

媒体开放首日,上海车展抢先看—— “互联网+”成本届车展热词



本报记者
叶薇

没有美女如云的车模,上海车展依然不减魅力。今天上午,媒体日开放,记者先睹为快。展品中,既有出身不凡的各路“土豪”,也有清新靓丽的“小鲜肉”;既有讲究“速度与激情”的“肌肉车”,又有倡导节能环保的电动车。与往届相比,今年车展的最大亮点是不少品牌搭上互联网快车,传统车企、互联网企业纷纷发布合作战略,大有携手迈进“互联网汽车”元年的架势。

传统车企掘金“互联网+”

汽车企业、互联网企业以“软硬结合”的形象出现在车展上。比如,上汽与阿里联姻,北汽与乐视合作。日新月异的移动互联网技术为汽车迈向更智能化的智能化创造了可能。

上汽与阿里联合打造互联网汽车的消息在业内引发震动,阿里巴巴将设计新车的数字娱乐系统、云计算、地图和数据分析系统,而上汽将提供汽车开发知识技能。虽然“阿里汽车”尚待字闺中,但上汽发布的名称智能驾驶IGS已亮相。

在车展展台,由北汽与乐视联合开发的互联网智能电动车已有雏形。“我们不以整车展出,重点是展示智能交互系统,家里、办公室里所有的信息都能车里显示。”工作人员介绍说。记者在现场看到,这辆车目前只有两个座位的前排空间展示。汽车的大屏不再是单纯的行车信息,而是承载大量的互联网数据交互功能,配合云平台,用户可以通过它实现无人驾驶,显示智能导航和精准定位等。当汽车从交通工具变为一个移动智能终端设备,乘客即可通过云端获得娱乐、资讯、体育、财经等内容,打发无聊的乘车时间。

正如北汽总经理张夕勇在昨天举行的上海车展第四届高峰论坛上所说,汽车已从“带轮子的沙发”,到“装有四个轮子的电脑”,发展成为“移动互联网的终端”,汽车的角色发生质变,传统车企不抓住机会,就会沦为替互联网企业打工



■ 第十六届上海国际汽车工业展览会今天上午迎来首个媒体日,众多新款车型发布

本报记者 陈梦泽 摄

的硬件制造商。

中国贸促会汽车行业委员会会长王侠认为,在智能互联汽车方面,中外车企差距不明显,本土品牌应该抓住机会,以“互联网+”为突破口,力争赶超。

造有情感的“大白汽车”

玛莎拉蒂、法拉利、兰博基尼、迈凯伦、阿斯顿·马丁……6.1H馆豪车云集,不过,这里面“藏”着一个另类,展位还不小。

作为国内首个独立参加车展的互联网企业,博泰被安排在豪华车馆,奥妙何在?这家上海本土企业跟《超能陆战队》的机器人明星“大白”扯上了关系。

“大白”是从美国卡内基梅隆大学的克里斯·阿特金森教授所研究的项目中获得的灵感,原型是软体智能医疗保健机器人,他身上的某些功能如今已能实现。车展上,这位“大白之父”以视频方式为博泰“代言”。

今天上午,博泰推出了超前的“智能汽车”概念车。车主靠近,车盖随即自动轻盈翻开,发出指令,方向盘伸展而出。

智能汽车怎么样才“够聪明”?有情感才“够聪明”。博泰的做法是,颠覆人们对车的认知,车将成为个人情感智能移动终端,是未来每个人身边的贴心“大白”。

比如,他会呼吸,会根据温度、环境变换颜色;每次出发前会自检;隐形方向盘自由切换,当你手

握在方向盘,心跳、血压等体征数据迅速传到健康中心,他会提醒你附近有哪些医院,周边有哪些素食馆;他还会通过眼球、声纹、语音等捕捉技术,分析你的情绪,如果你情绪紧张,还是切换到自动驾驶模式吧,你可以在车里小憩、听音乐、看电影。

记者了解到,这款概念车造价1300万元,70%智能化技术研发完成。“大白之父”将与博泰开展跨界合作。

阿里、乐视等借道上汽、北汽迂回进入整车行业。而博泰造车是专注于智能汽车,使用的平台将来自国外最新的平台,智能化和客户体验部分由博泰负责研发,最后整车也是博泰负责制造、销售和服务。不管哪种方式,最终目标都是希望让智能汽车走出展馆,走上街头,走进人们的生活。

中外车企逐鹿新能源

智能化、网络化、电动化已经成为汽车行业最显著的三大发展趋势,而在其中,新能源汽车则是实现智能化和网络化的最佳载体。过去一直蜷缩在车展角落、很难引起人们关注和兴趣的新能源汽车,成为本届上海车展的重头戏。

本届车展上新能源车达到103款,创下历史记录,数量上中外车企旗鼓相当。

在北京车展上没有亮相的特斯拉终于放下身段,首次参加国内车展。此次它带来当前全球加速最

快的量产四门轿跑车Model S P85D。这款车拥有0到96km/h的3.1秒加速性能。

丰田氢燃料电池车Mirai和FV2概念车首次在国内亮相。Mirai在能量充满后,续航里程约500公里,仅需3分钟就可以再次充满能量,而且和外插电式车辆不同的是,它并不需要车主必须等待电池充满就能再次使用。车辆行驶时的排放物只有水,完全做到了二氧化碳等污染物的零排放。

FV2概念车造型奇特,车身流线型车轮以菱形布局,设计非常动感。另外,新车没有配置方向盘,驾驶者需要通过身体的重心更改来操控。

全球首发的雪佛兰FNR电动概念车十分抢眼。碳纤维空间框架结构、穹幕全景玻璃、对开车门系统、能自如贴合乘客身形的随形座椅、自动驾驶模式下前后排乘客可面对面交流,虹膜识别启动车辆……高科技细节让爱车族大呼过瘾。

国内车企也不甘示弱。大部分国内品牌都同步展出了新能源车型。比亚迪在本届车展的参展阵容全部为新能源车,除了目前热销的秦,e6出租车,e6警车外,即将在年内上市的唐、宋、元、商悉数亮相,另外还有两款新车e5、T3首次曝光。

眼下,政府补贴、牌照优先以及免征车辆购置税等多种利好叠加,国内新能源汽车市场化进程提速,行业发展渐入佳境。

走“内圈” 观展最省力

今年上海车展首次移师距离虹桥枢纽仅1.5公里的“四叶草”——国家会展中心后,看展感受有何变化?本报记者带着疑问探究。

■ 展馆指示牌人性化

由于媒体日相对人少,所以上午9点记者们从轨交2号线徐泾东站6号口出来时发现,人流颇高但尚未达到拥挤的程度,而且一到门口即看到咨询台有“小白菜”(志愿者)引导从二楼进场。到了二楼,在保安师傅“雨天路滑,注意安全”的友情提醒中,10个安检口和进场口同时开通,观众刷卡进场后即可直接进馆也比较方便。而进馆后,除了扑面而来

的各大展台和还算给力的现场免费WiFi,一眼看到的还有各大展馆高高吊起的巨幅大红色洗手间指引挂牌,而这种人性化设计在近年来的上海车展上记者还是第一次看到。

■ 展馆怎么走最省时?

不过,国家会展中心实在太大了,容易走断腿!这次上海车展会用足国家会展中心的全部13个室内展馆,展出总面积超过35万平方米。记者从昨天下午到今天上午的反复进场实测,发现用足国家会展中心的“四叶草”结构最省力,因此只要用足四片“叶子”中心区域的“花蕊”区域,走好“内环”就会更省力,而传统的直线行走法容易让自己在不知不觉走“外环”,两者时间差可以超过五倍。

■ 男车模更有说服力

记者一路观展发现,除了轮胎等零部件展台还有极少数车模露脸,以往整车展台上争奇斗艳的惹火车模们“不见了”。

不过,今年车展上帅哥靓女并不会少,今年请来的车模多会请她们“改行”穿上职业装变身成为“销售顾问”“礼仪小姐”“导览人员”等新工种,也能起到净化车展眼球的作用。“以前挑人得挑身材火爆的,今年的话长得端庄大方的;以前的女车模吃香,今年的懂车模的男车模更有说服力。”不仅如此,“改行”的车模还要从一周前就恶补汽车知识,有车模忍不住焦虑,担心到时不能应付专业观众的提问。 本报记者 胡晓晶

招 聘 启 事

根据上海外高桥进口商品直销中心有限公司(以下简称“D.I.G.”)本部的工作需要,现决定面向社会进行公开招聘店长2名,现将有关招聘事项公告如下:

一、岗位描述

- (1)负责完善和贯彻执行与门店管理相关的各项规章制度;
- (2)负责拟定并贯彻落实门店良性可持续发展的具体实施意见;
- (3)负责执行、协助督促公司关于门店管理的决议和决策;
- (4)负责门店管理工作的指导和业务培训,并对培训效果进行评估和验证;

- (5)负责门店与公司各相关部门间业务关系的协调与沟通;
- (6)负责履行店长职责确定的其它义务。

二、任职资格

- (1)在大中型超市卖场工作五年以上,在店长(含副店长)岗位上工作两年以上,有外资超市工作经验者优先;
- (2)本科或以上学历,年龄45岁及以下,男女不限;

三、基本要求

- (1)具备较强的创新能力和分析能力,有较强的计划性与执行力,积极主动,抗压性强;有较强的沟通、协调、谈判能力,

良好的团队合作意识;

- (2)坚持原则,具有客观公正、严谨仔细、积极主动的工作作风,有良好的工作素养;

- (3)具有较强的品牌营销能力和活动策划能力,熟悉品牌推广以及运作流程,善于整合各类营销资源和运用各种媒介载体,策划和组织公司品牌建设与推广的各类公关、营销、广告活动;善于运用网站、微信、微博等新媒体开展宣传和营销活动。有意向者请联系:

王先生 wangxiangjun@itoc.com.cn
51909541
薪酬从优,非诚勿扰。

纯正进口、优品优质,请认准D.I.G.
关注微信公众号:FTZDIG

上海外高桥进口商品直销中心有限公司



D.I.G.

非中介不收费