

迎接互联网汽车时代的到来

2015中国汽车产业数据研究峰会在津举行

□ 本报记者 何晓亮

■ 数字车市

52万辆

全国乘用车市场信息联席会发布2015年3月销售数据显示,上海大众汽车延续前两个月热销态势,3月销售157007辆,继续蝉联国内车市第一。同时,一季度累计销量达523743辆,领跑国内车市。

46万元

美国有线电视新闻网日前报道,特斯拉发布全新车型S 70D,售价7.5万美元(约46.55万元人民币),比现有车型价格都高。新车型S 70D中的“D”代表双转子电动机,将成为标准配置。新车四轮驱动,功率为514马力,5.2秒加速至60mph,同时配有70千瓦时的电池组,续航里程约386公里。

2476辆

近日,比亚迪的消息显示,3月,比亚迪插电式混合动力车型秦销售了2476辆,今年第一季度累计销售6319辆。如果保持这一增长势头,秦2015年销量有望超过2.4万辆。2014年全年,秦累计销售了14747辆。截止到目前,秦累计销量已经超过两万辆。

200亿元

据工信部网站透露,根据“天津市新能源汽车产业发展三年行动计划”,未来3年,天津市将打造我国新能源汽车应用示范区、中国北方新能源汽车产业高地。到2017年,天津市新能源汽车全产业链将实现产值200亿元。

北京汽车一季度销量开门红

科技日报讯(何晓亮)日前,北京汽车公布2015年一季度销量。1至3月,北京汽车市场销量达到8.27万辆,同比增长26.8%。其中,轿车业务同比增长59.1%,微型车业务同比增长10.5%,并引发业界对“北京汽车速度”的热议。在2015年一季度车市微增长的背景下,北京汽车能够脱颖而出,主要得益于其在热点车型打造及创新营销方面的不懈努力。

北京汽车2015年一季度不仅在总销量上大幅提升,在销量结构方面也不断优化,轿车业务和MPV车型成为销售中坚力量。与2014年全年相比,北京汽车2015年一季度的轿车业务占比持续提升,接近于40%;MPV车型则持续快速增长,从2014年的25.8%增长至36.6%;SUV/越野车的占比也在逐步扩大,由2014年的2.3%上升为4.2%;而交叉型乘用车则由2014年的31.8%下降至20.9%。

奇瑞产品创新数字化应用最佳实践奖

科技日报讯(何晓亮)近日,由e-works主办、中国机电一体化技术应用协会支持的“2015(第四届)中国信息化与工业化融合发展高峰论坛”在京召开,奇瑞汽车荣获“2014年中国制造业产品创新数字化应用最佳实践奖”。

本次论坛邀请了工信部领导、制造业专家和经济学家、知名制造企业CEO、CIO、主流咨询服务机构的咨询专家,共同讨论新常态下我国制造企业实现转型升级的策略,解读了面对李克强总理提出的中国制造业“2025规划”,我国工业企业如何实现新常态下信息化与工业化的深度融合,进而实现智能制造,绘制属于我国现代工业转型发展的“工业4.0”宏伟蓝图。

为鼓励业界各方人士为推进我国制造业信息化的发展和进步付出辛苦努力,本次高峰论坛会议期间举行了“中国制造业信息化岁末盘点颁奖仪式”,现场公布并颁发了“2014年中国制造业产品创新数字化应用最佳实践奖”“2014年度中国推进两化融合杰出CEO”“2014年度中国制造业杰出CIO”及“2014年度中国两化融合应用最佳实践奖”等奖项。

“2015中国汽车产业数据研究峰会”近日在天津举办。本次峰会由中国汽车技术研究中心、天津港保税区管理委员会、天津空港经济区管理委员会和中国汽车流通协会共同举办,意在顺应当前经济发展新形势,适时打造的汽车产业“互联网+”交流平台。国务院参事室特约研究员姚景源、国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲、中国汽车技术研究中心主任赵航、中国智能交通协会会长吴忠泽等出席峰会并致辞。日产、通用、宝马、福特、丰田、福田戴姆勒、宇通等诸多车企,及大陆、中国移动等产业链各环节的企业参加了会议,参会代表超过460名。

当前中国经济发展进入新常态并开始“中国制造2025”规划,为我国制造业的转型升级提出了新的要求和发展方向:即开发利用网络化、数字化、智能化等技术,促进工业化和信息化深度融合,推动中国制造由大变强。围绕如何利用网络化、数字化推动我国汽车产业发展这一主题,与会代表进行了广泛而深入的讨论,达成了共识。与会代表普遍认为,传统的汽车行业数据来源不畅、结构单一、应用较浅,无法满足企业的数

据需求。而互联网、移动互联网技术的快速普及,正在诸多方面改变着人们的车辆购置和使用习惯,使传统的汽车数据收集、分析和利用方式发生重大转变,必将推动汽车全产业链的变革,为企业带来新的利润增长点

和竞争优势。在数据收集方面,车企、经销商、互联网及消费者等多渠道的数据收集方式日趋完善,使汽车大数据逐步覆盖全链条。车企大数据包括客户信息、交易信息、车辆信息、生产信息、采购信息、维修信息、投诉信息等,随着企业信息管理水平提高以及新的数据采集技术的使用,这些数据都将逐步得到完善。经销商通过移动互联网、后台音频整理、证照识别录入等新技术的使用,实现从消费者“关注”到“消费”整个过程核心行为要素的实时监测,确保消费者到店行为数据的全录入,同时监测车辆4S店维修保养信息。通过统计微博、峰会、网页等互联网大数据,企业可以监控客户进入首页,查看车辆详情及停留时间,洞察客户对车辆的关注点和走势,掌握不同客户的潜在需求及预期,监控产品舆情反馈等等。在消费者方面,车联网将对客户使用车辆的信息进行监

测,包括车主行为数据、车况数据、位置数据、驾驶数据等。在数据分析方面,需要将多渠道、标准不一的客户数据进行整合,建立汽车大数据库,主要分六步:数据融合、用户识别、全网用户识别、用户标签、用户聚类、用户细分。数据融合是把分散在不同系统之间的数据整合在一起,包括生产数据、销售数据、售后数据、互联网数据等。用户识别是通过数据清洗,识别出每个客户的详细信息。全网用户识别是采集客户的网上行为数据,进行全网客户识别,产生360度全方位客户视图。用户标签是将每个客户的特点、爱好、生活习惯,进行细致区分,并以标签化进行用户定义。用户聚类是指根据客户的标签进行分组。用户细分是对客户完成精准细分,针对目标客户开展一对一精准营销。通过这六步即建成统一、整合、可直接使用的数据库。

在数据利用方面,汽车行业对互联网、大数据等新兴科技的利用涉及到产业链的各个环节,包括:用户洞察、开展精准营销、改善客户管理及服务、改善产品研发和提升产品质量、业务运营监控、汽车后市场、交通领域、汽车流通等方面。通过对多渠道的汽

车大数据进行融合及挖掘,能够深刻地了解客户需求及动向,掌握客户信息,进行市场细分、竞争分析、掌握客户满意度等。大数据还可用于开展精准营销,通过整合汽车媒体、微信、官网等互联网渠道潜在客户,扩大线索入口,提高非店面的新增潜在客户量,并挖掘保有客户的增购、换购、荐购线索,从新客户和保有客户两个维度扩大线索池;运用大数据原理,定义线索级别并进行购车意向分析,优化潜在客户培育,提高销售线索的转化率,提升销量。

大数据应用于客户管理方面可以提升客户满意度,改善售后服务。通过建立基于大数据的CRM系统,了解客户需求,掌握客户动态,为客户提供个性化服务,促进客户回厂维修及保养,提高配件销量,增加售后产值,提升保有客户的利润贡献度;大数据可以改善产品质量,降低产品研发。通过用户洞察,进行产品设计改进及产品性能改进,提高产品可靠性,降低产品故障率;大数据应用在企业运营方面可通过搭建业务运营的关键数据体系,开发可视化的数据产品,监控关键数据的异动,快速发现问题并定位数据异动的原因,辅助运营决策。

在数据利用方面,汽车行业对互联网、大数据等新兴科技的利用涉及到产业链的各个环节,包括:用户洞察、开展精准营销、改善客户管理及服务、改善产品研发和提升产品质量、业务运营监控、汽车后市场、交通领域、汽车流通等方面。通过对多渠道的汽

3月汽车工业运行情况公布

新能源汽车实现高速增长

乘用车的产销在3月保持增长,产销实现10%左右的增长,增幅与上年同期基本一致。3月乘用车产销分别完成192.85万辆和187.04万辆,产销量比上月分别增长36.5%和33.9%;与上年同期相比,乘用车产销分别增长10.3%和9.4%。乘用车四类型产销情况看,比上年同期,SUV产销继续保持高速增长,分别为48.6%和48.8%;MPV产销增速超过10%,分别为14.6%和19.3%;轿车生产增长2.4%,销售下降0.4%;交叉型乘用车产销分别下降15.1%和17.8%。

新能源汽车继续保持高速增长。3月新能源汽车生产14328辆,销售14122辆,同比分别增长2.8倍和3倍。其中纯电动汽

车产销分别完成9504辆和9390辆,同比分别增长4倍和3.5倍;插电式混合动力汽车产销分别完成4824辆和4732辆,同比增长分别为1.9倍。1—3月新能源汽车生产27271辆,销售26581辆,同比分别增长2.9倍和2.8倍。其中纯电动汽车销售分别完成16113辆和15405辆,同比分别增长3.8倍和3.7倍;插电式混合动力汽车产销分别完成11158辆和11176辆,同比增长均为2.1倍。

中国品牌乘用车市场份额有所增长。3月,中国品牌乘用车共销售81.92万辆,同比增长21.3%,市场占有率比上年同期提升4.3个百分点。中国品牌轿车共销售25.08万辆,同比下降4.2%,市场占有率比上年同

期下降0.7个百分点;中国品牌SUV共销售26.70万辆,同比增长115.4%,市场占有率比上年同期提升16.2个百分点;中国品牌MPV共销售17.85万辆,同比增长28.3%,市场占有率比上年同期提升3.7个百分点。

1—3月,中国品牌乘用车共销售229.22万辆,同比增长20.8%,市场占有率比上年同期提升4.2个百分点。中国品牌轿车共销售71.04万辆,同比下降2.3%,市场占有率比上年同期下降0.5个百分点;中国品牌SUV共销售72.89万辆,同比增长108.3%,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52.79万辆,同比增长24.7%,市场占有率比上年同期提升3.9个百分点。



自带电池随走随充 无线充电汽车有望上路

日前,在深圳举办的第三届中国电子信息博览会上,中兴公司展出了无线充电通勤车。

据中兴负责人表示,在未来两年内,他们计划投入35亿元,深度研发无线充电技术。这将改变纯电动汽车的停车充电难、自带电池重的生存尴尬。而目前宇通客车是其较成熟的合作伙伴。2014年,该公司将这一充电技术模式推进市场,应用在城市公交与公务用车领域。而改造后的路边公交车站,靠感应装置即可进行无线充电。充电8分钟,可支撑巴士在运营路线上行驶约6公里。

本届展会围绕“智能新时代 数字新生活”的主题,展示智能产品、产业链及新技术、新产品,如智能汽车、智能机器人、可穿戴设备、3D打印、智能识别、互联网金融、产业互联网等。

新华社记者 毛思倩摄

质检总局:宝马将召回近8万辆问题车

从质检总局了解到,华晨宝马汽车有限公司、宝马(中国)汽车贸易有限公司,向国家质检总局备案了召回计划,决定自2015年7月8日起,召回79735辆问题车辆。其中包括5.3万余辆进口X3部分车型,华晨宝马3系部分车型1.5万辆。

本次召回范围内部分车辆由于供应商生产制造原因,部分批次内的电动燃油泵零部件的镀镍涂层状况不佳,油泵运转时内部会产生过大的摩擦力,导致油泵工作异常,乃至失效。故障发生时,车辆可能无法启动。极端情况下可能会导致车辆熄火,存在安全隐患。华晨宝马汽车有限公司、宝马(中国)将为召回范围内的车辆进行检查,并为存在问题的车辆免费更换燃油泵总成(含电动燃油泵),以消除安全隐患。

召回车型包括,华晨宝马2013年10月

26日至2014年3月28日期间生产的宝马3系部分车辆共15001辆,宝马(中国)进口的2012年6月14日至2014年3月17日期间生产的宝马1、2、3、4系部分车型共11417辆。

此外,宝马还将召回部分进口X3车型,生产日期为2011年10月1日至2013年12月1日,在中国大陆地区共涉及53317辆。召回范围内的车辆,电动燃油泵的供电线路束与燃油输送单元上的压力调节阀可能有干涉,在车辆使用过程中,会导致线路束损坏,特定情况下,可能产生内部短路。缺陷发生时,将导致发动机功率下降,抖动,不排除车辆熄火的可能,存在安全隐患。宝马(中国)将为召回范围内车辆进行检查,为存在问题的车辆免费维修或更换燃油输送单元,以消除安全隐患。(柯敏)

阿里巴巴成立汽车事业部

阿里集团近日对外宣布整合旗下汽车相关业务,成立阿里汽车事业部。

阿里汽车事业部将整合阿里集团大数据营销、汽车金融业务以及6000万车主汇聚的平台优势,协同汽车生态产业链各合作方,通过无线业务场景,向车主提供“看、选、买、用、卖”的全链路汽车电商O2O一站式服务。

目前,包括宝马、捷豹路虎、凯迪拉克、大众、别克、雪弗兰、丰田、本田、日产、现代、福特、奇瑞、吉利等近50家主流车企已与阿里合作。同时阿里已整合近1万多家O2O店、近2万4家汽车售后服务网点等各类O2O合作资源,涵盖新车、二手车、本地化服务、汽车商品等汽车电商各环节。

王立成对记者表示,阿里巴巴集团此前已与上汽集团合作,合资设立10亿元的“互

联网汽车基金”,推进“互联网汽车”开发和运营平台建设。目前,阿里巴巴集团拥有自主开发的Yun OS操作系统,拥有云计算平台和互联网大数据,以及互联网内容、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。

来自中国汽车工业协会的数据显示,2014年中国销售2349万辆汽车,同比增长6.9%,连续第六年蝉联世界第一,但增速相比2013年却下降了7%。与此同时,汽车电商却突飞猛进:整车销售方面,仅去年双十一期间天猫汽车销售整车就达5.07万台。

阿里汽车事业部后续将进一步整合集团内各方资源,更好地服务于消费者。据悉,今年上海车展期间,阿里巴巴也将通过论坛方式与各领域合作伙伴共同发布汽车业务的全新战略。(宗强)

■ 政策播报

广州:发布新能源车补贴细则

近日,广州市发改委与市财政局联合发布《广州市新能源中小客车车辆购置补贴实施细则》(以下简称“《细则》”),规定广州购买新能源汽车除了享受中央补贴之外,还有地方给予的车牌竞价补贴以及车辆购置补贴,需要购买单位与个人自行申报。

《细则》明确指出,新能源汽车在购买过程中,按照扣除中央补贴后的价格进行购买,并自行申报地方差额补贴。其中,申报地方差额补贴的新能源汽车须在2015年12月31日前完成注册登记,补贴的申报及拨付于2016年12月31日截止。而申请车辆购置地方万元补贴,则直接拨付至车辆所有者银行账户。

北京:小区车位18%留给新能源车

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。居住区建筑要把18%的配建机动车停车位,作为电动车停车位。

此规定明确,大幅增加居民汽车停车位指标。按照距离市中心的远近,分为旧城地区 and 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。

湖南:新能源汽车产业链初具规模

日前,湖南省经信委在长沙经开区众泰汽车发布《湖南省纯电动乘用车产业链技术创新路线图》,按照规划,到2017年,湖南省要实现年产10万辆纯电动乘用车产能,产业链年新增销售收入150亿元。

据省经信委统计,目前该省从事新能源汽车产业链上生产制造型企业将近200家,其中规模企业34家。2014年,该省新能源汽车整车销售收入超过60亿元,带动关键零部件销售收入200亿元左右。形成了全国规模最大、产品最齐全的电池材料聚集区。新能源汽车产业链已初具规模。

第七届福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛启动



科技日报讯(李莘)近日,由中国汽车联合会主办、江苏省汽车摩托车运动联合会承办的“图雅诺杯”—2015(第七届)福田奥铃中国勒芒轻卡耐力赛在京启动。同日,中国城市绿色物流战略发展联盟2015绿色宣言发布。

作为中国轻卡第一赛事,“中国勒芒轻卡耐力赛”已经成功举办六届。通过六届赛事的坚持与积累,参赛总人数累计已经超过140万。相较于往届大赛,本届奥铃勒芒首次被冠名“图雅诺杯”。“图雅诺”即福田汽车即将推出的欧系大VAN品牌。

据了解,本届赛事是2014—2015跨年度赛事的延续,以物流企业直接组队参加大区决赛的形式为主。总决赛将于11月在上海举行,届时将有2014年东南、西南、西北三大赛区的6支冠军队伍与今年南北两大赛区的4支亚军队伍,共计10支队伍30人参加2015勒芒赛的全国总决赛。本届赛事用奥铃CTX国IV轻卡作为比赛用车。