

比亚迪高端品质混动车“秦”即将上市

本报讯 比亚迪公司将举办“新春购车 马上有秦”活动，为您的新春再添一抹春意。本次上市的车型共两款，旗舰型、尊贵型，售价分别为20.98万元、18.98万元。作为比亚迪双驱战略中的重要角色，“秦”是针对个人市场进行研发和生产的双擎双模车型，整车质保6年或15万公里超长质保，以及电芯终身保修，创领新能源汽车的行业标杆。

双擎双模 创领标杆

比亚迪“秦”搭载了行业领先的双擎双模技术，将大功率驱动电机与1.5TID黄金节能量体总成相结合，在混合动力模式下能输出217KW的总功率和479Nm的总扭矩，0~100公里/小时加速时间仅为5.9秒，最高时速可达185公里/小时，保证强劲动力的同时，百公里油耗仅为1.6升。

作为一款插电式混合动力汽车，比亚迪

“秦”的最大优势在于从设计上突破了充电难的壁垒，220V家用电源即可充电，使电动车走出概念、真正实用。“秦”纯电动续航里程达到70km，短途用电能满足消费者日常上下班代步使用，零排放，零污染；长途可用混合动力模式，节能环保。在很多城市PM2.5爆表的今天，“秦”给消费者提供一种新的出行方式。

智能设计 引领时尚

“秦”继承了比亚迪的家族式设计风格，依然以强大的电子配置将车型武装到“牙齿”。如12.1英寸超视觉TFT液晶组合仪表、Keyless智能钥匙系统、遥控驾驶等配置是毫无疑问地全系标配。

安全装备上，“秦”搭载有360°全景影像、TPMS胎压监测系统、EPB电子驻车系统、ISO-FIX标准儿童座椅固定装置等，同时还有大多数合资车ESP车辆稳态控制系统、

CDP减速度驻车制动控制系统，中高级车上都不具备的12安全气囊，安全配置一步到位。另外，比亚迪“秦”还搭载了云服务系统，配备了壁挂式充电盒和充电器，将智能科技与交互体验合二为一。

全新平台 外观霸气

“秦”是比亚迪历时5年采用全新平台打造的一款双模车型，自主研发的外观设计将科技前卫与中国元素融为一体。车如其名，“秦”拥有和它的名字一样霸气的外观。

中国书法“一笔回钩”的犀利前大灯，镀铬装饰条和黑色烤漆撞色的前格栅，与时尚质感十足的前保险杠形成了流畅的大“U”形前脸。同时，车头两侧的3“C”造型，再次将竖置转向灯、黑色烤漆装饰条与保险杠的立体感结合得惟妙惟肖。

从前门开始逐渐突出的锋利腰线，延伸至

造型独特夸张的尾灯，尾部logo是充电口，经典六边形盖板无一不凸显出“秦”的强烈运动感，整车设计将视觉辨识度和冲击力做到了极致，在充分展现新能源车的动感科技的同时，与整体设计完美结合。

“秦”是比亚迪在新能源车市场领域的又一力作，也是企业针对个人用车市场悉心研发的双擎双模车，“秦”的上市将打破传统燃油车市场的红海独创蓝海，改变中国汽车市场的局面。

为了感谢消费者对比亚迪一直以来的支持，2014年2月8日~3月14日，比亚迪将在全国范围内开展“新春购车 马上有秦”活动。活动期间，购买比亚迪的客户均可参与抽奖，抽中即可获得“秦”一年的使用权，期间将产生10位车主立刻实现“马上有秦”的新年愿望。

(王贝)

国内智能汽车市场规模将超1500亿元

与往年有所不同，今年在美国拉斯维加斯举行的国际消费电子展(Consumer Electronics Show，以下简称“CES”)的最大亮点不是手机、电脑，而是汽车。汽车厂商与IT厂商纷纷展示出跨界合作的汽车智能化产品，再加上去年谷歌、苹果等企业在汽车领域的布局，种种迹象显示，汽车行业正被互联网圈入领地，进入一个新拐点——汽车智能化时代，汽车或将成为“终极移动设备”。

智能汽车成 CES 最大亮点

“过去我们在汽车制造上精益求精”，“现在汽车行业已经进入了对移动性(Mobility)进行重新定义的时代。”奥迪总裁鲁伯特·施耐德(Rupert Stadler)这番演讲为今年的美国CES定下了基调。

事实上，今年的CES已经成为智能汽车秀场，传统汽车厂商纷纷拥抱智能手机和移动计算技术，和IT厂商跨界合作，秀出各种汽车智能化产品。

在今年的CES上，可穿戴设备开始突入汽车领域。汽车大佬奔驰推出了与其车型互联的Pebble智能手表，在与汽车“配对”后，Pebble就可以接收来自汽车的信息。而奥迪公司则推出了一款基于安卓系统的10.2英寸车载平板电脑。这款专供用户在汽车上使用的设备可通过车内无线网实现与其他乘客间的互动，并为乘车者提供导航、网络浏览、媒体播放等功能。搭载自动驾驶辅助系统的奥迪A7的“大脑”则是一款约一本书大小的电脑主板，可通过激光、雷达、摄像机和超声波数据等技术实现无人驾驶功能。

不仅如此，传统的IT企业也纷纷展开汽车领域的跨界合作。CES上，Google宣布“开放汽车联盟”正式上线，其目标是将Android系统的体验带到汽车导航和资讯娱乐系统当中。Google将与奥迪、通用、本田、现代等汽车厂商以及芯片制造商NVIDIA进行联盟合作，“给驾驶者带来先锋科技的体验”。用户将可以使用搭载了Android系统的智能汽车，内置应用商店可以下载相关汽车应用，或者让自己的Android设备与汽车相连，实现众多功能。

在此之前，苹果在WWDC(苹果电脑全球研发者大会)上也宣布了自家的iOS InTheCar计划。据悉，这已经吸引了宝马、福特、奔驰等公司的兴趣，包括Ferrari在内的多家汽车厂商在今年或将搭载新版iOS 7.1，为汽车增加类似Siri、视频播放及地图导航等功能。

众多IT厂商也在着手构建汽车生态系统。高通在本次展会上展出了全球首辆采用高通4GLTE解决方案的汽车。英伟达(NVIDIA)则推出芯片产品Tegra K1，将应用在智能移动终端以及汽车上，NVIDIA称Tegra K1的运算能力足够支持现今的无人驾驶功能。

种种迹象显示，汽车行业正在进入一个新拐点，与手机、电脑一样，汽车正在变成一个巨型移动设备。除iOS和Android系统外，芯片厂商、车内无线充电技术、娱乐系统、地图系



统、语音系统、运营商甚至汽车与可穿戴的结合，都已成为汽车产业和互联网结合的关键点。

我国智能汽车市场规模将超1500亿元

有业内人士表示，汽车行业正再次迎来革命——智能化、互联网技术发展正在改变汽车产品以及汽车行业的格局，继“iPhone”、“iPad”之后，“iCar”也会成为现实。

专家预计，智能手机技术和车载技术将在今年实现更大程度的融合。有来自麦肯锡全球研究所最新发布的研究报告显示，在未来12项可能改变生活、企业与全球经济的颠覆性科技中，“自动或半自动驾驶与驾驶的交通工具”(即无人驾驶汽车)位列第六。麦肯锡预测，无人驾驶汽车到2025年可以产生2000亿至1.9万亿美元的产值。

据国家统计局《国民经济和社会发展统计公报》数据，2012年我国汽车保有量超过1.2亿辆，并且每年新车销量约2000万辆。据分析机构易观智库预计，到2015年中国车联网用户的渗透率有望突破10%的临界值，届时，中国智能汽车的市场规模将超过1500亿元。

传统企业和IT厂商正在着力在这块潜力巨大的市场布局。据悉，美国电动车制造商菲斯科陷入财务危机后，国内多家汽车公司包括吉利、东风、北汽、万向等都表现出了收购意向，并先后派出团队前往美国考察。近日有消息称，李泽楷旗下控股的混合动力技术控股投资公司，也正着手收购菲斯科，并考虑在美国投产菲斯科电动车产品。

从未涉足汽车业的商业大佬为何也千方百计收购菲斯科？有资深汽车专家对记者表示，李泽楷真正看重的是汽车智能化与IT整合，打造新的商业帝国。如今，IT已经超越了社交网络和搜索引擎的范畴，软硬件结合是

IT业未来的趋势，特别是移动服务。而相比之下，新能源汽车企业更加注重智能化技术。

gartner副总裁兼首席汽车分析师TiloKoslowski指出：“想要把汽车变成未来最具创新精神、万能、理想的移动设备，先进的计算技术是实现这一切的基础。通过让这些技术具备无线可升级能力，汽车厂商可以改善现有的车载特性，在车辆寿命周期内提供全新的特性。”

IT大佬与汽车厂商都在进行相关的技术储备。美国专利市场研究公司EnvisionIP的最新报告显示，谷歌和苹果等智能手机公司已经在美国申请了众多与车载智能设备相关的专利，其中谷歌达到310项、苹果公司为35项，其他智能手机公司的总和达到617项，这包括三星234项、LG161项、索尼155项、诺基亚42项和黑莓25项。

而在中国，目前至少有上汽、吉利、一汽、奇瑞、长安、比亚迪、华晨等七家自主品牌企业推出了自主研发的车联网系统和产品。吉利控股集团董事长李书福在2013年底举行的第二届国际汽车安全高峰论坛上表示，无人驾驶已经不远，2014年沃尔沃将在中国推出一款高度智能的汽车——XC90。它基本上已具备应对道路局面的能力。

在国内落地仍需时日

尽管企业在智能化方面摩拳擦掌，但从目前看来，智能汽车在国内落地仍需时日。

长安汽车研究总院总工程师黎予生此前曾对记者表示，随着汽车技术的发展，新能源汽车和车联网技术的普及应用是两大发展趋势。车联网也就是智能汽车发展的高级阶段将在2020年左右到来，届时车车通信与安全控制、车路通信与安全控制将是汽车智能化重要的解决问题。

消费者的认知和接受度也有待培养。“目前我国的车联网市场是叫好不叫座，主要是因为我国车联网市场在产品使用、价格及售后服务等上还主要是‘高富帅’的专利，还不太接地气。普通消费者还停留在把汽车作为主要的代步工具上面。”一位业内专家对记者说道。

记者日前在北京某一知名4S店采访时，正帮别人选车的孙先生对记者表示，此前有朋友建议他把自己的大众车换成宝马530。因为北京雾霾天气太多，容易迷路。而宝马530的视频在线导航服务，可以免去手机导航信号不稳定的问题。可自己的车还7成新，即使导航服务是免费，他仍下不了决心弃旧买新。

就车联网在实际生活中的普及方面来看，虽然可以解决在使用汽车、保护汽车安全方面的问题，但从用户体验层面上看，却无法激发用户更大的使用乐趣。对此，某4S店销售总监付先生表示，对目前国内汽车智能技术发展，消费者认知的重要性排在技术和应用领域之前。尽管IT产业的发展日新月异，但在汽车领域，汽车智能化却一直是高档车的专利。国内大部分消费者对于“智能化”的认知程度还很低。

黎予生也说道：“如果让消费者去体验，他们会觉得用起来很好，但真正让他们多花钱去买，他们又不愿意；有时候即使买回去，很多功能也不去用。”

另外，有专家指出，目前我国关于汽车智能化相关技术的法规标准还不完善，与任何产业一样，汽车智能化的应用离不开国家的支持和政策方面给予的引导，以及行业协会的积极推动，只有明确了国家汽车行业信息化的发展方向，企业才能更好地结合自身特点制订发展规划和长短期的市场策略。

(摘自《经济参考报》)