

新闻热线:010—58884102
E-mail:jy0231@sina.com

■ 责编 何晓亮 李 苹

颠覆传统汽车概念

比亚迪推出互联网思维下首款新车 G5

■ 数字车市

20%

“中国汽车保有量仅占世界汽车总量的2%，交通事故占比却达到20%。”日前，在第七届中国汽车安全主题巡展现场上，中国汽车技术研究中心赵航主任做上述表示，这一数字还有可能被低估。在交通事故中有高达96%的事故是由于人的意识而导致的。这说明汽车的安全并不代表着道路交通的安全，人的安全意识的提高才是更加需要重视的。

7.5 万辆

据中汽协最新销售数据显示，今年1—7月，国内欧系轻客累计销售约7.5万辆，较去年同期实现5.8%的微增长。就市场格局而言，尽管欧系轻客新军持续发力，但仍未动摇福特全顺和南京依维柯的两强地位。其中，福特全顺前7月销量达39737辆，市场占比超50%，继续领跑欧系轻客市场。

23826 辆

2014年上半年，欧洲市场上电动车销量同比激增91%至23826辆，以特斯拉Model S和宝马i3两款豪华品牌纯电动车型牵头。而去年在欧洲销量第一的电动车型雷诺Zoe，同比大幅下滑近25%，只能排在第四。日产聆风同比暴增56%至7127辆，排名第三。

77 项

日前，从工信部获悉，我国正在制定77项电动汽车标准，其中现有标准修订16项，基础设施规划设计、建设运营、电池回收利用等新标准制定61项。其中，目前已完成报批稿23项，不久将批准发布。

70 万辆

作为上海大众VW品牌SUV代表车型，途观上市4年以来累计销量已突破70万。2010年途观上市预售首月4万辆的佳绩，一举创下业界预售的全新纪录；2011年凭借13万辆的火爆业绩，创下84.7%的年销量增长率；2012年更以全年销售17万辆的成绩勇夺细分市场销量之冠。2013年，随着新途观的焕世而至，途观品牌创下了全年累计销量20万辆的新纪录，继续领跑国内SUV市场。

1400 万辆

据美国《福布斯》杂志近日报道，目前日本零部件生产企业高田公司正深陷召回门，受到影响的零配件则是高田气囊，甚至影响到了多家整车企业。从已知情况看，至少11个整车企业的1400万辆车型将受此影响，车型年份跨度从2000年到2011年。高田气囊和其服务的整车厂已经确认，有多款车型已经安装了受影响的气囊，这些气囊一旦故障爆炸，可能将锋利的金属部件弹入车内，而美国高速公路安全局(NHTSA)也被指责应更早发现这一隐患。

北京汽车再度支持北京国际“铁三”大赛

2014北京国际铁人三项赛于近日在非丰台区园博园唱响战鼓。北京汽车“梅开二度”，再次成为赛事唯一官方指定赞助商。其中，北京汽车旗下的绅宝D70作为赛事官方用车，与来自世界各地的1000余名铁三选手同台亮相。

在当下商业与体育携手并进的年代，一部顶尖的体育赛事，必然需要同样出色的品牌与之匹配。北京汽车正是从众多品牌中再度脱颖而出，成为2014北京国际铁人三项赛唯一官方指定赞助商。绅宝D70更是伴随着各国“铁人”出现在了赛场的每一个角落，以优异的性能为这一国际赛事保驾护航。

赞助铁人三项到成为APEC官方指定用车，北京汽车的营销能力稳步提升，其品牌形象正朝向更高的层次进阶。

科技日报讯(记者何晓亮)比亚迪以互联网思维设计生产的第一款新车G5，近日在北京上市。全系共6款车型，官方指导售价为7.59万元到10.29万元。

据悉，G5是比亚迪基于互联网思维打造的首款车型，借鉴互联网时代的全新用户体验，造型融入“鹰翼”元素，内饰配色大胆，拥有中级车宽适的空间，并将移动互联网与车载系统相互融合，全系搭载TI动力。

比亚迪汽车销售有限公司总经理侯雁表示：“未来互联网成为汽车网络连接的终端之一，手机终端的普及，车辆钥匙趋向无形化，移动互联基础上的整车控制模块成为趋势。G5是移动车联的尝试之一。”

据了解，比亚迪G5首次配备了“三大”车联网装备，用互联网的思维将整车控制模块融入Car pad系统，内置无线网卡，通过app拓展，能够做到工作、娱乐、旅行一车掌握。

在互联网思维造车的推动下，车钥匙不再是有的结构件，而是融入移动互联设备成为汽车与网络连接的终端之一，比亚迪G5搭载的蓝牙钥匙实现了钥匙的无形化，

通过手机即可解锁、上锁、着车、开启后备箱，并可通过手机短信授权，不受空间异地限时授权借车。蓝牙钥匙甚至比普通钥匙更安全，拥有三重防护：同一时间只能绑定唯一手机；密码登陆；安全编码、限时授权。比亚迪汽车销售有限公司总经理侯雁强调：“绑定唯一手机，用密码登陆，安全编码，限时授权等验证手段比钥匙还安全。”

比亚迪G5还配有PM2.5绿净系统，不仅能快速降低车内PM2.5，轻松清除雾霾、二手烟、拥堵路段灰尘尾气等颗粒状污染，大大提升车内空气质量。更能利用车内互联网，实时采集车内、车外PM2.5数值，并在中控醒目位置直观地显示出来，让用户对车内空气质量心中有数。这也是同类技术首次实现整车搭载、应用。

比亚迪G5的“G智”不仅体现在“车联”，也体现在驾驶，全系配备TI动力，全系搭载的1.5TI中冷涡轮增压+燃油缸内直喷铝合金发动机，动力媲美2.4L自然吸气发动机。与之匹配的是6速手动变速器和6速手自一体自动变速器，6速自动挡采用与国际同步的先进技术，换挡快，加速快；传动效



率高，拥有与手动挡一样的油耗；动力输出不间断，换挡更平顺。

比亚迪G5配备了更智能的主动安全配置。360°全景影像，全方位消除视觉死角，窄道行车。博世第九代ESP电子车身稳定

系统，集上坡辅助、防暴死、防偏移、防侧滑等多种功能于一体，自动矫正车辆姿态；TPMS胎压监测系统在仪表盘上实时显示四轮胎压数值，并提供异常报警，给予了驾乘人员更高的安全。

日产、三菱合作开发轻型电动车

日本电动汽车发展“轻”装上阵

□ 中国驻日使馆科技处 甄子健

及人们用车习惯和理念发生深刻变化的今天，日本的轻型汽车得到了快速发展。根据日本国土交通省网站公布的统计数字，到2014年4月底，日本国内汽车保有总量为8032万台，其中的“轻自动车”(轻型汽车)的保有量占比超过1/3，达到3120.5万台，占汽车总保有量的38.85%。

如今，随着电动汽车潮流的到来，在雄厚的“轻自动车”(轻型汽车)基础上，发展更加安静和节能环保的轻型电动车，已经被日

本列为产业发展的重要目标，并在财税等方面给予了支持。

目前，在考虑国家补助金补贴的情况下(74万日元，约合人民币4.46万元)，轻型电动车的销售价格已经能够控制在150万日元以内(约合人民币9.03万元)，低于市场上燃油轻自动车的价格。此外加上轻自动车所享受的税收优惠，以及百公里150日元(约合人民币9元)的电费优势(普通轻自动车百公里油耗4.5L，油费756日元，约合人民

币45.5元)，轻型电动车在日本已然具备了一定的市场竞争力。

作为目前世界纯电动产业化发展的两家领先企业，日产自2010年开始到目前已在全世界售出12万辆以上聆风(Leaf)纯电动汽车，三菱则在2009年到2014年6月的时间里，在日本本土卖出i-MiEV系列轻型纯电动乘用车、小货车1.5万多辆。两家公司的合作，将有利于利用各自的技术优势，尽快推出高性价比和低使用成本的轻型电动车产品。

■ 谈车论道

该给特斯拉降降温了

□ 许艳华

近日常听人说特斯拉在中国比在美国受宠，在网上一番搜索果不其然：有“T粉”因特斯拉没有兑现承诺，使其丧失“特斯拉首批车主”面子，在提到车的第一时间竟然当场砸碎车的挡风玻璃以示愤怒；一位广州车主提车后为从北京开回广州，沿路搭建20个充电桩；也大有知名、专业人士为特斯拉义举做“广告”；一些地方政府为争取特斯拉投资使出种种招数；有媒体更是一波波炒作，股市也顺势跟风，特斯拉CEO马斯克当初考虑进入中国时决没预料到会如此火爆。

归纳一下“T粉”们追捧的理由：技术创新和商业模式创新、或将颠覆传统汽车产业、代表世界电动车潮流、科技感强有品位有面子等。

笔者早在2008年开始关注特斯拉，也试驾过其第一款车型Roadster。不可否认特斯拉作为非传统汽车企业在发展模式、商业

运作等方面有创新点，Model S科技感吸引眼球是受追捧的主要原因，但世界电动汽车发展瓶颈是动力电池，比能量、安全性、成本、循环寿命四大要素是关键，尽管特斯拉和一千专业“T粉”详尽解读Model S电池系统创新点，在笔者看来并没有质的突破。

首先是比能量，Model S使用的电芯是三元材料，而三元材料理论比容量就是140—180mAh/kg，虽然Model S系统比能量做150Wh/kg左右，但目前世界一些在错的电动汽车主流车型比，比能量只能说不错，和汽车界近期追求的250Wh/kg还是远期>400Wh/kg目标相距甚远；

再看安全性，自2010年Model S投放不久，就不断传出停车时自燃、行车中起火、车辆碰撞后爆炸解体等事故，每每有事故发生，特斯拉或马斯克本人就出来解释或不是动力电池问题、或如果是传统汽车情况更

糟、传统汽车起火概率是Model S 5倍等，在此且不论特斯拉如此比较是否符合实际，但作为汽车制造商，出现安全问题用这种转移公众视线的说词实为欠妥，无论怎样解释，多起起火事故难以证明Model S电池系统或Model S是安全的；

关于成本，有分析称Model S的电池成本占其整车成本超过50%，系统能量成本约为420美元/KWh，和大多电动车电池成本水平相当，Model S系统集成技术并没有解决成本难题；再有是电池组循环寿命，虽然至今特斯拉未公布相关数据，但因其使用松下NCR18650A标准电芯，电芯循环寿命大致在1700次左右，电芯成组后循环寿命只能有所衰减，决不会超过1700次水平，这也只能说是目前主流电动车普遍达到的水平。

另外，Model S整车综合能效并无过人之处，为追求续航里程，其解决方案无外乎

是多装电池，电池系统重量是544kg(电芯+电池包+电池管理系统)，占其整车重量的26%(传统汽车车体重量约占整车重量6—8%)，整车能效四分之一被电池本身消耗，85 KWh电量标定续航里程483km，而有车主实测结果显示，在120km/h的标准时速以及一定负载情况下，Model S的最大行驶里程不超过350km，相当1 KWh电量行驶4.1公里，这个指标低于同级别的电动车水平，有人解释成本难题；再有是电池组循环寿命，这恰好说明Model S在轻量化技术方面并无多少创新。

笔者无意贬低特斯拉，只希望中国“T粉”理智些、专业些，也希望特斯拉淡定些，品牌更换者主要希望获得更高的乘坐舒适度和更胜一筹的售后服务，而消费升级者主要期盼更多豪华体验。

作者系中国汽车工业协会副秘书长

报告称四分之三中国车主下次购车将换品牌

企业将以忠诚度决胜“品牌大迁徙”

据波士顿咨询公司(BCG)最新发布的报告《品牌忠诚度之争：中国汽车市场的下一场战役》称，中国汽车市场正在迈入一个新的阶段。国内外汽车企业能否在中国市场取得成功，将取决于它们是否有能力牢牢把握客户忠诚度。据调查，多达四分之三的中国车主计划在购买下一辆汽车时更换品牌，而这些车主所保有的汽车总数估计高达9000多万辆。

报告发现，这股“品牌大迁徙”的浪潮将影响到中国汽车市场的各个细分市场。在价位相对较低的自主品牌车市场中，近85%的车主表示打算在购买下一辆车时更换品牌，这其中只有大约30%表示计划购买其他自主品牌产品。国外中档品牌(价位大致在8万至25万元人民币之间)则可能会流失70%的当前客户。而在由几家欧洲高端品牌占据主导地位的高档车

市场中，约有57%的车主计划更换品牌。

在上述每一种品牌类型中，中国消费者的忠诚度水平均低于发达市场车主在类似调查中所表现出的忠诚度水平。本报告的研究成果基于BCG消费者洞察智库(CCI)对中国市场上2400名车主的访谈。

BCG方面称，中国是全球汽车行业增幅最大的市场。许多汽车企业直到今天仍把全部精力放在赢得首次购车者上。然而，无论是国内品牌还是国外品牌未来都需要迅速转变思路。研究结果表明，中国汽车市场上的新一轮争夺战将围绕客户忠诚度展开。

根据BCG的研究显示，某些品牌似乎有望成为中国汽车市场上的大赢家。在计划向国外中档品牌升级消费的自主品牌车主中，约有40%表示打算购买大众品牌汽车。而在计划向高档品牌升级消费的国外

中档品牌车主中，近90%表示有可能选择奥迪、宝马或奔驰。BCG指出，中国消费者在购买汽车时大多会集中选择某几个知名品牌，因为这些品牌让他们觉得没有后顾之忧。在这种情况下，中国汽车市场的竞争格局日益显现出赢家通吃的特点，这使得汽车企业更加有必要赢得这场品牌竞争。

调查结果显示，中国车主更换品牌的原因多种多样。随着中国消费者的富裕程度日渐提高，许多人希望在负担得起的情况下升级消费更优质或更高档的品牌。本报告将这些车主称为“消费升级者”。而其他数以百万计的消费者则被称为“品牌更换者”：他们对已有车辆的诸多方面并不满意，因此打算在同一汽车细分市场中更换品牌。

在大多数细分市场中，消费升级者和品牌更换者对于将要购买的下一辆车有着不

同的期望。根据BCG的研究显示，在自主品牌、国外中档品牌以及高档品牌市场中，中国车主未能得到满足的功能需求和情感需求同样存在极大的差别。

追求更加出色的产品质量、性能和经销商体验是自主品牌车主更换品牌的最大理由。贺马可表示：“对于自主品牌而言，最紧迫的挑战是不断改进汽车产品，完善经销商服务，同时保持自身的成本优势。”

对产品可靠性、安全性以及保养成本高的担忧是中档品牌车主打算在同一区间间向竞争对手品牌的首要原因。而那些计划升级消费的中档品牌车主则希望拥有更出色的配置、更高端的售后服务以及能体现更高社会地位的汽车产品。在高档车主中，品牌更换者主要希望获得更高的乘坐舒适度和更胜一筹的售后服务，而消费升级者主要期盼更多豪华体验。

报告作者之一、BCG项目经理安德里斯·克劳茨表示：“企业需要清楚知道是哪些功能因素和情感因素在推动中国汽车市场上的不同客户群做出购买决定。企业还应建立起更具特色的品牌标识——但当前中国市场上的大多数汽车品牌都远没有达成这一目标。”

■ 政策播报

国家发改委对12家日企发出反垄断处罚

9月18日，国家发改委公布行政处罚决定书，宣布对12家日本汽车零部件企业实施反垄断处罚。国家发改委此前的通告显示，对这12家日本零部件和轴承企业合计罚款12.354亿元。

据了解，这是中国反垄断调查以来开出的最高金额罚单。

根据今天公布的名单，12家企业包括：株式会社电装、爱三工业株式会社、三菱电机株式会社、三叶株式会社、矢崎总业株式会社、古河电气工业株式会社、住友电气工业株式会社、株式会社不二越、日本精工株式会社、NTN株式会社、株式会社捷太格特。

其中，株式会社不二越、日立汽车系统有限公司因主动报告达成垄断协议有关情况并提供重要证据，国家发改委决定对这两企业免除行政处罚。

北京发布六项车险理赔测评指标

日前，北京保监局发布最新车险理赔测评指标。在原有“结案周期”和“结案率”基础上新增了“小额案件结案周期”、“承诺达成率”、“定损人员充足度”、“立案投诉率”4项指标，为车主自主选择服务更好的保险公司提供参考。

据了解，在这6项指标中，“结案周期”是指保险公司处理赔案的平均周期；“小额案件结案周期”是指保险公司处理赔款金额在5000元以下赔案的平均周期；“承诺达成率”是针对行业“5000元以下无人伤亡索赔材料齐全的小额案件3日以内完成支付”的服务承诺执行情况测评监督，反映保险公司小额案件的支付效率。

在北京保险行业车险理赔综合指标中，平均数值分别是：结案周期20.6天，5000元以下小额案件结案周期18.1天，结案率86.7%，承诺达成率97.4%，定损人员充足率0.25，投诉率0.37。

十部委发文规范汽车维修服务

近日，交通部、国家发展和改革委员会、教育部、公安部、环境保护部、住房城乡建设部、商务部、国家工商总局、国家质检总局、国家保监会等十部门共同印发《关于促进汽车维修业转型升级 提升服务质量的指导意见》。《意见》提出21条措施促进汽车维修业转型升级、改善提升维修服务。

《意见》要求，破除维修配件渠道垄断的规定，要鼓励汽车维修配件自由流通，鼓励原厂配件生产企业向汽车售后市场提供原厂配件和自有品牌商标或标志的独立售后配件，鼓励授权维修企业向非授权维修企业转售提供原厂配件，并落实相关法规以保障所有维修企业享有同质配件维修的权利。

商务部加速修订汽车品牌销售办法

近日，有消息称，商务部已在近期征求各方意见，将对现行《汽车品牌销售管理实施办法》(以下简称《办法》)进行修改，拟改变汽车品牌目前在我国的行销机制，在新规则中或将允许经销商多品牌经营。

一位参与《办法》修订的知情人士透露，国家有关部门围绕《办法》修订已展开了多轮探讨。修订主要是为了建立更公平的市场竞争环境，约束经销商与汽车厂商授权关系的授权经营制将不会轻易动摇。业内人士表示，相关政策使汽车大卖场模式具备理论基础，未来有望出现类似“国美苏宁”一样的销售商。