



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出发展方向。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一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》)