

商用汽车新闻

□ 周刊 □ 2019年7月15日~2019年7月21日 □ 2019年第25期 □ 总第629期 □ 国内统一刊号 CN11-5506/U □ 邮发代号 80-517 □ 订阅热线: 010-88138144 □ 定价: 3元

主管: 人民日报社 主办: 《中国汽车报》社有限公司、中国汽车工程研究院股份有限公司



全新7系 如期而至



校车：是铠甲也是软肋

■ 本报记者 李晓菲

怎么来形容校车市场呢？

如果说客车市场的低迷是客运功能被替代、生存空间被挤压，最终导致了需求拉不动市场；那么，校车市场恰恰相反。

首先，专用校车对学童安全的保障作用不可替代；其次，社会对专用校车的需求一直是刚需。有业内人士曾测算，如果国内适龄学童都乘坐校车，校车市场需求量会在80万~120万辆之间。

实际的数字是多少呢？据统计，截止到2018年，专用校车市场保有量仅有16.3万辆。

被寄予百万辆期待的市场，经过近10年发展，保有量尚不及预期1/5。显然，校车市场并没有比大环境“好过”多少，勉为其难算得上“不温不火”。

之所以这么说，原因也很好理解。

更“扎心”的地方在这里：回顾过去3年的校车市场销量数据可以发现，年销量徘徊在2万辆左右的校车市场，近3年销量不断下滑，同比降幅，从2017年的7.49%拉大到2018年的20%以上。与高峰期2013年近3万辆的销量相比，跌掉了近半销量；与此同时，学生上学路上的安全事故仍然不断发生。

地位重要又有刚需，销量却不断下滑，看似矛盾的



宇通校车

市场表现，背后的逻辑并不难懂，困扰校车市场发展的几大痛点也已经被剖析无数次。校车市场发展到今天，有些痛点解决了，有些痛点还依然在疼。好在，在特定区域打通了推广痛点的校车产业链参与者，通过不同层面的尝试和探索，破解了校车推广难题，其经验值得行业借鉴。

专用校车不断迭代

先看进展最为迅速的车辆。

专用校车的出现，极大地提高了学童上学路上的安全系数。经过近10年的迭代升级，这身“铠甲”硬到了怎样的程度？

最有代表性的是宇通校车，2008年推出了行业第一辆专用校车，又在2012年参与专用校车标准制定的宇通，近日发布了基于2019版第三代智能校车产品的校车安全整体解决方案以及全新升级的“安芯”校车智能管理系统5.0版本。

据介绍，这款最新版校车进行了智能安全升级，通过安装智能自检系统、智能电子遗忘等系统，从发车前准备、行车过程管理、停车检查、售后维护等4个方面提升学童乘车安全，降低安全风险。

简而言之，有别于以往校车产品迭代的“硬件”升级，宇通校车的最新升

级主要体现在“软件”上，智能化程度的提升，着重解决的是当前校车运营出现的新问题。例如，由于将学童遗忘在校车上导致的安全事故。

通过智能化升级，校车这身“铠甲”以技术长板排除了运营层面的安全隐患，为校车运营难题的解决创造了条件。

突破痛点实现可持续

卡住校车推广脖子的运营难题，10年间已经反反复复被讨论过无数回。

成功经验当然有，但是成功的条件不可多得，模式自然也难以一再复制。实际上归根结底，校车运

营中最大的痛点，恰恰来自其专用属性。

校车属于“专用”车，《机动车登记规定》明文规定，专用校车不得改变其使用用途。这也意味着，专业校车的空置时间长、利用率低，获利极低。如此再加之不菲的价格和压力山大的安全责任，校车可持续运营更是难上加难。

针对这一痛点，不少运营企业也进行了各种可行性探索。

例如，江苏连云港市赣榆区榆康校车公司在接送学生上下学之余，还承担该区10000名学生的高二学业监测、8000余名学生的

(下转3版)

广告

陕西法士特汽车传动集团公司
SHANXI FAST AUTO DRIVE GROUP CO., LTD.

法士特液力缓速器

重载下坡制动好 挣钱安全又高效

安全 · 高效 · 经济 · 耐用

法士特 为您的成功传输强劲动力

销售热线: 010-88138144 13910000001 13910000002



25辆安凯纯电动车交付合肥

■ 商用车

为进一步满足市民绿色出行的需求，合肥高新公共交通运营有限公司（以下简称“合肥高新公交”）持续加大新能源车辆投入。

6月27日，25辆安凯新能源客车交付合肥高新公交，为合肥市高新区市民提供绿色、便捷、安全、舒适的出行服务。

为积极响应国家新能源汽车产业推广政策、调整运输结构、发展绿色交通体系的要求，根据合肥市推进新能源公交车辆整体规划部署，要求到2020年，城市建成区的公交车全部更换为新能源汽车。

据了解，高新区部分公交车使用年限较长，车辆老化严重，乘车环境较差。为妥善解决车况问题、满足乘客需求，合肥高新



发车仪式

公交加大了公交车的报废更新和升级换代力度，不断提升公交车辆档次，尤其加大了纯电动等新能源公交车的投放力度。同时，综合考虑各线路的长度、沿线客

流、道路行驶状况及车辆续航里程等实际情况，这批新能源公交车将陆续投入到各条线路使用，优化运营线路，从而更好地提升公交乘坐环境。

此次交付使用的是安凯10米G9纯电动公交车，这是一款集大气美观和高品质操控为一体的经典城市公交，一次充电续航里程240公里以上，完全满足公交日

常运营需要，同时采用纯电动驱动，零排放、无污染，更加节能环保。

高新区是合肥市城市西部副中心，独拥“一山两湖”，环境优美，是合肥综合性国家科学中心的核心区、国家自主创新示范区和首批国家双创示范基地，拥有大批领先的高科技企业及高端产业集群。随着更多新能源环保公交的加入，将与创新、绿色的区域发展理念相得益彰，满足市民环保、舒适、快捷的出行需求。

据了解，合肥高新公交将持续做好老旧燃油公交车的更新工作，争取2020年底将所有老旧车辆淘汰，全部更新为新能源车辆，进一步提升高新区的公交品质，为乘客提供快捷优质的公交服务。

46辆安凯宝斯通K7驶入南岳5A景区

■ 商用车

日前，46辆安凯宝斯通K7作为旅游景区观光车正式驶入南岳中心景区，该批车由传奇旅游投资有限公司（以下简称“传奇旅游公司”）购置，所有车辆已于6月底前全部交付。

据悉，该批车将有16辆用于替换老旧报废车辆，另外30辆则作为新增车辆投入使用。至此，传奇旅游公司运营的景区观光车，将由120辆上升至150辆。新车投用后，传奇旅游公司不仅能够大大提升接送游客的能力，而且还能以更安全、更舒适、更环保的乘车体验和更好的形象，提升公司的口碑和整体品牌影响力。

助力“老牌”5A景区提质创优

作为全国首批5A级旅游景区，南岳素有“五岳独秀”、“中华寿岳”等诸多美

誉，吸引了国内外无数游客参观游览。

作为山岳类景区，南岳景区的路况也十分复杂：景区内道路坡多路窄，随处可见三四十度的陡坡，同时还伴随着180度的急转弯。如此险峻的路况，对于运营的旅游车辆提出了严峻挑战。为了能够更安全、更舒适的满足景区运营，安凯充分结合南岳景区道路特点，对宝斯通K7进行了优化改进和适应性调整。

据了解，宝斯通K7搭载更高效能的发动机、采用最高端的客车底盘、拥有最前沿的客车核心技术，具备润滑充分、磨损小、传动效率高、动力强劲等诸多优点，因此，能够轻松应对景区的复杂路况。

不仅如此，宝斯通K7底盘与车身还采用了国内首创的软连接方式，能够更有

效过滤或减弱中低频振动，降低振动峰值，减小车身振动，降低整车噪声，提高乘坐舒适性。再加上其“前独立悬挂、后少片簧”的优质悬挂设计，整车平顺性及安全性也远高于国内同类产品。

过硬的产品品质，再加上大气、高端舒适的外观、内饰设计，让宝斯通K7与南岳“老牌”5A景区“提质创优”的旅游品牌打造目标十分契合。传奇旅游公司相关负责人表示：“本次大批量采购新车，景区旅客运送能力将得到大幅提升，同时也能够确保游客享受到‘安全、舒适、顺畅’的旅游行程。”

“国事老兵”以传奇口碑促发展

近年来，湖南南岳以“创建国家全域旅游示范区”为引擎，坚持“一体两翼、一

带多点”的空间布局实现了快速发展。2018年，南岳区全年共接待游客1164.17万人次，实现旅游收入100.42亿元，分别增长16.06%和25.02%，旅游收入首次突破100亿元大关。

在南岳区委区政府的大力推动下，全域旅游事业发展迅速，南岳成为了许多游客休闲度假的首选目的地。特别是元旦、春节、五一、十一等假期，景区游客量呈井喷之势，由此也给景区、特别是中心景区旅客交通运输带来了一定的压力。而此批宝斯通K7的引入，无疑将以突出品质为景区增加运力，深化南岳的全域旅游发展。

据了解，早在2014年，首批安凯客车就已进入了传奇旅游公司，多年的合作，使双方建立起了深厚的友谊和信任。而安凯宝斯通作为

一款经得起时间考验的经典车型，也是传奇旅游公司能够放心选购的重要原因。

从全国两会、十九大、抗战胜利70周年大阅兵到G20杭州峰会、上合组织青岛峰会、上海世博会，安凯宝斯通在历次重大国事活动中不断担当重任，其卓越的品质深受各方好评。而此批定制化升级的宝斯通K7，无疑将以更优秀的品质、用“国事老兵”的担当，为南岳旅游高质量发展增添新亮点，推动景区车辆服务再上新台阶。

乘着全域旅游发展的春风，传奇旅游公司和安凯客车已经站在了强强联合的新起点上，凭借着安凯对旅游市场多年的深耕以及传奇旅游公司对“安全是生命，服务是灵魂”运营理念的坚持，未来，南岳将以全新姿态展示全域旅游的精彩和传奇。



地址:山东省聊城市经济开发区黄河路261号 邮编:252000 销售电话:0635-8321076,0635-8322624 服务热线:400 760 8000 www.zhongtong.com

中通客车的上半年

■ 商车

7月初,山东重工集团召开“大干三季度,向国庆七十周年献礼”视频动员会议,董事长谭旭光作重要讲话。在讲话中,谭旭光对中通客车上半年的上佳表现提出表扬。

业绩增长 结构优化

上半年,中通客车共计销售客车6684辆,销售收入33亿元,增幅分别为15.24%和37%,在行业低迷的态势下,中通客车交上了一份满意的答卷。其中,收入增幅大于销量增幅,得益于中通产品向高端化、大型化方向进一步优化。

同时,在新能源客车的多个细分市场合力拉动下,上半年,中通新能源客车销量3668辆,同比增长51%。

据悉,上半年,中通客车在40余个地级市的市场占有率实现第一,并进入北京、重庆等一线城市,市场



繁忙的生产线

结构更加优化。

技术创新 瞄准潜在需求

上半年,中通客车着眼于当前市场及未来发展,研发了新款公交、新款旅游车及商务车,为企业未来的发展奠定

了产品基础。中通新公交平台在开发过程中,除轻量化、智能化等技术应用外,还应用了大量行业前沿技术,可以更好地适应未来市场需求。

中通世嘉,自推向市场以来,销量持续攀升,将成为新一代旅团产品畅销王;

而面向高端旅游市场的中通新世嘉,则在今年2月份的“智远杯”运输人口碑商用车评选活动中,被授予“动力口碑车型”荣誉,成为高端旅游市场首选产品。

同时,中通客车申报的“高性能燃料电池系统

与整车开发及产业化”项目,入选山东省新旧动能转换重大课题攻关项目,并获项目资金支持,将助推中通氢燃料客车一步领先、步步领先。

文化融合 助推发展提速

上半年,中通客车将集团优秀文化理念的宣贯学习作为一项重要工作,除将相关理念在公司内部醒目位置进行张贴悬挂,董事长李树朋还亲自为中高层干部授课,使大家深刻认识学习宣贯集团文化的重要意义,并对各个理念逐个解读,使大家深挖其内涵,悟透其精髓。

此外,中通客车还专门下发文件,组织在全体员工中进行集团优秀文化的宣贯及践行活动,增强舆论引导力量,用激情文化、效率文化和团队文化影响和带动全体员工,使优秀文化在中通客车落地生根。

■ (上接1版)

高考、12000名学生的体育监测、中考等多项学生参与的大型活动,提高了专用校车的车辆利用率。

据江苏省连云港市赣榆区教育局副局长、赣榆区校车牵头人秦泗营介绍,赣榆区今年暑假开展的为期两个月的学生游泳训练,结合具体时间安排,每日使用30辆校车专项接送,既保证了学生安全,也避免了暑期校车闲置,降低了校车公司运营成本。据悉,综合测算下来,校车公司经济效益还有盈余,一举两得。

类似的实践也发生在青岛交运温馨校车,据中国道路运输协会城市客运分会校车工作部秘书长、交运集团(青岛)办公室主任贺业荣介绍,温馨校车为提高专用

校车利用率,也开展了多项类似的实践。例如,使用校车接送三年级以上学生每周一节的游泳课、为小学生提供赴医院进行健康体检的接送服务。

与此同时,温馨校车还借助交运集团其他业务形态,为提高校车利用率创造条件,例如,承担外省学生赴青岛研学旅游接送服务等。

诸如此类的尝试,在很大程度上降低了校车闲置时间,通过提高利用率创造了效益,为校车良性可

持续运营提供了借鉴。

政府担当关键且重要

专用校车推广,最“耐人寻味”的是政府态度。

校车推广应用是一项系统工程,需要集全社会之力共同推动,不断迭代的“铠甲”、打破瓶颈的运营模式,都是这一过程中的充分条件。

此外,地方政府对于专用校车推广的态度充当了重要而且关键的必要条件。体现在两个方面,资金层面暂且不提;态度方面,地方政府支持与否,决定

了当地专用校车推广最终能否起步,其中差别是天壤之别。

无论是在运营层面进行了诸多尝试的连云港赣榆区榆康校车还是青岛交运温馨校车,当地政府对专用校车推广的支持态度,都为当地校车能够可持续运营打开了“绿色通道”。

例如,为提高校车利用率,赣榆区教育部门要求,10人以上学生活动接送工作需要使用专用校车,为“非工作时间”的校车创造了“新业务”。

但是,不容回避的现实是,校车责任重大,有条件、有能力而且有责任心推广专用校车的地方政府仍然是少数。当前,社会上专用校车保有量与业内人士预测的百万辆级校车市场规模仍有巨大差距。

在专用校车能够为学童上学路披上安全“铠甲”的同时,校车推广仍然存在不容忽视的“软肋”。

儿童被视为“花朵”和“希望”。未来,希望通过全社会的努力,让校车只是“铠甲”,不存“软肋”。

商用汽车新闻

版权所有,如需转载,请务必注明“转自《商用汽车新闻》”

□主管:人民日报社 □出版:《中国汽车报》社有限公司 □执行主编:李晓菲 □美编:毛磊 □新闻热线:010-88129709 □传真:010-88129709 □邮发代号:80-517
 □主办:《中国汽车报》社有限公司 中国汽车工程研究院股份有限公司 □出版日期:每周一
 □出版人兼总经理:余春瑜 □总编辑:董锐 □编辑:周静 □记者:王宣 张咏琴(实习记者) □校对:付建生
 □社址:北京市朝阳区金台西路2号人民日报社新媒体大厦6层 □邮编:100142
 □广告热线:010-88152946 □广告经营许可证号:京海工商广字第8038号 □国内统一刊号:CN11-5506/U
 □定价:3元 □印刷:北京华耀印刷有限责任公司

实力铸就可靠 宇通T7再次服务达沃斯

■ 商用车

7月1日~3日，2019年夏季达沃斯论坛在大连举行。本届论坛以“领导力4.0：全球化新时代的成功之道”为主题，激励与会领袖探寻新的战略模式，应对全球环境挑战、区域竞争、经济差距问题以及技术变革。来自各界的1800余名“领军者”齐聚大连，参加这一聚焦创新和企业家精神的全球盛会。

宇通高端商务车T7作为国家重要活动的服务保障用车，忙碌于达沃斯会场内外。

聚焦前沿科技

达沃斯论坛关注的焦点问题，折射出全球创新发展的最新动向，5G、全球化、人工智能、气候变化、无人驾驶汽车等热点话题，也正是国内外领军企业积极参与的领域。

宇通客车一直致力于通过智能网联技术及产品，输出未来城市智慧出行解决方案。从去年上海进博会期间投入运营的宇通智能网联公交到今年5G智慧岛项目中宇通L4级自动驾驶巴士的出色表现，都充分体现了宇通在中国客车领域的龙头地位。

值得一提的是，在智能网联方面，宇通已经实现了远程状态监控、远程故障诊断、远程车辆维护、远程充电调度、危险驾驶行为管理、车路协同控制、大数据并发处理等先进技术，并已达到国内领先水平。

当然，宇通还在不断拓展大数据、人工智能、5G等新技术应用，有望在未来的智能交通领域提供更多优质的解决方案。

践行“一带一路”

推进绿色“一带一路”倡议分论坛中提到，实现绿色可持续发展，是破解当前全球很多重大问题的“金钥匙”，绿色“一带一路”



“走出去”步伐不断提速

为可持续发展提供了重要途径。

伴随着“一带一路”合作发展理念的持续推动，中国客车企业也正在逐步加深海外市场拓展。这其中，宇通取得了亮眼成绩，截至目前，宇通已经在“一带一路”沿线40多个国家累计出口客车超6.4万辆。

目前，以宇通为代表的中国品牌，已具备与国际一线品牌同台竞争的能力和实力，在更好地融入“一带一路”倡议过程中，宇通客车

将充分发挥中国品牌的技术优势，带领“中国制造”走出去，增强中国客车品牌的国际影响力。

再次实力背书

更值得一提的是，3辆宇通T7作为本届达沃斯论坛国家重要领导的服务用车，在承担着保障会议顺利进行重任的同时，充分折射出“宇通制造”的实力。

其实，早在2017年第十一届夏季达沃斯论坛期间，宇通T7就曾担任过服

务用车主力，不仅打破了以往大型高端会议、活动及赛事服务用车被外资或合资汽车品牌垄断的局面，也充分体现了中国客车践行“工业4.0”的优秀成果。

作为论坛保障工作的重要一环——服务用车代表着国家形象，尤其是在如此特殊的时刻，会议接待用车的高标准、严要求不言而喻。不仅是对车辆品质、性能的要求，连制造商的品牌形象、保障能力也被纳入考量标准，确

保优中选优。

竞争的激烈程度可想而知，而宇通高端商务车T7在如此严苛的选拔下脱颖而出，这也恰好反映了宇通T7过硬的产品实力。

宇通T7凭借深厚的技术积淀和优质的产品性能，逐步展现出自主品牌高端商务车的实力，并陆续参与了众多国际、国内重大会议及活动的交通保障工作。

截至目前，宇通T7已连续4次服务全国两会、多地地方两会和党代会、博鳌亚洲论坛、G20杭州峰会、“9·3”大阅兵、上合总理会等诸多重要会议，并在多位国家领导人调研考察期间作为指定用车，凭借出色的表现，获得用户们的一致好评，并逐渐成为人们认识、了解“中国制造”的一张移动名片。

随着中国智能制造理念的实践和深入展开以及“一带一路”建设工作的深入开展，一批优秀的中国企业展现出科技实力与国际竞争力。宇通客车作为中国客车业的领军者，聚焦科技，积极践行“一带一路”倡议，不断积聚带领中国客车业在“全球化新时代”走出“成功之道”的实力。

企业直通车

微宏动力首入印度 海外市场再传佳音

本报讯 近日，一批装载微宏动力电池组的集装箱车从微宏动力系统（湖州）有限公司（以下简称“微宏动力”）驶往港口，即将出海销往印度。这是微宏动力第一次进入印度市场，也是微宏动力在加快海外市场布局的又一力作。

微宏动力国际业务负责人雷炳南表示，该项目是微宏动力与印度当地两家大型客车厂进行合作的首个纯电动公交项目，下一步双方还将加深战略合作。预计今年还有300台新能源电池组发往当地，届时，销售额将达

2亿元以上。

公交电动化已成发展趋势，印度政府也在积极布局印度电动车市场，总理莫迪提出了到2030年，30%的车辆将通过电力运行的目标，以减少空气污染，并遏制对石化燃料的依赖。正是考虑到这一新兴的电动汽车市场“大版图”，微宏动力凭借可靠的产品、技术和在海外运营多年的经验，在印度市场激烈的竞争中迅速打开了新局面。

自成立以来，微宏就在积极布局海外市场。2014年，微宏快充锂电池进军伦

敦，在与多家国际知名电池厂商历时一年多的竞争中，最终获得1000辆伦敦双层巴士订单，是目前除中国市场外全球最大的电动公交车订单。之后，微宏快充锂电池相继进入德国、比利时、荷兰等欧洲发达国家，并受到当地运营商的一致好评。

今年上半年，微宏动力在海外市场有了很大突破，除了前期已经攻破的欧洲“堡垒”，微宏产品销往亚太地区近100台套，开拓了俄罗斯、韩国、哈萨克斯坦、印度、泰国、新西兰、新加坡等国，在全球布局的道路

上不断加快步伐。

而下半年的形势则更加喜人，仅东南亚国家就为微宏新增2亿~3亿元的订单。正如雷炳南所说，“除了稳定的国内市场，微宏动力将进一步发挥‘快充、长寿命、高安全’的技术优势，加快市场布局。今年海外销售，有望达到去年的3倍以上。”

在国内市场，微宏不断“攻城掠地”，助力多地实现公共交通电动化；在海外，随着新能源市场的不断扩大，微宏凭借技术和产品的竞争优势，也将走向更多国家和地区。

商用车

78辆金龙“高颜值”公交 在新喀首都上线

■ 商车

近日，美丽新喀里多尼亚（以下简称“新喀”）陆续迎来了一批“中国岛民”，78辆金龙客车豪华公交来到新喀，正式投入首都努美阿及周边运营，为这里带来更美好的出行服务。同时，对新喀的公共交通建设和旅游事业也将产生重要影响。

都市公交 尽显海岛浪漫气息

新喀首都努美阿现代化程度极高，因为是法国的海外领地，处处流露着法国人的浪漫气质，是前往新喀的游客必到之地。在努美阿，公交在当地交通系统中占据重要位置。“努美阿的很多公交车都会在海滨大道停靠，随时下车，可以看到安静蔚蓝的大海和连绵不断的群山，视野非常开阔，景色十分漂亮，所以努美阿的公交不仅服务当地人，也是游客出行的首选。”金龙客车海外销售部负责新喀业务的负责人介绍道，许多游客都对努美阿的公交服务赞赏有加。

这得益于当地政府对公交事业发展的重视，为建设更



出口新喀的金龙客车

为便捷、优质的公交系统，进一步促进当地旅游事业发展，去年，当地政府在全球范围内招标采购公交产品。金龙客车从众多国际知名品牌参与的激烈竞争中脱颖而出，成功夺得本批公交订单，改变了当地以往多采购欧洲客车品牌的局面，彰显了“中国制造”的产品实力和品牌魅力。

匠心打造 蔚蓝色海岛新风景

提到美丽的海岛，许多

人首先想到的是马尔代夫、巴厘岛、大溪地等旅游热门海岛。对于中国游客而言，新喀是一个陌生的名字，但它的景色毫不逊色，甚至有人把它称为“太平洋的中心”、“世界尽头的天堂”。这里不仅拥有南太平洋的纯净幽蓝，还有世界上最大的潟湖、著名的心形红树林、丰富的户外运动以及淳朴的风土人情，满足人们对海岛游的所有想像。

为更好地发挥公交在提

升出行质量、推动旅游发展上的重要作用，当地政府对公交产品有着极高的要求。“针对客户的要求以及当地的情况，我们精心制作了两辆样车，并于去年10月抵达当地。在样车试运营的基础上，金龙客车技术团队根据客户的要求，一次次进行从外观到内饰的全面升级，以达到最佳状态。”

出口新喀的金龙公交车，外观以蓝白为主色调，象征湛蓝的海水与洁白的沙

滩，与新喀海岛风情相呼应。“高颜值”外表下，是其高品质的内在。

金龙客车根据新喀道路坡多、弯多、路窄等实际路况以及热带海洋性气候等量身定制公交出行解决方案。金龙客车出口新喀的公交车辆，是完全满足欧六认证的全新公交车型，同时集成了一系列法国供应商的公交运营控制系统，包括GPS\GPRS\WiFi、酒精测试防启动系统、乘客计数系统、紧急报警及电话通话系统等，集安全、舒适、环保于一身。这批公交的投入使用，将让当地公共交通服务水平再上新台阶。

2019年，“中国—太平洋岛国旅游年”将正式启动。在深化共建“一带一路”和多元化合作主张的倡导下，新喀旅游局表示，已经准备就绪，希望通过2019年更加多元的合作机会，新喀可以顺利从“海岛新贵”转变为“中国游客的理想海岛目的地”。那么，借此“东风”来一场海岛尝“新”之旅吧，金龙客车与您相约新喀！

企业直通车

金龙龙威Ⅱ代首批交付斯里兰卡

本报讯 6月27日，金龙客车龙威Ⅱ代交车仪式在斯里兰卡首都科伦坡举行。仪式上，金龙客车斯里兰卡经销商代表向斯里兰卡交通部长交接了金钥匙，9辆龙威Ⅱ代 XMQ6127 顺利交付终端客户。

这是斯里兰卡国有运输企业首次采购中国品牌客车，具有重大的历史意义。斯里兰卡总理维克勒马辛哈到场见证了这一重要时刻，亲自为新车剪彩，并在将车钥匙交给司机后进行了试乘。“这批超级豪华客车将为斯里兰卡民众带来高质量的交通出行服务。”亲身体会龙威Ⅱ代后，他为金龙客车产品点赞。

这批订单数量不大，但为何能够赢得总理的重视

为其打 call 呢？这要从这批订单所要承担的重要使命说起。这9辆龙威Ⅱ代将承担起科伦坡至斯里兰卡其他城市之间的客运任务，将极大改善斯里兰卡城际交通运输服务水平，大幅提升当地民众出行质量，同时也是提升首都科伦坡城市形象的重要举措。

“在科伦坡，许多人居住在郊外或周边城市。科伦坡往返其他城市公共交通欠发达，所以多数人选择自己开车往返。但是又面临路况不佳及堵车严重的问题，城市间交通非常不方便。”金龙客车负责斯里兰卡市场业务人员介绍道，近年来，中斯两国合作不断深化，特别是“一带一路”

倡议提出以来，作为斯里兰卡最大的基础设施建设合作伙伴，中国协助斯里兰卡建设了许多基础设施项目，高速公路建设就是其中重要的一项。高速公路的建成，为经营城际客运创造了条件，科伦坡通往其他城市交通逐渐改善。但多数营运客车老旧，可靠性及舒适性较差。

为改善人民交通出行、提高生活水平，斯里兰卡交通部某国有运输公司于去年年底公开招标，采购9辆新款12米长途大巴。最终，金龙客车凭借在斯里兰卡深耕多年积累的良好口碑，龙威Ⅱ代 XMQ6127CY 以亮丽新颖的造型和稳定卓越的性能得以中标。这也是该企

业首次采购中国品牌客车，将开创斯里兰卡城际交通新时代。

金龙客车2012年就以 XMQ6117Y 和 XMQ6900Y 两款旅游产品进入斯里兰卡，截至目前，在当地保有量达130辆，位居中国客车品牌前列。斯里兰卡是极富魅力的旅游岛国，金龙客车出口斯里兰卡的产品为8~12米的旅游客车，服务于当地长途客运和旅游市场。进入斯里兰卡8年来，金龙客车以其可靠的品质和优异的服务赢得了客户赞誉，收获良好口碑。

金龙客车龙威Ⅱ代是中国高端客车制造的代表，本批交付的龙威Ⅱ代 XMQ6127CY，在保持高品

质的同时，根据斯里兰卡市场特点及客户要求量身定制。整车为大红色调，采用当地客户目前最为青睐的上下双风挡造型，大气亮眼，侧围灯带更是让人眼前一亮。按斯里兰卡最新要求，本批龙威Ⅱ代达到欧四排放标准。同时，为了提高乘坐的舒适性、丰富旅途生活，这批订单还有许多人性化的设计，比如每个座椅都配备USB充电接口。

斯里兰卡是“一带一路”的重要国家，本次金龙客车龙威Ⅱ代出口到斯里兰卡并实现成功交付，代表着中斯在“一带一路”共建的又一重要成果，同时也是金龙客车深耕“一带一路”市场的又一硕果。

商车

上汽大通MAXUS 上半年逆势“六连涨”

■ 商用车

2019年上半年的汽车市场,受经济下行压力增大、国六标准临近等因素影响而持续疲软。

面对“车市困局”,上汽大通MAXUS秉承“智选·智联·智行·智享”理念,凭借高品质产品和业界独一无二的C2B大规模个性化智能定制模式,逆势跑赢市场大盘。

今年1~6月,上汽大通MAXUS累计零售销量同比增长15.7%,并实现了上半年每月销量逆市增长。以刚刚过去的6月为例,上汽大通MAXUS零售销量破万辆,达到11158辆,同比增长47.85%。

在车市环境严峻的上半年,上汽大通MAXUS不仅以过硬的产品实力赢得了市场的青睐,更展现出了行业领军者的深厚底蕴。

在7月1日~3日的夏季达沃斯论坛上,上汽大通南京C2B智能工厂成功入围世界经济论坛的工业4.0“灯塔工厂”名单,意味着上汽大通打造的全球首家全新C2B定制工厂,在世界范围的权威评选中获得肯定,承担起了为全球制造业企业提供借鉴方向的责任和使命。在建成拥有全生命周期联通客户的数字化体系和能力的南京工厂的同时,上汽大通更从以往的科层结构转向数字化、平台化的网状结构,实现企业的全价值链数字化在线,逐渐转型成为用户驱动的平台化数字企业。

随着国内皮卡市场政策的放宽,划时代皮卡T60越来越受到国内消费者的欢迎,成为皮卡用户的热门选择,6月,国内销量同比增长85.37%。

在高端皮卡市场中,上汽大通MAXUS T60表现同样出色,是北京市场市占率第一的皮卡车型,获得了首



上汽大通MAXUS T60

都消费者的认可。

而在海外市场,上汽大通MAXUS T60同样是一款“明星车型”,海外上市仅16个月,销量就突破了1万辆大关。目前,上汽大通MAXUS T60不仅是澳新和智利市场销量排名第一的中国皮卡,也是我国目前对发达国家出口量最大的皮卡。

值得一提的是,上汽大通MAXUS旗下的另一款皮卡——国内首款柴油国六皮卡——上汽大通MAXUS T70也已经于6月6日正式上市,在扩充皮卡产品阵容的同时,以“硬核”实力为优质的皮卡生活赋能。

上汽大通MAXUS旗下首款宽体轻客车型V80,凭借比肩国际主流品牌产品的强大产品力,在6月交出了优秀的成绩单,国内销量达到2334辆,同比增长14.08%。上汽大通MAXUS V80车型,拥有宽绰空间、舒适乘坐、高效低耗、可靠耐用、全面安全的领先优势,并率先将自动挡配置应用于宽体轻客,开启了宽体轻客2.0时代。今年年内,上汽大通MAXUS再度扩充宽体轻

客产品矩阵,推出了满足国六b排放标准的V80 PLUS以及面向全球市场的全领域智能宽体轻客V90。

素有“国宾车”之称的上汽大通MAXUS G10在6月火力全开,国内销售2033辆,同比增长达到26.51%。凭借超大空间、强劲动力、智能科技、安全配置等方面的卓越品质与硬核实力,上汽大通MAXUS G10不仅在中高端MPV细分市场占有重要席位,还多次为各国政要、嘉宾提供用车服务。

全能家旅MPV G50从2月28日全系上市以来,每月的销量都在2200辆以上,6月销量也同样达到了2236辆。

值得一提的是,上汽大通MAXUS G50还在6月提前完成了全系国六车型的上市动作。凭借一部到位的无敌空间、一应俱全的贴心安全、一唤起飞的智能互联、一触即发的充沛动力、一见倾心的越享配置五大核心价值,上汽大通MAXUS G50为家庭带来了全能的出行体验。

6月,全民定制全路

况SUV D90在同级SUV市场中表现突出。上汽大通MAXUS D90集结了行业前沿科技、五星智行安全、上汽阿里斑马智行互联系统、全尺寸阔空间等优势,并配装全地形智能适时四驱系统,轻松攻克复杂地形。

此外,于今年上海车展上市的全新旗舰MPV G20首发款也在蓄势待发中。上汽大通MAXUS G20是一款为“睿智有主张的成功人士”量身定制的MPV车型,以高档优雅的内饰氛围、悬浮

式中控台、天幕式全景天窗打造360°全方位的超五星享受,并提供了上汽阿里斑马智行互联系统、旋钮式电子换挡、EPB电子手刹、电动侧门、电动尾门、电动折叠后视镜等智能科技配置,真正做到随心所欲。

在刚刚过去的上合组织比什凯克峰会上,上汽大通MAXUS G20作为官方指定用车,以国宾品质保障了会议的圆满成功,获得了各方的高度认可。

大浪淘沙始见金,不惧“车市困局”,实现1~6月连续的单月销量增长,印证了市场对上汽大通MAXUS产品实力及C2B创新结果的认同;直面第四次工业革命的挑战,入选工业4.0“灯塔工厂”名单,则意味着上汽大通MAXUS的C2B用户驱动业务发展模式,获得了世界经济论坛的高度认可。

凭借业内首创的C2B大规模个性化智能定制模式、硬核的产品实力,上汽大通MAXUS取得了优异的“期中考试”成绩。下半年,为响应国六排放标准的进一步落实,上汽大通MAXUS旗下全系车型还将迎来全新升级,市场表现将更值得期待。



上汽大通MAXUS G20

谭旭光交出两份亮丽的年中成绩单

■ 商车

随着上半年结束，各企业年中经营数据快报相继出炉。据悉，谭旭光带领的山东重工集团和中国重汽集团两家国有企业延续了良好发展势头，交出了两份亮丽的年中成绩单。

山东重工集团上半年实现汇总营业收入1493亿元，同比增长12.8%；实现利润总额88亿元，同比增长21%，利润增幅远远高于收入增幅，继续保持高质量发展。根据近日山东省国资委网站各省管企业披露的重大财务信息来看，山东重工集团2018年度蝉联山东省管企业“盈利王”，实现合并营业收入1774.95亿元，同比增长6.23%，净利润116.1亿元，同比增长38.65%，是山东省管企业中唯一一家净利润突破100亿元的企业。

今年上半年，山东重工可谓喜事连连，不但继续实现高质量高速发展，企业创新能力也获得国家认可。

1月9日，山东重工旗



谭旭光

下潍柴动力“重型商用车动力总成关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖。5月24日，李克强总理视察山东重工潍柴集团，勉励企业“打造面向世界、竞争力强、屹立不倒的质量、品牌和信誉，让潍柴动

力、让中国装备的动力奔腾不息！”

谭旭光带领的另一家国有企业——中国重汽集团，上半年也有不俗的表现。中国重汽集团上半年实现汇总营业收入635亿元，同比增长3.3%；利润总额35.3亿

元，同比增长24.8%。面对严峻的行业形势，中国重汽集团在收入小幅增长的同时，利润实现了大幅增长，与山东重工同步保持了高质量运行。

中国重汽上半年运营质量的提高，得益于谭旭光大

刀阔斧的改革。通过三项制度改革，中国重汽仅中层干部就减少了106人，一大批年轻干部通过公开竞聘走上了领导岗位，领导干部平均年龄下降近5岁，形成了良性发展生态，真正实现了“干部能上能下、员工能进能出、薪酬能高能低”。

同时，通过降成本、压费用、创新机制改革等手段，中国重汽“出血点”不断减少，“造血”功能日益增强。谭旭光的改革，得到了中国重汽干部员工的拥护和认可，通过网上开展的员工满意度调查，中国重汽全员对改革发展战略决策的满意度为83.94%。

上半年，在谭旭光的带领下，山东重工与中国重汽两家企业均实现了高质量发展。谭旭光说，“我们是企业经营的答卷人，目标就是竭尽全力交出一份亮丽的成绩单，成绩合不合格，还请党委政府、社会和职工来检阅。”

企业直通车

中国重汽：以改革为突破口解决“止血”问题

本报讯 不破不立，“破”字当头，“立”在其中。

谭旭光履新中国重汽党委书记、董事长以来，历时10个月的深化改革，不断完善法人治理结构，理顺产权关系，改革人事制度、采购体系以及全面预算制度，销售收入和净利润不断增长。各项费用得到有效降低，克服了改革的阵痛，已基本实现了从“止血”到“造血”的良性循环，利润增长水平远远高于销售收入的增长水平，真正实现了向高质量发展的迈进。

企业的强盛离不开人才，人才是企业发展的核心竞争力，只有打造一支结构合理、素质优良、具有驾驭复杂局面能力的中高级团队，才能不断增强企业活力和可

持续发展的能力。中国重汽通过一系列人事制度、薪酬制度及绩效制度的改革，为担当者担当，让有为者有位，向不为者说不，实现了“干

部能上能下、员工能进能出、薪酬能高能低”的规划，以制度引领生态，初步形成了良性发展。通过改革，仅中层干部就减少了106人，一

大批年轻干部通过公开竞聘走上了领导岗位，领导干部平均年龄下降近5岁。

降成本就要降得科学、降得彻底，刀刃见血，深挖

“利润”潜力。自去年9月起，中国重汽聚焦全面预算管理，对各项费用进行管控，提前反复测算2019年费用预算，做到“横到边、纵到底”的全领域、全细节预算管理。通过上半年的共同努力，中国重汽降低成本26亿元，降幅达到14.5%，特别是行政接待费全部归零，“止血”效果显著。

三季度，中国重汽再发力，誓要消灭财务风险账户，将现有近800个财务账户压缩到100个以内。进一步整合、规范供应商资源，营造互利共赢的营商环境，在保证质量的前提下，形成规模化采购，将现有4000家供应商压缩到2000家以内，让中国重汽进一步降低成本，让优秀供应商提升效益。商车



中国重汽改革成果不断显现

福康车队“燃”动丝路

■ 本报记者 董锐

夏天骄阳似火,让血液里的温度升高,而美丽的贝加尔湖畔,开始上演一场速度与激情的精彩角逐,更让人热血沸腾。

“2019 丝绸之路拉力赛”出征仪式于7月6日在俄罗斯伊尔库茨克举行。福田康明斯越野拉力赛车队中,两辆搭载了福田康明斯 F2.8 量产发动机的福田拓路者越野全能型皮卡,将作为参赛车辆经历为期10天的赛事比拼。

继2017年、2018年后,这是福田康明斯车队第三次征战丝绸之路拉力赛。此外,福田欧马可作为保障用车会为车队提供保障。出征前,北京福田康明斯发动机有限公司副总经理胡建华,在现场为福田康明斯车队加油助威。

在出征仪式现场,中方体育总局代表在发言中表示,“中俄双方2016年共同主办丝绸之路国际汽车拉力赛,体现了和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝路精神,为增进丝绸之路沿线国家的友好关系发挥了积极作用。今年的拉力赛在中俄建交70周年,两国元首刚刚宣布发展中国新时代全面战略协作伙伴关系的背景下举办,具有特殊意义。不仅如此,今年赛段增加了蒙古国赛段,开创了三国体育合作与人文交流的新形势,为三国友好关系注入新活力,为推动‘一带一路’建设、践行构建人类命运共同体理念作出新贡献。”

在这个速度与激情齐飞的夏日,让我们一起看看新赛季会迎来哪些新的调整与变化吧!

比赛难度升级 各路英雄准备就绪

作为穿越欧亚大陆的重要洲际越野拉力赛事,2019丝绸之路拉力赛,由俄罗斯体育部、中国国家体育总局、蒙古国政府联合主办。赛程共分3个主赛段,从伊尔库茨克出发,沿途穿越森林和沙漠,经过俄罗斯东西伯利



福田康明斯车队参赛车辆福田拓路者

亚、泰加林、蒙古国草原,将于7月16日抵达终点——中国敦煌。

俄罗斯车手表示,“本次赛事大部分国际知名赛车手都来了。我们很开心,能与这些实力强劲的国际级车手同在一个平台竞争。”

作为已有前两届丝绸之路赛事经验的“老队员”,在2018年赛事T1柴油机组获得亚军成绩,并且在今年4月份在2019俄罗斯汽车拉力锦标赛首日第一赛段斩获第一名,福田康明斯车队这一次更是对车辆表现信心十足。此次,由俄罗斯选手 Maltsev A、Rusanov A、Petukhov V、Zaitsev A 担任参赛车手和领航员。

今年赛程全长约5000公里,相比2017赛季的总里程减少了大约一半距离,但是赛道难度升级。难度升级后的赛段,要求今年参赛车辆必须拥有更强大的动力、更优的空气动力学表现及更好的抓地力。

车手告诉记者,“我们可以预知的最大难题,就是进入蒙古后开始会有砂石路段和纯沙漠路,沙漠赛段会是本赛季最大的考验。”2018年,车队就经历过比赛途中一场大雨,导致整个赛车直接陷入泥潭,损失了大概5个多小时。并且因为这5个小时而让车队与“第一”擦

肩而过。“沙漠赛段几乎是世界上所有车手的‘噩梦’。但是相信,队员们以及赛车拓路者,我们会共同完成这场比赛,今年力争第一!”他说。

加速穿越丝路 向目标全力以赴

丝绸之路拉力赛,是世界拉力赛领域最大的赛事之一,得到了来自全世界的顶级专业车队车手和业余车手们的青睐,已实现了全球化的传播。

从东西伯利亚的针叶林到蒙古一望无际的草原再到戈壁雄伟壮丽的沙山,这一赛程,将带领世界各国汇聚而来的选手们,沿着历史车

辙感受丝绸之路带来的文化与速度的震撼。这一场具有挑战的赛事,不仅仅是速度的较量,更推动了中国文化与赛车文化之间的融合,甚至已经超越体育赛事的概念,进而成为连接中俄两国和亚欧大陆之间经济贸易和文化沟通的纽带。

伴随着来自世界各地的媒体人与现场观众的欢呼声,参赛车辆陆续驶过发车台。本次比赛共计有93辆车参赛。

颜值与动力在线 “福康红”点燃夏天

今年,福田康明斯车队比赛用车为两辆福田拓路者越野全能型皮卡。除了在

安全性上进行必要的改装之外,在动力和整车结构上均保持了量产车的原厂状态。这支代表中国元素的车队,已准备好继续在本届拉力赛上与各国实力派同台竞争,最大的依靠,就来自福康这颗强“芯”。

福田康明斯俄罗斯市场负责人方沪阳告诉记者,“今年福康车队参加T2厂商组比赛,我们用的是一款量产的发动机,为什么要参加这种比赛?就是想在这种赛事的极端条件下,让我们的量产发动机和竞赛用的发动机去正面竞争一下。”

敢于在赛道检验实力的量产发动机,值得点赞。素有“小钢炮”之称的福田康明斯 F2.8 发动机,是一款直列四缸高压直喷式柴油发动机,功率范围覆盖96kW~125kW,具有动力强劲、可靠耐久、结构紧凑、高效经济等优点。

新赛季出征前,商用汽车新闻传媒记者有幸试乘了福康车队参赛车辆,车手在沙地上载着记者体验极速漂移,引擎轰鸣声在那一刻比任何音乐都带感。

夏季的高温、俄罗斯的雨季、复杂多变的路况,不仅考验了车手对赛车的操控能力,更是对整个团队的协作适应能力以及参赛车辆综合性能的一种极致考验。期待福康车队的卓越表现。



福田康明斯车队发车仪式

半年报出炉 卡客车双降

■ 本报记者 王宣

7月10日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)在京发布月度信息。

6月,商用车产销29.6万辆和32.9万辆,环比下降17.1%和6.5%,同比下降17.5%和17.8%。在商用车主要品种中,与上月相比,客车产量小幅增长,销量增速明显,货车产销均呈下降;与上年同期相比,客车产销小幅下降,货车下降较快。

上半年,商用车产销215.4万辆和219.6万辆,同比下降2.3%和4.1%。与上年同期相比,货车和客车产销均结束增长,呈一定下降,其中客车降幅更为明显。

而1~6月,皮卡车产销分别完成22.8万辆和22.9万辆,产销量比上年同期分别下降5%和2.8%,降幅低于货车整体增速。

在新能源商用车方面,6月,新能源商用车销售1.5万辆,同比增长30.6%;上半年,新能源商用车累计销售5.4万辆,同比下降6.6%。

在出口方面,6月,商用车出口2.7万辆,同比下降7.4%;上半年,商用车累计出口16万辆,同比累计增长15.5%。

货车下降明显

6月,货车产销25.6万辆和28.6万辆,环比下降20.1%和9.6%,同比下降19.2%和19.8%。在货车主要品种中,四大类货车品种产销环比和同比均呈下降,表现明显不如上月。

本月重型货车产销,分别完成8.7万辆和10.4万辆,产销量比上年同期分别下降11.3%和7.5%;中型货车、轻型货车、微型货车分别下降7.5%、39.0%、22.7%、29.8%。

上半年,货车产销分别完成194.9万辆和198.6万辆,产销量比上年同期分别下降1.3%和3.8%。在货车主要品种中,与上年同期相比,重型货车产量略有增长,销量小幅下降,重型货车产销分别完成63.2万辆和65.6万辆,产量比上年



“大吨小标”风波对轻卡影响较大

同期增长0.1%,销量比上年同期下降2.3%;中型货车下降明显,上半年销售7.2万辆,较去年同期减少2.9万辆;轻型货车上半年销售95.8万辆,较去年同期减少1.7万辆;微型货车上半年销售30万辆,较去年同期减少1.7万辆。

中客6月大增

6月,客车产销4万辆和4.3万辆,产销环比增长8.4%和21.4%,同比下降5.3%和0.45%。在客车主要品种中,与上月相比,三大类客

车品种产销均呈增长,中型客车增速更为明显。与上年同期相比,中型客车产销呈较快增长,大型和轻型客车有所下降。具体数据来看,6月,客车销量比上年同期下降0.4%,其中中型增长30.9%,大型、轻型分别下降5.3%、4.1%。

上半年,客车产销分别完成20.5万辆和21.1万辆,比上年同期分别下降10.9%和6.9%。在客车主要品种中,与上年同期相比,三大类客车品种产销均呈下降,中型客车降幅更为明显。

下半年可能利好

中汽协认为,从上半年产销情况来看,汽车产销整体处于低位运行,低于年初的预期。市场消费动能并未受“价格促销”等因素影响提升,消费者观望情绪未有改善。

中汽协秘书长助理陈士华在信息发布会现场分析了上半年汽车遇冷的原因。他认为,汽车销量大范围下降的原因,主要受国内经济大环境的影响。此外,多地提前实施国六,而企业尚未准

备充足,也对汽车市场产生了不利影响。

对于商用车市场,受国家治理“大吨小标”力度加大,轻型货车产销环比和同比均呈现了10%以上的下降,从而影响到商用车产销的增速。

2019年二季度,汽车产业景气指数ACI为12,虽然较2019年一季度提高6点,但仍处于过冷区间。具体来看,汽车产业先行合成指数与上个季度相比降低0.73点,表明未来市场仍存在一定的下行压力。

陈士华预测,对于未来七八月销量情况,数据依旧不会很“好看”。但随着7月1日国家购置税新政的正式实施及部分地区国六标准的正式切换,消费动能或有所改善。这些,将会成为下半年市场需求改善的积极因素。

中汽协副秘书长师建华则表示,进入下半年,国六产品会逐渐成熟。多地的国六标准提前实施,对汽车生产企业产生了较大影响,但目前来看,并没有主流车企发生掉队现象。下半年,利好方面会有所显现。

企业直通车

长城皮卡风骏7柴油国六车型上市

本报讯 日前,长城皮卡官方宣布,风骏7柴油国六车型正式上市,官方建议零售价9.28万~13.88万元。9.28万元的起售价,成为目前市场上10万元以下唯一一款柴油国六皮卡。

风骏7本次共推出12款车型,包括超值版、精英型、领航型、冠军版,并有两驱、四驱和标准货箱、长货箱版本可选。风骏7柴油国六车型全系搭载2.0T柴油发动机,满足国六b排放标准。

风骏7柴油国六车型搭载长城自主研发的GW4D20M 2.0T“绿静”发动机,这款发动机以动力强劲、经济节油、静音出众、

安全可靠而著称,被称为“强动力绿静节油王”。该款发动机最大功率115kW,峰值扭矩为345N·m,采用了2000Bar电控高压共轨系统、VGT可控增压器等技术,燃烧效率、动力性能突出。油耗方面,两驱车型油耗7.6L,四驱车型油耗7.9L,经济节油。此外,长城对这款发动机诸多关键零部件进行了NVH专项优化,使怠速时噪声低至46.6分贝,低于正常人讲话的声音。

据了解,GW4D20M发动机经过了严苛的可靠性验证,而且每一项试验都以超过国标20%~50%的标准进行。严苛的实验,保证高可靠性,从而获得了“中国心”

十佳发动机、中国质量协会科技创新奖等。

外观和内饰方面,风骏7柴油国六车型打造了SUV级驾乘体验。

安全是长城皮卡一贯的优势,风骏7配备博世第9代ESP、6安全气囊、四轮通风盘、HHC坡道辅助、BA刹车辅助、倒车影像、倒车雷达、胎压监测、高强度笼形车身、高强度车门防撞梁等多重安全装备,安全指数越级。

值得一提的是,风骏7搭载了长城汽车与科大讯飞联合研发的新一代智能语音交互系统,对着屏幕说“风骏,你好”,内置的语音控制系统就被唤醒,

通过它进行音乐播放、路线导航、开启空调、查询天气等,可谓是新一代互联网皮卡。

目前,国六排放标准已在多地实施,凭借长城汽车强大的研发实力和布局全球的研发中心,长城皮卡抢先推出国六柴油、汽油皮卡,也成为中国第一家同时拥有汽柴油国六车型的皮卡品牌。风骏7自去年上市以来便紧随风骏5,稳居皮卡车销量排行亚军位置。此次风骏7柴油国六的上市以及目前市场上唯一一款10万元以内柴油国六皮卡的起售价,无疑再次增强了风骏7的产品竞争力。 **商 车**

开解放虎VR 做自己的英雄

■ 本报记者 王宣

自5月21日轻卡行业“大吨小标”曝光之后,轻卡市场遇冷。未来该怎么办?成为每个关心轻卡行业的人心中最大的疑问。

与其总是期待英雄降临拯救世界,不如改变自己,做自己的英雄。

7月8日,以“技至轻赢V 智惠未来”为主题的一汽解放轻卡虎VR上市发布会在四川成都举行。

发布会现场,一汽解放汽车有限公司副总经理、一汽解放青岛汽车有限公司党委书记尚兴武表示,“轻卡虎VR是一汽解放针对当前用户对窄体轻卡的需求、聚焦国内外窄体驾驶室细分市场而开发的又一力作。期望能给用户带来更多使用价值,真正诠释‘解放卡车,挣钱机器’的内涵。”

后来者的快发展

不论是在轻卡领域还是成都所处的西南地区,一汽解放都属于后来者。

但后发优势不容小觑。

商用汽车新闻传媒记者在现场了解到,2019年,一汽解放轻卡延续近年来快速增长的强劲势头,上半年实现销售32592辆,同比增长30%。

在成都市场,一汽解放轻卡同样表现强势。经过今年上半年的市场开拓,一汽解放轻卡在成都的市场份额达到14%。相比2018年8%的市场份额,整整提高了6%。

尚兴武表示,之所以一汽解放轻卡能够得到如此快速成长,主要是因为一汽解放始终坚持从用户出发做产品,将产品的适用性做到恰到好处。既为用户控制得住成本,同时能够洞察市场,为用户带来更多的增值价值,最大程度满足用户需求。

针对轻卡行业内持续热议的“大吨小标”问题,一汽解放已经有了较为清晰的判断。尚兴武认为,由“大吨小标”而引起的轻卡市场



一汽解放轻卡虎VR

调整还会持续一段时间,但由于社会的总运输需求是不变的,轻卡市场最终将趋于稳定。“从某种角度来说,这件事对一汽解放是一个机遇,我们有信心、有技术,将尽快做好产品结构调整,更大化地满足市场需求。”

此次在成都发布的虎VR,就是在轻卡市场调整期,一汽解放为轻卡市场献上诚意满满的作品。

小身材的大能量

从车上的3D画到活动开幕秀中的虚拟现实互动,无不昭示着这是一场充满着创意、富有高科技含量的发布会。作为发布会的主角,一汽解放轻卡虎VR自带“主角光环”。

一汽解放青岛汽车有限公司党委副书记、纪委书记、工会主席段英慧在接受媒体专访时表示,一汽解放一直处在生产一代、研发一代、储备一代的模式当中。虎VR虽为轻卡,制造当中严格按照中重卡的高标准要求,经历2年研发布局,并在半年内做了大量的改进工作,将更加符合城乡标载物流运输要求。

作为一款标载轻卡产品,一汽解放轻卡虎VR

以全新的轻量化设计理念,通过功能、结构集成,结合模块化设计理念,利用CAE分析手段对结构进行有效优化,在保证可靠性前提下降低自重,真正实现了“小身材也有大能量”。本次推出的虎VR有两款产品,分为液刹底盘和气刹底盘,车辆自重分别为1.7吨和1.9吨,承载能力2~3吨,实现了“小而不减配置,轻而不失功能”。

此外,一汽解放轻卡虎VR面向不同的使用场景,推出了包括封闭箱、栏板、仓棚、半高栏等多种产品,满足不同使用工况需求。在同级产品中,具有更经济、更舒适、更安全、易操作、更环保五大优势。

更经济——最优空气动力学分析,比同级别汽油机产品百公里燃油费节省一半;3700mm×1910mm货箱,同级别产品货箱容积最大,达到13.5m³,拉货多、更盈利。

更舒适——一级踏板低至400mm,车门开启角达78°,轻松上下车;采用了人机工程造型座椅,具有优异的包裹性,座椅靠背前后调节角度达到110°,座椅前后可调180mm,确保长时

间驾驶不疲劳,驾乘更舒适。

更安全——采用最新一代高安全、高稳定全钢驾驶室,经过严苛的前碰、后碰及顶压试验,安全毫不含糊;整车标配ABS防抱死系统及自调臂,气刹车型标配断气刹,保证了车辆的行车及驻车安全;760mm宽车架,1475mm加宽轮距,保证了车辆行驶更稳定,转向更平稳;1.2平方米夹胶前窗玻璃,外后视镜带广角镜,保证了驾乘过程中视野无死角。

易操作——6.50轮胎厢式车货台离地高度840mm,装卸更省力,液刹底盘高度小于2.2米,基本不受限高、限宽影响;转弯直径11m,轻便灵活。

更环保——整车PEMS和OBD完全符合法规要求,更节能环保。

值得一提的是,考虑到目前市场对合规化产品的迫切需求,一汽解放青岛虎VR不再按照以往的各个地域依次上市进行定点突破,而是全国同时投放。

帮用户成为英雄

对于一汽解放轻卡,成都是个十分重要的地方。成都不仅仅在西部市场有着很

重要的战略地位,并且是一汽解放“西部梦想”开始的地方。

8年前,承载着一汽解放轻卡“再创业”希望的第一辆虎V轻卡产品在成都试制成功;8年后,一汽解放轻卡推出的首款窄体产品虎VR,它是一款面向轻标载市场的全新平台产品,适配多样化的城乡运输应用场景,将帮助用户成为自己平凡世界的英雄。

英雄与平凡的人最不相同的,就是拥有解决各种复杂事件的能力。一汽解放虎VR也有着在复杂物流运输环境中应对各种情况的能力。

一汽解放轻卡虎VR标配了“解放行”车联网系统,可随时随地享受方便快捷的车况检测、服务预约、车辆管理、货源信息等优质服务。一键救援服务,对外求救不假他人之手;智能化行车管家,可对车辆油耗进行统计,帮用户优化驾乘习惯;车辆防盗系统,可实现车辆实时定位及远程锁车,让用户用车更安心;智能车队管理,可对车辆进行实时监控,适用于物流企业用户。

不仅如此,据一汽解放青岛汽车有限公司高级主任管理师李胜伟透露,一汽解放虎VR的动力选择,有目前已经搭载完成的全柴动力,后续还会有搭载解放动力和一直以来跟虎V有深度合作的潍柴发动机车型。同时,3.3米轴距的虎VR车型也在研发当中,会很快投入市场。

一汽解放虎VR,“VR”便是英文“Victory Rise”的缩写。一汽解放期望虎VR能够成为一颗冉冉升起的新星,为用户带去更好的收益。媒体专访会上,一汽解放青岛汽车有限公司轻卡营销总监刘守体表示,一汽解放虎VR在2019的销量目标为3000辆。

能否实现目标?让我们拭目以待。

红岩中置轴列车获五星好评

■ 商用车

近日，由中国交通运输协会主办的“第二届中国智能物流技术装备大会暨物流技术装备企业家年会”在浙江杭州召开，来自全国的500多位专家及物流相关行业代表参加了本次大会。

会上，上汽依维柯红岩商用车有限公司（以下简称“上汽红岩”）的红岩杰狮中置轴货运列车，凭借“更强的动力表现、更人性化的车型设计”，得到了来自物流行业用户的肯定，荣获“2019年物流行业用户满意质量五星级产品”称号。

完美动力 经济高效

“618”商家大促活动后，我国物流业又迎来新一轮的运输高峰。据国家邮政总局统计，“618”活动期间，全行业揽收快件超过36.3亿件，同比增长29.6%。

庞大的货物周转量，对物流运输工具的效率提出了更高要求。而红岩杰狮中置轴货运列车，正是提高物流效率的运输利器。



红岩杰狮中置轴货运列车

该车搭载了同步欧洲动力技术的Cursor11升发动机，最大马力450Ps，最大扭矩2100N·m，匹配铂金动力组合，带来了极佳的动力输出表现，能够在最繁忙的物流运输时期保证运输时效性。

同时，红岩杰狮中置轴货运列车采用了基于电

子控制的可变几何截面涡轮增压器，不仅使该车能在较低的转速条件下确保出色的最大输出扭矩，还能在各种转速条件下实现最佳的扭矩输出，完美适应各种路况需求。

精巧结构 人性化运输

近年来，我国物流业

获得较快发展，但物流总费用同样居高不下。交通方面，收费公路货运量占中国公路总货运量的70%以上，公路收费成本已占到运输型物流企业成本的30%左右。因此，如何有效节省运输途中的高额成本成为物流企业最为关心的问题。红岩杰狮中置轴

货运列车在车型设计上，也给物流业的利润管控带来了更多惊喜。

该车采用小轮胎、低承载式结构设计，能够满足现有法规形势下的最大容积，车箱容积整体达到117m³，超越同行业其他车型容积的40%以上。

值得一提的是，主、挂车科学结合的货箱组合方式，是这款车型一大亮点：可根据日常货物运输需求和运输路线选择最优组合模式，相较于传统的单货箱卡车来说，双货箱可实现快速装卸货物和高效的甩挂运输，明显提高运输效率。装卸货时，货箱两边可以同时大角度打开，主、挂车货箱可同时装卸货，大大节省了装卸时间。

红岩中置轴货运列车无论是从装载能力与运营成本方面，都比单箱体车有着不小的优势。也正是因为有着优异的性能，该车多次获得行业认可，成为行业公认的“物流神器”。

企业直通车

第五季“天龙哥”半决赛惊喜来袭

本报讯 又到一年7月，按捺不住内心激动的孩子们可能正揣摩着如何避开关注，悄悄奔赴游戏的战场。而经验老到的家长们也早已布下天罗地网，藏好游戏机，并顺手奉上各大补习班的时间表。为期两个月的斗智斗勇，父母和孩子们都可谓劳心费神。

其实，想过一个充实、快乐而有意义的假期，方法千千万，大可不必落入这样的俗套。

7月10日~8月25日，由中国汽车工程学会、东风汽车集团有限公司和十堰市人民政府联合主办，东风商用车有限公司承

办，共青团中央青年发展部指导的第五季东风天龙中国卡车驾驶员大赛半决赛火热来袭，宣布承包整个暑假。

本季半决赛首场赛事于7月10日在天府之国成都热辣启动，后续还将走向广州、襄阳、阜阳、无锡、许昌、济南、天津、正定、咸阳等地。为期两个月的10场半决赛，东风商用车将与卡友们一起跨越大半个中国，前方不仅有价值百万的终极大奖，还有花样繁出的亲子活动、干货满满的冠军大讲堂、引人夺目的新品闪耀上市……道不尽的惊喜。

这个暑假，卡友们不妨带上孩子分享比赛的喜悦之余，还能让孩子亲身感受你工作时的努力和赛场上的打拼。毕竟，你努力上进的样子，就是给孩子最好的教育。

作为国内商用车行业参赛人数最多、涉及地区最广、比赛项目最专业、考核最全面、奖品最具吸引力的“史上最强卡车驾驶员大赛”，5年来，东风天龙哥大赛被越来越多的卡车司机和行业人士所熟知。比赛也已从驾驶技术比拼的擂台逐渐蜕变为展现中国卡车驾驶员风采、传递正能量的平台。成千

上万的卡车司机在这里相遇，交流学习正确、文明的驾驶知识和习惯，共同发扬卡车文化。在倡导安全文明行车、践行企业社会责任在路上，东风商用车一路摸索、一路领悟，与3000万卡友共同成长。

相比前四季，本季比赛挑战难度再次升级。714名入围半决赛的选手，在完成理论知识考核的基础上需完成如精准行车、反向倒车、精准撞杆、激光打靶等高难度的场地技能比拼项目。

此外，值得一提的是，本次半决赛比赛用车，采用的是东风商用车最新推出

的东风天龙KL牵引车、东风天锦KR载货车以及东风天龙KC工程车。新品上市第一枪，便是来自市场的考验，且考官是整日奔波在公路一线用车最多、最有话语权的卡车司机们，东风商用车对自家产品的自信，让人更想一探究竟。

一期一会的大赛，在赛事的举办和升级上，东风商用车看起来早已与卡车司机们形成默契。但在这默契的基础上，第五季半决赛，东风商用车还准备了不少惊喜。究竟谁能在半决赛中拔得头筹？本次上市的新品表现如何？都值得期待。 商用车

郭海涛:祥菱助力“创业梦”

■ 本报实习记者 张咏琴

当商用汽车新闻记者第一次与郭海涛联系时,他正在帮女儿选电动自行车,“孩子明天上学要用,比较急。”记者再次与他联系,这位来自河南鹤壁的85后小伙郭海涛分享他与祥菱微卡的故事。

创业路上祥菱相伴

当年还处于懵懂年纪的郭海涛接触运输行业时,他还未意识到青葱岁月里将成为都市喧嚣背后的看客,默默相伴的卡车则是他的舞台。“从18岁接触卡车,现在已经14年了。我关注卡车也已经十多年,对于卡车市场了解越来越透彻。3个月前我买了祥菱物流之星。”

郭海涛原本是和朋友跑运输,但因为运输行业不景气,运输盈利越来越少,作为家里的顶梁柱,郭海涛不得不考虑转型。4个月前,他和朋友合作投资的昆仑润滑油店开张了。

店面有了,不能缺少合适的运输工具,润滑油店开张一个月后,郭海涛火速在汽车销售公司购买了祥菱物流之星。

“我一直买福田的车,这个品牌的知名度高,身边的人都认可福田的产品,而且市场保值率非常高。”福



为祥菱点赞

田过硬的品质,是他心中的定海神针。

提及福田汽车,郭海涛竖起大拇指:“我是福田品牌的忠实用户,同样性价比,我还是倾向福田品牌。我也经常参加福田品牌活动,完全信任这个品牌。我以前还用过欧马可,售后服务完全不用担心。”

因为需要给用户送成桶的油上门,城里送货大车不方便,郭海涛决定买一辆微卡。经过多方面的比对考虑,郭海涛一锤定音——就买祥菱物流之星。

现在,他和朋友每天

开着祥菱在市内给用户送机油。在祥菱的助力下,店面的生意越来越稳定。

老司机用车感受

作为有着十多年行驶经验的老司机,郭海涛表示:“一上车,我对车辆的挂挡、操作性、速比就有数了。”祥菱整个车辆动力性、时效性都可以满足运输需求,郭海涛表示满意。3个月的磨合,郭海涛和祥菱的默契越来越高,驾驶越发顺手。

店面收益是郭海涛最为关注的点,必须精准把控每次运营成本。经过3个多月

的驾驶,郭海涛对祥菱有了新的认识。祥菱车箱高度和宽度很好地满足运输润滑油的需求,而且操作便捷、出勤率高,可保障用户利益最大化的特性,获得郭海涛的高度认可。“这个车第一省油,速率匹配恰当,油耗量控制在7L/100km左右;第二有劲,拉一车的润滑油跑着也不费劲。”

这款祥菱物流之星小巧灵动,是郭海涛选择它的一个重要原因。他评价说,祥菱物流之星虽小巧,但其驾乘却很舒适,即使长时间开车也不累。

郭海涛补充说,短车头的设计给车内乘客安全感。驾驶祥菱物流之星穿梭在市内时,大尺寸后视镜视野开阔、盲区减少,增加了行驶安全。

创业新星的底气

与卡车相伴的十多年,从卡车新手到现在事业与家庭兼顾的老司机,郭海涛已经将卡车当作自己生活的一部分。“我经常在贴吧、论坛发表帖子,写一些用车报告、行车记录,和卡友分享使用经验和维修保养的小窍门。”作为“意见领袖”,他利用网络和参加品牌活动的机会搜集信息,密切关注着卡车市场最新动态。

“我想去新车发布会微卡品牌活动现场看看,了解最新的市场动态。今年还没有出去,下半年如果有机会,我希望能到现场了解最新产品。”

从全国各地跑的运输人变身创业新星,郭海涛有了更多时间陪家人。对于郭海涛来说,卡车虽然是事业的配角,但也意味着多一份收入,生活多一份保障。生活还在继续,他相信,在家人的陪伴下,在祥菱物流之星的助力下,他的明天一定是更加幸福,生活越过越红火。

企业直通车

助力中国物流运力俱乐部 欧曼超级重卡打造最优TCO

本报讯7月10日,以“创新融合·价值蝶变·定制未来”为主题的2019中国物流与商用车创新发展论坛暨展览会在上海召开。会上,福田戴姆勒汽车与大舍物流、洪垦物流举行战略合作签约,通过产业链上下游协同发展,共同打造符合物流企业实际运输工况的定制化运输装备,满足企业柔性化、敏捷化的物流运输模式;同时,中国物流运力俱乐部正式成立,为货源方、装备方、运力方搭建运力全生命周期集约化采购及服务的物流运力生态圈,提升推动商用车制造与物流运输高质量发展。

今年4月,大舍运力两辆欧曼超级重卡从哈尔滨出发,历经55小时45分钟、3500.83公里的行驶后,顺利抵达深圳,成功完成“纵贯中国不熄火”挑战活动,并分别创造了百公里平均油耗30.28升、30.15升的成绩,展现了出色的节油实力,并最终获得200辆欧曼超级重卡的采购订单。这得益于欧曼超级重卡搭载的康明斯X12发动机与采埃孚变速器组成的超级动力链,2000bar超高压燃油喷射技术,使油耗燃烧更充分,燃油效率提升10%,整车百公里较同类产品节油3~5升,一年至少

省油费2万元。

面对物流业不断追求高效率、逐渐向智能化方向发展的趋势,自动驾驶等技术的应用,正推动物流业全面革新。福田戴姆勒汽车营销公司华东分公司总经理马德玉表示:“福田戴姆勒汽车已实现自动驾驶中的列队行驶及高速自动识别行驶,整车智能化程度达到L3级水准,该技术将大幅提升工作效率,而且作业更精准,降低出现危险事故率;此外,我们也将持续通过对客户进行一对一的服务,围绕降低维修保养、司机及车队管理等可变成本持续优化物流成本降低,

助力物流业发展降本增效。”

当前,福田戴姆勒汽车正联合福田康明斯、采埃孚福田共同开展的TCO提升专项行动,依托整车与动力链的底层数据互通,从购车、用车、管车、养车四方面,为用户提供重卡全生命周期的定制化解决方案。在购车环节,通过最低0利率、低首付、最长贷款周期36个月等定制化金融服务,降低客户购买成本和购车风险,做到购车省。用车环节,对司机进行节油驾驶培训,且依托车联网系统智能节油管理调校,驾驶员可以实现平均降低油耗2%左右,更省油。管车方面,整车标配车联网系

统,优化车辆配置及运营线路,借助智能远程控制系统实现远程诊断故障,降低车队运营成本。养车方面,整车160万公里无大修、20万公里超长换油周期,超级动力链2年内不开缸、不开箱,可靠性提升30%,维修成本降低15%,5年省维修费至少3万元。

当前,福田戴姆勒汽车正通过与大舍物流、洪垦物流等大客户的融合发展,在推动商用车行业从价格战转向价值战的同时,助力物流发展降本增效,通过为客户创造最大价值,实现与客户的双赢。 商 车

解放交年中成绩单：20.5万辆

■ 商用车

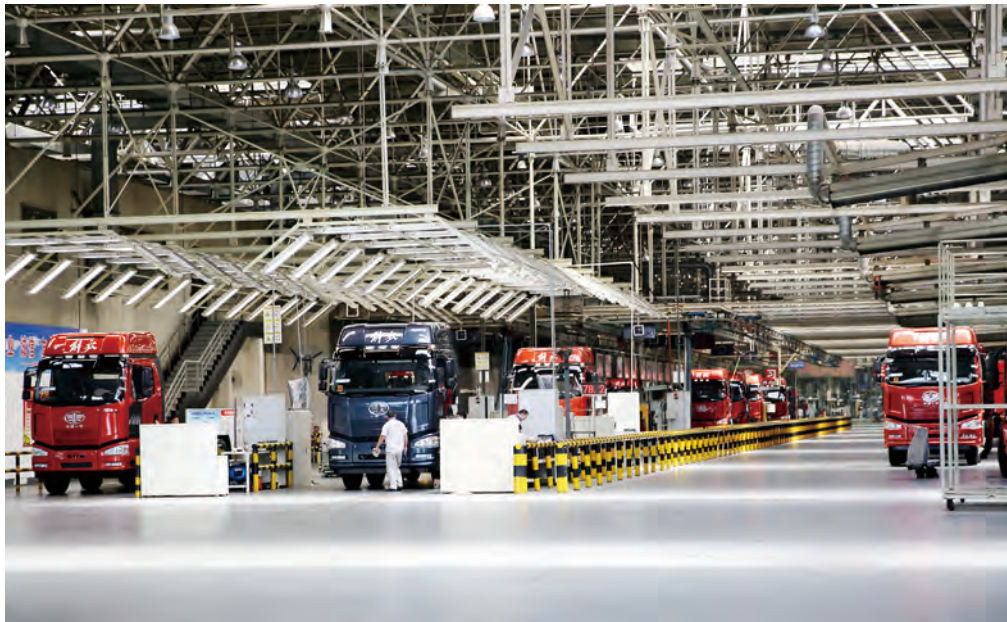
7月7日，以“创领谋变、砺行志远、同征共赢、再攀巅峰”为主题的一汽解放2019年中渠道沟通会在杭州、兰州、哈尔滨、广州四地联合举办。2019年上半年，面对全球经济整体疲软以及更加复杂激烈的国内外竞争环境，一汽解放与广大经销商、服务商合作伙伴聚智汇力、携手并肩，以“起步即冲刺、开局即决战”的决心，以更具前瞻性的视角，深刻洞悉市场变化，创造了解放销量的逆势增长，为解放2019持续领航奠定了坚实的基础。

上半年，解放共销售整车20.5万辆，实现逆势增长。其中，中重卡在行业市场整体需求下滑6.3%的不利情况下，实现销量17.6万辆，较去年同期增长0.7万辆，市场份额24.3%，较2018年提升4.1%，连续第3年保持行业第一，稳居行业绝对领先地位。另外，解放还在煤炭、零担、日用工业品、快运、绿通、危化、天然气等10个细分市场保持行业第一，在京津冀、安徽、福建、河南、黑龙江、山东、山西等15个区域保持行业第一，并在京津冀和山东率先突破双万辆，创造区域销量历史连续第3年保持行业第一，稳居行业绝对领先地位。

赢先机 强实力

近年来，随着全球物流行业的发展和市场环境的不断变化，产品需求结构也存在着诸多不确定性。一汽解放以引领者的优势，通过对市场需求的精准研判，立足极限竞争、顶层设计、科学规划节奏，实现产品、服务的不断优化，为解放事业的发展赢得重要的市场先机。

2019年上半年，一汽解放领航版、质惠版、2019款等多款热销产品，深受广大用户喜爱。其中，去年刚上市的智能高端车型解放J7，更是走在了科技前沿，凭借独特的智能领先技术与过硬



解放卡车生产线

的产品品质，受到了广大用户的认可与青睐，弥补了国产车的高端市场空白，与进口车形成了抗衡的局面。

更为可喜的是，一汽解放积极响应国家节能减排号召，在6月底，率先在国内推出了牵引车、载货车、自卸车、专用车及轻卡全品系国六产品。相对于国五产品，国六产品不仅尾气排放上更加清洁，整机的性能也得到了全面提升。不仅品质成熟可靠，更为用户带来低污染、低碳化、低TCO、智能安全、智能舒适、智能互联等六大

核心新价值新体验，进一步提升了用户运赢实力。

这不仅彰显了解放始终站在商用车行业发展的最前沿，更进一步印证了解放深厚的研发实力和卓越的产品优势，巩固了解放的行业领先优势及地位。

创先势 续领航

“征衣甫卸，战鼓又起”。面对经济下行、法规趋严、贸易摩擦等更为严峻的市场环境，一汽解放总经理助理、解放销售公司总经理、党委书记王志才表示，下半年，

一汽解放将查问题、找差距，做到拔据点、破短板、夯实基础再出发，进一步捍卫行业第一的领跑地位。

其中，在产品上，解放将结合客户用车场景、运营管理、发展趋势等，不断实现产品品质的再度升级，确保产品满意度提升；在服务上，解放将通过UNI-S全场景体验式服务模式，实现服务全场景标准化、透明化、智能化，全面满足客户需求，全面超越用户期待，实现用户价值的全面提升；在营销上，以自我革命的精神直达

终端，不断强化市场和客户洞察能力，创新营销思维，整合营销资源，探索新型营销模式，把渠道打造成百年老店，把解放品牌树立成最值得骄傲的商用车品牌而持续努力。

“志之所趋，无远弗届，穷山距海，不能限也”。站在新的起点上，一汽集团总经理助理，一汽解放董事长、党委书记胡汉杰更是在会上表达了对未来发展的信心。他说：“我们要保持上半年的斗志和激情，依托于解放上半年取得的良好市场表现及品牌口碑，我们具备在环境中逆势增长、进一步扩大领先优势的机会和实力。为了我们共同的事业、为了解放的百年常青，让我们并肩携手、披荆斩棘，拿出勇气、拿出干劲，创造无愧于时代的业绩，向着一汽解放一次又一次的辉煌不断迈进！”

“谋大势、创优势、领趋势”。未来，一汽解放将“砺行志远，创领谋变”，凝聚新势力，创造新领航，在激烈的市场竞争中持续争胜，续写解放自主事业的辉煌传奇，绘就中国汽车新时代的盛世华章。

企业直通车

沃尔沃卡车加快新能源布局

本报讯 近日于海南博鳌闭幕的首届世界新能源汽车大会上，中重型车的新能源发展，成为了国内外专家关注的一大焦点。

作为全球领先的卡车品牌，沃尔沃卡车视环保为其核心价值理念之一，相继成功推出了混合动力卡车、天然气卡车和纯电动卡车等多款新能源车型。

沃尔沃卡车中国销售副总裁胡平说：“没有一种单一燃料可以满足未来市场的所有需求。在发力纯电动卡车的同时，沃尔沃卡车也在加大天然气卡车以及其他替代燃料和混合动力的研发力度，持续推进新能源在商业

运输领域的应用，打造未来零排放、可持续的商业运输图景。”

依托沃尔沃集团在电气化运输解决方案领域多年的专业积累，沃尔沃卡车已推出了两款纯电动产品——首批纯电动沃尔沃FL卡车已于今年2月交付客户；另一款电动产品沃尔沃FE电动卡车系列，也将于下半年以限量发售的方式登陆欧洲市场。

这两款卡车都主要应用于城市货运、垃圾收集以及其他城市区域的运输配送任务。其中，FE系列车货总重(GVW)为27吨，续航里程为200公里；FL系列车货总

重(GVW)16吨，续航里程长达300公里。两款产品均提供CCS2和低功率充电两种不同的充电系统。

液化天然气(LNG)卡车，是沃尔沃卡车视作其新能源发展的另一主攻方向。

2017年，沃尔沃卡车推出了符合欧六排放标准的液化天然气重型卡车——沃尔沃FH LNG和沃尔沃FM LNG，相较于使用奥托循环发动机传统天然气车辆，这两款车由采用柴油循环技术的天然气发动机提供动力，可获得与柴油卡车同等的驾驶性能、燃料经济性和可靠性。

沃尔沃卡车对于混合动力探索起步更早——2009年，沃尔沃卡车发布了首款混合动力卡车沃尔沃FE Hybrid，并于2011年正式交付给客户。2017年，沃尔沃卡车推出了专为长途运输设计的首款混合动力概念车辆，其可将油耗和二氧化碳排放量降低近1/3。

此外，沃尔沃卡车从未停止对于其他可替代燃料的研究，包括氢化植物油(HVO)、二甲醚(DME)等。沃尔沃卡车与兄弟品牌迈克卡车也是北美第一批获准使用HVO的原始设备制造商。

商用车



行车安全 这些要注意

■ 本报记者 王宣

不知不觉，卡车安全讲堂第一季已经走向尾声，堂堂老师在此鞠躬感谢各位的陪伴。

在之前的课程当中，我们的课程涉及到卡车的被动安全、主动安全、卡车的安全标准、卡车关键零部件以及特殊的中置轴挂车。

在第八期、最后一讲当中，堂堂老师将带卡友们跳出卡车本身，来分析一下引发交通事故的诸多原因，希望更好地维护道路安全及卡车驾驶员自身的安全。

引发交通事故的原因多元、复杂，大致可分为人为因素、车辆因素、道路因素以及其他因素。其中，人、车两方面，卡友们掌握着主动性，相对可控；道路及其他方面，对于卡友来说并不可控，则需要客观对待，遵照规律行事。

人为因素 始终占据首位

首先，第一个是人的因素，也是交通安全事故中的最核心的要素。

据相关统计来看，绝大部分交通事故都是人为因素造成的。道路交通参与者都有必要提高相关的安全意识。

特别是疲劳驾驶，是造成特大交通事故的主要原因，也是卡友们在日常驾驶中最容易遇到的问题。

现代社会，由于对货物运输时效性要求高，且为了最大限度地发挥出卡车生产工具的属性，运输路上往往是人不停车。而我国的卡车驾驶员与国外的卡车驾驶员生存状况大不相同，疲劳驾驶格外突出。尤其近年来运费持续低迷，原本的一辆卡车配备两名甚至三名卡车驾驶员，逐渐退化为一车一人，卡车驾驶员在长途运输路上难以得到良好休息，已经成为国内卡车运输行业的常态。

在此，堂堂老师呼吁各位卡友，与获得财富相比，生命才是第一位的。在运输



车辆安全检查

路上，要定时进入服务站休息，方能“磨刀不误砍柴工”。

车的因素需时刻关注

第二个因素就是车辆因素。体现为车辆的操控性以及卡车驾驶员对车辆正常工作状态的认知。

车辆的操控性，向来是主动安全的一种。卡车驾驶员在运输路上遇到突发状况时，车辆良好的操控性，让卡车驾驶员能够及时纠正，从而避免交通事故的发生。

卡车驾驶员对车辆正常工作状态的认知：第一是正确驾驶操作；第二则是根据车辆的运行情况及时做保养。能够在车辆有小故障时及时发现，避免车辆在运行路上突然出现失控状态，造成交通事故。

堂堂老师提醒各位卡友们，首先按时进行车辆保养；其次在车辆行车前注意检查车况信息。若是新手驾驶员难以判断车况，堂堂老师推荐为车辆安装车辆管理系统或是直接购买搭载智能监控平台的车辆。

例如上汽红岩的智能卡车，可通过智能监控平台，对货物、驾驶、设备进行全面监控，实时监测车辆运行状况；当有异常情况发生时，通过地图跟踪、轨迹回放、智能影像等功能获取故障信息，有效预防风险。

不可控因素 应系统解决

比起人和车的因素，路面不可控因素要复杂得多。

道路本身就包含非水泥、沥青路面的不良路况，长陡坡、连续转弯的危险路况，缺乏必要的交通安全设施（例如红绿灯）路况、道路规划不合理路况以及堵车路况等。其他因素则诸如天气因素、法规因素以及管理因素等。

仔细分析这些不可控因

素，我们还可以分类为完全不可控因素，例如天气原因。对于极端天气状况，卡车驾驶员惟一能做的就是避免行车。

而对于这些卡友们不可控因素，需要整个社会一起努力。

道路设施建设、法规不断完善、执法管理加强，这三方面都是需要时间来不断推进，不可操之过急。

另一方面，车辆生产企业身处道路运输行业当中，并因整个行业获益，同样应该肩负起自己的社会责

任，以自身对行业的影响力来推动行业进步。例如2003年，上汽红岩完成的“中国重卡第一撞”，便为我国重型商用车的安全性研究积累了经验，对我国商用车强制性安全法规的颁布实施，更起到了积极的推动作用。

对卡车驾驶员自身来说，安全是自身利益相关，更应该发挥主人翁精神，积极建言献策。

卡车驾驶员才是最了解究竟是什么影响到卡车行车安全的人。堂堂老师希望卡车驾驶员注意留心身边小事，若在行车过程中发现不良路况（例如道路中突然出现障碍物需移开、危险路面需安装交通安全设施等情况），应及时向相关部门反映，避免交通事故的再次发生。

到了该说再见的时间，堂堂老师要总结的是：安全是一个系统工程，随着科技的发展，在车辆一步步安全升级的今天，与车辆形成互补的人、路等多种因素应当协同升级。作为深耕于商用车行业的垂直媒体从业者，堂堂老师希望一切都朝着最好的样子发展。

卡友们，下课！

企业直通车

威伯科推出新型车队解决方案业务

本报讯 7月8日，威伯科控股有限公司宣布，已成立一个新型车队解决方案团队，旨在进一步连接当今复杂的运输生态系统。该业务以威伯科原有的售后服务市场及数字化客户服务为基础，专注于改善车队和公路运输安全、环境效率，并实现精益运营。

威伯科副总裁兼全球车队解决方案负责人 Philippe Colpron 说道：“当今世界瞬息万变，受更多法规、客户更高的期望和技术快速变革的驱动，运输企业面临着诸多挑战。这正是我们想要发挥关键作用的领域。随着我们的数字化物联网和云能力的

显著提升，我们旨在为全球运输运营商提供更高水平的安全和效率。威伯科的独特之处在于，我们正在将这种先进的数字技术与我们现已为客户提供的诸多一流服务相结合，以确保生态系统的所有部分互联且高效。在庞大的运输流程中，我们的使命是帮助商业公路运输行业实现零事故，最大限度地提高环境效率，并在整个业务范围内实现更精益的运营。”

车队解决方案产品系列，将包括威伯科应用广泛的先进车队管理系统套件，新近推出的 TX-FUELCOMPASSTM、TX-TRAILERPULSESTM、TX-

TRAILERFITSTM，远程诊断，不断改进的先进改装解决方案组合，威伯科学院以及大量可选的替换零部件，例如原厂件、修复件、一系列实惠耐用的普威亚（ProVia）零部件和大量的维修工具。这些产品在115个国家的4600多个分销点进行分销，并获得了3100家威伯科官方服务合作伙伴的支持。

为了进一步贴近市场，并展示所服务领域的全球性和多元化，威伯科车队解决方案团队旗下来自30多个国家和地区的900多名精英，将在超过45个市场开展业务，尽可能地贴近客户。商 车

“至美中国行” 走进东风康明斯

■ 商用车

7月5日，“至美中国行”康明斯百年中国巡展来到湖北襄阳东风康明斯。继7月1日正式发布康明斯国六动力技术，此次襄阳站活动聚焦针对用户的国六解决方案展示，并正式启动东风康明斯“老友汇”客户俱乐部。

站在康明斯百年以及国六排放正式实施这样一个关键时间节点，东风康明斯凭借着在产品研发和主机厂整车集成方面出色的表现以及在市场、客户中积累的优质口碑，为本次巡展交上了一份完美的“答卷”。

聚焦产品 多年积累铸就骄人之姿

2019年7月1日，国六排放标准正式实施，轻型车启动国六模式，重型车在4个省、50个城市也开启国六时代。康明斯也于7月1日向行业详解国六解决方案关键技术，展示出强大的技术实力和为客户创造更大价值的决心。

在襄阳站庆典仪式现场，第一辆搭载了东风康明斯国六 Z14 发动机的东风天龙旗舰正式交付用户。

作为率先采用国六重卡的用户，广州众启运输服务有限公司总经理吴铁都表示：“广州众启十分荣幸成为首批搭载东风康明斯国六发动机东风车的用户，我们深信，依托康明斯领先的技术，更多的用户会选择东风康明斯、选择东风车，并将从中受益，进一步地发展壮大。”

在赢得用户进一步信任的同时，东风康明斯作为业内国六重卡率先交付的“功臣”，也为天龙旗舰国六产品抢占市场争取了宝贵的时间。

“我相信，康明斯依托百年的领先技术和深厚的文化底蕴，必将将以中国市场特点为核心，更好地服务客户，倾听市场声音，推动我们持续改进。”康明斯副总裁、康明斯中国首席技术官彭立新博士对广大客户和合



配备东风康明斯国六发动机的天龙旗舰

作伙伴的大力支持表示衷心感谢。

东风康明斯副总经理兼技术中心主任刘志礼介绍了康明斯国六解决方案，与大家分享了更多东风康明斯国六产品的技术细节。

据了解，东风康明斯为加速康明斯在华研发步伐作出了巨大贡献，是康明斯国六项目的重要参与者和推动者。基于康明斯四大核心国六技术对产品进行研发升级，不仅完成国六 b 认证，Z14 发动机更是率先通过了欧六 D 阶段认证，不仅为中国国产发动机获得了进入下一阶段欧盟市场的首张入场券，同时也为主机厂的产品进入欧盟市场夯实基础。

从最早进入中国市场的 B 系列发动机、风靡全国的 L 系列发动机到业内最大排量、最大马力的 ISZ 系列发动机，东风康明斯始终推动着国内柴油发动机的发展。回溯东康 30 余年的发展历程，东风康明斯发动机有限公司总经理徐大千表示，“康明斯的百年历史积淀同东风汽车的强大支持，共同助力东风康明斯成长为行业内的先行者，得以骄人之姿诠释对百年康明斯的传承。东风康明斯打造了自动化、信息

化的同行业标杆‘智造’生产线，对新建试装阵地的 1 亿美元投资，确保了东风康明斯国六产品在整个制造环节都满足最高的质量标准。前不久，第 300 万台东风康明斯发动机的下线，不仅仅意味着百万用户对东风康明斯的信赖，也是客户与市场对东风康明斯过去及现在所取得成就的认可。”

聚焦客户 提出定制化服务关怀

东风康明斯副总经理王春光先生介绍，东风康明斯现在有超过 1000 家的主机厂客户，在用客户超过了 150 万，最长发动机无大修里程超过 200 万公里。为了更好地满足不同用户多样化的需求，在为客户提供更好服务体验的同时，全面实

现“人、车、路”的定制化服务关怀，东风康明斯于本次活动上正式宣布成立“老友汇”客户俱乐部（Loyal Club）。

“老友汇”中的“老友”取自其英文名称 Loyal Club 中 Loyal（忠诚）的谐音，在体现东风康明斯“忠于客户、以客户为中心发展理念的同时，也诠释了东风康明斯汇聚全球客户，将新朋友、好朋友变成“老朋友”的品牌新高度。

本次发布推出了七大专属会员保障：在选车方面的动力链智能匹配，帮助会员找到最适合自己的车；整车风阻优化解决方案，智能降油耗；针对不同客户类型的定制化服务方案；TCO 全生命周期成本分析改进；UPTIME 高效出勤保障；

针对国六车型的远程标定 CSU 服务，不进服务站就能享受最新标定升级服务；大数据支持定制化服务，以车队的模式，实现车队智能管理、驾驶分析和故障提前预警，此项服务同样适用于个人用户。

启动仪式现场，王春光先生为来自前进牧业的采购运行总监王永德以及 13 年老用户刘双山颁发了“老友汇”荣誉会员证书。

前进牧业公司拥有 55 辆天龙旗舰，其中已有 4 辆车的 ISZ 发动机超过了百万公里无大修，作为第一辆百万公里无大修的 ISZ 发动机诞生地，前进牧业称得上当之无愧的荣誉会员。而刘双山的爱车搭载国二 L 系列发动机行驶了 200 万公里无大修，并于前不久进行了拆检，零部件性能依旧优异，新车喜提顶配天龙旗舰。

“老友汇”俱乐部的成立，对于始终强调“以客户为中心”的东风康明斯而言，意味着其在探索提升中国卡车司机职业技能以及践行企业社会责任方面迈出了更为坚实的一步。

有一种百年叫康明斯，有一种国六叫中国首发，这是对康明斯给予中国市场承诺的最大肯定，东风康明斯也已经将技术与实力化为对市场的尊重以及对用户的支持。站在 300 万用户的基础上，东风康明斯始于国六再出发，未来应不止于 300 万用户的拥趸，也必将扮演康明斯下一个百年中的中坚角色。



东风康明斯“老友汇”俱乐部启动仪式



集结号吹响

第十二届中国国际卡车节油大赛暨 第二届中国国际卡车驾驶室“金屋顶”奖评选

报名电话：010-88152946 13810469117

品牌网址：<http://energy.cvnews.com.cn/>

联系人：杨孝坤