造车还是造梦？

——透视“互联网造车”热

车·观察

酷炫的特斯拉之后，我国的互联网企业也开始批量杀入汽车行业。

近期举行的第十七届上海国际汽车工业博览会上，包括蔚来汽车、奇点汽车等来自互联网的新势力纷纷亮相。摆脱以往的讲概念讲设计和“PPT造车”标签，这些互联网造车者均带来了计划量产的车型。在资本和科技的加持下，互联网势力到底能给汽车行业带来什么样的变化？从车展现场可以一窥端倪。

现场探访：“变聪明”的汽车 不仅仅是交通工具

一开车门，先提醒车主“今天有雨，您带伞了吗？”；发动机启动后自我检测，一旦发现隐患将主动提醒车主；选择出行路线时，在综合考量实时拥堵情况后优先选择车主最常驾驶的路线……今年上海车展上，上汽集团展出的“互联网家轿”荣威i6吸引众多目光。

让荣威i6“变聪明”的，是它有一个智能互联系统“大脑”——上汽与阿里巴巴合作开发的“斑马智行”系统。其所代表的智能化、网联化，成为车展上汽车企业竞技的重点方向。

上汽集团总裁陈志鑫说，“汽车+互联网”绝对不是简单满足用户在汽车内上网的需求，而是将汽车这个交通工具看作一个智能产品终端，加载通讯、地图、音乐、养护等功能，让车“跑在互联网上”。

记者在车展现场粗略统计发现，至少有十几个品牌推出了具有智能模块、车联网功能的量产车，其中就包括蔚来汽车、奇点汽车这些跨界造车者。

更能体现互联网造车企业“野心”的，是蔚来展出的一辆名为EVE的概念车，车内空间被打造成了“第二起居室”。蔚来创始人李斌说，随着无人驾驶技术不断发展，未来人将从驾驶中解放出来，汽车的概念将不仅仅是传统的交通工具，而是兼具休闲、娱乐以及丰富互联互通功能的个人空间。

直面质疑：形成至少三大跨界造车模式

虽然亮相足够惊艳，但对这些跨界势力，人们始终有一个疑问：“互联网造车”到底靠不靠谱？

公众有这样的疑虑并不难理解。作为现代社会最为精密复杂的消费品之一，传统汽车业在上百年的发展历史中，形成了非常高的技术和资本门槛，外来者要想撼动绝非易事。

正因为如此，在跨界造车的过程中，来自互联网的新军们使出了浑身解数，形成了至少三条不同的路线：

——自己砸钱布局整个产业链。典型者如乐视汽车，除了在全球招揽汽车研发设计人才，还宣布在浙江德清建设40万辆产能的汽车产业园，总投资约200亿元。只不过，由于资金链等原因，原来高调亮相的乐视汽车缺席了本次上海车展。乐视官方表示，乐视正聚焦在产品研发、生产制造和资质申请等方面，将全力推进乐视超级汽车LeSEE的早日量产。

——掌控电池、电机、电控等“三电”核心领域，制造环节请传统汽车企业“代工”。作为后起之秀的蔚来汽车，走的就是这一模式。

去年，江淮汽车公告将与蔚来汽车开展制造方面的合作。今年4月，蔚来汽车又宣布将与长安汽车组建合资公司。正因为传统车企的支持，蔚来才有底气宣称最新推出的电动SUV最快2017年底上市。

——专注智能系统、无人驾驶等核心技术，做汽车巨头背后的解决方案供应商。阿里巴巴和上汽合作成立的斑马汽车，已帮助上汽荣威打造出网红车型RX5。而深耕无人驾驶的百度，则在上海车展期间发布阿波罗计划，核心是向汽车行业的合作伙伴提供一个开放的软件平台。

可以看出，随着互联网企业对于汽车行业的理解越来越深刻，其口号逐渐从最早的“颠覆”变成了“合作”。原因在于，无论什么类型的企业，首先还是要把车造好，遵循汽车行业的基本规律，然后再去做创新，解决用户的痛点。

坚守初心：改变汽车生态不是梦

“互联网造车”企业会不会成功？中国版的特斯拉何时能够出现？现在回答这些问题还为时尚早，但“互联网造车”热将给我国汽车行业带来的改变是实实在在的。

中国贸促会汽车行业分会会长王侠说，从产品的层面来看，智能化和网联化将把汽车变成一个移动的计算机。传统的汽车出厂后就是固化的产品，而互联网时代，汽车可以通过“云端”不断下载新的功能，变得越来越聪明。智能网联汽车不仅会产生大量关于汽车本身的数据，还能像传感器一样收集海量的环境数据，从而产生新的价值。

从用户的层面看，互联网企业强调的“用户体验”“以用户为中心”，在传统汽车行业的“产品第一”思维中好比一股清流。包括无人驾驶、车载娱乐系统等新技术、新功能，在互联网企业的鲶鱼效应下，将在汽车产品中得到加速运用。

当然，要实现这样的梦想，需要互联网造车者坚守初心。“用户不会因为你是互联网企业就买你的车，相反还有可能因为你是互联网公司不买你的车，因此挑战非常大。”李斌表示。

（据新华社）

车·热点

“中国造”试车场高速环道即将投运

4月下旬，江苏南京福特试车场高速环道弯道段沥青摊铺完工，这座“中国造”试车场高速环道即将亮相投运。

据承建单位中铁四局介绍，该试车场高速环道总造价约4600万元，全长3036.684米，垂直高差约5米，设计最高车速160公里每小时，沥青摊铺总厚度约18厘米，预计于7月投运。

试车场是新型汽车和特殊车辆在研发阶段进行质量、性能和耐久性测试的大型专用基础设施，其中高速环道是试车场的核心工程，用于检验车辆在高速行驶下的各种状况。由于高速环道弯道段为半球形曲面，普通的平面沥青摊铺机无法实施摊铺，以往国内的试车场高速环道沥青摊铺都由外国建筑公司施工。

本栏图片由新华社记者 李响 摄

一汽丰田举办首届车主节

今年一季度，一汽丰田市场表现强劲，累计销量近18万辆。为答谢新老客户的厚爱，一汽丰田于4月1日至5月31日举办首届车主节。该活动为车主精心准备了多项关爱服务好礼。

一汽丰田 一季度表现抢眼

数据显示，今年1—3月，一汽丰田累计销量近18万辆。其中，卡罗拉拥有涡轮增压、油电混合、自然吸气三种动力，全球累积销量已超4400万辆，今年3月取得了超过3万辆的销量。

满载年轻激情的威驰FS，自3月21日上市以来，吸引了众多年轻消费者，目前累计订单已超过1千辆。SUV越野世家普拉多也开始发力，3月销售近5000辆。一汽丰田的旗舰车型全新皇冠2.0T+、全新RAV4荣放亦表现不俗，销量持续走高。

值得注意的是，在华南市场，一汽丰田一季度累计销售51239台。其中，作为当家花旦的卡罗拉，销售超过2.5万辆。

多重大礼回馈车主

据介绍，首届车主节期间，一汽丰田推出了多重大礼感恩回馈车主，包括空调养护套餐最高折扣100元，续保送大礼，定保通减免200元，爱车评估送2瓶玻璃水，置换最高省9000元等。

车主4月1日–30日加入卡罗拉俱乐部，还可获得爱奇艺VIP月度会员，此外还有多项汽车维护保养服务可享受优惠价格，具体可详询一汽丰田经销店。

此外，在车主节期间，一汽丰田华南区各经销商还将推出寻找卡罗拉代言车主活动，包括卡罗拉最长旅程车主、卡罗拉首位车主以及卡罗拉双擎环保先锋车主等。

车·资讯

商务部

预计2017年汽车销售稳中趋缓

商务部新闻发言人孙继文日前表示，考虑到2016年汽车销售快速增长抬高基数，以及小排量乘用车购置税优惠政策力度减弱等因素的综合影响，预计2017年全年汽车销售将呈现稳中趋缓的总体态势。

数据显示，今年一季度，我国汽车销售同比增长7%，略高于中国汽车工业协会预估的5%的全年增速。孙继文分析说，这主要是因为国内汽车市场需求增长，特别是受大宗商品运输需求增加、基础设施建设项目开工增多等因素影响，一季度商用车销售增长较快，同比增速22.9%，其中货车销量同比增长30.1%，对汽车整体销售增长的拉动作用明显。

值得关注的是，占汽车总销量85%的乘用车销售同比增长4.6%，还略低于机构预测水平。“考虑到2016年汽车销售快速增长抬高基数，以及小排量乘用车购置税优惠政策力度减弱等因素的综合影响，预计全年汽车销售将呈现稳中趋缓的总体态势。”孙继文说。

近日，为促进汽车市场持续健康发展，商务部发布了《汽车销售管理办法》。从打破单一品牌授权模式，推动建立新型市场主体关系，突出加强消费者权益保护，加快转变政府管理方式，取消品牌授权备案制等方面作出规定，受到社会各界关注。 （据新华社）

汽车开天窗“晒娃”很危险

最近，西安交警微信服务号曝光了6起汽车天窗“晒娃”行为。交警提醒，这种行为是威胁孩子安全的重大隐患。

在西安交警收到的6起关于汽车天窗“晒娃”的举报中，其中3起都是两个孩子同时将头伸出天窗。西安交警呼吁：汽车天窗不是儿童玩耍的工具，切勿让孩子将身体的任何部位探出窗外。对于忽视儿童安全的驾驶员，西安交警将逐一通过电话联系，并将会对这类事件进行严厉整顿。

据了解，孩子将脑袋伸出天窗外观赏风景，看似惬意，其实却充满危险。人们把头伸出天窗时，身体完全没有安全带保护，车辆急刹车或是遭到后车追撞时极有可能被甩出车外。另外，许多车型的天窗具有熄火自动闭合功能，万一熄火，极易被夹伤，严重者会致颈椎受伤或瘫痪。孩子将头伸出天窗，如果遇到有硬物飞来、高空悬物时，也很容易受伤。 （据新华社）

车·锦囊

车内保养死角常被忽略

保养不当易酿事故

车主在关注轮胎、发动机、贴膜等保养重点时，常常忽视一些细小部件的保养。殊不知，这些细小部件如果保养不当，也有可能会造成大事故。

安全带保养应重视

在汽车的日常保养工作中，安全带的保养常被忽视。平时应经常检查安全带的性能，一旦发现有损坏应及时更换。座椅旁边地板上所有固定座椅、安全带的螺栓都应按规定拧紧，螺栓周围应涂上密封胶。安全带太脏时，可用软性肥皂水做清洗液，用布或海绵擦洗。

胶条胶边不能忽视

很多人不太重视车辆胶条的维护、保养。专家表示，不要小看这些胶边胶条，它们不仅装饰着车身，还起到密封车厢的重要作用。因此，这些密封胶条一旦老化甚至开裂，会严重影响到爱车的防水、隔音性能。

专业人士建议，用专用胶条清洗剂对这些胶条进行清洗和保养，一些重要部位的胶条更应注意保养，以免胶条老化影响玻璃升降或发出异响。如果胶条老化或脱落一定要及时更换，以免雨季时发生漏水现象。 （广州日报）

广告联系 林明岳 15109805678

地址：海口市金盘路30号 邮编：570216 总值班：66810666 广告许可证：琼工商广字015号 广告部：66810888 发行部：66810999 海报集团新闻热线：966123 邮发代号：83—1 报费：每月45元 零售每份1.5元 昨天开印时间1时00分 印完：3时15分 海南日报印刷厂印刷