

汽车创新创业热潮方兴未艾

本报记者 邹勇

8月27日，在Auto Space联合2016上海国际车联网与智慧交通展共同打造的创客嘉年华中，多支创新创业团队全方位展示了智慧出行的产品、技术与服务，汇集了各类智慧出行解决方案。

汽车工业发展至今已有100多年历史，要想持续发展就必须变革。令人欣喜的是，如今有想法、有技术的创业者都可以有幸参与到这场变革当中，通过创新驱动来实现汽车工业强国梦。

智慧出行创业新势力

来自智慧出行领域的各支创新创业团队既精于技术，又长于理念。

滴滴巴士以“互联网+公共交通”为平台，旨在推广“出行新模式”，以互联网为基准，打造巴士互联网周边服务，为大众出行带来更好的使用享受。易微行（北京）科技有限公司成立于2014年11月，其致力于互联网汽车租赁的开放式云平台的开发，旗下的“微租车”平台集成了车载信息采集技术、云计算以及数据挖掘等技术，是国内首个真正满足车辆租赁公司自助分时业务需求和用户的多种租车需求的平台。

由上汽集团孵化、上汽创投领投的新能源电力电子技术公司上海捷谷倡导“智慧出行、能量互联”的技术理念，致力于能量V2V技术的研发与推广，并提供V2H、V2G技术的产品方案，以及新能源汽车动力总成的专家咨询与工程服务。地捷科技是一家在上海图书馆孵化的企业，其致力于城市交通中个人捷运系统（PRT）的研究。通过整合资本、技术与公共资源，地捷科



技意在推动城市新交通领域的变革。

作为国内领先的车联网数据运营商，思建科技通过驾图盒子让汽车上网，实现人车互动。未来，思建科技将致力于为车主提供更加丰富的汽车生活体验服务，推动中国车联网普及与车联网智能生态圈建设。上海纵目科技有限公司则是中国环视ADAS前装市场的领导者，其使命是成为基于中国，面向世界，从辅助驾驶到自动驾驶的技术引领者。

跨界融合突破创新瓶颈

电动化、轻量化、智能化已经成为汽车行业的发展方向，近年来涌现出来的众多新兴技术都与新能源汽车、智能汽车、车联网相关。中国工程院院士陈清泉指出，新能源汽车发展的前期是政府驱动，刺激产能增加，对技术进步和成本降低效果不明显；后期将变成政策和市场“双驱动”，通过跨界融合突破创业瓶颈，引入先进的商业模式，促进好的产品和技术发展。

未来的智能汽车将涉及汽车、IT、电信、电力等众多产业，也会与交通网、能源网、信息网、人文网互相融合，智能汽车的生态将是跨学科的，不能用传统方式管理。如何做到交通工具全过程的运行管控，实现无处不在的互联、无处不在的感知、无处不在的服务？这些都是汽车行业企业创新所要破解的难题。

车联网技术已经不是新概念，很多车企都公布了测量车距、预测信号灯等技术，但到底怎么做到实时数据传输和分析？郊区和城区如何部署网络？国外的Viniam、Savari等科技创业公司正专注于处理这些细节，而国内的创业项目往往很少涉及细节问题。

尽管特斯拉一直声称自己的汽车除非物理进入，否则电机不会被他人控制，但一旦联网之后，一些黑客只需不到半小时就能控制一辆特斯拉。为了避免车辆被黑客攻击，最近国外出现了一些专注于智能汽车网络的创业公司。类似案例或许将给国内的创业者带来启发。

创新动领未来

大陆自动驾驶车在华首秀

本报讯 大陆集团日前在浙江省九龙山举办的2016年中国试乘试驾活动上正式为中国市场带来其首辆自动化驾驶开发及展示车。这是大陆集团在自动化驾驶技术研发上的一个重要里程碑，同时也体现了其致力于运用创新能力推动自动化驾驶在中国的发展，并积极提升中国汽车行业整体水平所做的努力。

“作为汽车行业领先的科技企业，大陆集团密切关注业内最新趋势的发展及应用。我们已将自动化驾驶列为公司核心发展技术之一，并以此引领行业变革。”大陆集团执行董事会成员、中国区总裁兼首席执行官康睿凡博士表



示，“为了预见及引领汽车行业的未来，大陆集团正致力于实现清洁空气和低排放量、更高的安全性和道路零事故、互联驾乘、更高的便利性及新型服务等目标。借由这些高效、智能和可持续的解决方案，未来驾乘时代将会提前到来。”（李明秀）

大猩猩玻璃

投入国内车载应用市场

本报讯 日前，康宁公司在沪举行了首届大猩猩玻璃车载应用技术推介会。会上，康宁展示了大猩猩玻璃的第五代产品，该产品采用了熔融溢流下拉和离子交换这两项康宁独有的加工工艺。

据康宁新兴创新集团全球产品管理总监Christie McCarthy介绍，与塑料和钠钙玻璃相比，大猩猩玻璃不论从强度、耐刮擦性，还是客户体验来看，都是一种更好的材质。目前，整车显示系统中玻璃所占的比例其实并不

高，但很多车企都希望产品的中控台屏幕能够跟手持智能设备相媲美。因此，广泛应用于手持设备的大猩猩玻璃投入车载应用有很大的市场潜力。

在全球范围内，康宁既和整车厂直接保持紧密联系，同时也和一级供应商保持联系。据悉，康宁的车载内饰业务已经进入中国市场，中国电动车企对大猩猩玻璃表现出浓厚的兴趣，这款产品已经与国内自主品牌开展合作。（孟克）

壳牌携手车享家 加速汽车后市场产业链布局

8月30日，全球知名润滑油品牌壳牌与上汽集团旗下车享家正式牵手，共同开启汽车后市场新篇章。双方依托各自领域的品牌与资源优势，携手开发联合品牌产品，最大程度地发挥共享经济与协同互补效应，为汽车后市场用户提供更为可靠的高品质产品和更具价值的服务体验。

直击“痛点” 打造汽车后市场新标杆

伴随着中国经济新常态、产业结构转型升级，在汽车后市场要赢得竞争，必须以全生命周期最小化成本满足市场终端在产品品质、服务、模式等方面的多元化需求。保持技术与创新，是壳牌在全球最具

竞争力的关键因素。得益于多年来对研发的不断投入和持续的创新动力，作为连续九年蝉联全球销量第一，并持续保持中国最大国际润滑油生产商和供应商的地位，壳牌以其强大的技术力量和完善的本土服务获得众多整车品牌厂商的认证，其产品适合各种主流车型，赢得了广大终端用户的喜爱和信赖。

车享家依托上汽集团在汽车售后服务领域的丰富资源和成熟经验，集成汽车全生命周期产业资源，构建一体化、专业化、品牌化、社区化的服务能力，为广大用户提供专业的和可信赖的维修保养、租赁及二手车等一站式汽车生活服务，致力于成为汽车后市场服务领导品牌。车享家计划未来5年内在全国范围布局共10000家门店，2016年年底将落地1000家门店。

本次合作是壳牌和车享两大品牌对行业发展的新探索和尝试，是“专业的商品品牌”和“专业的服务品牌”的强强联手。依托车享平台，整合壳牌享誉全球的品牌和技术优势，以终端用户需求为导向，双方将就联合品牌润滑油产品，以及技术交流、售后服务、市场活动等全方位进行全方位紧密合作。不仅提高车主维修保养的标准化、便利性，而且击中了中国汽车后市场潜力巨大的刚需下，汽车维修养护中缺乏品质保障的油品、技术服务和配件质量难以辨别等种种“痛点”，无疑是汽车后市场的一场盛事。

强者更强赢取大未来

当前，润滑油行业正进入品牌驱动与渠道驱动并驾齐驱的新时

代。一个成熟的市场，当竞争日趋激烈的时候，市场在位者必须通过整合单独环节，形成环环相扣的价值链以增强竞争力。这次合作，双方将通过优势资源整合，满足用户个性化、定制化的需求，实现e站到家的用户体验，丰富售后服务链，满足市场与渠道要求，对提升双方核心竞争力，打造一个更加完善、规范、健康、可持续的汽车后市场意义重大。

据悉，车享家-壳牌联合品牌产品针对城市拥堵路况以及各种严峻路况的挑战，依靠壳牌独有的天然气制油（GTL）技术和独特的动力清洁分散技术，帮助终端车主应对发动机的频繁启停，为发动机提供持久的清洁保护，同时提升发动机抗磨损能力等，改善引擎表现。联合品牌产品的推出，有利于双方

产品和服务进一步覆盖中国各大汽车品牌的中高端消费人群，使壳牌润滑油，尤其是合成油产品得到广泛的应用，以用户需求为导向提升产品品质。该联合产品已于6月开始登陆车享家各大门店，消费者可以通过线上和线下两种方式进行选购，享受丰富的养车福利。

合作中，壳牌不仅将为车享家提供最佳的润滑油解决方案，还将为车享家各门店提供专业的换油服务流程和换油技术培训。同时，双方也将以更加丰富的、直面终端的品牌活动，拉近与终端用户的距离，并通过车享家APP、保养套餐预约、中超彩票抽奖活动等，将合作从产品和服务延伸到线上线下用户互动体验中，树立起汽车后市场全新标杆，也为行业新格局带来更有深度的思考。（乔响）