

上汽通用发布车联网 2025 战略

3月27日,上汽通用汽车滚动发布了企业车联网2025战略。通过过去几年对企业车联网战略的扎实推进,上汽通用汽车在技术与市场实践领先的基础上,着眼于技术与市场趋势并前瞻消费者的更高要求,对2017~2025年企业车联网的构建进行了清晰规划,明确了各个阶段的发展目标。未来,上汽通用汽车将立足于庞大的用户基盘,加速企业车辆云平台和云服务的构建,持续提升车联网服务能力,致力于全面打通“人·车·生活”的车联生态,引领未来智能汽车社会的全新生活方

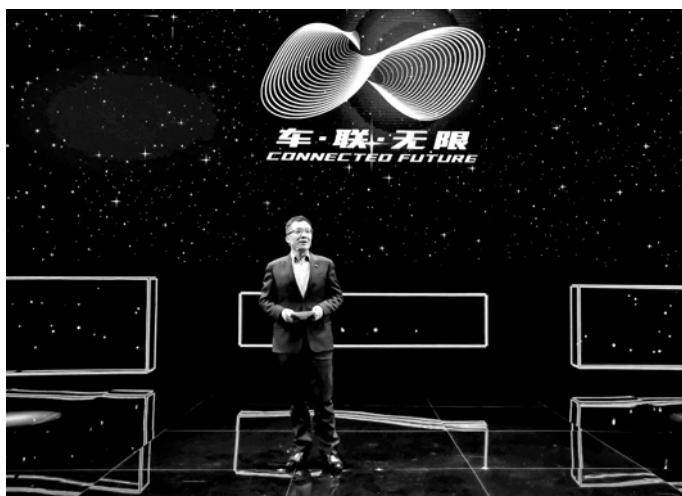
青年报 程元辉

2017年,上汽通用汽车将在新车上陆续搭载全新一代车联网系统,提供以“云”为中心的云端应用与服务。基于自有云与公有云的混合模式,上汽通用汽车的云平台真正符合开放和安全的互联网定义,将车辆相关数据置于自有云上,确保安全和自主;同时接口又是开放的,与完整的互联网生态打通,让车主无缝连接各种互联网服务。

云平台将重新定义上汽通用汽车车联网服务,为用户带来服务、娱乐、导航、资讯、语音交互等全新体验,包括为每一位客户建立专属账户,车联网系统将自动感知客户的个性化、舒适化要求,使车载娱乐和应用服务实现“私人定制”成为可能。后续,随着专属账户功能不断强大,将实现与车主喜爱的第三方服务无缝连接。头天晚上收听的在线

音乐、在线电台和新闻栏目等,可以在车主上班途中继续播放。车主的个性化设置和娱乐服务都将实现云端记忆,空调温度、电台、音乐等用车习惯,都可以跟随专属账户在不同车辆上保持同步。在高度安全的云平台认证护航下,车辆授权服务还将允许用户使用手机作为虚拟钥匙进入并启动车辆进行驾驶,真正实现不带钥匙的出行,因此也可以与家人、朋友共享自己的车辆。

2018年,企业云平台架构将进一步完善,将推出基于OTA技术的自动更新服务,让用户可以持续享受到来自上汽通用汽车的最新的应用功能和安全服务。新一代人机交互设计将为用户提供“想你所想”的流畅互动体验。车联网系统也将更加智能,能够实时对车辆健康进行诊断并推送预警,让用车更加安全无忧。



2019年-2020年,上汽通用车联网系统将迭代升级。2019年,公司将引入最先进的Super Cruise智能驾驶技术,借助云端更新的高精地图和在云端进行亚米级位置校准的高精定位,帮助驾驶员逐步实现解放自己的双脚、双手,甚至双眼。2020年,配合国家的智慧城市战略,上汽通用将推动车联网万物(V2X)技术开发。搭载了V2X技术的上汽通用产品将能够与包括交通灯、路障等在内的周边基础设施以及其他车辆快速交换信息,为智慧安全出行提供技术保障,也为未来高级智能驾驶做好准备。

2021~2025年,上汽通用汽车立足智能科技前沿,全面对接全自动驾驶与互联生态的高度普及化。5G超高速网络、OLED显示屏、基于AR增强现实技术的抬头显示系统和高级人

工智能系统等全新互联和智能交互技术,进一步释放车联网的巨大潜能。车辆不仅仅是出行工具,更将是强大的人工智能助手,成为移动互联的第四空间,人们可以像在办公室和家里一样,在车辆中高效和便利地工作或娱乐,出行过程将变得更加多姿多彩。

未来5~10年,整个汽车行业将见证远超过去50年所经历的变革,车联网在其中将成为主角。国务院颁布的《中国制造2025》也对智能网联汽车发展规划了总体目标。上汽通用汽车将依托雄厚的技术基础、完善的系统规划和前瞻的发展蓝图,充分整合跨界优势资源,持续引领国内车联网行业的发展趋势,不断夯实企业面向未来的核心竞争力,有力推动中国汽车行业向低碳化、信息化、智能化的转型升级。

■ 资讯

上汽3月销售 同比猛涨145%

在爆款SUV荣威RX5等全新一代产品的带动下,上汽乘用车3月销量高达4.6万辆,同比猛涨145%,持续大幅领先市场整体增速,展示出步入发展快车道的强大实力。至此,上汽乘用车第一季度销量近12万辆,同比增长高达112%。

尤其值得一提的是,作为互联网汽车新品类,全球首款量产互联网汽车荣威RX5上市8个多月总销量即突破14万。

今年3月,荣威RX5销量又超2万辆,这也是上市8个月以来的第5次月销破2万。回顾2017年前两月,即使是在春节放假、购置税补贴缩水等因素的影响下,荣威RX5仍取得了31724辆的销量成绩。

在荣威RX5热销势不可挡之际,荣威旗下又一爆款诞生!“全球首款量产互联网家轿”荣威i6上市仅一个月,也以爆款之势,销量飞速突破7000辆,稳占2017上市轿车首月销量王,创下中国轿车最快销量爬坡纪录,攻入合资车扎堆的A级车市,成为中国品牌10万级家轿王,以新技术、新体验、新价值开启上汽在家轿领域的全新增长点。

除了两款互联网车型的热销外,荣威360和荣威350组成的“荣威3系”,销量也持续保持高位,1-3月销量达到29062辆。这些核心产品的热销,带动荣威品牌销量持续走高,3月份销量达35815辆,同比增长超177%,荣威第一季度销量超过90984辆,同比增长高达147%,续写“中国汽车品牌增速王”的优异战绩。

名爵品牌3月销量表现出色,全系车型销量同比增长76%、环比增长51%,在激烈的行业竞争中发展迅速。

延续1月和2月热销局面,上汽新能源3月总销量达2790辆,同比增长380%,增速跑赢新能源汽车市!搭载“三擎”动力的高品质新能源汽车成为绝对销售主力,荣威eRX5销量高达2478辆,环比上月大增308%,上市销售不到3个月就创下新能源汽车销量增长纪录。从1-2月插电混动汽车市场整体销量情况来看,荣威eRX5有望夺得3月插电混动领域的“销量王”。同时,上汽荣威e16即将上市,届时上汽新能源汽车产品布局进一步丰富,为用户带来更多高效、绿色、智能的出行体验。

青年报 程元辉



马自达中国市场销量同比增加20.9%



青年报 孙臣

4月5日,马自达(中国)企业管理有限公司(以下简称马自达)公布了2017年3月马自达品牌中国市场的销售业绩(零售)。3月销量同比增加20.9%,达到23,635台,创3月单月销量最高纪录。马自达两大销售渠道在3月的销售情况分别为:一汽马自达同比增加91.0%,达到10,383台,长安马自达同比减少6.1%,为13,252台。另外,马自达1-3月的累计销量同比增加10.3%,达到64,439台,同时刷新了历来1-3月的累计销量纪录。

马自达(中国)企业管理有限公司董事长渡部宣彦表示:“1-3月的累计销量刷新了以往的最高纪录,在2017年第一季度收获了非常喜人的成绩。此外,2月上市的新“Mazda3 Axela昂克赛拉”及人气产品“Mazda CX-4”的持续热销,帮助实现了3月单月最高销售纪录的刷新,对此我感到非常欣慰。”

除此之外,马自达于2月在华推出了搭载新一代车辆运动控制技术“马自达GVC加速度矢量控制系统”(G-Vectoring Control)的新“Mazda3 Axela昂克赛拉”。

东风日产推出KEY VALUE 优品服务零件

青年报 车键

近日,东风日产推出KEY VALUE优品服务零件,KEY VALUE秉承“原厂优品,值得信赖”的品质保障及服务宗旨,致力于为东风日产800万保有车主提供更多的选择。在“客户年2.0”时代,东风日产以客户满意度为核心,将通过更多的服务举措,以优质、高性价比服务产品满足年轻化消费需求,为YOUNG NISSAN3.0添砖加瓦。

据悉,目前中国汽车保有量接近2亿辆,而伴随着的汽车后市场也获得长足的发展,其规模之庞大超过万亿。面对如此巨大的蛋糕,整个汽车后市场商业模式不断发生变革,多种服务形态并存。除4S店外,传统汽修连锁加盟、车企集团自建服务连锁、零部件供应商发展汽修特许加盟、O2O上门保养等创新服务模式,也纷纷涌现。一时间,汽车后市场蓬勃发展,万象更新。

新服务模式的出现,令消费者拥有了更多元化的选择。据统计,57%的客户因为价格而流失。面对如此散、乱、差的市场环境,消费者正处于要么选择“质优价贵”,要么接受“质劣价廉”的两难境地。

在此大背景下,东风日产以市场为导向,品质满足日产NADS技术标准原厂认证配件要求,通过渠道和技术优化,推出优质优价的KEY VALUE优品服务零件,为东风日产的800万保有客户提

供一个有标准、有保障、有服务,价更优的服务配件选择。

2017年,东风日产全面进入客户年2.0时代,以客户满意为中心,围绕客户全价值链进行整合,以期实现年度目标的顺利达成。KEY VALUE优品服务零件的推出,是东风日产践行客户年2.0的重要举措。利用专营店渠道,东风日产以质优价廉的KEY VALUE优品服务零件,进一步丰富专营店产品体系,增强客户粘性。