

电商、快递业务快速发展，拉动市场需求猛增

电动物流车助力城市终端货运

本报记者 甘文嘉

6月16日，上汽大通向新能源汽车租赁企业华宇新能源交付了大单中的首批500辆EV80物流专车。今年2月，上汽大通EV80车型还获得上海邮政300辆订单，成功进入国内物流系统。今年开春，东风扬子江与湖北当代签订了2.5万辆纯电动物流车订单。接二连三的大单预示着纯电动物流车拥有巨大的市场潜力。

各地大力推广

据分析，纯电动物流车的走俏缘于各地方政府的大力推广应用。深圳市日前出台了鼓励新能源纯电动物流车发展细则，新能源纯电动物流车可在原先受时间、路线和区域限制的道路行驶。深圳市提出，到2020年全面实现物流电动化，纯电动物流车还可享受“全天候、全路段”的通行优惠政策。武汉将引入纯电动物流货车，率先在国内打造“城市货的”。而在北京、天津、山东等新能源汽车示范城市已经出台的推广方案中，均有提及推广纯电动物流车的计划。

近年来，城市轻物流和宅配市场形势趋好，特别是随着电商、快递业务的发展，上门服务用车的需求日渐加大，物流车需求也随之增加。城区间物流车因行驶范围固

定，车辆使用频率高，与电动物流车区间运行、使用成本低廉的特点契合。虽然购置成本偏高，但考虑到纯电动物流车可以享受国家和地方补贴，并且在税收减免、信贷支持、免费牌照、不限行限购等方面均获国家和地方政策扶持，使得纯电动物流车相对于传统物流车在全生命周期上的成本优势得到体现。

另一方面，国家大力倡导节能减排，重拳出击尾气排放污染。北京市一次次的雾霾红色预警，不断地刺激着受单双号限行困扰的城市物流用户的神经。去年12月，在福田欧马可国内首家纯电动4S店开业仪式上，福田汽车向北京银企国际物流有限公司交付110辆欧马可纯电动物流车，京津冀用户无惧限号，可轻松进城，一路绿色畅行。

车企大规模布局

在各项政策的密集催化下，新能源专用车生产企业纷纷发力，密集发布新产品，以“超长续航里程、澎湃动力、全面安全防护、超强承载能力、使用成本低廉、节能环保”等卖点抢占市场。据悉，在续航里程上，上汽大通EV80领先同级，达到了370km，满足了城市快递业务需求。在耐久力上，EV80通过了多轮零部件质量验证和整车验证试验，整车耐久性、可靠性强。福田汽车旗下奥铃纯电动物流

车是国内唯一达到欧洲安全法规ECE合格标准的轻卡。在运营成本方面，欧马可纯电动物流车百公里运营成本约为30元，一年就能省出近2万元的油费。在保养成本方面，欧马可纯电动物流车保养项目较之传统柴油中轻卡，每年能为用户省下近1万元的保养费用，大大降低了用户的养车成本。

据乘联会统计，纯电动物流车在整个电动专用车市场中占比居于首位。去年我国共生产纯电动专用车47778辆，同比增长超过10倍。其中，纯电动货车共生产44497辆，占比达到93%。纯电动货车按照用途来看，去年共有28955辆用于物流运输，占比达到60.6%。

今年5月24日，工信部发布了《道路机动车辆生产企业及产品公告》(第285批)的车辆新产品公示信息，共有218款新能源车型入选。其中，电动专用车109款，占比32%。在专用车中，纯电动厢式物流车共有74款，占主导地位。另外，今年2月，国务院五大举措加速新能源汽车发展，要求扩大城市公交、出租车、环卫、物流等领域新能源汽车应用比例。由此可见，整车生产厂家可把握政策蜜月期，大规模布局纯电动物流车市场，有望进一步加快产业发展。

专家预测，2016年我国纯电动物流车将会保持2015年的增长态势，产销量将比去年翻倍。

宝马联手英特尔、Mobileye 研发全自动驾驶解决方案

本报讯 7月1日，宝马集团宣布联手英特尔和Mobileye公司，努力将自动驾驶车辆和未来出行理念变成现实。这三家分别来自汽车、科技、计算机视觉、机器学习行业的领军企业正开展合作，目标是到2021年，实现高度自动驾驶车辆和全自动驾驶车辆量产。

据悉，宝马集团将与英特尔和Mobileye公司一起建立一个行业标准，为自动驾驶建立一个开放平

台。该开放平台将包括3到5级自动驾驶技术，并向众多汽车供应商和其他可以从自主机器和深度学习受益的公司开放。三家公司已经建立了共同的参考体系结构，这个参考体系包括了一系列的可交付成果。他们将在短期内推出一款展示自动驾驶技术测试的高度自动驾驶(HAD)原型车。到2017年，该平台将拓展到其他自动驾驶车型。(荣鹏)

北京研究普通小客车指标市场化配置方案

本报讯 近日，北京市交通委发布《北京市“十三五”时期交通发展建设规划》，继续控制机动车总量，研究普通小客车指标市场化配置方案，同时，针对雾霾天和中心城区拥堵情况，完善机动车分区、分时段限行政策，研究完善外埠小客车高峰时段限行政策。

截至2015年年底，北京机动车保有量达到540万辆。按照《规划》，到2020年，北京机动车数量将控制在630万辆以内。“十三

五”期间，北京将继续提高新能源小客车指标比例。今明两年，北京每年配置的15万辆机动车指标中，新能源车指标已从之前的2万辆增加至3万辆。

另外，北京正在研究新的小客车指标配置方式，不排除将采用上海的拍卖得指标方式。截至今年6月，北京普通小客车基准中签率已达到725:1，申请人数约270万人，而目前北京市常住人口已达2170.5万。(孟克)

传统车企抢滩汽车共享市场

本报记者 邹勇

面对汽车共享风口的到来，传统车企越来越懂得适应趋势，汽车共享经济也将对未来汽车产业格局的发展带来诸多变化。

行业巨头争相布局

丰田汽车日前宣布投资汽车共享服务商Uber。通过这项合作，消费者可以从丰田金融服务公司租赁汽车，并通过为Uber驾驶的方式来支付租车的相关费用。双方还将联合开发服务于Uber司机的车内应用、设立面对Uber司机的汽车销售项目。与此同时，大众汽车也宣布向Uber的竞争对手Gett进行总额3亿美元的战略投资，计划通过这笔投资进军汽车共享服务市场。

今年1月，通用汽车推出了车辆共享服务品牌Maven，为用户提供汽车的分时租赁业务。此外，通用汽车还宣布向Uber在美国的主要竞争对手Lyft投资5亿美元，双方将在美国联合建立自动驾驶汽车综合网络，为用户提供专车服务。



技术与数据优势互补

作为汽车产业未来发展的趋势之一，汽车共享已为不少业内人士所认同。与其消极对待，不如积极拥抱，占得先机。因此，传统车企不约而同选择与汽车共享经济融合。

传统车企在汽车技术及科研方面的优势是汽车共享服务商所不具备的，而以互联网为基础的汽车共享服务商对于大数据的统计和分析则有先天优势。传统车企与汽车共

享服务商在数据及技术方面可实现优势互补。

长期以来，由于经销商的存在，车企并未实现与客户的直接接触，在研究消费者的用户习惯时面临诸多困难。但汽车共享服务平台却恰恰以此见长，拥有与消费者直接交换信息的途径，能够深入了解到消费者的打车行为，并积累大量的用户数据。与汽车共享服务商合作，车企可获得大量、真实有效的用户数据，对于其研究用户习惯、确立研发方向都大有裨益。

大众汽车携“柏林戏剧节”助力中德文化交流

本报讯 今年仲夏之际，有德国戏剧“奥林匹克”之称的“柏林戏剧节”首度来华，携3部出色剧作在北京和上海两地进行巡回展演，大众汽车为此戏剧盛宴提供了全程赞助。大众汽车致力于为公众创造更多参与文化和艺术项目的机会，使更多人接触和感受新文化，积极促进中德两国之间的交流。

“柏林戏剧节”自1964年创办以来，至今已连续举办53届。每

年戏剧节，主办方都会用数月时间从上一演出季的约400部新作中，精选出10部“最值得关注”的作品，邀请参加展演。本届戏剧节的10部佳作中，有一半与战争、逃亡、流亡、难民、陌生感，以及全球化进程中的责任等主题相关。在此次中国之行中展演的3部剧目：《共同基础》、《约翰·盖勃吕尔·博克曼》和《等待戈多》，更是其中的翘楚之作。(耿堂)

现代汽车集团向盐城灾区捐款1500万元

本报记者 顾行成

江苏盐城部分地区近日突发龙卷风、冰雹等灾害，给当地造成严重的生命和财产损失。现代汽车宣布向盐城灾区捐款1500万元，用于救灾援助和灾后重建。

据了解，现代汽车集团在华相

关子公司共同筹备了此次捐款。其中，起亚汽车公司捐款500万元，东风悦达起亚捐款300万元，北京现代捐款300万元，现代汽车(中国)投资有限公司捐款100万元，现代摩比斯捐款100万元，现代威亚捐款100万元，现代派沃泰捐款100万元。