

传统车企的“帝国反击战”

推荐阅读

自动驾驶汽车一役，汽车制造商未必会输

本报记者 李修惠综合外媒

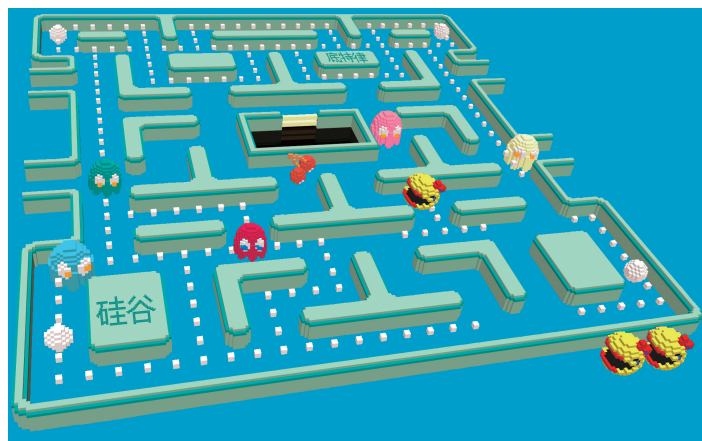
估计车企的CEO们近几年来晚上都睡得不大安稳，说不定还做过一些噩梦。梦里的谷歌、苹果和优步偷袭了他们，然后迅速地毁掉了他们辛辛苦苦经营了多年的业绩。

那些科技企业鼓捣自动驾驶汽车的动静那么大，即便是平时不怎么关心汽车产业的人也能听见那些声响。而和总是西装革履的车企CEO相比，穿着休闲服饰谈笑风生的科技企业创始人也更能吸引众人的目光。一时之间，只要谈起自动驾驶，聚光灯便只是集中在科技企业的身上。

华尔街明星投资银行 Evercore 的分析团队发表了一篇名为《帝国反击战》的报告。报告指出，传统汽车企业不一定会被那些想要自己造车的科技公司毁灭。烂船也有三斤钉，车企得益于自身规模，不会脆弱得一击即倒，他们的武器库里还有些重量级武器能够作战。

不造武器，买武器

谷歌和优步研发的无人驾驶汽车正在路上晃悠，苹果刚向滴滴投了10亿美元，科技企业来势汹汹。不少投资者都认为，在出行的新世



界里，传统汽车企业将是赢家。投资者的心态完全地影射在了股市里。据 Evercore 估计，这样的心态至少让全球各大汽车制造商损失了420亿美元的市值。

但汽车制造商们的估值被看低了。Evercore 在报告中强调，“不要忘了，传统车企不会坐以待毙，他们也在向未来的出行趋势调整。”不少汽车制造商已经展现出了想要跑赢这场比赛的决心。宝马、戴姆勒和大众在去年花了28亿美元合力拿下了HERE地图，而HERE地图的技术水平丝毫不逊于谷歌地图。这能给这三家车企的自动驾驶技术打

下良好的基础。

和诸多车企有着合作的 Mobileye 的 REM（道路管理系统）地图也让人印象深刻。Mobileye 的 CEO 在今年的消费电子展上公然说其他公司根本不懂无人驾驶相关技术，甚至不把谷歌放在眼里。

通用汽车一直以来都凭借安吉星系统走在互联汽车的前列，而且通用也是 Mobileye 的合作伙伴。更不用提大众了，大众既收购了 HERE，同时也是 Mobileye 的合作者。

车企的转型速度确实不快，但天下哪有容易掉头的万吨轮？车企

的优势是钱多资源多，可以不断地通过“买买买”来增加获胜的砝码。

派支前哨去敌营

如果说，车企的“买买买”只是吹响了这场反击战的号角；那么，他们在硅谷设立的实验室就是第一战的炮火了。

百年车企福特汽车一直驻扎在密歇根州，那里汽车制造商云集，是美国汽车工业的腹地。但为了能够给研发自动驾驶汽车创造一个更好的条件。福特在硅谷成立了一个研究中心，造车专家们在硅谷和科技狂人们在同一间咖啡店购买饮料，同一家餐厅品尝色拉，学习用最“硅谷”的思维方式去研发一辆汽车。

除了福特，宝马、奔驰、通用、雷诺等车企也先后在硅谷设立了研究中心。原是科技企业聚集地的硅谷，正逐渐成为汽车前瞻技术的摇篮。底特律的车企三巨头，在横跨了七个州后，在硅谷重新聚首。

如果硅谷能够给世界带来最先进的手机和其他移动设备，那么硅谷也能培育出最先进的汽车。它不一定会制造汽车，而是向大脑一样指挥底特律的工厂生产出自动驾驶汽车。

Automotive News

凯迪拉克设体验中心

凯迪拉克将在纽约总部开设一家名为“凯迪拉克之家”的品牌体验中心。据透露，其品牌体验中心内设一家咖啡厅，以及活动和汽车展览场地，将于6月2日正式向公众开放，展示凯迪拉克新的历史。

凯迪拉克还计划将品牌体验中心用于影片放映或技术交流类活动。该品牌首席营销官 Uwe Ellinghaus 在一份声明中表示，“随着‘凯迪拉克之家’的设立，我们可以带来这一品牌在汽车空间以外的独特激情与视角。”

Bloomberg

特斯拉自动驾驶累计行驶1亿英里

自从特斯拉推出 Autopilot 自动驾驶功能之后，特斯拉车主已通过该功能行驶了1亿英里（约合1.6亿公里）。

特斯拉 Autopilot 项目总监斯特林·安德森表示，特斯拉利用从这些里程中收集到的数据来开发、改进更多功能。目前，路面上已有约7万辆特斯拉汽车支持 Autopilot 功能，每天行驶260万英里（约合418万公里），远超谷歌自动驾驶汽车项目，后者的累计行驶里程超过150万英里（约合241万公里）。

特斯拉在2014年10月首先面向 Model S 推出了 Autopilot 硬件。一年后，特斯拉开始通过空中下载技术推送7.0版本系统升级，推出了辅助转向、交通感知巡航控制、自动泊车、自动变换车道等功能。需要指出的是，特斯拉汽车并不像谷歌自动驾驶汽车那样能够完全自动驾驶。不过，Model S 现在可以自主处理大多数普通驾驶操作，完全有能力在公路上为车主驾驶，让车主的手、脚离开方向盘、踏板。

朝日新聞

丰田混动车累计销量超过900万辆

丰田宣布，旗下油电混合动力车迄今累计销量超过900万辆。丰田在去年发布了“环境挑战2050年战略”，提出到2050年将混动车年销量提升至150万辆的目标。

丰田表示，2015年各市场累计销量为120.4万辆。其中，日本本土共售出63.32万辆，北美地区共售出28.29万辆，欧洲共售出20.15万辆。

普锐斯和普锐斯C是丰田累计销量最高的车型。丰田认为，只有生态友好型车辆被广泛应用，才会对环境带来积极影响，因此积极在大众化市场上推广混合动力车型。

走运的欧宝和倒大霉的菲亚特

如何才能从欧盟的“尾气门”中脱身？

本报记者 李修惠综合外媒

通用的欧宝和菲亚特-克莱斯勒都摊上大事了。近几个月来，这两家车企一直因疑似排放造假而频频见诸报端。就在上周，德国联邦机动车管理局（KBA）发表官方声明，证实了这两家车企的确存在排放作弊行为，并称将对他们追责。

此前所有被卷入“尾气门”的车企都没什么好果子吃，大众集团支付了巨额赔款，三菱则被日产吞并。不过，就目前的情况来看，欧宝和菲亚特-克莱斯勒将面临截然不同的命运：前者很可能会逃过一劫，免去一身腥，而来自意大利的汽车制造商马上就要倒大霉了。

最宽松的法规

首先，我们要清楚，每个地区对排放欺骗装置的界定都有所不同，而欧盟对排放欺骗装置的界定很有意思。在欧盟的规定中，排放欺骗装置是违法的，但车企有权利为自己辩解。如果车企声称安装那些装置的本意不是为了欺骗排放测试系统，只是为了在某些工况下保护娇嫩的发动机，那么欧盟就会判定这些装置合法。

欧盟的这一法规听起来是不是很宽松？车企只要做得不是太露骨，就可放心大胆地一口咬定自己没有

使用违法的欺骗装置。而且，即便最后被判违法，车企面临的罚款金额也不会太高。但是，装有违法欺骗装置的车型将无法得到欧盟的车型认证批准。这意味着这款车将再也无法在欧盟的地界上使用。

得益于欧盟宽松的法规，欧宝可以为自己脱罪。《福布斯》杂志的记者在得知欧宝面临排放欺骗的指控后，于第一时间采访了几位业内专家。这几位专家的反应都是一致的。他们表示，“欧宝的装置看起来的确是欺骗装置，但就算真的是欺骗装置，欧宝也能钻法律的空子而脱身，因为欧宝能够给出合理的解释。”

最机智的车企法务部

欧宝的确做到了。在德国当局发表官方声明，指控欧宝有排放造假的嫌疑后，欧宝给出了一份谨慎而严密的回复。欧宝的涉事车型是赛飞利，其尾气处理系统应该在发动机启动后就一直处于工作的状态，但事实却不是这样的。

赛飞利的尾气处理系统只在20°C-30°C的温度区间内运转。欧宝的解释是，这是为了保护发动机，而且法规也没有明说不可以这么做。专家称，欧宝要这么解释也行。但是很巧合的是，排放测试就是在这个温度区间内进行的，我们

已经开始怀疑这个本应该是保密的信息，被某些人透露出去了。

赛飞利的尾气处理系统会在行驶速度超过145km/h，每分钟转速超过2400转的时候自动关闭。欧宝的解释是，在这样的工况下，尾气处理系统的温度会过高，导致氨气和其他对环境有害的气体泄露，所以我们在这样的工况下关闭了该系统。专家称，没错，但是在这样的工况下关闭尾气处理系统也能让尾气中二氧化碳的排放量数据看起来更低。

赛飞利的尾气处理系统会在行驶海拔大于或等于850米的时候关闭。欧宝的解释是，发动机需要在高海拔地方获取足够的氧气来工作，不然发动机会受损。专家称，高海拔区域对涡轮增压系统而言确实不是最适合的工作环境，但也不至于到损害发动机的地步。倒是德国的排放测试实验室设立在海拔800米的地方，这两件事情让人浮想联翩。

业内专家称，欧宝对那些装置做出的解释“巧妙而机智”。甚至有人感慨：“看来欧宝的工程师团队和其法务部门的合作很是紧密。”

太傲慢的菲亚特

菲亚特-克莱斯勒的工程师团队显然没有欧宝的团队那么高明。