

智能时代 汽车该有的样子

智己车灯凭什么“智”？

技术好不好，用户体验好才算好

本报记者 吴琼

人会根据不同场合换装，车灯也可以吗？

“传统车企做不到，但智己汽车能做到。”3月，在上海汽车创新港的智己汽车办公楼里，DLP（数字光处理）产品经理崔巍自信地告诉《上海汽车报》记者，“同样的车灯（硬件），不同的人，在不同的场合使用，呈现出来的结果可能不一样。”

不少意向用户表示，很喜欢自动驾驶状态下那个很聪明、会“说话”的车灯。“我们的车有代客泊车功能，

可以自己在停车场寻找车位。考虑到无人驾驶还是一个新事物，路人可能会担心，我们就通过灯光来提醒行人。”崔巍指着智己汽车DLP投影大灯系统说，“你看，附近有行人时，DLP车灯会向地面投射出引导线，让行人知道汽车的行驶轨迹；如果遇到行人通过车道，车辆会自动减速，并在地面上投射出减速的图示，在车前显示动态的斑马线。我们称它为‘礼让行人’功能。”

与众不同的智己汽车，从车灯开始。“聪明”的智己车灯，给外界留下了“我的车灯，我做主”的深刻印象。

“多管闲事”的车灯团队

车灯想要变得如此智能，靠的不只是华域视觉提供的硬件（DLP车灯等），还需要软件、电子技术等支持，后者才是智己汽车不可复制的核心竞争力。但是，这也对传统的业务架构、整体行动力提出了新的挑战。

从项目立项到智能车灯落地，智己汽车仅花了一年多时间，远远快于传统车企。早在2019年，上汽集团就做好了迎接全新智能电动汽车时代、颠覆自己的准备。2019年，上汽悄悄启动全新高端纯电动汽车的可行性研究，内部代号为“L项目”（现在的智己汽车）。经历了多轮大讨论后，2019年9月，上汽集团董事长陈虹一锤定音，拍板正式启动L项目。随后，项目组确定了新方案。其中，智能车灯作为产品亮点之一。在了解到华域视觉

已经率先开发出DLP智能车灯后，2019年年底，时任筹备组负责人、现任智己汽车总经理的蒋峻前往华域视觉挑选车灯产品。2020年，车灯团队开始组建，当年年底就锁定了方案。

据悉，智己汽车的车灯团队不仅要负责（车灯）系统设计、场景设计，还要负责电子/视觉设计等。这相当于传统整车企业多个部门的工作职责。

“车灯变成了电子产品后，整车控制器、逻辑交互成为重中之重。灯光照明只占车灯功能的10%-20%。”崔巍说。在传统车企中，车灯部门最关注的是车灯的造型和照明效果。因此，传统车企的车灯部门接到造型效果图后，会分析造型的可行性；根据发光效果等要求，寻找供应商开发性价比合适的车灯。

如今，智己汽车的车灯成了新势力造车进化的标签之一：车灯变“活”了，不再只是发光照明的硬件，而是会“说话”，甚至“千变万化”的智能伙伴。按照

智己汽车的规划，随着SOA软件平台技术的发展，车灯及整辆车都将因乘员数量、道路情况、目的地，甚至驾乘者心情等不同条件而配置不同功能。

用户体验“最”大

在传统工程师看来，礼让行人的智能功能已经相当先进。但智己汽车的车灯团队却挑出不少瑕疵。以地面投影为例，最初DLP车灯只能投影到8米外的范围，行人或者看不到那么远；或者直接投影到前车上，行人看不到。为此，智己汽车增加了大灯高度调节功能，让DLP车灯的投影距离保持在4米左右，正好处于行人最佳视线范围内。

经过一年多时间的打磨，智己汽车的车灯已经具备了四大板块（功能）：安全板块、引导板块、交互板块、娱乐与共创板块。如今，每一个板块的功能都优于最初DLP智能车灯硬件的出厂功能。在安全板块，智己汽车增加了后车防撞功能。如果后车快速接近或较长时间紧逼时，智己汽车识别后会自动触发双闪提醒后车，后车灯（ISC智能交互信号灯）也会用图示等信息提醒后车。在交互板

块，智己汽车增加了更多的车灯互动功能，包括静止时的互动和自动驾驶状态下的互动。据介绍，自动行驶（包括自动泊车）时，智己汽车和驾驶员、行人进行交互；静止时，智己汽车和外界的迎宾进行交互。试想，比如今天是亲朋好友的生日，当他们驾车过来时，你的智己汽车自动识别后会启动生日迎宾互动功能，亲朋好友会多开心？

个性化，也将成为智己汽车独特的亮点之一。据了解，智己汽车将推出更多适用的智能化车灯功能，用户不仅可以定制尾灯的效果，还可以定制DLP投影图标的风格。

以智己汽车为代表的中国新势力造车，在车灯技术领域的领跑正在开启一个新时代。“车灯‘活’了，不再只是发光照明的硬件，而是会‘说话’，甚至‘千变万化’的智能伙伴。”崔巍说，“用了我们的车灯后，都会爱上我们的车。”

智己人感言

华为高端智能手机逆袭成功，是因为最早应用了4G、接近专业相机的双摄像头等新技术。复盘过去的成功经验时，华为将其归功于三个主义的结合——“理想主义”（突破核心技术）、“实用主义”（围绕用户需求 and 痛点研发）和“拿来主义”（广泛借鉴和合作）。其中，实用主义是魂，另外两个主义服务于魂。智己汽车的车灯同样如此。

买什么车最保值？

上汽认证二手车直击痛点



首席记者 阮希琼
见习记者 张卓然

二手车市场，水有多深？不少踩过雷的二手车买家都会直呼“套路深似海”。

一年前，上汽乘用车直击痛点，推出了上汽认证二手车。

一年后，4月12日，在上汽认证二手车品牌之夜暨发展论坛上，“汽车保值率”成为高频词。自主品牌汽车的保值率发生了哪些变化？买什么车最保值呢？上汽乘用车联合中国汽车流通协会和北京精真估信息技术有限公司共同发布报告，揭示其中奥秘。

荣威、名爵成“保值神器”

汽车保值率是汽车产品力、品牌力、美誉度的综合表现，也是品牌溢价与产品力的重要体现。在二手车交易量巨大的欧美国家，汽车保值率已被视为选购汽车的重要因素之一。

本次论坛上，上汽乘用车联合中国汽车流通协会和北京精真估信息技术有限公司共同发布了《上汽乘用车2020年品牌保值率报告》，展现出国内汽车市场在汽车保值率方面的颇多亮点。

首先是国内自主品牌在汽车保值率方面已有不俗表现。通过横向对比国内自主品牌与各国合资品牌，可以看到，在1-5年保值率细分段，自主品牌保值率在大多数年段已超越美系、英系、法系品牌，基本上与韩系车相当。目前，日系、德系品牌

仍在保值率上有较大幅度的领先优势，但国内自主品牌已渐渐成为“保值神器”。

报告显示，上汽乘用车旗下两大汽车品牌荣威和名爵的保值率名列前茅。荣威品牌i6、RX3、RX5及名爵品牌MG6、EZS等多款车型入围细分市场保值率年度排名前十榜单，荣威RX5 eMax更是荣膺插电混动车型保值率年度冠军。

打造“终身管家式服务”

荣威、名爵品牌保值率拥有如此表现，上汽认证二手车功不可没。

精真估市场副总裁崔璨表示：“荣威和名爵的保值率获得提升，与上汽认证二手车的服务质量、品质保障、品牌宣传等因素是密不可分的。”

上汽乘用车公司副总经理孙亦炯表示，荣威、名爵品牌的车主数量累计超过了300万，很多用户开始考虑车辆增换购事宜。基于此，上汽认证二手车应需而来，打造“买-用-卖-换-再买”的“终身管家式服务”，形成用户及车辆的全生命周期服务闭环。

目前，上汽认证二手车品牌已经在上海、成都、南京、郑州、天津、深圳、东莞7地建立认证中心，预计到今年年底，业务布局将拓展至30个城市，覆盖全国大部分重要的二手车区域市场，为品牌车主和广大二手车用户提供最有价值的二手车服务渠道。