

汽车周刊

本报事业发展部主编 | 总第 579 期 | 2015 年 4 月 1 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

多家车企沪上发力新能源车 上海市场前景看好竞争激烈



成本,对于上海消费者是格外有吸引力。他透露,北汽新能源 2015 年上海销量争取超过 4000 辆。

在去年向上海市场投放了和悦 iEV4 纯电动车后,江淮汽车今年也将把 iEV5 电动车推向市场,这是国内首款完全针对电动汽车正向开发的五人座电动车,也将是江淮真正大规模冲击私人消费市场的拳头产品。iEV5 补贴后价格估计在 10 万元左右,和同等配置自动挡的燃油车的价位差不多。

财政补贴让新能源汽车的价格更加亲民,减轻了消费者的购买压力。但在使用中给予更多的支持才能彻底打消消费者对新能源车的顾虑,让新能源车性能得以真正发挥。为此,众多车企也在充电设施建设等保障服务措施上下足功夫。

考虑到纯电动汽车客户的“里程焦虑”,北汽新能源汽车推出了“智慧管家”服务体系,包括核心零部件“6 年/15 万公里”质量担保,服务站提供 3 年免费充电服务,一站式充电设施免费安装,充电网络信息共享,24 小时车辆技术状态监测,三年免费救援等。江淮乘用车新能源营销部部长雷兵也表示,“我们的定位不是卖一辆车给你,而是给你提供一套解决方案,长远考虑我们的车主的消费使用的便利性问题。”对于购买荣威 550 PLUG-IN 的车主,上汽提供免费充电桩安装、申请补贴等一条龙无忧服务,“宅捷修”上门取送车服务,以及资深顾问定制化服务等新能源汽车的专属售后服务。

有业内人士表示,未来上海不仅鼓励本地和外地新能源车进入上海市场,对于所有成熟的外资品牌新能源车型都将以积极的姿态欢迎进入。大量内资和外资车企在上海新能源车市场的充分竞争,有助于新能源车产品性能、品质,以及服务的持续提升,促进市场的成熟,这对于上海的新能源车车主来说无疑是个福音。

刘朝晖

有利于规范新能源汽车的使用范围。对于 2015 年沪上新能源车市场,车企的热情依然高涨,多款新品和相应服务陆续推出,竞争正在变得激烈起来。

插电混动还是纯电动

在业界,插电式混合动力汽车、纯电动汽车、燃料电池汽车被称为新能源汽车的三驾马车。中央财政补贴范围的新能源汽车车型,就是符合条件的上述三类汽车。但目前由于国内燃料电池汽车产销量极低,因此目前在售的新能源汽车以搭载锂电池的插电式混合动力和纯电动车为主。

由于在电能耗尽后仍能以传统燃油形式行驶,插电式混合动力车去年颇受沪上消费者青睐,成为上海新能源车市场重要的销量支撑,代表车型则是比亚迪秦和荣威 550 PLUG-IN。上海市关于购买新能源汽车必须先提供充电桩安装证明的

新规定,在一定程度上,或将有利于插电式混合动力汽车和纯电动汽车销量走向相对平衡,对于纯电动汽车的销售是种利好。

纯电动汽车在使用过程中完全零排放,对保护环境和控制大气污染有着绝对的积极作用。当前一些纯电动汽车的续航里程都超过 160 公里,部分产品甚至续航达到或超过 200 公里,完全满足日常出行代步使用。以北汽新能源 E150EV 纯电动汽车为例,其磷酸铁锂高容量高性能动力电池充满电一次,可以保证 160 公里的续航里程,相当于从上海到苏州进行往返,若选用经济模式,续航更可达 200 公里。在加速性、配置等方面,E150EV 这样的纯电动车完全不输给同级燃油车,在使用成本、保养成本上更是优势明显。

产品服务齐头并进

上汽乘用车荣威品牌相关人士

向记者表示,目前荣威 550 PLUG-IN 仍处于供不应求状态,他们最大的烦恼就是如何尽快提高产品以满足市场需求。同样,虽然受到新规些许影响,但是比亚迪经销商反映,等待“秦”交车的用户仍然排起长队。今年以来,沪上新能源车市场持续保持火热,而更多车企也开始在上海新能源车市场发力。

为了加大纯电动汽车的普及推广力度,北汽新能源近日发起了“卫蓝先锋”行动。就在上个月,北汽新能源在上海开设了第二家直营体验店。在享受国家和上海地方以及北汽的补贴后,E150EV 纯电动汽车的价格仅为 8.48 万元,同时还能享受上海免费新能源汽车牌照和免购置税政策,再加上浦东新区和嘉定区分别推出的 2 万元和 1.5 万元的区级政府新能源汽车购车补贴,显得相当诱人。北汽新能源营销公司总经理张勇表示,北汽纯电动的高性价比和百公里仅需 8 元的低使用

今年两会《政府工作报告》首次提出制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合。“车联网时代”正在到来,这种跨界的侵袭给传统汽车业带来了无限的想象力,2015 年又将发生怎样的蝶变?

布局初露峥嵘

进入 2015 年后,车联网的热潮继续升温。3 月 23 日,北汽与乐视在香港签订战略合作协议,共同打造互联网智能汽车生态系统;3 月 13 日,上汽与阿里巴巴共同宣布:双方将共同打造“跑在互联网上的汽车”。在此之前,乐视公布“超级汽车”计划,奇瑞、易到用车、博泰电子三方宣布要“一起玩大的”,打造下一代智能汽车。近日,又有苹果公司将涉足智能汽车的消息不胫而走。另外,东风、长安与华为为联手的案例接连发生。根据这些企业之间的合作方式,均是由汽车厂家从汽车制造技术方面、通讯公司从电子技术方面,两头发力、合力而为,致力走出一条“车机系统、车联系统直至智能汽车”的未来汽车发展之路。种种迹象表明,面对来势汹汹的互联网,汽车厂家纷纷主动出击拥抱互联网,布局已露峥嵘……

“车联网时代”会有怎样的蝶变?

颠覆传统模式

在大数据的指引与冲击之下,传统汽车业从设计、制造、销售、服务都面临着全新的挑战。

汽车行业作为一个传统的制造行业,发展到如今这个阶段,智能化已经成为了最明确的需求。人们越来越希望自己的汽车不再只是代步工具,还应该满足更多需求。互联网已成为一种推动力,将给汽车产业带来一场革命。毋庸置疑,汽车产业将遭遇到移动互联网浪潮下崭新思维方式和商业模式的冲击,影响将贯穿全产业链。未来汽车的呈现形式、研发和制造模式都将经受挑战。正如北汽集团董事长徐和谊所说:“移动互联网对整个世界的颠覆是显而易见的;要么融入,要么等死,没有第二种选择!”

庆功为时尚早

然而,春风得意的车联网并非只有阳光面。当下车联网虽然很热闹,但是犹如一盘散沙,在市场的渗透率还不到 5%,处于较低水平。主

要原因是车联网是一门横跨汽车专业和 IT 专业的跨界科学,既要对接汽车行业和市场相当的深耕,又要对移动互联网有着深刻的认识。目前汽车业界和互联网业界各自都对车联网研究存在盲区,汽车业界者只从专业角度出发研制产品却忽略了人性化,连全国违章信息推送这么实用的功能都不具备;而互联网巨头们研发的相关“盒子”则不够专业,连标准化的汽车行驶数据都不能获取完整。

在主导角色方面,究竟是由汽车厂商主导,还是由汽车电商、内容运营商、技术服务商来主导,个中博弈仍会继续;而在技术方面,传感技术、定位技术、网络传输、安防技术等都有待提高。简单来说,究竟采用移动设备外接方式联网还是通过车机系统自动联网,就是一个现实的问题。如果仅仅通过外接移动设备来实现车辆联网,那么现有的车联网应用充其量只是对已有互联网技术的组合,并未发挥出车联网应该具备的价值。

另外,智能汽车的基础环境尚

待完善。美国车联网技术发展至今长达 30 年,日本也已达到 23 年,并且两国仍然积极投入新技术的研发。中国车联网技术从 2009 年正式起步,仅发展了 5 年,目前处于智慧交通的建设期,问题较多。因此,过分夸大车联网只能算是一种概念炒作。

越来越多的分析显示,汽车厂商在大规模地引入互联网技术的同时,并没有给这些新功能提供足够的保护,黑客可以通过技术手段控制车辆或者窃取用户信息,这就带来了安全隐患。究其根源,是因为当前由互联网公司、汽车厂商主导的车联网产品数量众多,却互不兼容,缺乏整合,无法通过有效沟通建立统一的安全标准。正如中国汽车工程学会理事长付于武所说,“行业相关技术标准的滞后与不统一制约了中国车联网产业的发展。”

所以,现在谈论车联网未来如何,为时尚早。车联网不应停留在热炒概念上,需要更多融合,才能变成真正强大的城池。

李永钧