

国家智能汽车创新发展战略起草工作启动

智能网联汽车驶向快车道

行业观察

本报讯 (记者王 辉)9月15日,在国家发改委召开的新闻发布会上,国家发改委政策研究室副主任兼新闻发言人孟玮表示,发改委已启动国家智能汽车创新发展战略(以下简称战略)起草工作,预示着智能网联汽车将迎来重大发展机遇。

国家发改委产业协调司处长吴卫在9月9日举办的2017中国汽车产业发展(泰达)国际论坛上也曾透露了相关信息。吴卫指出:“智能汽车的发展是大势所趋,更是中国汽车产业发展的重大机遇。”作为深度融合的代表,智能汽车是实现高速、绿色的重要支撑,是国家综合竞争力的体现,国际国内实践表明,智

能汽车势头发展迅猛,将加快推进新一轮产业变革的进程,发达国家的技术应用取得不断突破,在关键领域有先发优势。

目前,我国新能源汽车形成了较为完整的自主化产业体系,互联网通讯领域涌现出一批领军企业,人工领域有较深的积淀。与此同时,还存在缺乏全面战略部署,核心技术比较薄弱,相关法律规范还没有出台等亟待解决的问题。为加快我国智能汽车创新发展,力争在全球新一轮产业变革中抢占制高点,培育新优势,增强国家硬实力,近期国家发改委就加快我国智能汽车创新发展组织了专题研究。

除了强化顶层设计,制定总体战略外,国家发改委还将集中优势资源,构建智能汽车创新发展平台。

孟玮表示,在国家统筹指导下,以市场化运作模式,凝聚汽车制造骨干企业、网络通信领军企业、电子信息龙头企业、重点科研单位和大院校、金融机构和先进制造业投资基金等多方力量,尽快组建能够引领支撑智能汽车自主发展的市场主体,形成国家智能汽车创新发展平台。

与此同时,战略还将聚焦核心技术,加强科研攻关。“加大支持力度,突破重点领域核心技术,包括智能汽车系统及部件、车载智能操作系统及计算平台、高精度地图、北斗高精度定位、5G网络和车载通讯、新一代人工智能、大数据云控基础平台、智能交通基础设施和安全管理设施等,满足高级别智能汽车应用要求。”孟玮说。

在制度供给和法规标准等方面,战略提

出,将加快中国智能汽车领域立法进程,对辅助驾驶功能应用、智能汽车公共道路测试、自动驾驶系统与驾驶员的责任划分、车辆保险管理等方面作出规范;加快建立中国自主技术标准体系。吴卫表示,立法将对公共道路测试和驾驶员的责任划分作出规范,在智能交通设施方面加快我国自主标准体系,对影响车辆安全和信息安全的环节建立强制性的标准规范。

孟玮还表示,战略将促进城市规划建设与智能汽车协调发展,实施道路基础设施信息化升级改造,加快建设智能交通系统。加快建立智能汽车测试方法和评价体系,选择高速公路实际路段和特定园区,按规定条件开展智能汽车实际道路测试。支持具备条件的区域有序开展智能汽车示范应用。

一汽丰田:以感恩之心铸就品牌

品牌品质

□ 本报记者 赵伟

9月15日,燕山山脉雄伟险峻的司马台长城脚下的古北水镇,被无数“感恩有你为伴”的彩色招贴海报装点,使这个水乡风情浓郁的北方小镇充满节日般的喜庆气氛——为庆祝600万辆销量的达成,一汽丰田在此举办了隆重的品牌日活动。

在中国汽车所有厂商中,一汽丰田汽车销售有限公司颇为特立独行,是唯一一家以“商”大于通常的“企”的知名度而立业内,为社会公众所认知。自成立以来,14年间,一汽丰田稳扎稳打,量与质齐头并进,以最丰富的产品线奉献于社会与消费者,出色的表现出一个负责任的汽车厂商的风采。

四颗“心”使命为“客户第一”

一汽丰田从0到600万台,一路走来硕果累累,为了感恩消费者一路相随相伴,邀请了包括一家三口均是一汽丰田用户在内的来自全国各地的新老车主,专门举办了此次品牌日活动以表答谢之情。

此次品牌日活动分为“乐活”“印象”“颂歌”和“月色”4个篇章,向宾客们展示了“感恩”的内涵。宾客尽情体验了众多民间手工艺,包括将现代“卡罗拉蓝”与古老扎染相结合的专属定制,一汽丰田LOGO的剪纸工艺,绘制了荣放造型的画卷、巧手编织了威驰造型的风筝以及带有皇冠画面的灯饰制作过程。各个环节都传递着一汽丰田对每款车型、每处细节设计的独具匠心。

通过一汽丰田提供的一个个生动全面而充满乐趣的平台和活动,车主们充分了解了,一汽丰田的品牌文化、产品特色、创新科技和理念,从中体会到了宾至如归和身处一汽丰田大家庭的其乐融融。

“客户第一”永远是一汽丰田的经营理念 and 第一行为守则。为此最近3年来,一汽丰田以壮士断腕般的毅力,变革创新销售体制,经过2015年“恢复活力”和2016年“巩固基石”取得显著后,2017年再建“具有行业领军能力”的销售体制,向“进攻型销售”转变,旨在打造具有一流体系竞争力的品牌。

“一汽丰田用了3年的时间,只做了一件事,那就是创造一切条件,最大限度地顺应客户的需求。”一汽丰田总经理姜君在致辞中感慨地说:“这也是我们3年构造改革的精髓,简单地说,3年之中,我们给客户安了‘四颗心’。”

首先是令人“倾心”的产品。这3年一汽丰田累计向市场上投放了超过10款产品,主力产品全部完成换代,产品设计更加抢眼,内饰凸显质感,性能更加出众,配置更加丰富,目前一汽丰田在小型车级别里拥有最强的产品组合,款款都是“爆款”车型。

其次是“安心”的服务。一汽丰田多年树立的“诚信服务”品牌,早已成为业界标杆,不仅有整齐划一、高水平的业务标准,旗下的各个产品比如定保通、快速保养、TOYOTA纯牌零件等等,也被广大客户所熟知并接受;而爱车养护课堂、服务嘉年华等服务营销活动更是不断丰富出新,不断向客户传递着“专业对车,诚意待人”的服务理念。

第三是让客户“省心”的服务网络。3年里,一汽丰田更进一步推动了区域职能前移与网点下沉。目前全国7个大区都具备了完整的销售、市场、服务职能,可以实现快速反应;遍布全国的4S店和分店接近800家,覆盖了几乎全部的地级市和多数县级市,并通过合作网点和营销活动,向下可以充分渗透到县、乡级别的市场,进一步缩短了客户的触达半径。

最后是“开心”的营销。面对越来越年轻的用户群体,一汽丰田不断尝试新的营销方式。包括数字营销、体验营销、跨界营销、体育营销、娱乐营销等,什么方式最受消费者欢迎就做什么,而且一出手就是精品。网络购车节订单屡创全网之最,奥运直播上荣放伴舞奥运健儿一起荣耀绽放,《我们相爱吧》栏目传递卡罗拉爱的佳话,从手机到电视,从赛场到影院,到处都能看到一汽丰田的身影。

以客户为中心,最大限度地满足客户需求,成为最近3年来一汽丰田销售体制变革的主线和宗旨,也获得丰厚回报。今年以来整个汽车行业的增速放缓,很多企业感受到了市场的压力,但一汽丰田依旧逆势稳健,1~8月累计销售达到46.4万台,同比增长8.2%,不但跑赢了大市,更顺利完成了全年70万台目标的近70%,超额完成任务指日可待。不仅如此,一汽丰田已经连续3年实现正增长,连续22个月完成内部销售目标,旗下各款主力车型不断刷新销量纪录,多款产品出现了供不应求的局面,可谓势头正劲。

安享管家计划 全程呵护服务

活动现场,一汽丰田重磅发布了全新的安享管家计划,代表着一汽丰田的管理提升成为了品牌活动日的又一亮点。安享管家计划从客户需求出发,打造全新的人·车·生活全程呵护体系,并与与时俱进倾力打造新车、服

务、二手车三部曲,旨在为客户提供全流程、全方位的安心呵护。

该计划基于客户之声通过管理中心,进行大数据分析,再通过各业务部门通力合作,创造出满足客户个性化需求的利好套餐,既让客户享受全程利好服务,又为每一位客户量身定制解决方案。

“提供高品质车辆,让客户买车放心,用车安心,换车便利,能够针对不同客户痛点、痛点,制定个性化的全程呵护解决方案。”姜君进一步介绍说:“安享管家就像车主的管家,您车辆生命周期内的一切事务都由它来打理,这就是我们打造出的全新的客户关系管理系统。安享管家计划成为一汽丰田开启全新客户关系关系的标志。”

与此同时,针对保有客户的关爱,一汽丰田今后将进一步优化对客户维修保养“多、快、好、省”的承诺,实施精细化管理,并进一步强化价值链的管理与保障,建立基于客户、车、生活的生态圈,有效地将一汽丰田的商品和服务告知客户,利用客户的用车生命周期,为客户提供全方位的多样化服务。

回首过往,在发展速度上,一汽丰田的第一个100万辆销售达成,整整花了5年时间。而最近的100万辆销售,只用了1年零5个月。未来冲击百万辆目标,用时会更加缩短。在运行质量上,一汽丰田除了在产品层面就为行业和客户主事贡献了诸多领先:LANDCRUISER和PRADO在品质和耐用性上,树立了不可动摇的标杆;柯斯达被用作公务商务车,虽然不断被模仿,却从未被超越;11年前就开始引入中国的丰田混合动力车普锐斯,成为混合动力的先驱,为中国汽车在新能源领域的前期探索奠定了基石。当前,卡罗拉双擎上市后,为降低汽车尾气排放,减少能源消耗,保护大气环境做出了应有的贡献。在售后服务领域,一汽丰田的超一流服务水平准网名超,所开展的销售和维修技能大赛领航业界,被誉为该领域的“黄埔军校”,所培养的人才被众多同行所羡慕。

姜君说:“我相信,一汽丰田的下一个3年将会进入另一个快速发展阶段,我指的不仅是销量,而是整个体系良性健康的发展,是伴随着产品升级的企业品牌的发展,是以客户关爱为核心的整体策略的发展。”

他表示,一汽丰田还将不断增加中小城市的网点,最大化地拉近与客户的距离。到2020年,将有1000家不同形式的网点。“2018年基于TNGA丰巢概念,将重磅推出一款高端小型SUV,这个小伙伴外表时尚拉风,性能又强大,绝对是年轻人的首选。”他说。



9月16日,在经过一个多月的“路测”后,“共享宝马”正式上线。即日起,沈阳市民可通过扫码使用这种共享汽车。

黄金昆 摄

全新Jeep指南者获得欧洲最高五星安全认证

本报讯 (记者赵 伟)近日,汽车界最具权威的安全认证机构Euro-NCAP授予了全新Jeep指南者最高“五星安全”的评价,指南者尤其在儿童成员安全防护项目中的表现超越沃尔沃。

成立于1997年的Euro-NCAP被誉为全球最严格的安全评级之一,2017年采用更为严苛的最新标准,对成人乘员保护、儿童乘员保护、行人保护及安全辅助4方面的评估提出了更高要求。根据Euro-NCAP官方测试数据显示,全新Jeep指南者碰撞保护整体表现优秀,尤其在儿童成员安全防护这一项上,83%的成绩甚至超越了一向以安全著称的沃尔沃(儿童成员防护成绩为:80%)、路虎发现(80%)以及奔驰C系列(79%)。作为一款专业级家庭SUV,指南者在该项测试中,正面和侧面碰撞试验均达到了13.7及8分的高分。

更值得一提的是,Jeep指南者配备了高标准的儿童安全座椅装置,无论是扣件和扣带标准的美国LATCH系统,还是刚性卡扣连接的欧洲ISOFIX系统,都能完美兼容,最大程度为宝宝提供更安全的乘车环境。

在重要的Euro-NCAP成人乘员保护测试中,Jeep指南者同样以90%的高分成绩超过梅赛德斯奔驰C系,并与路虎发现、宝马5系等车型并肩。在正面偏置可变形壁障和鞭打后碰撞评分上尤为突出,高达7.5和2.7分,力压路虎(6.9分、1.6分),在碰撞模拟的测试中和城市内自动紧急制动(AEB City)测试中,均出色地保护了驾驶员与乘客,获得了高分。

在最重要的前碰撞测试中(时速50km/h),指南者完全正面碰撞得分7.6,甚至超过了安全标杆沃尔沃车型,这主要归功于整车使用64%比例的450~1600MPa高强度钢,使用率高出同级30%,加之“激光飞行焊”等先进焊接技术让钢材有了好工艺,造就了高强度车身。相比国内车顶静压测试标准仅为自身车重1.5倍的力,全新Jeep指南者采用美国IIHS车顶静压测试标准,车顶可承受自身车重5倍以上的力,翻车事故时可以减少50%的人员伤亡。

当然,全新Jeep指南者的魅力远不止于杰出的安全性,同级唯一动态底盘兼具精准操控与舒适驾乘理念,家一般的智能化静谧座舱设计及乘坐体验,又给全家舒适体贴的品质感。全新Jeep指南者Euro-NCAP五星赞誉而归,注定延续消费者眼中“18万元必买家庭SUV”的王者地位。

蔚领占市场78%份额 带领旅行车市场升温

本报讯 (记者王娅莉)8月,一汽大众蔚领销售新车5581辆,近5个月的月均销量达到5543辆。蔚领的持续热销,巩固了其在中国旅行车市场冠军的地位。

据悉,2017年1~6月中国旅行车市场同比暴增479%。其中蔚领的终端销量为2.6201万辆,占今年上半年整个旅行车市场的78%,实现了以一己之力带动整个市场增长,彻底激活了中国旅行车市场。

在蔚领的激发下,越来越多的车企开始重视旅行车,加速在这片蓝海市场中“排兵布阵”。据不完全统计,今明年将有多款旅行车投放到市场。

据旅游大数据联合实验室数据显示,2017年上半年,全国自驾游游客达2.23亿人次,他们更加追求旅行体验感参与感,更在意旅行的过程。蔚领这款集轿车、旅行车、SUV多功能于一体的跨界旅行车充分满足了他们的物理性需求,加之巨大的承载空间,销量持续高位几乎是必然的。

蔚领将其卓越的产品力和旅行中的美好感受结合得恰到好处,为广大消费者带来更多彩的文化体验。一汽-大众还联合多方展开合作,打造蔚领生态圈,跨界摄影、旅行、娱乐、运动等丰富的内容。

蔚领准确把握市场趋势,产品实力出众,营销活动与时下购车主力80后、90后的精神追求高度契合。随着销量的持续攀升和口碑的发酵,有理由相信蔚领不仅将继续领跑中国旅行车市场,更将引领越来越多国人“带着生活的热度去旅行,带着旅行的心境去生活”。

第6届闻轩奖揭晓 《汽车理想国》新书发布

本报讯 (记者王 辉)9月14日,2017第6届闻轩奖颁奖典礼暨《汽车理想国》新书发布会在清华大学举办。

自2012年起,中国汽车意见领袖论坛便设立了中国汽车新闻奖。2015年,中国汽车新闻奖增设中国汽车企业传播奖,并改名闻轩奖——中国汽车新闻与传播奖。

无论背靠资本雄厚的传媒公司还是个单打独斗的自媒体账号,专业媒体要想生存下来离不开有价值的内容。“秉承鼓励中国汽车媒体人真正发挥新闻人的作用,使媒体人成为真正的中国汽车意见领袖,进而促进中国汽车产业健康发展。”

2017第6届闻轩奖自今年7月1日启动以来,深受行业媒体和汽车制造商的关注,大家踊跃报名参与。至8月15日报名截止,评审团总计收到百余篇参赛作品。经过筛选,从中精选出59篇中国汽车行业媒体人稿件和12个企业传播奖入围案例,最终评选出了一、二、三等奖以及企业传播奖等奖项。

颁奖典礼上,清华大学汽车工程系副研、博士生导师、汽车发展研究中心主任、高级研修中心主任李显君发表专著《汽车理想国》新书发布。

本版责任编辑 王 辉 电话:010-84636699-8031 电子信箱:185362364@qq.com

刷新中国汽车企业的发展速度纪录

上汽通用20年总销量突破1500万辆

本报讯 (记者赵 伟)9月15日,成立20周年的上汽通用汽车迎来了累计销量突破1500万辆的历史性时刻,再次刷新了中国汽车企业的发展速度纪录。

上汽通用自1997年成立以来,始终与纪录同行。从项目开工仅用23个月就迎来第一款产品下线,到用4年时间生产及销售10万辆产品,8年取得第一个百万销量;从2010年成为国内首个年销量超过100万辆的乘用车企业,到2014年年累计销量突破1000万辆,再到2017年仅用20年实现累计销量超过1500万辆,上汽通用汽车不断刷新着汽车行业的纪录,以令人瞩目的“上汽通用速度”,快速成长为中国乘用车领军企业之一。

如今,上汽通用已形成四大基地、9个整车生产厂、4个动力总成厂的全国布局,其中包括金桥凯迪拉克工厂和武汉二期工厂这两个世界领先的全以太智能工厂,企业智能制造水平处于国内领先地位。

同时,该公司旗下凯迪拉克、别克、雪佛兰三大品牌汇聚了20多个产品系列,140多款车产品,产品覆盖轿车、MPV、SUV、新能源车等最广泛的细分市场,同时还构建了遍布全国的1600多家营销服务网点。

尤为关键的是,上汽通用汽车携手泛亚汽车技术中心,已在国内率先形成了完整意义上的整车与动力总成开发能力,并在新能源和车联网等前瞻技术开发领域不断创新突

破。从参与全球项目分工到主导全球项目开发,泛亚在国际开发合作中已经扮演越来越重要的角色。

当前,随着科技的发展和与消费者需求的变化,上汽通用顺势而谋,聚焦“电动化、网联化、智能化、共享化”核心领域,以产品技术和业务模式的“双创新”为突破口,全力完善在新能源、车联网、智能驾驶、智能制造和创新服务等方面的战略布局,不断打造差异化竞争优势,为企业赢得未来发展主动权。

作为最早在行业内提出以“智能制造”为驱动的企业,上汽通用积极响应“中国制造2025”,聚焦数字化设计和开发、虚拟仿真及

制造、制造执行系统的提升、项目/运营/知识管理的信息平台建设,2015年以来启动了多达44项智能制造项目。金桥凯迪拉克工厂、武汉分公司二期项目陆续竣工投产,这两座通用汽车全球体系内率先应用全以太网网络控制架构的智能工厂,集柔性、智能、科技于一体,代表了当今汽车制造的全球领先水平。

未来,上汽通用将继续依托先进制造技术及工艺,大力提升生产效能,提升自动化率,优化工艺布局,实现最精益的运营效率。同时加快推进新一代信息技术与制造业融合,打造国内领先、国际上具有竞争力的“精益、敏捷、柔性”的绿色智能制造系统,全力助推中国汽车行业向智能化转型升级。