

汽车周刊

拿起手机,扫右边的二维码,关注《新民晚报》汽车官方微信——XMAN,即有机会赢得“新焦点”洗车券一份。
关注后输入您的:【姓

名+性别+联系方式+爱车品牌及车型(有车)+车龄(有车)],就能变身我们的专属汽车会员,有机会赢得我们送出的“新焦点”价值560元汽车光触媒一次。



本报专刊部主编 | 总第 622 期 | 2016 年 2 月 3 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

中国车市猴年十大猜想

呈明显的增长趋势。由此看来,日系车已经全面打响了“收复”之战,至于能否在猴年进一步“收复”其在过去3年所失去的市场份额,则将考验日系车企战略规划的“后劲”。

汽车金融大战或打响

中国汽车市场的发展在经历黄金10年后,新车销售的利润将进一步受挤压,行业的整体驱动力和竞争力正向汽车金融等后市场链条延伸,发展创新高效的金融业务将成为汽车厂商抵御传统业务下滑、打通各服务环节的重要手段。当下,汽车金融渗透率已超过20%,汽车金融市场规模正以每年25%的速度持续扩张。未来三年,汽车金融将由现在的7000亿元的规模上升到1.5万亿元。面对庞大的市场,猜想猴年一场围绕汽车金融的大战或将打响。

汽车电商全面崛起

作为汽车销售的另外一个渠道,汽车电商在羊年开始发力。不仅传统快消电商加入了汽车电商之列,门户汽车频道和垂直汽车网站也切入了汽车电商,汽车企业也在大举进军电商。截至去年上半年,我国网民达到6.68亿,互联网普及率达到48.8%,手机网民达到5.94亿,这为电商以及汽车电商打下了坚实的群众基础。猜想猴年汽车电商的规模和成交量将创下历年最好水平。

李永钧

猴年的新春锣鼓即将响起,如约而至的新一车市注定不会平静,猜想多多,给行业带来了新思考。

新能源车成最大亮点

去年,政策的持续鼓励让新能源车驶上了快车道,国内新能源车产量达34.04万辆,销量33.1万辆,同比分别增长3.3倍和3.4倍。随着国务院禁止对新能源车购买限制,以及国家对于充电桩完善和建设的多项利好政策的落实,新能源车将成为猴年及未来推动车市的最大亮点。

SUV高烧不退

可以猜想,猴年仍会是“SUV大热”的一年。随着二次购车逐渐成为主力,其中大部分原购车消费者将投入SUV怀抱。除了消费者的青睐,相比轿车利润更大的SUV产品也是厂家更乐于大力推销的。车市的需求热点正在向SUV车型转移,而政策对推动市场热销车型更有促进作用。目前SUV的动力总成系统也有所提升,这就致使更多主流SUV能够进入1.6L以下的补贴范围,由此一来,对SUV市场的拉动效果就更为突出了。

“混动时代”或到来

虽然电动车的技术路线毋庸置疑,但诸多“壁垒”短期难以逾越,作为最现实的节能减排产品,混合动力将会大行其道。混合动力已经不再是丰田汽车的独门绝技。包括大众、奔驰、宝马在内的欧系汽车企业已敞开大门拥抱混合动力,将其列为节能减排汽车的发展重点。从之前丰田一家孤军奋战,到如今跨国车企竞相追捧,混合动力正在建立集群效应。

互联网走向前台

进入猴年,猜想谷歌的自动驾驶将更加成熟,苹果造车计划会透露出更多的信息。百度和腾讯会拼命地搭建汽车生态圈,华为会不断升级其车载硬件和软件系统,阿里巴巴会投入更多精力做汽车电商,乐视则把智能化产业链开始向外延伸。自动驾驶、车联网、让车辆具备感知环境的能力进而降低风险,成为汽车科技新动向。IT企业的搅局,对消费者是利好,只有竞争才会有更大的优惠。车企抵制互联网已不可能,应该主动拥抱和适应新潮流。

限行限购再扩大

尽管限行限购不是解决拥堵的最佳办法,因限购而带来的“政策性饱和”已显示种种弊端,但随着城市交通系统压力的不断凸显和大气污染的日益严峻,预计猴年各种形式的限行限购还会持续推出。种种迹象显示,随着机动车保有量的快速增长,国内一线城市限牌已成为一种趋势,剩下的疑问只是时间早晚的问题。猜想今年各地越来越严格的政策将会逐步出炉,这将对市场带来长远的影响,尤其是自主品牌将迎来更加严峻的考验。

车企重组大潮将来临

据统计,目前我国有各类车辆生产企业1300多家,其中有一批企业多年来处于停产或半停产状态,生存十分困难,成为汽车产业兼并重组的主要阻力之一。去年初工信部、财政部、国家发改委等部门联合发布指导意见,汽车业被列为九大兼并重组重点行业的第一位。11月初,继《关于建立汽车行业退出机制的通知》后,工信部又发布了首批公示企业名单,名单上的车企在整顿

期过后,如果依然无法通过相关考核,将被“劝退”。汽车行业生产厂家之间的重组大潮即将来临。

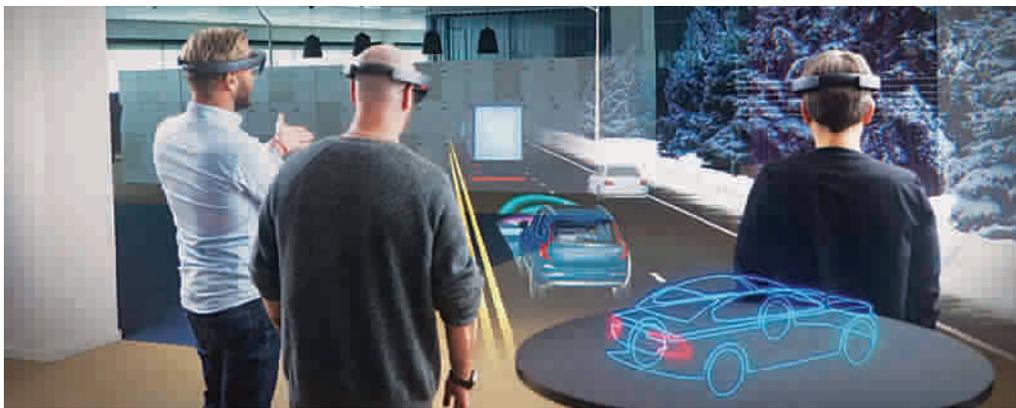
自主品牌继续冲高

去年,与车市整体低迷不同,经历了上年市场份额12个月连降的自主品牌迎来了春天。统计数据显示,除日系车外,其他外资品牌市场份额整体均呈下滑态势,自主品牌正在以惊人的速度抢占外资品牌的市场份额。不过,猴年自主品牌要想继续高歌猛进还有些困难,如果合资品牌产品价格继续下探,市场覆盖面更广,新一轮大城市限购政策的出台,必然将使自主品牌生存环境更加恶劣。自主品牌继续冲高任重而道远。

日系车持续发力

在经历了近3年的“寒冬”之后,羊年日系车终于集体复苏。主要原因在于几家日系车企在过去3年间思路的转变,进行战略调整,目前已经进入显效期。近年来日系车企将更多搭载先进技术的车型导入中国,在外观上也日趋年轻化。从市场份额上看,日系车在外国品牌中也

虚拟现实如何颠覆汽车业



在年初举行的2016 CES消费电子展上,虚拟现实相关产品的火热程度又达到了一个新的高潮,2016年也被定义为VR虚拟现实元年。而随着VR技术的渗透,汽车业也正在发生革命性变化。

当今时代颜值在各个领域都起到了重要作用,汽车行业也不例外,消费者对一辆汽车的第一印象便是对颜值的评判,而且汽车设计过程中,造型设计也往往是最先的步骤。造型设计随着计算机技术的进步,已经由平面变为立体,由2D变为3D,可是现在,由于VR技术的发展,造型设计又可以再上一个台阶,由普通的屏幕3D模式,进入沉浸式虚拟现实的造型评价方式。

自2000年以来,福特就开始研究在汽车设计过程中使用虚拟现实技术,如今福特已经建成Immer-sion Lab实验室来实现这一目标。在这里,设计师和造型评价人员通过虚拟现实头盔,如临其境地观察一辆汽车,并且可以用虚拟的方式快速切换车身颜色,并模拟各种外

界条件来观察汽车的外观表现。通过虚拟现实技术来实现对汽车外观的真实性评价,从此汽车设计不再是纸上谈兵。

除了造型设计之外,虚拟现实技术也将被使用在汽车同步工程之中,对汽车工艺设计和生产装配带来巨大变革。通过虚拟现实技术可以模拟汽车生产工艺和装配流程,在汽车设计阶段就将数字模型导入同步工程,可以有效进行工艺分析和生产线装配过程的模拟,完成生产线设备的调试工作,减少甚至避免在实车生产阶段出现装配不良、困难作业、生产线不匹配等问题,通过数字模拟同步进行生产模拟和工艺分析将大大缩短新车开发的周期,降低汽车开发成本。

相信很多消费者都已经体验过了汽车销售中虚拟现实技术的使用,在2015年广州车展上,东风日产、上海通用、现代、丰田等厂家都通过虚拟现实的方式为消费者提

供模拟试驾体验。其中东风日产的新逍客体验不仅通过眼镜设备进行视觉现实模拟,更是通过机构设置模拟了车辆在各种路面行驶的颠簸状态,使消费者获得了不错的驾乘体验。

可以想象在今后买车的时候,消费者不再会因为试驾车型有限和场地的局限而遗憾,消费者将通过虚拟现实技术身临其境地体验车辆的各种行驶状态,并且可以快速切换内饰风格和车型来进行比较。此外,消费者还可以通过虚拟现实技术看到汽车的内部结构设计,对自己将要购买的汽车有全面的体验和认识。通过虚拟现实技术,可以使消费者获得最佳的购车体验,更有效地选择一辆自己喜欢的汽车。

关于VR虚拟现实可以想象到的汽车应用还有很多很多,VR正处在风口,势必会有爆发式发展,新一轮VR技术革命必将为我们创造新的汽车生活。未来,你准备好了吗? 罗裕

广本2015逆市增长三成

2015年国内车市呈现持续下行态势,而广汽本田则全年销量与终端销量逆势飘红,双双实现大幅增长:累计销量达580068辆,同比增长20.8%;终端销量累计602315辆,同比增长30.9%。

在“量变”的背后,从产品力、营销力、渠道力、服务力,再到研发、生产的“智造力”以及品牌力,强大的体系合力已然形成,这便是广汽本田“智变”的奥秘。在坚持把产品做好的同时,广汽本田持续导入新车型,以全新锋范、第三代飞度、缤智、奥德赛、2015款雅阁等为代表的广汽本田全系车型全面绽放,在各个细分市场均确立强势领军地位,形成广汽本田史上最丰富的产品阵营。



上汽大通领跑商用车市

在整体车市陷入微增长的情况下,上汽集团2015年累计汽车销量590.19万辆,同比增长5.01%,继续领跑国内车市。其中上汽大通同比增长68%,成为上汽旗下增长最快的板块之一。

2015年商用车销售完成了345.13万辆,同比下降了8.97%。而上汽大通V80在宽体轻客市场整体下滑的形势下逆市上扬,全年销售21068辆,同比增长24%,市场份额也从去年

的12.8%提升为15.6%,在没有市场增量的情况下,抢占了市场存量,进一步巩固了“坐三望一”的行业地位。

在国内市场,上汽大通延续“大通速度”,继续领跑行业发展,全年销售30273辆,特别是在一些区域市场份额的增长中独领风骚,部分市场突破30%甚至40%。在“主场”上海,市场份额已经扩大到30%以上;在浙江嘉兴,上汽大通产品去年9月份的上牌量首次跃升到了第一位。宝龙