



迈入新的一年,汽车行业又有了新气象,强强合作成为了汽车圈的最新话题:21家车企合作成立国家级的汽车技术研究院,利好汽车基础技术研发;广汽和蔚来宣布牵手,合作新品将在今年4月正式生产。2018年,汽车圈将有更多的精彩让我们期待。

#### “国家队”集结!

#### 21家中国企业抱团研发 国家级汽车研究院成立

虽然中国本土企业近年来的成绩让世界瞩目,然而在核心技术和研发实力上与国外品牌的距离却非一日可超越。记者留意到,这种“核心实力”落后的局面有望在未来智能网联汽车的机遇中加速“破冰”——2017年12月底,由21家中国主流整车企业、零部件企业、移动信息公司跨界合作的“国汽研究院”正式成立,此举也意味着中国汽车吹响了集结号,“国家队”的“抱团”正式从人事层面走向技术领域。

2017年12月底,上海保隆科技发布一份关于参与设立国汽智能网联汽车研究院有限公司(简称“国汽研究院”)的公告率先揭开了“国汽研究院”的面纱,该公司公告表示:“为面向智能

网联汽车创新发展,实现与中国本土信息通信(ICT)企业、中国品牌整车的跨界合作,公司拟以自有资金参与国汽研究院的设立,出资额人民币5000万元,暂定占注册资本的4.76%。”

公告显示,国汽研究院注册资本为10.5亿元,由21家股东各出资5000万元设立,股东名单来头不小,囊括了几乎所有主流整车企业、零部件企业、信息通信企业、移动出行公司、互联网科技公司、数字地图提供商以及中国兵器、顺义科创等在内的整个智能网联产业链条。据悉,国汽研究院未来将落户于北京顺义。

据悉,国汽研究院定位为国家级智能网联汽车创新枢纽和国家级的研发中心,并将在推动中国汽车智能网联技术研发、产业生态建设、标准研究等方面发挥主导作用。

#### 利于开展汽车行业基础研究

全国乘用车市场信息联席会副秘书长崔东树表示,对于汽车行业而言,国汽研究院的成立意义重大。“国汽研究院的成立将有利于开展汽车行业的大型基础研究。”而且,也意味着“国家队”在技术

## 新一年 新牵手

方面合作或走入“大一统”时代。

记者留意到,根据签订的战略合作协议,一汽、东风、长安决定首先在前瞻共性技术创新领域,积极参与智能网联汽车国家创新中心的组建,并共同创建“前瞻共性技术创新中心”。

#### 广汽蔚来签约 成立智能网联新能源汽车“合创”公司

又一家“广味”车企落地!2017年12月28日,广汽与蔚来在广州广汽中心举行战略合作暨新能源汽车项目签约仪式。作为战略合作的第一步,双方共同出资设立广汽蔚来新能源汽车有限公司(暂定名,以工商登记为准),致力于智能网联新能源汽车的研发、销售及售后服务。合资公司规划总投资12.8亿元,注册资本5亿元,其中广汽、蔚来占比分别为45%、45%,另外10%的股份将用于激励合创公司核心团队,暂由蔚来代持。

“我们这次合作的新型合资公司,用‘合创公司’表述更为合适。”广汽集团总经理冯兴亚表示,广汽与蔚来在智能网联新能源汽车领域的合作,是传统汽车企业和智能网联造车新势力的创新合作,双方将合作打造一个开放的新能源汽车资源平台。“未来新的公司所开发的产品,将在今年4月份成立的广汽智联新能源汽车产业园,全新新能源汽车工厂里面生产。”

蔚来汽车创始人、董事长李斌表示,广汽和蔚来的合作,不仅要通过“大数据”制胜,还包括基础设施,如充电和换电设施的调教等全方位全领域合作。

李斌强调,广汽蔚来平台是开放

的,希望能吸引业内优秀的骨干人才、管理团队和研发资源,管理团队的人选目前未定,但我们希望具备以下4个能力:资源整合能力、市场调查能力、创业精神和文化融合能力。他说,双方内部将这次合作简称为“蓝天联盟”,将通过模式创新、机制创新,进行全方面的资源共享合作。

对于业内关心的谁将做“主掌舵手”问题,冯兴亚表示仍需“留一手”,“新的合创公司的总经理,我们已经有一些初步的人选,但会在适当的时机向各位报告。”对此,李斌补充道:“关于广汽蔚来是否有自己的新品牌、新产品,细节都还在讨论,具体情况会在合适的时机下公布。”

#### 相互合作 寻找新的市场热点

至于广汽新能源公司和广汽蔚来的关系,冯兴亚表示,广汽新能源公司是广汽独资的一个新能源汽车公司,广汽蔚来与广汽新能源汽车公司是互相合作,实现资源方面的整合和互助。“新能源汽车产品消费者的需求点是多样性的,广汽蔚来是新的定位,重点是发挥蔚来的优势和广汽的优势,在这两者之间找到新的市场点。”

冯兴亚表示,广汽蔚来和广汽新能源面临的是,如何更好地整合利用广汽新能源的资源问题,如何更好地整合利用广汽研究院传统车的研发资源,如何更好地利用蔚来的研发资源和产品资源的问题。两个公司将会有差异化发展战略、差异化的消费者定位、差异化的产品定位。因为定位不同,所以彼此的竞争不强。(据新华网)

## 校车市场“缺口”巨大 两极分化严重

10年前,我国所有的适龄孩童还没有一辆专业的校车可坐,从2012年起,随着我国第一部《校车安全管理条例》的出台,我国校车产业快速崛起,销量陡增。但出人意料的是,这种良好的态势没能延续,近两年校车市场呈现出下降势头。专家表示,在没有进一步政策出台的情况下,2017年中国校车销量仍处于下降趋势。校车安全事关重大,需要政府进一步提升支持力度。

2012年,受益于政策利好,中国校车行业迎来“井喷式”发展,当年5米以上的校车销售2.5万辆,共有31家客车企业涉及校车业务;2013年,校车市场销量进一步增长到近3万辆。广东、湖南、湖北、河南、山东、安徽等省份都建立了较为完善的校车运营体系,校车运营企业实现了盈利。北京、贵州等地也陆续成立了校车公司。

新的校车标准出台后,也极大促进了校车行业的转型升级,一些国内龙头车企的优质校车逐渐占据市场。

宇通客车股份有限公司校车销售管理部部长邹美坤透露,截至2017年12月,宇通校车2017年的销量达到9000辆左右,市场占比40%以上,几乎全国每两辆校车就有一台是宇通生产的。近日,宇通还发布了第三代校车,将校车的安全性和舒适性又提升到一个新高度。

虽然校车产业蓬勃发展,但仅起步短短5年的校车市场增速却在悄悄放缓。数据显示,2016年,我国校车销量仅2.3万辆,比之前大幅下滑;据预测,2017年,我国校车市场销量还会下降10%。由于市场销量持续下降,生产企业也由2012年的31家缩减至23家,业内人士预计,未来校车生产企业可能会进一步缩减到10家以内。

销量下滑的背后,是校车在全国范围内推广的举步维艰。记者调查发现,校车市场发展最好的广东、湖南、湖北、河南、山东、安徽等6个省份的校车保有量占比竟超过全国的60%,其他省份的发展十分滞后。

中国公路学会客车分会副秘书长余振清表示,尽管校车市场需求也是刚性的,但没有多少鼓励政策,反而限制了其发展。据悉,相对于新能源汽车的多种补贴,我国目前对校车的补贴少之又少,只有极少数地方出台了购车和运营补贴政策。

“缺少补贴是影响推广的重要因素。”邹美坤告诉记者,宇通校车的质量没有任何问题,运营公司也非常愿意使用,但是在没有政府补贴的情况下,市场购买意愿不强。如果能解决补贴问题,可以加快推广。

校车使用率低、运营成本高是推广的另一大因素。邹美坤说,一些地方不愿用校车的原因是,在空闲时间无法挪作其他用途,购买普通客车或者其他车辆作校车的现象盛行,挤占了专业校车的市场。

对于此前出名的“德清模式”,邹美坤表示,德清完全由政府主导、政府出资,来提供校车服务,这种模式很有效,但是德清经济较为发达,如果放在全国推广,不是每个地方都有



这种实力,市场需要的是能够适应全国情况的模式。在没有政府补贴的情况下,校车公司可以通过优化线路,提供多种服务(比如错峰接送、组织春游等),把校车利用密度提升起来。“校车其实是很好的‘第二课堂’。”

据测算,如果全中国适龄孩童都坐上校车,中国校车需求量在80万至120万辆,目前市场保有量14万辆,还存在巨大的缺口。“而且校车还需要更新换代,前期的车质量较差,未来如果校车市场良性发展,每年有8至10万辆更新量,如果国家有强有力的政策支持,发展会非常快。”邹美坤坦言。

(据新华网)