江森自控将在沈阳建汽车电池制造基地

本报讯 （记者赵 伟）江森自控近日宣布已签署相关投资协议，计划在沈阳市建立全新的汽车电池生产基地，进一步扩大对中国这一全球最大汽车市场的投资。新工厂计划于明年年初开始建设，预计2018年投入生产运营。能够帮助整车厂商满足日益严格的燃油经济性及排放法规要求的起停汽车用电池，将成为工厂主要的产品。

新工厂将位于辽宁省沈阳市的铁西区，总投资约2亿美元。工厂建成后将配备先进的生产设施和制造工艺，采用行业领先的可持续发展及环保标准进行生产运营，预计可实现年产能600万只汽车电池。

江森自控的汽车电池业务于2005年进入中国市场，目前已在中国建立两个生产基地，分别位于重庆和浙江，另有一个汽车电池研发中心位于上海。

已连续3个月低于上年同期水平

7月汽车产销量下滑超预期

本报讯 （记者张海燕）中国汽车工业协会（以下简称中汽协）日前在京举办的月度汽车产销信息发布会显示，我国汽车7月产销量环比明显下降，同比亦呈现较快下降。产销量已连续3个月低于上年同期水平，7月汽车产销量下滑超预期。不过，在低迷的市场行情中，仍有新能源汽车高速增长及中国品牌乘用车市场份额保持增长两大亮点。

统计数据显示，7月，汽车产销分别完成151.80万辆和150.30万辆，比上月分别下降18%和16.6%；与上年同期相比产销量分别下降11.8%和7.1%。1～7月，汽车产销分别完成1361.27万辆和1335.33万辆，比上年同期分别增长0.8%和0.4%。月度累计增幅继续回落，比上年同期分别回落8.7和7.8个百分点。

2015年7月我国汽车工业经济运行总体情况包括：产销量继续下降，乘用车产销再次下降，商用车产销同比下降，行业集中度继续保持较高水平，汽车出口同比下降，营业收入、利税总额低于上年同期，摩托车产销和出口均下降。

但是，2015年7月我国汽车工业经济运行仍有两大亮点。一是，新能源汽车高速增长。7月，新能源汽车生产19307辆，销售16884辆，同比分别增长2.2倍和3.3倍。其中纯电动汽车产销分别完成11252辆和8970辆，同比分别增长1.7倍和3.3倍；插电式混合动力汽车产销分别完成8055辆和7914辆，同比均增长3.4倍。

1～7月，新能源汽车生产95530辆，销售89549辆，同比分别增长2.5倍和2.6倍。其中纯电动汽车产销分别完成60294辆和55180辆，同比分别增长2.7倍和3倍；插电式混合动力汽车产销分别完成35236辆和34369辆，同比增长2.2倍和2.1倍。

第二大亮点是，中国品牌乘用车市场份额保持增长。7月，中国品牌乘用车销量为49.42万辆，同比增长5.1%；市场份额为39%，同比提高4.3个百分点。

数据显示，1～7月，中国品牌乘用车销量为467.88万辆，同比增长13.6%；市场份额为41.2%，同比提高3.7个百分点。

2015年7月中国品牌汽车销量前15名企业集团为：上汽、长安、东风、北汽、长城、江淮、华晨、吉利、一汽、奇瑞、比亚迪、力帆、江南、重汽、广汽；2015年7月中国品牌乘用车销量前十五名企业集团为：上汽、长安、东风、长城、北汽、吉利、奇瑞、比亚迪、江淮、一汽、华晨、江南、广汽、力帆、海马轿车；2015年7月中国品牌商用车销量前十五名企业集团为：北汽、东风、长安、上汽、华晨、江淮、一汽、重汽、长城、力帆、陕汽、金龙联合、宇通、唐骏欧铃、成都大运。

8月14日，苏州城区更新的第三代出租车首批50辆开泰出租车上路投运，并为车载支付功能进行了扩展，其计价器支持银联闪付和支付宝付款功能，同时全车覆盖免费WiFi，提高乘客服务。该市客管部门随时可查看车内的视频监控及历史回看，安全性能也得以提升。据了解，此次苏州出租车扩展的车载系统开通支付宝付款功能为江苏省内首创，本月底前该市将有11家出租汽车企业共400辆出租车完成全面升级。

王建中 摄

发动机变速箱纳入“以旧换再”全国试点

本报讯 （记者王 辉）近日，由国家发改委、财政部会同工信部、商务部、质检总局组织实施的再制造产品“以旧换再”试点工作在全国启动。这是继完成汽车零部件再制造第一批试点工作后，实施的又一项利国惠民政策。

汽车发动机和变速箱被纳入此次“以旧换再”的产品目录中，由汽车零部件再制造行业的10家企业为试点单位，负责实施汽车发动机和变速箱再制造产品的“以旧换再”工作，涉及112个型号发动机和变速箱再制造产品。

“以旧换再”是指中国境内再制造产品购买者交回旧件并以置换价购买再制造产品的行为。国家按照置换价格（再制造产品销售价格扣除旧件回收价格）的一定比例，通过推广企业对消费者给予一次性补贴。再制造零部件产品必须由国家批准的具有资质的企业生产，而且经过审核认证的产品必须在明显位置或包装上，使用再制造产品认定标志。企业需按照《再制造“以旧换再”推广产品标识内容》进行标志，标志可以直接印制在包装箱上也可以以不干胶形式印制，且需张贴在产品外包装的显著位置。

据了解，再制造服务体系将围绕旧件回收、拆解、清洗、验收、销售等过程，以政策引导等方式为再制造行业提供服务。重点解决再制造的旧件回收体系建设、电子商务交易体系建设、关键技术和装备研发、产品质量第三方检测与认知体系建设、产品质量保险服务体系建设等问题。通过规范进口旧件种类与流程，完善财税政策，扩大“以旧换再”试点范围，加大补贴力度，政府采购引领示范作用，保险与金融服务的支撑作用，并调研企业急需的其他政策措施，从每个环节逐一突破。

为更好地全面推进我国零部件再制造产业发展，《中国再制造服务体系建设研究》课题编制工作也正在紧密筹备中。为保障“以旧换再”试点工作的顺利实施，国家委托有关单位开发了“以旧换再”管理系统，同时组织编写了地方管理部门和企业的操作手册。

企业需在信息系统上统计和上报再制造产品的销售数据，保证再制造零部件“以旧换再”的交易数据及时传输、审核、上报，方便各级主管部门及时了解及监管全国“以旧换再”业务开展情况，随时掌握“以旧换再”各项业务状态，保证企业能够及时拿到补贴，协助再制造企业完善营销网络。

（上接5版）

保险赔偿不要急

虽然众车企损失严重，但是记者了解到，不管是大型整车贸易商，还是小型平行进口企业，大都为车辆购买了保险。因此，他们的损失，保险公司能够帮助分担一部分。

据了解，事件发生后，保监会与中国人寿、平安人寿、太平洋保险、民生保险、安邦保险、阳光保险等保险公司都迅速启动了重大应急预案，紧急成立工作组，前往事故现场，配合应急事故处置工作。同时，开启绿色通道，排查个人投保情况。

同样是赔付，但是保险赔付的种类各不相同。颜景辉告诉记者，本次按车险赔付的可能性不大，因为港口仓库的车还没有卖到个人，一般是没有大票（正式销售发票）的，基本都是总经销商的，因此绝大多数是按财产保险赔付。

对于正规的贸易港口仓库，承担库存的物流一方一般会购买相关保险。一般保仓到仓，也有到门的（到经销商停放处），如果投保了货运险，这种情况则会有赔付。

记者了解到，目前赔偿基本有3种：

第一是“仓到仓条款”赔付：类似于这种通过海运过来的进口车，涉及到一个“仓到仓条款”。即在正常运输过程中（海上、陆上、内河和驳船运输），保险责任自货物在始发地开始运输时生效，直至货物到达保险单中目的地被收货后停止生效。如果抵达到的港口不是目的地，保险责任在货物卸离海轮60天内也是生效的。也就是说，如果这批受损车辆是物流公司运送到港口的，在送到厂家之前的安全问题由物流公司来负责。如果物流公司在港口处将车交给了厂家，那么则由厂家来负责。厂家一般会给货物投保“企业财产险”，而物流公司则会投保“货物仓储险”。

第二是“企业财产险”：据了解，受损的雷诺汽车，是停在了厂家自己的仓库中，属于“企业财产险”的范畴。

第三是值得注意的。保险公司有“代位追偿”：即使进口商没有为车辆购买保险，也有权在事故爆炸责任方确定后，向后者索赔。赔付给进口商的保险公司，可以事后向事故责任方追偿。等责任明确后，再由保险公司以“代位追偿”的方式向事故责任人追索赔偿。

对受损车流向的担忧

即使是保险赔偿，也是要按照受损程度赔偿。颜景辉说，此次保险赔付审核应该是很严格的，不会一概而论。如果车辆尚可维修，保险公司是不会按照全损赔付的。也就是说，如果是轻度损伤的车辆，很有可能经过修复，再度使用。

事故发生后，很多受损企业纷纷承诺受损车不流入市场。但是万辆受损车中毕竟会有部分车可以修复，这不得不令消费者担心。

颜景辉说，如果停放在仓储场的车辆已经完成物权转移，即厂家与购车主体已经完成交易，故此时被损毁车辆物权已不属于主机厂。因此在这种背景下，就不能完全排除受损较轻微的车辆，经过修复后会继续流入市场。对此有专家建议，有关部门应该公开受损车的信息，如车架号及对应车辆处理结果，公布每辆涉案车的去向。可以参见奥迪A6L泡水事件的后期处理。

遗失声明

我单位不慎将移动式压力容器使用登记证本丢失，使用登记证书编号：容3MA豫J21003，使用单位：濮阳市万顺汽车服务有限公司，注册代码：22204109022012020003，压力容器名称：液化气体汽车罐车，车号：豫J—C622挂，发证日期：2012年2月10日，有效日期至：2016年2月9日。声明作废。

濮阳市万顺汽车服务有限公司

2015年8月18日

“中国制造2025”的他山之石

“宝马制造”的数字化科技探秘

□ 本报记者 赵 伟

作为全球领先的汽车制造商，数字化科技的应用，为宝马集田输入了新的原动力，让更创新、更以人为本的生产成为可能，更好满足客户的个性化定制需求，将柔性生产做到极致。据悉，宝马集团正在借助数字化的力量，不断优化集团生产系统，改善复杂的生产过程，持续提升生产效率。

“我们的首要任务是保证工序精准，质量出众，数字化科技在这方面将扮演重要的角色。”宝马集团负责生产的董事齐普策（Oliver Zipse）表示；先进科技还将长期、可持续地造福第一线工人：“长远看，数字化科技的应用，会让我们的工作环境变得更加现代化。在一些工序上，数字化将释放更多生产潜能，持续提升生产效率。未来，生产线上的工人将拥有更大的自由度，甚至可以创造和改造自己的工作环境。”

要将生产数字化，宝马集团目前聚焦在六大关键领域。

带预判功能的环境感应辅助系统：智能的工具可以直接辅助工人执行任务，同时简化复杂的工序，例如智能手表的应用。在宝马集团慕尼黑和莱比锡工厂进行的试点项目中，智能手表可以预先提示工人传送带上的车辆的特殊需求。手表的显示屏亮起的同时发生振动，提醒工人下一道工序的特别要求，比如要安装的螺丝数量不同。

创新的机器人系统：为了减轻工人负担，如今先进的机器人系统已经可以独立完成一些对体力要求较高或不符合人体工程学的生产流程；轻量机器人也已经与工人并肩工作，并无需防护隔断。机器人系统的使用，将保证重复乏味的工序可以得到始终如一的品质。

早在2013年，宝马集团就已经开始使用轻量机器人完成各种工作，如在精确控制的高压下安装车门内侧的隔音材料，或者在挡风玻璃上涂粘合剂。目前，轻量机器人已经在斯帕坦堡、雷根斯堡、丁格芬和莱比锡工厂的量产车生产中投入使用。

实用性更强的数字化3D模型：数字化还可以显著提高生产效率。与传统的平面图相比，3D的工厂模型有着众多优势。例如：有了3D扫描仪和高精度的数码相机，位于英国古德伍德的Rolls-Royce工厂，仅用一个周末就完成了准确到2毫米内的精密测量，这是全球第一个用于生产规划的三维工厂模型。今后，该工厂调整生产线或者设备位置时，再也不需要使用CAD重制或者人工测量。

与传统平面图纸相比，三维模型可以直观地模拟和评估空间变化。此外，数字化工厂还可以为快速、灵活的调整生产提供精准、全面的实时数据库。

更高效的零部件分析方法：在工厂零部件供应和生产流程中，自动化的数据分析方法也效果显著。联网数据可以让物流过程变得更加透明，甚至可以提供零部件质量方面的信息。

例如在宝马集团丁格芬和兰德胡特工厂，全新一代BMW 7系的每一个碳纤维零部件，均可以通过二维码识别，监控其整个生产流程，并提供工序链的相关信息。

智能的物流系统：从更宏观的角度来讲，智能的数据科技可以提供整个供应链的实时信息。如果传输路线中出现问题，相应的零部件供应部门可以迅速做出反应。这些类似于“雷达”的功能，提高了宝马集团国际供应网络的透明度，并优化了供应链。

自动化数据分析和控制系统：自动化的数据分析提高了宝马集团各个工厂的生产安全性。诸多具体措施的整合，可以帮助工厂优化生产过程。

例如，系统可以分析标准工艺曲线，自动排列和评估每个螺钉的焊接工序数据，及时对偏差进行修正，避免中断生产工序。得益于大规模应用的自动化的数据分析，宝马集团各个工厂的效率和质量都取得了质的提升。

宝马集团科技规划总监Christian Dunckern表示：“数字化科技为整个集团的生产系统带来了巨大的生产提升空间。然而，并非所有科技上可能实现的解决方案在现实中都是可行的。最关键的一点，所有先进科技的使用都要考虑生产的实际情况，对此，在生产一线努力工作的工人最具发言权。”

有形汽车市场推广放心二手车工程

本报讯 （记者王 辉）8月12日的亚市7月份全国汽车信息发布会上，中国汽车流通协会有形市场商会秘书长王宏昌介绍了在全国汽车有形市场实施的“放心二手车推广工程”。

今年的二手车市场显露出强劲增长态势，2015年交易量有望超过1000万辆。在二手车快速增长与发展的同时，还存在着一些难题。

首先是质量无保障，表现在没有评估的权威性、车辆维修记录，掩盖缺陷。

其次是售后无服务。相比新车有售后保障，而二手车无售后服务，没有定点、可信赖的维修，故障无法判断，维修质量无保证。

另外，投诉无结果。经纪人C2C模式无保障，“三包”法不涉及，此类“法外”投诉商户、市场、政府不接待。

王宏昌分析，造成这些“三无”状况的原因，主要是因为目前二手车评估统一标准难。眼下的情况是一车一状况、一车一价格、一户一服务，信息不对称，没有统一标准。另外，纠纷解决难。质量无标准，行业缺规范，一旦出现了纠纷、异议、矛盾，因缺少法律法规依据而难以答复、解决。第三是规范落实难：即使有一些行业规范、条约，因推行力度不够，也难以落到实处。他说，要解决当前二手车行业存在的这些难题，重点应该从完善服务、售后保障两大方面着手，主要解决车企并满足消费者的车源充足、评估认证、过户上牌、服务贴心问题，建立完善的体系，解决诊断可靠、维修便捷、质量可靠等消费者最关心的问题，最终实现消费者放心购车、愉快用车、售后有服务、投诉有着落、问题有答复。

近日中国汽车流通协会有形市场商会发起了全国“放心二手车推广工程”活动。目前这项活动已在各地开展，柳州风驰旧机动车交易市场携第一批6家二手车经销商正式加入“放心二手车推广工程”。贵州地区也已经开展了此项活动，近日已有8家企业加入到放心二手车推广活动之中。

“放心二手车推广工程”的活动内容包括：让二手车具有如同新车的质量保证，保证二手车的品质；消费者购买的二手车在质保期内，若发生质量问题，可以得到免费维修、免费更换零部件的服务，并且这种服务覆盖全国；消费者购买的放心二手车若在质保期内出现质量问题，只需拨打服务热线就可以轻松解决，有专家为车主服务，解决质量问题；维修有保障。放心二手车推广工程由万高（上海）投资咨询管理有限公司提供技术支持。万高拥有1080多家高端专修网点，可专业服务平行进口汽车；拥有遍布全国的1.2万家二手车售后维修网点，并且全国授权维修网点覆盖31个省份，288个城市，同时做到维修有记录，质量有保障。

越野大师跟随时代潮流

固铂触“电”

□ 刘 杨

8月7日，美国固铂轮胎（CooperTires）在浙江湖州的路虎体验中心与电商平台淘汽云修签署战略合作协议，后者将成为固铂轮胎的网络销售渠道之一，在今年年初，固铂已经在京东商城建了旗舰店，并参与京东618促销活动。

2006年才进入中国市场的固铂在过去9年里，一直为品牌和渠道而努力，它虽然位列全球十大轮胎企业行列，但它的竞争对手如米其林、普利司通等，在销量上远远超过固铂，品牌与渠道更是领先很多。因此，固铂入华后的策略是寻求差异化定位，比如它固有优势市场——替换轮胎，以及产品特征优势——越野能力强。

此番选择路虎体验中心作为签约产地，也是因为固铂已经成为该体验中心的独家轮胎供应商，在赞助赛事之外，与高端越野品牌合作，更能提升固铂的美誉度。

电商渠道则是固铂轮胎深思熟虑之后的战略选择。固铂轮胎全球资深副总裁兼亚太区总经理曹克昌博士表示，“通过互联网进军汽车服务领域，面向新生代车主的消费习惯，是顺应时代发展与市场需求的必然选择。”

越野大师

成立于1914年的固铂轮胎，起家是从轮胎维修替换开始，虽然进入中国的品牌只有三四个，比如固铂、斯达飞、马斯特以及迪恩，但实际上，美国固铂旗下拥有超过10个的个性品牌，其中有些品牌是退役赛车手以自己名字创办，并突出越野或赛道特性。因此，固铂在中国市场的定位始终围绕“全球SUV&越野轮胎大师”。在今年7月完赛的2015中国环塔（国际）拉力赛中，固铂成为唯一指定越野轮胎供应商。

品牌的个性还需要渠道销售支撑。目前，美国固铂轮胎在华共拥有超过3000家零售店网点。曹克昌介绍说，渠道一直是我们注重的方向。在稳重求进的原配市场的同时，我们在线下超级体验中心的门店有很大的举措。比如过去固铂轮胎已经建立了4家超级体验中心，他们分别在上海，北京，山东，成都已经成功开业，并取得了很不错的社会反响。随后，今年的8月9月，我们还将在内蒙古，河北保定开放新的超级体验中心。2016年我们超级体验中心陆续会有10家左右对外开放。

大势所趋

固铂并未透露此次与淘气云修合作中对销量的考核指标，只是强调一定会有数量的考核。实际上，涉足电商对于曹克昌而言，并不算艰难的决定。他在加盟固铂前，在柯达工作了20余年，见过数码产品研发周期从几年到几个月的缩短，也见过数码相机销售渠道的迅速变化。曹克昌甚至见证了柯达从胶片向数码转型的艰难——当初在中国遍地开花的数码冲印店，就是他参与实施的。

因此，当汽车售后市场出现互联网化的趋势时，固铂轮胎很容易感受到其中来自消费者的需求以及行业整体转型的趋势。比如，以前轮胎产品还可以慢慢铺货，靠门店去推销，现在有了网络，消费者的需求可以快速对接。“消费市场没变，但消费模式变化很大。”曹克昌说。

对制造商来说，电商化不仅仅是市场端的拉动，它还可以是解决产能和效率的工具。过去企业依靠精益工具来提升质量，现在由于电商的介入，信息流变得更通畅，为了更快跟上市场节奏，轮胎制造业在产品品类方面也需要结合渠道特点。此次固铂对电商渠道和传统渠道，就是通过轮胎型号的差异化来和平共处，并且尽量覆盖目前销售的空白区域。