透明”“车型需求匹配困难”三个方面,对于二手车卖方来说,痛点在于“二手车价值随时间流失”和“交易过程复杂”两方面。而信息不对称、不透明和传统二手车交易程序的冗杂正是引发上述问题的罪魁祸首。

随着互联网尤其移动互联网的发展,二手车电商企业高调入局,因电商交易模式具有高效、透明、交易过程简单等特点,有效地解决了传统二手车交易的大部分痛点,为二手车市场发展注入了新的动力。

记者从中国汽车流通协会得到的数据显示,2016年8月全国二手车市场交易量86.30万辆,交易量环比增长5.59%,月度同比增长15.3%。按照目前的涨势,今年二手车市场增长率达两位数以上,交易总量有望实

市场痛点仍存

即便二手车电商看似活跃,但其中存在的一些问题仍然不容忽视。

中投顾问研究员王宁远认为,目前我国二手车电商市场供求矛盾凸显,二手车的规模 and 市场需求不足,但是却涌现了大量二手车电商,加之模式尚未成熟,劳动力成本高企,能够获得资本青睐的企业仅是少数。另外,单纯的二手车交易并不能产生较大效益,二手车交易属于典型的低频次、重决策交易,且交易主要集中在线下,二手车电商在资源方面与一些汽车经销商相比还有距离。更为关键的是,目前二手车电商的商业模式尚没有较大突破,二手车电商基本还处于营销大

据新华社电(记者谭晓晓)中国保险行业协会与中国汽车维修行业协会31日首次发布100款常见车型养护负担指数,各车型间养护成本差异较大,最高是最低的9倍。

养护负担指数,就是计算在汽车厂家建议保养周期内(自新车使用之日起3年或行驶里程60000公里),车主每百公里养护所需支付的人工工时费和更换配件的费用,反映车主养护费用负担的高低。

养护负担指数样本车型的销售价格在43900元至956000元之间,细分为8个价格区间,基本覆盖高、中、低多层次消费群体。

从公布的结果看,养护负担指数最高的车型是梅赛德斯奔驰CLS级,为42.37,即每

两协会首次发布常见车型养护负担指数 最高是最低的9倍

百公里的养护费用为42.37元,梅赛德斯奔驰S级、北京奔驰C级、北京奔驰E级、北京奔驰GLK级分列二至五位,为40.85、37.81、34.43、33.55;养护负担指数最低的5个车型分别是广汽丰田雅力士、长城腾翼C30、广汽丰田雷凌、长城哈弗H6、东风风神S30,为4.69、5.24、5.66、5.74、5.95。

中国保险行业协会相关负责人表示,工

石家庄:18辆仿古铛铛车上路运营



11月1日,18辆仿古铛铛车在石家庄市上路运营。铛铛车游览专线的开通可以使市民边走边欣赏石家庄不同的历史文化,感受浓郁的历史气息,串联起石家庄各大商业圈。铛铛车也承担着特殊的旅游功能,成为石家庄一道流动的亮丽风景线。

仿古铛铛车设计参照民国时期使用的北京、上海等地的有轨电车,按照“典雅时尚”的理念,并采用了大量先进的技术动力、环保材料、舒适性设施、媒体播放系统及节能环保设计等,既突显了怀旧气息,又兼具了现代电动汽车先进的内涵。

视觉中国 供图

汽车俱乐部在中国能火起来吗

□穆正凯

“汽车俱乐部是各种有情怀有共同爱好的汽车人聚在一起吗?”提起汽车俱乐部,相信会有不少人发出类似的疑问。

与传统认知不同,如今的“汽车俱乐部”概念已然不是简单的志趣相投者的松散组织了。作为经销商进军汽车后市场的一个入口,汽车俱乐部可谓整合汽车后市场的综合主体,它囊括了全方位车务服务、汽车运动文化、金融保险、代驾租赁、装饰改装、道路人车救援、法律援助及围绕会员多方需求而展开的各项延伸服务内容。

在国外,一些汽车俱乐部甚至已经发展成为规模巨大的行业机构。无论是在美国拥有强大影响力的美国汽车协会AAA,还是德国的汽车协会ADAC,日本的汽车联盟JAF,他们的业务均已扩展到售后服务、出行旅游、赛事改装、汽车评测乃至互联网层面。

据此,国内汽车业界人士便开始思考:汽车俱乐部能否在中国遍地开花?

我国的汽车产业相比欧美,起步较晚,但发展速度惊人,用了20年时间走过了发达国家汽车产业100年的路。然而,爆发式增长的背后却呈现出国内对汽车文化的极度空白。而美国汽车协会、日本汽车联盟均是在该国拥有浓厚的汽车文化底蕴以及相对积极的品牌竞争关系下才得以建立。

就目前来看,虽然我国汽车保有量、销量均位居世界前列,但消费者水平参差不齐,没有形成足够的汽车文化积淀,个别所谓的“超跑俱乐部”“老车车俱乐部”仅是少部分有车一族的圈子,难以为大众接受。而以社交网络为基础的“车友会”,虽然具备一些汽车俱乐部的特征,但往往只针对一个品牌,甚至一款车型,并且以地域做划分,主要涉及用车交流以及组织出行游玩,规模上很难发展壮大。

因此,我国汽车俱乐部的发展若要实现

突破,重走国外路线,从民间做到官方,从俱乐部做到行业协会,需要汽车文化、用户素质、市场竞争等多方面的提升与完善,但这不是一朝一夕就能促成的事情。

笔者认为,要在中国发展汽车俱乐部,首当其冲要确定的就是组织的基本特征——非盈利+公益性质。以日本汽车联盟JAF为例,其以家庭会员制为基础,与政府关系密切,赞助大量公益事业,主要业务范围包括安全教育、汽车运动等,也就是说,对于汽车俱乐部来讲,盈利不该放到首位,而是应当有效联系政府、汽车厂商、消费者三个方面,让汽车厂商对消费者更加透明,让政府与厂商之间搭接更有效的沟通渠道。

此外,国外不少发展态势良好的汽车俱乐部,都在提供金融服务,这在某种程度上也值得国内借鉴。相比各厂商自己推出的金融服务,汽车俱乐部往往可以提供更权威、更高效的服务,这无疑可以从侧面推动中国汽车金融服务的发展。

2016北京进口车展: 28家汽车品牌携旗下101款车型参展

本报讯(记者王群)10月31日,以“智联创新·惠聚天下”为主题的第八届北京进口品牌汽车博览会(以下简称“2016北京进口车展”)在北京国家会议中心圆满落幕。本届车展为期五天,据不完全统计,截至10月31日下午15



时,本届车展共吸引参观者126万人次。

据了解,2016北京进口车展吸引了包括宝马、宾利、劳斯莱斯、玛莎拉蒂等28家汽车品牌携旗下101款主推车型参展,展出总面积超过1.5万平方米,展出整车168辆,其中新能源汽车13辆。现场成交量达到480台,同比增长6.3%,意向订车客户达到1830人,同比增长10.4%。

2016北京进口车展在经历了7年的成长和历练后,现已成为北京进口汽车领域行业发展的风向标,其在关注汽车市场发展和技术创新的同时,也在不断地提升汽车文化内涵,加强了国际间汽车文化技术的交流、合作,成为我国进口汽车领域中不可或缺的交流沟通平台。

数读车市

40% 节能与新能源汽车技术路线图发布

中国汽车工程学会日前发布节能与新能源汽车技术路线图,明确到2030年,新能源汽车占总体汽车销量40%,完全自动驾驶汽车占比10%等目标。路线图同时明确了中国汽车产业未来技术发展的七大方向,包括节能汽车、纯电动和插电式汽车、燃料电池汽车、智能网联汽车、动力电池、轻量化技术、汽车制造技术。根据路线图所制定的目标,到2025年,乘用车新车整体油耗降至每百公里4升,2030年降至每百公里3.2升。2020年新能源汽车销量超过总销量的7%,2025年超过15%,2030年超过40%。到2030年,完全自动驾驶车辆实现产业化,市场占有率达到接近10%。而在产业能耗方面,2020年单位GDP能耗水平要比现在下降20%,2025年下降35%,2030年下降50%。

160款 新能源车型申报数量走低

日前,工信部发布第290批申请《道路机动车辆生产企业及产品公告》车型名单,在2016款申请公告的新车及底盘产品中,共有160款为新能源汽车车型及底盘产品。其中新能源乘用车数量共10款,包括7款纯电动车型及3款混合动力车型;新能源客车共75款,包括纯电动车型67款、混合动力车型6款及燃料电池车型2款;新能源专用车75款,包括71款纯电动车型和4款燃料电池车型。资料显示,相比第288批申请车型及底盘产品数量407款、第289批申请数量272款,第290批申请公告的车型及底盘产品数量大幅减少。

80多万辆 高田“死亡气囊”再发酵

国家质量监督检验检疫总局网站近日发布消息称,一汽丰田与广汽丰田计划分批陆续召回汽车,共计81.96万辆。据悉,本次召回车辆配备了高田所生产的硝酸铵气体发生器,存在严重安全隐患。

此前,同样因配备高田安全气囊,本田与马自达在华也相继进行了大规模召回。今年6月,东风本田宣布召回103.89万辆汽车,成东风本田有史以来最大规模的召回。今年7月,广汽本田因高田气囊隐患进行182.37万辆汽车大召回。广汽本田之后,马自达也向质检总局备案召回计划,决定召回部分国产与进口马自达汽车,共计84.58万辆。而今,高田“死亡气囊”持续发酵,余威不减。

(王群根据媒体公开报道编辑整理)