

新能源汽车产销2月实现高速增长

科技日报讯(何文)中国汽车工业协会近日公布了2015年2月汽车工业经济运行信息。结果显示,2月汽车产销比上月明显下降,比上年同期略有下降。1—2月,汽车产销呈稳定增长。值得一提的是,新能源汽车在产销上取得数倍于同期的高速增长。

2月份,汽车工业整体产销月度同比略有下降。产销总量较低,比上月出现较快回落。与上年同期相比,产销总体微弱下降。汽车产销分别完成163.18万辆和159.33万辆,比上月分别下降28.7%和31.3%,比上年同期分别下降0.4%和0.2%。1—2月,汽车产销分别完成391.91万辆和391.29万辆,比上年同期分别增长6.2%和4.3%,增幅比上年同期分别下降5.2和6.5个百分点。

分类来看,乘用车产销保持增长,主要受运动型多用途乘用车(SUV)和多功能乘用车(MPV)的高速增长拉动。2月乘用车产销分别完成141.28万辆和139.67万辆,产销量比上月分别下降28.3%和31.5%,与上年同期相比,乘用车产销分别增长5.5%和6.4%。1—2月,乘用车产销分别完成338.29万辆和343.47万辆,比上年同期分别增长10.9%和8.7%。

从乘用车四款车型产销情况看,比上年同期,SUV和MPV产销继续保持高速增长,其中

SUV产销分别为增长45%和46.2%,MPV产销增速分别为22.8%和17.5%;轿车产销增速分别为2.6%和0.2%;交叉型乘用车产销分别下降15.8%和18%。

新能源汽车取得高速增长,是2月汽车工业的亮点之一。据中汽协统计,2月新能源汽车生产6190辆,销售6045辆,同比分别增长2.7倍和3倍。其中纯电动汽车产销分别完成3129辆和3155辆,同比分别增长2.7倍和2.4倍。

今年头2个月,新能源汽车生产12853辆,销售12440辆,同比分别增长2.8倍和2.9倍。其中纯电动汽车产销分别完成6519辆和5996辆,同比分别增长3.4倍和4.2倍;插电式混合动力汽车产销分别完成6334辆和6444辆,同比分别增长2.3倍和2.2倍。

2月中国品牌乘用车市场份额上升,SUV市场涨幅最大。2月,中国品牌乘用车共销售60.52万辆,同比增长19.7%,市场占有率比上年同期提升4.8个百分点。其中中国品牌SUV共销售18.74万辆,同比增长94.7%,市场占有率比上年同期提升16.1个百分点;中国品牌MPV共销售14.5万辆,同比增长21.3%,市场



占有率比上年同期提升2.7个百分点。

1—2月,中国品牌乘用车共销售147.3万辆,同比增长20.9%,市场占有率比上年同期提升4.3个百分点。SUV共销售46.19万辆,同比

增长104.4%,市场占有率比上年同期提升16.1个百分点;中国品牌MPV共销售34.94万辆,同比增长23%,市场占有率比上年同期提升4.1个百分点。

■汽车微评

工业和信息化部部长苗圩V:新能源汽车的发展现在仅仅处于起步阶段,我们希望能够放几条鲶鱼进来,把这池水搅活。现在放进来的鲶鱼,希望起点能够高一点,能够不同于现有这些车型的技术水准,而不是放一批虾米进来。进来以后,我们希望能够把整个新能源汽车的产品技术标准、服务质量等方面做一个比较大的提升和改进。

汽车协会主席埃德蒙·金V:我们的研究表明,当提到车辆的选择时,驾驶员都想要节约燃料,安全可靠,环境舒适,售后服务又方便的车辆。然而为了使得驾驶员能够完全相信零排放车辆的确能够满足他们的要求之前,我们还有许多的工作要完成。

吉利汽车董事长李书福V:中国所有标准都应是统一的,不要让企业造不同的产品,适应不同的地方。产品设计好,政府充电桩标准弄好,发展起来是很容易的。

轮胎制造商米其林的发言人达伦·林德塞V:每个人都知道减少排放量将会给产业带来商业收益,相应的环境也会改善,顾客也会因而受益。为了将这些利益最大化,国际决策者们应当尽快创造出一个完善的管理体制框架。

■新车新技术

特斯拉向中国推出通用移动充电器

近日,特斯拉汽车公司宣布面向中国新老车主免费提供全新的通用移动充电器。这是继继续实施为中国车主标配免费的家用充电桩和安装服务等系列举措后,特斯拉在中国的又一力举。

未来,成为标配的“家用充电桩”与“通用移动充电器”连同“目的地充电桩”和“可免费充电”的“超级充电站”,是特斯拉专为中国定制的全方位充电方案,从而帮助中国车主真正实现了充电的“随时随地”和“充电无忧”。

据了解,特斯拉通用移动充电器无需安装、体积小、易于携带,是一种灵活的应急充电方式。其配备有一个红色适配器和一个家用适配器,可方便Model S车主利用工业插座或家用插座充电;其中,工业插座广泛应用于写字楼、商场和酒店;应用特斯拉通用移动充电器在220V家用标准的插座上的充电则与手机的充电方式完全相同。

至此,为应对中国车主普遍存在的“充电焦虑”,特斯拉已为中国车主提供了“以家用充电桩为主、超级充电桩和目的地充电桩为辅、通用移动充电器应急使用”的最完备充电方案,帮助中国车主真正实现了充电的“随时随地”和“充电无忧”。特斯拉家用充电桩安装服务现已帮助超过90%的Model S车主实现了在家充电和每天的电量“满格出门”;超级充电桩是目前世界上充电最快的设备;目的地充电桩是除家用充电桩之外,分布范围最广的一种充电方式,遍布于全国各地的大型商场、写字楼、酒店、银行营业部、联通营业厅、咖啡馆、餐厅甚至洗车行等地;特斯拉通用移动充电器则是应急充电的好帮手。

奥迪新A4今年在法兰克福首发

奥迪官方日前向媒体表示,奥迪新一代A4将会在9月开幕的法兰克福车展前正式向全球媒体发布,并随后在车展上与公众见面。

新一代A4从外观车型进化而来,车身轮廓让人觉得很熟悉,依旧是一种四平八稳的姿态,但整个外观风格更趋硬朗。外部尺寸没有太大变化,但通过内部的优化设计之后,空间会有更好的变化,并且中国版车型会继续以L加长轴距的身份登场,出色空间更是得到保障。内饰设计上,车内布局将会借鉴新一代TT和刚刚发布的新一代Q7内饰的设计元素,呈现简洁而现代的风格,做工和用料也会更加的出色。

新一代A4基于升级版的MLB Evo平台打造,这令其车重能够比现款车型轻至少100千克。配置则会更加丰富和高档,全电子的仪表盘和抬头显示器将首次引入,主动安全配置包括了一套特定情况下工作的自动驾驶系统,比如堵车的时候,车辆能够跟随前车自动驾驶。此外,新一代的MMI系统操控上会借鉴新一代的TT,在控制上会更加便捷,速度也更快,同时还能提供丰富的功能。

动力方面,新一代A4将提供丰富的动力选择,其中包括1.4TFSI、2.0TFSI和3.0TSI三款四缸汽油发动机以及4缸和6缸的柴油发动机。更大的看点在变速箱,自动变速箱将会是一台9速S tronic自动变速箱,而个别车型也会提供6速手动变速箱。此外,新一代A4也会推出一款e tron插电式混合动力车型。

宝马新5系插电混合动力车首曝

日前,宝马新一代5系插电式混合动力路试车被曝光,该车将在普通版发布不久之后登场,普通版将在2016年登场。新车将搭载由2.0T汽油发动机和电动机组成的插电式混合动力系统。

据了解,这款插电式混合动力新5系测试车与标准版车型没什么两样,但它在前翼子板位置安装了一个盖子,这个盖子正是充电插口的位置。宝马新款5系也拥有一款插电式混合动力车型,它的国产车被命名为宝马530Le,目前该车也已经在国内上市。

现在的530Le搭载了2.0T发动机和电动机组成的插电式混合动力系统,纯电动续航里程为58公里。据海外媒体报道,新一代5系插电式混合动力车很可能也维持这样的设置,但是通过对系统进行更优化的设置以及新一代5系的35i平台本身所带来的全面进步和更轻的车重表现,其综合性能表现会比现在的530Le车型更加优异。

兰博基尼将推两款后驱车

兰博基尼日前宣布将推出Huracan的后驱版车型,并包括两个版本,不过目前官方还没有公布两款新车具体的推出时间。

这个消息来自兰博基尼的测试总监Giorgio Sanna,在马来西亚揭晓赛道专用车Huracan LP 620-2 Super Trofeo的时候,他表示兰博基尼正在研发两款Huracan后驱车型,而这辆赛道专用车也是一台后驱车型,最大马力输出为620Ps,比现在四驱的LP610-4多了10Ps。

从赛车版身上能够看出公路后驱版车型的一些端倪。预计后驱的Huracan的两个版本将是Superleggera轻量化版本和普通版本。其中这辆赛道版很可能就是Superleggera轻量化版本的蓝本,尽管公路版肯定不会像赛车版减重那么彻底,但是仍会比普通版拥有更轻的车型。不过动力数值很可能与赛车版的620Ps保持一致。它将与法拉利最新推出的488GTB进行竞争。

而门槛低一些的后驱版很可能则会命名为Huracan LP 610-2,和它的前任盖拉多的普通后驱版一样,它的最大马力数值比轻量化的Superleggera版本少10Ps。

上汽、阿里巴巴成立10亿元汽车基金

共创面向未来的互联网汽车生态圈

科技日报讯(柯宗)近日,上汽集团与阿里巴巴集团共同宣布,将合资设立10亿元的“互联网汽车基金”。双方将以资本为纽带,连接各自优势资源,共同打造“跑在互联网上的汽车”,引领中国“互联网汽车”的发展。该基金的成立将推进“互联网汽车”开发和运营平台建设,未来将是开放式的资本平台,吸纳更多互联网汽车参与者。这是继去年双方签署战略合作协议之后,迈出的实质性一步。

在互联网经济时代,跨界融合成为必然趋势。上汽与阿里,作为“互联网汽车”概念的首

创者,顺势而为,引领潮流,共同发起“互联网汽车基金”,用于组建合资公司,搭建互联网汽车的开发和运营平台。双方将围绕用户需求,打造全新的“互联网汽车”生活。

上汽集团拥有中国最大的汽车客户群,在整车集成、动力总成、新能源技术、汽车电子及架构等方面拥有强大和坚实的自主研发能力,在车载信息服务和车联网应用领域拥有深厚的研发和运营经验,在汽车销售、服务、物流和金融等方面拥有完善的体系。阿里巴巴集团拥有自主开发的Yun OS操作系统,拥有中国

最大的云计算平台和互联网大数据,构建了庞大的互联网内容、服务和生态圈,在电子商务、金融、地图和导航、通讯等领域拥有核心技术和服务能力。

上汽和阿里将充分发挥各自的优势,共同引领中国“互联网汽车”的技术开发、服务运营、商业模式和用户体,相关标准和规范的建立,促进汽车行业的跨界创新和转型发展,优化乃至重构汽车产业链和生态圈,并为未来的智能汽车和智能交通奠定坚实的基础。

上汽集团总工程师程惊雷表示,互联网必将成为汽车的一个基本属性,帮助用户在拥有汽车和享受出行服务时解决“痛点”,创造“甜点”。未来的汽车一定是互联网化的。

阿里巴巴首席技术官王坚表示,互联网汽车在改善人与车交流方式的同时,将会向人与车、车与路、车与基础设施的交流方向迈进。人、车、路和基础设施的四维交互成为趋势,这也将为无人驾驶技术的完善打下基础。

据悉,双方合作的首款互联网汽车将于2016年上市。

北京规定小区车位18%留给新能源车

科技日报讯(张宏)北京市政府近日公布了《北京市居住公共服务设施配置指标》和《北京市居住公共服务设施配置指标实施意见》,规定新建和改建的居住小区,要按区域位置的不同配套建设停车位。居住类建筑要把18%的配建机动车停车位,作为电动车停车位。

此次出台的文件中明确,大幅增加居民汽车库指标。按照距离市中心的远近,分为旧城地区和一类、二类、三类地区,以及商品房和保障房(又分销售类和租赁类)这两类情况,分别确定停车位指标。

其中,旧城地区商品房停车位配置的下限是每10户8个车位,上限是每10户11个车位。一类、二类、三类地区只设下限,分别为每10户11个、12个、13个车位。旧城以外这些地区的停车位配置不得低于下限值。同时,一般

也不能高于下限值20%,如果高出了20%以上,就要开展停车位论证,并对社会开放使用。保障房的停车位指标则比商品房略低。标准中还规定,居住类建筑要把18%的配建机动车停车位作为电动车停车位,同时还应设置无障碍车位。

据介绍,意见提出坚持“先批设施、后批住宅”的原则,确保街区级、社区级居住公共服务

设施与住宅建设同步实施。对于未按照时序建设、验收、交付居住公共服务设施的,规划部门可对竣工的住宅建设工程不予规划核,并对该建设项目其他建设工程暂缓核发规划许可;住房城乡建设部门不予办理竣工验收备案手续,暂停商品房预售和现房合同网上签约。这意味着,配套设施没有交付,楼盘无法通过验收,也无法销售。

■图片车闻

2040人类彻底告别驾驶



印度企业研发无人驾驶汽车

据印度媒体报道,印度马恒达集团将加入谷歌、特斯拉、宝马以及奥迪等汽车制造商的行列,开始试验无人驾驶汽车。

马恒达子公司一马恒达Reva公司已向英国和新加坡提交了无人驾驶汽车的概念图。马恒达Reva公司将需要首先经历3—4年的试验,再开发生产模式并加以执行。路测地点将选择在英国和新加坡进行。该公司称已经开始在马恒达位于班加罗尔的工厂进行试验。

一旦获得各国政府的同意,将立即开始路测。

马恒达Reva公司目前有约2000辆电动汽车在印度投入使用,每一辆车皆拥有超过100个传感器。该公司通过其收集来自汽车的数据,进行分析和诊断,甚至提供了一个功能来远程修复许多问题。不过,该公司至今还没有计划在印度测试无人驾驶汽车。原因在于印度的道路过于拥挤,不适合测试无人驾驶汽车。目前,该公司的重点是在美国、欧洲和东

南亚市场。一旦这些实验成功,下一步就可能开始在印度进行路测。

马恒达公司也在进行一些公众创新的无人驾驶汽车领域。该公司上月开始了无人驾驶汽车的挑战,邀请工程师进行设计。该项目将会让选定的队伍通过打造无人驾驶汽车缓解印度道路问题。第一款无人驾驶车将会花费2—3年的时间,并划分为三个阶段完成。

■海外风潮

欧洲1月新能源汽车销量超美国

据销售数据显示,2015年1月,欧洲电动汽车与插电式混合动力汽车的销量超过美国。

据外媒报道,在欧洲,2015年1月电动汽车的销量和插电式混合动力汽车销量达到9300辆,比美国6100辆的销量高出40%。

虽然欧美两地2015年1月的销量同比均有上升,但欧洲的增长率更高。2014年1月,欧洲市场出售的电动汽车和插电式混合动力汽车为5000辆,2015年1月比2014年1月多卖出4300辆环保汽车,增长率达到83%。

美国市场电动汽车和插电式混合动力汽车销量相比一年前也有增长,但是增长率不高。相比2014年5900辆的销量,2015年的销量仅增长3%。

2015年1月,欧洲最受欢迎的电动汽车为三菱欧蓝德插电式混合动力汽车,销量达到2000辆。大众汽车也是欧洲受欢迎的品牌。旗下的e-Golf和e-up销量达到2300辆。另外包括奥迪和保时捷品牌在内的电动汽车销量达到2800辆。

特斯拉公司也是在欧洲比较成功的品牌,Model S的销量为1300辆。日产聆风销量为1100辆。另外其他品牌的汽车,包括福特Fusion Energi、C-Max Energi和福克斯EV的销量一共为900辆。

欧美两地出售的车型并不完全一致。在欧洲销售前20款车型的排行榜上,很多车型在美国销量并不佳,同时很多车型只在美国或欧洲出售。例如,在美国,在欧洲受欢迎的车型大众Golf GTE和雷诺Zoe并不出售。另外,三菱欧蓝德PHEV和奥迪A3 e-Tron到明年才能在美国上市。

在欧美两地的销售前20名中,只有9款车是在两地都出售的。在这两地的市场上,这9款车的销售也是欧洲胜过美国。