



又是一年 微增长

“2018年，汽车市场的影响因素整体偏负面，在乘用车增长乏力和商用车增速回落的背景下，预计2018年全年汽车销量增速不会高于2017年。”在日前由中汽协举办的2018年中国汽车市场发展预测峰会上，国务院发展研究中心流通所的某位专家如此表示。

与此同时，中汽协的报告也显示，2018年中国汽车市场继续延续缓慢增长态势，全年汽车销量约为2987万辆，同比增长3%。预计2018年乘用车销量为2559万辆，同比增长3%，占汽车总销量的85.67%。中汽协预计，2018年轿车销量为1177万辆，继续负增长，下滑态势趋缓；SUV车型销量1152万辆，增长11%，增幅下降；MPV车型和微客车型的销量也持续下滑。

上一次轿车出现负增长，还是在2015年。那时，由于受到限购、限行、二手车限迁等一些因素的影响而导致汽车厂家库存上升。不过，通过政策调节以及企业市场营销方式的改变，这种负增长可以调节。但是，2017年的轿车销量负增长与上一次的性质完全不同。市场销售均价上涨，市场规模却逐渐萎缩，这在一定程度上显示轿车市场下降的拐点已经来临。

仿佛就在昨天，2016年底，国家发布了关于小排量购置税的调整公告，自2017年1月1日起至12月31日止，购买1.6升及以下排量乘用车购置税的税率由原来的5%提高至7.5%。优惠政策实施一年后，自2018年1月1日起，所有1.6升及以下排量的乘用车将恢复按10%的法定税率征收车辆购置税。

受政策刺激影响，2010年、2013年和2016年的中国车市均保持了两位数的增长，随后即进入调整期。2011~2017年的7年间，有3年的增幅在5%以上，4年低于5%。如果没有政策刺激因素，中国车市实际上从2011年就已经进入了微增长，而且周期相对较长。

从2018年起，消费者在购车时，的确不必再顾及1.6升及以下排量的特别优惠了，但也可以肯定，这不是对汽车销售的利好。

9年前，中国已经成为全球最大的汽车生产国和第一大新车市场。不过，越来越多的理性观点会认同：单纯的销售数字其实并不重要，中国从世界汽车大国变成世界汽车强国，才是每一个汽车从业者更需要为之努力的目标。
(刘葳漪)

自动驾驶落地 互联网车企机会几何

随着汽车智能网联化进程的加快，不仅车企纷纷加大投入以实现新产品的转型，各种利好政策也正在为智能汽车的发展铺路。工信部近日发布《人工智能三年计划》，从今年至2020年，为包括智能网联汽车在内的人工智能各领域制定发展方向。而作为智能网联汽车最终呈现方式之一的无人驾驶汽车，无疑让特斯拉、蔚来等互联网造车企业看到了抢占市场的机会。

业内普遍认为，在诸多利好政策的激励下，汽车智能化领域正在结束试水期。互联网造车企业能否抓住机会，在智能网联汽车方面率先落地，已成为各造车企业成败的关键。

平台标准建立

消费者对于汽车智能互联属性需求的不断提高，不仅车企在该领域加大资金投入，与互联网企业合作，相关利好政策也相继出台。

去年，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，为了进一步落实该规划，工信部近日发布《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018~2020年)》。其中，智能网联汽车为本次行动计划提出的第1项要大力发展的智能产品，目标是到2020年建立可靠、安全、实时性强的智能网联汽车智能化平台，形成平台相关标准，支撑高度自动驾驶(“HA级”)。

“HA级”自动驾驶来源于《中国制造2025》，对智能网联汽车分为DA、PA、HA、FA共计四个级别，

有别于时下美国汽车工程师学会对于无人驾驶自动化的L1~L5级别分类。据了解，“HA级”相当于L4级，即在驾驶员没有根据提示做出合理应对时，驾驶操作由自动驾驶系统完成。

汽车行业专家颜景辉表示，三年发展规划将高度自动驾驶作为目标，体现出国家发展智能网联汽车的信心和决心。但是，作为实现汽车自动驾驶的摄像头、毫米波雷达、激光雷达等传感器零部件制造，核心技术仍然掌握在国外大型零部件制造商手中。国内企业的车辆传感器技术研发仍处在起步阶段，实现量产还需要时间。

传统车企抢食蛋糕

事实上，在诸多利好政策的助力下，国内外车企也在智能互联以及自动驾驶汽车领域密集布局，以期抢占先机分食市场蛋糕。

由工信部、国家发改委、科技部共同发布的《汽车产业中长期发展规划》中提出，到2025年，汽车DA、PA、CA新车装配率达80%，高度和完全自动驾驶汽车开始进入市场。据预测，到2020年，智能网联车型市场规模将接近千亿元。

目前，奥迪推出的2019款A8车型已经搭载L3级智能驾驶系统，通过大量的摄像头和扫描仪等设备，车辆可以自行加速、转向、刹车，不需要司机定时掌控汽车。自主品牌也在加大自动驾驶汽车的研发，其中，此前长安的无人驾驶汽车从重庆出发，完成了2000公里的路测

实验。

颜景辉表示，很多车企都在积极研发自动驾驶技术，以满足未来巨大的市场需求。但是，在政策助力下，自动驾驶汽车离商业化还有很长一段路要走，其中最为关键的便是居高不下的成本。

互联网企业落地考验

值得一提的是，在自动驾驶成为未来传统车企发力重点的同时，主打科技的互联网企业也纷纷入局，将自动驾驶视为下一个风口。

曾经上路进行自动驾驶测试的百度，在去年发布“阿波罗计划”，向合作伙伴提供开放的软件平台，快速搭建完整的自动驾驶系统。同时，在特斯拉车型搭载能够支持L5级自动驾驶的芯片后，一直以来备受关注的蔚来汽车，在去年正式上市的ES8车型上，蔚来已经为该车型装配Nio Pilot自动驾驶辅助系统。虽然蔚来方面并没有给出实现自动驾驶的时间表，但蔚来汽车创始人李斌表示：“2018年，蔚来推出的量产车将解放用户在车上50%的时间，到2025年会实现100%的解放。”

业内人士表示，互联网企业涉足自动驾驶领域，在软件开发方面的技术积累要高于传统车企，高效率的软件开发和测试流程，能更早地实现自动驾驶的功能。但是，目前众多互联网企业并没有给出自动驾驶的落地时间表。先行的技术开发如何真正在量产车型上落地，成为互联网企业能否抢占先机的关键。

(据《北京商报》)