

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第930期 | 2022年12月7日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

自动驾驶市场进入“快车道”

今年以来,自动驾驶进入快速发展时期,市场迅速扩大。据预测,到2025年,我国L2/L3级自动驾驶渗透率将超55%,对应智能汽车销量近1300万辆,L4级无人驾驶开始商业化落地。到2030年,无人驾驶全球市场空间有望达到2.44万亿美元。

政策密集出台

年初以来,我国多地出台了自动驾驶方面的政策,应用实践也呈现多种趋势。目前,已有北京、深圳、广州、重庆、武汉、长沙等多个城市允许自动驾驶汽车在特定区域、特定时段上路进行商业化试运营,商业化进程不断提速,全国已有近30个城市累计为80多家企业发放了超过1000张智能网联汽车道路测试牌照。7月,北京正式开放国内首个无人化出行服务商业化试点,开展常态化收费服务,并允许安全员从主驾移到副驾。8月,重

庆、武汉两地发布自动驾驶全无人商业化试点政策,允许车内无安全员的自动驾驶车辆在社会道路上开展商业化服务。

此外,对自动驾驶的规范也明显加强。8月8日,交通运输部发布《自动驾驶汽车运输安全服务指南(试行)》,为自动驾驶汽车的合法、安全运营提供了保障。11月2日,工信部、公安部发布《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知》,将产品准入和上路通行两个环节串联起来,以提升智能网联汽车的产品性能和安全运行水平。

各方竞相“抢道”

经过多年发展,自动驾驶正成为新赛道。比如上汽打造了“七大技术底座”,包括覆盖纯电、混动、燃料电池三条技术路线的三大整车技术底座,以及涵盖动力电池、动力总成、电驱系统和软件架构的四大关键系统技术底座,加快

推动电动智能网联技术持续产业化、产品化。

目前,有条件自动驾驶功能车型正蓄势待发。以蔚来、小鹏、理想等为代表的造车新势力产品已在市场上实现规模量产,以百度、华为等为代表的科技企业与企业合作产品相继落地,以广汽埃安、上汽智己等传统车企的新品牌自动驾驶功能产品陆续交付。另外,百度等科技公司则运用其高级别自动驾驶技术助力车企智能化发展,百度向比亚迪提供“行泊一体”ANP智驾产品与“人机共驾”地图,与威马汽车在L3以及L4级别自动驾驶解决方案领域达成战略合作伙伴关系,与长城在车辆智能网联、自动驾驶、共享出行、大数据等领域展开战略合作。

如何应对挑战

尽管当前自动驾驶发展迅猛,但距离高级别的自动驾驶,

尤其是全无人自动驾驶技术落地及大规模的商业化应用,还有很长一段路,面临法律法规不完善、责任界定不清晰、供应链技术不成熟等诸多方面的挑战。特别是数据安全、网络安全等问题日益凸显,亟待提高和完善。

发展自动驾驶,是中国汽车由高速增长向高质量增长转变的重要突破口。加快自动驾驶全无人商业化落地,务必从顶层设计、协同发展、技术研发、测试评价、社会普及、产业应用等方面,通过联合攻关,加强行业共性平台建设,形成贯穿事中事后的动态监管机制。此外,还要逐步完善车路协同、5G云代驾等适应自动驾驶的基础设施,为无人驾驶系统补位。

在自动驾驶路线选择上,应当坚持发挥中国优势,走一条单车智能与车路协同融合互补、迭代提升的自动驾驶之路。 雍君

汽车业利润居沪上各业之首

今年前10月,上海汽车产量240.80万辆,同比增长11.4%,增速高出全国行业3.5个百分点。其中,特斯拉(上海)产量为57.92万辆,上汽集团沪上各基地产量合计169.47万辆。

全市汽车制造业前10月总产值6425.92亿元,同比增长11.2%。其中,10月份总产值848.44亿元,增长15.9%。两项增速分别高于市规上工业11.8、8.6个百分点。前10月全市汽车制造业营收7663.54亿元,增长15.1%;利润总额460.04亿元,增速由前9个月的-1.0%,转为正增长3.4%。总产值、营业收入和利润总额三项数值均位居全市规上工业各业之首。“主要行业中,汽车业生产形势较好,对全市工业经济持续回升,发挥了重要作用。”市统计局如是评价汽车业的地位和贡献。

在购置税“免征、减征”两策搭配、同向发力之下,沪上车市回暖和消费升级愈益明显。10月份沪籍蓝牌上牌量同比,燃油轿车增长48.8%,其中,中高级车增长99.1%;SUV增长58.1%。新能源车上免费绿牌持续增加,10月份新能源轿车和SUV分别上牌1.23万辆、1.78万辆,各自增长87.9%、115.5%。

上海作为我国汽车出口重镇的地位日益凸显,汽车出口呈现“量价齐升”。海关数据显示,前10个月上海口岸出口汽车112.2万辆,增长46.8%,占全国出口量的43%;出口值1501.8亿元,增长71.6%,占全国出口值的48.6%。其中,载人电动汽车出口量和出口值分别占到全国的51%和72%。

10月,全国二手车市交易量同比下降7.2%,二手车经理人指数(49.6%)处于荣枯线以下,市场位于不景气区间。然而沪上二手车市当月交易车辆4.91万辆,同比增长24.9%。其中,上海市区号牌过户转出沪外1.75万辆,增长39.7%;沪牌转籍率升至36%,高出全国二手车市10个百分点。上汽途观、明锐、荣威RX5、POLO、朗逸、英朗和别克GL8等7款车型成为前10月沪上二手车市热门畅销车。 张伯顺

当汽车被付费软件定义

随着智能座舱的逐步推广,软件定义汽车这一观点得到越来越多消费者的认可。随之而来的,是越来越多的汽车品牌加入软件付费行列。软件付费到底合不合理,这属于仁者见仁智者见智,但它的确开始引起了部分消费者的反感。

前不久,一些品牌因推行后轮转向功能、座椅加热、方向盘加热等付费订阅服务,引发了舆论质疑。在以往的消费概念里,这些都属于功能性配置,属于购车时一次性买断,假如硬件已经预埋好,就应该免费使用,付费购买无异于割韭菜。

一个不争的事实是,车辆搭载的付费软件只会越来越多。一方面,特斯拉这个“榜样”已构建了FSD付费、OTA付费升级、高级车联网三大软件付费模式,并卓有成效,预测到2030年,其软件订阅服务收入有望每年超过160亿美元。另一方面,嗅觉敏锐的车企已悄然改变底层商业逻辑,逐步由单纯的制造商变成运营服务商,“硬件+软件+服务”的新型销售模式正在全面兴起。但是,付费软件的边界似乎并未界定,哪些是标准配置,哪些需要付费“解锁”,解释权都在车企手里,用户仍是被动接受者。

智能化越来越普及,车辆会不会变成付费软件刺客?一旦软件出现大面积瘫痪,品牌能相应地赔付用户吗?未来的一切仍不可知。 白城

引领风向 广本缤智全新换代上市

广汽Honda为Z世代年轻人打造的全新缤智近日正式上市,共分为3个车型版本,市场指导价为13.29万—15.29万元。这是全球热销近500万辆的Honda全球战略车型缤智的换代之作。

作为广汽Honda旗下首款SUV,缤智承载Honda先端技术,引领同级SUV市场风向,已在国内畅销100余万辆。全新缤智采用了极具未来感的“通透设计美学”,融合SUV大空间优势与动感轿跑姿态,并因此荣膺德国“2022

红点设计大奖”与日本汽车殿堂“2021—2022年度汽车设计大奖”两项世界级设计大奖。

广汽本田全新缤智拥有视野开阔的氛围感前舱,驾驶员坐姿向上提升10mm,后排腿部空间加长35mm,还凭借魔术座椅带来百变乘坐空间与纯平后舱。新车还配备

了本田3.0智导互联系统和提前预测风险并主动规避的Honda安全超感系统。 江美



飞凡汽车日前公布旗下首款旗舰SUV飞凡R7的首个整月销量数据。11月,飞凡R7共交付1501台,跻身中大型纯电SUV第一梯队。

目前,飞凡汽车正在加速推进飞凡R7的新车交付。为了感谢用户的支持,2022年12月31日前支付定金且在2023年2月28日前完成交付的用户,只要该订单满足2022年新能源国补申领条件,飞凡汽车就将按照2022年新能源国补标准向用户提供差额补贴。 余音

补贴倒计时:车企“保价”促销

延续了13年之久的国家新能源汽车财政补贴,再过二十多天,就将正式退出历史舞台。在这个带有告别意味的时间节点,新能源汽车市场又一次按捺不住,躁动了起来。众多新能源车企纷纷出台“保价”措施,拉开了促销活动。

根据工信部等四部门2021年12月的通知,新能源汽车购置补贴政策将于2022年12月31日终止,在此之后上牌的车辆国家将不再给予补贴(现有补贴额度:插电混合动力车4800元/台、纯电动车12600元/台)。判定一辆新能源汽车是否在补贴时限内,依据的是车辆上牌日期而非销售日期,这是当前新能源车企费尽心思吸引客户赶快下单的又一个原因。

赛力斯发布的消息显示,11月20日前用户下定购买部分AITO汽车,由厂家兜底,保证可以享受到国家补贴。赛力斯的这一举动,直指围绕补贴退出的产品促销。零跑汽车针对旗下C11、T03、C01(后驱标准续航版除外)三款车型发放了金额不等的购车补贴券,补贴券的领取门槛很低,但只能用于12月4日前缴纳定金,且车辆必须在12月31日前完成上牌。

11月23日,比亚迪宣布,将对王朝、海洋及腾势相关新能源车型的官

方指导价进行调整,上调幅度2000元—6000元不等,但明确规定“2023年1月1日前付定金签约的客户不受此次调价影响”。吉利旗下的极氪汽车宣布,今年12月31日(含)之前下定的WE版车型订单,如因极氪的原因未在2022年内完成交付,极氪将按照2022年新能源国补政策向用户提供差额补贴。在北京地区,小鹏汽车的政策是,今年12月31日前下定购车的用户,如果无法在国家补贴时限内上牌,小鹏汽车将赠送用户与国家补贴价值相等的官方积分,积分可

以用来兑换官方提供的各类商品。

行业普遍认为,近两年新能源汽车市场销量的水涨船高,主要源自市场的内驱力,而非财政补贴的引导。当前车市的关键问题是,新能源车需求量大但车企无法及时交付订单。在如此背景下,即便众多车企围绕补贴退坡展开了各式各样的促销活动,恐仍难以在短期内完成订单交付。预计今年第四季度因补贴退坡带来的车企“冲量”,对2023年第一季度销量的透支效应将进一步弱于过往年份。 李永钧