

商用汽车新闻

□ 周刊 □ 2019年4月29日~2019年5月5日 □ 2019年第14期 □ 总第618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



宇通连续15年服务重要盛会
承载出行梦想, 见证大国崛起



商用车的车展“逆袭”

■ 本报记者 李晓菲 文/图

“陪跑”，在上海车展（上海国际汽车工业展览会）这样的A级车展上，商用车历来扮演这个角色。

今年，情况有点儿不一样。

往年聚焦了大众视线的乘用车展馆“清静”了不少。车展是车市“照妖镜”，联系乘用车市场此前的“28年首度负增长”、“BBA组团降价”以及最近的“奔驰维权事件”，如此“清静”的表现，也在很多媒体老师的意料之中。

与之对比明显的是商用车展馆的“热闹”。此次参加上海车展的商用车整车企业，只有中国重汽、上汽集团、福田汽车、庆铃汽车4家，数量虽少，人气却很足，因为展品确实有看头。

从领跑汽车行业的黑科技落地应用到新主张、新概念的引入再到助力环保升级的社会责任担当……这届上海车展，已经走出“低迷”的商用车已经初具“逆袭”姿态。

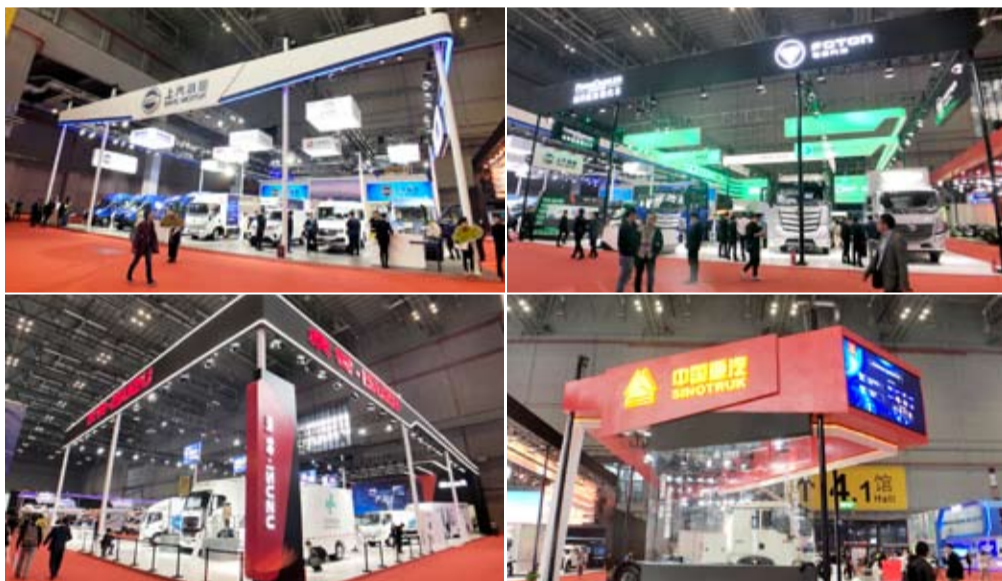
黑科技多场景落地

汽车圈“最夯”的黑科技，要数无人驾驶。

不知道有多少人像笔者一样看过N张无人驾驶概念车的照片，除了一个“酷炫”的印象外，再难产生任何真实场景的联想。

得益于生产工具属性以及使用场景的契合，无人驾驶这项黑科技得以率先在商用车领域“落地”。

在中国重汽展台，L4级



2019 上海车展的商用车展台

无人驾驶电动卡车 HOWO-T5G 吸引了众多展商及观众的视线。2018年4月12日在天津港开启试运营，2019年2月中标天津港招标项目，截至目前，HOWO-T5G 无人驾驶电动卡车实现了港口场景的批量运营，开辟了无人驾驶重卡商用新时代。

在上汽集团展台，上汽跃进 EC500i 智能城市物流车则向观众展示了上汽集团在智能驾驶领域的前沿布局。目前，EC500i 智能城市物流车已经可以实现自动规划作业路径，进行主动避障作业，可在城市物流园区等场景实现智能运输作业，开创了智能物流作业应用先河。

在清源汽车展台，海格客车、中国汽车技术研究中心、清源汽车三方共同研发的 L4 级量产无人驾驶巴士 Pro-Blue“深蓝”首发亮相，

适用于景区、园区、厂区等多场景的无人驾驶小巴市场再添新品。

与乘用车相比，商用车有着更适宜无人驾驶技术应用的“土壤”，商用车企业也适时抓住机遇，让前沿科技与当下真实生活场景得以率先结合，落地应用。

玩转拓界新主张

玩概念，推主张……与乘用车这个“高阶玩家”相比，商用车还是非常新的“新手”。但是，“新手”也有成长为“高阶玩家”的一天。

本届车展上，“行家里手”上汽大通推出轻客产品 V90，将 C2B 个性化定制模式引入轻客市场。上汽大通 MAXUS V90 搭载的“蜘蛛智联系统”，不仅可为行业客户车队管理定制解决方案，还能实现远程控制，并

提供车载微信、智能语音等近百种智能服务。

以往为乘用车用户独享的 C2B 定制模式，也向轻客市场用户打开了一扇门。

在重卡领域，由“定制”需求衍生而来的上汽红岩车罐一体智能危化车也在本届上海车展亮相，主、挂车“一体化”集成设计，在很大程度上提升了整体稳定性和安全性。正如发布会主题说得那样，“你的安全，我一身承担”。

而且，上汽红岩车罐一体智能危化车也已加入“蜘蛛智选” C2B 定制平台，危化车用户也可以按需“定制”自己的车辆。

再看皮卡，市场上，伴随着“解禁”呼声而来的是快速上涨的皮卡销量，皮卡早已不是很多人印象中穿梭于城乡之间的“客货两用车”。皮卡还可以是高端的、

智能的。上海车展上，江铃汽车发布了应用创新技术定位于全领域 SUV 级智能皮卡——域虎 9，智能驾驶技术是其核心亮点，多项智能驾驶技术，令其有着不输乘用车的安全性、便利性、舒适性。

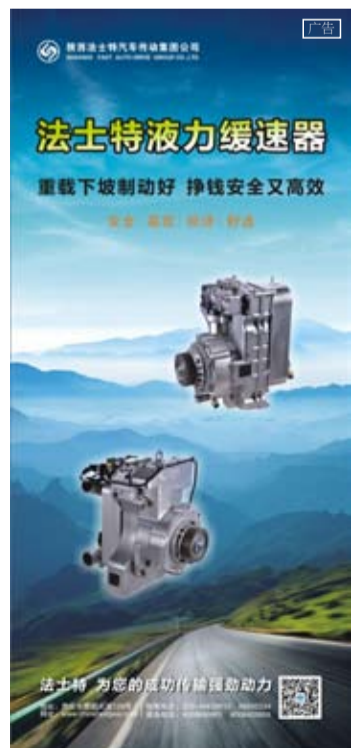
向新领域“拓界”，商用车正在迎头赶上。

环保升级更有保障

燃料多元化，是车展的另一大聚光点。

这是能源短缺和环保升级双重压力下，全世界汽车产业的共同选择。作为能源消耗和排放污染大户，商用车企业积极践行社会责任。

此次上海车展，零排放的新能源汽车在商用车展台（下转 2 版）



捷冠3T: 为旅游客运新时代而来

■ 商车

山东有美丽的自然景观、丰富的历史文化和鲜明的地方特色。这里历史文化厚重,自然山水奇绝,有东岳独秀的泰山、有天下第一的趵突泉、有风光独好的沂蒙山,还有景色迷人的浪漫海滨和水浒好汉的英雄传奇。绚丽多姿的山东,正吸引着越来越多的中外游客。

山东省近年来大力推进旅游产业发展,2018年,山东省接待游客8.6亿人次,实现旅游消费总额突破1万亿元,同比增幅分别超过9%和13%,旅游业呈现出由高速增长向高质量发展转变的良好势头。

经典助力市场“掘金”

山东旅游的火爆,带动了当地旅游客运市场的繁荣。临沂市客运责任有限公司和沂水全顺旅游客运有限公司就是其中的受益者,两家企业近年来业务持续增长。为抓住机遇、借势发力,它们不约而同向金龙客车采购经典明星中巴客运车型——捷冠。

“我们公司主营旅游客运业务,受益于大众旅游的蓬勃发展,公司业务每年以超过10%的速度增长。”临沂市客运责任有限公司总经理张殿信和沂水全顺旅游客运有限公司总经理武传华均表示,旅游客运市场的繁荣,只有优质的服务与产品才能让业务持续增长,做大做强。在多方考量后,他们选择了金龙客车经典

■ (上接1版)

屡见不鲜,从日渐成熟的纯电动商用车到逐步走向落地的氢燃料汽车,中国新能源商用车应用已经取得了令世界瞩目的成绩。

值得一提的是,仍将在未来很长一段时间内担当工业领域核心动力的内燃机,



批量捷冠交付山东两家客户

系列产品作为扩大业务的利器。“我们与金龙合作10年了,金龙客车产品造型美观,无论服务还是品质我们都很认可。捷冠中巴内外兼修的品格,代表着公司的服务形象,也是我们竞争力的保障。”

捷冠中巴已经成为旅游客运产品的标杆,它们将助力临沂市客运责任有限公司和沂水全顺旅游客运有限公司更好地掘金山东旅游市场。

捷冠3T 对标旅游新时代

山东旅游市场风生水起,是近年旅游业迅猛发展的缩影。伴随着我国经济发展、居民收入增加、消费升级,大众旅游时代全面来临,旅游客运市场也迎来了黄金时期。金龙客车在

其节能减排潜力仍旧在不断被开发出来。

不仅各个商用车展台展出的传统动力车型均匹配国六发动机,而且参展的发动机生产厂家也将展示重点,从“国六产品展示”向“国六解决方案”转变。

深刻洞察行业市场转换的基础上全新换代升级推出的捷冠3T系列产品,意在为大众旅游时代客运树立新标杆。

2007年,金龙客车推出捷冠1代,12年间,紧随市场需求,捷冠几经换代升级,超过1.5万辆捷冠车型畅行海内外,堪称中巴市场的标杆之作。捷冠3T是捷冠家族最新一代中巴,源自经典,焕新而来。今年,捷冠3T在造型、车身结构、安全性、经济性上全面升级,以独特的性价比优势,满足中巴市场多样化的需求,再塑中巴价值典范。

造型霸气。虽是中巴,捷冠有着可媲美大巴的霸气造型。金龙客车首次在中巴平台上采用全面屏设计,让前挡风玻璃告别大块黑色刘海。经典的K标造型经立体

例如,康明斯以“国六新生态、百年再启程”为主题,推出“国六新生态动力解决方案”,着眼于国六时代发动机全生命周期使用,将在国际市场积累的经验应用于中国市场即将到来的国六,为国六实施保驾护航。

优化,更加硬朗。尾柱刷黑设计,营造悬浮效果,视觉更具冲击力。

空间宽敞。车内空间是乘客对舒适度最直观的感受。捷冠3T增大车内高度,相比现有捷冠3车型车内高加大60mm,车内宽加大20mm。标配优乐座椅升级:加大头枕宽度,加高头部限位,调整靠背曲线,让旅途更舒适。

8m车长8210mm,高一级座位数33+1座,完全满足等级座间距要求;9m车(XMQ6905AYD5C)高一级座位数39+1,较行业普遍的37+1多两个座位数,为客户创造更高价值。

安全讲究。捷冠3T是首次采用Q700高强度钢中巴车型,骨架强度和刚度进一步提升,安全性能升级。全承载车身结构力学结构优

有专家指出,近10年的中国商用车行业技术进步,是在排放升级推动下进行的。向更高排放标准过渡,向零排放不断探索,伴随汽车产业“新四化”,中国商用车产业已经开启了“逆袭”之路。

异,进而在碰撞、翻滚时安全性有更好表现,同时具备轻量化优势。行业内率先采用1.0Mpa高制动气压,提升车辆的制动性能,现已成为行业标准。

制动距离上,捷冠3T采用大尺寸盘式制动器,60km/h制动距离为22m,达到行业第一。细节方面,同样用心考量。例如,标配的自动大灯,随环境光线的明暗变化自动开启与关闭,增加行车安全性。

运营省心。龙翼车联网拥有完整的行业解决方案,可根据不同行业和用户的各自需求,量身定制全面、功能最丰富的车辆信息化管理解决方案。针对旅游客运行业,龙翼系统专门开发了旅游订单管理平台,该平台不仅覆盖了车辆、司机、景点、线路的管理功能以及订单的创建、分配、跟踪的流程化管理,还包括了利润统计、收欠款管理、营收管理等一系列相关功能,成为用户精细化运营管理的利器。

智慧驱动控制系统,在车联网技术的基础上通过智能的操控,让车辆和道路随时随地处于优化的匹配状态,在保证车辆动力性的同时,为用户节约油耗。同时,捷冠3T在现有车型基础上进行轻量化设计,减重达到200kg以上,提升了车辆的操控性和燃油经济性。智慧管理加之轻量化设计,捷冠3T降耗明显,百公里油耗节省2L,按0号柴油约6.5元/升、年行驶里程15万公里计算,可节约燃油成本近2万元。

此外,还加大检修盖面积,机舱内部检修空间扩容,更易操作。无论是投入客运还是团体旅游,捷冠3T以真正意义的性价比回报,让运营省心。

受高铁、航空的挤压,中长途客运市场急剧萎缩,但同时也促进了中短途客运繁荣。捷冠3T以经典品质为基础,着力打造新时代“爆款”中巴产品,更有力地把握市场机遇,再树新标杆。

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
□出版人兼总经理:余春瑜
□总编辑:董锐
□编辑:周静
□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
□广告热线:010-88152946
□广告经营许可证号:京海工商广字第8038号
□定价:3元
□印刷:北京华耀印刷有限责任公司

□出版日期:每周一
□校对:付建生
□邮编:100142
□订约热线:010-88152946
□国内统一刊号:CN11-5506/U

产业链联动 共探旅游客运发展新思路

■ 孙敬明

文化和旅游部统计数据 displays, 2018年, 我国旅游业对国民经济综合贡献达11.04%, 其中, 交通花费占到我国城镇居民人均旅游消费30%以上。与此“欣欣向荣”的数据不同, 近年来我国旅游客运行业却屡屡面临着严酷的挑战, 无论是传统的铁路、飞机、私家车竞争还是不断涌现的旅游新势力, 都在不断蚕食着旅游客运市场的空间。如此情形下, “变”已成为行业不争的主题。

2019年4月20日, 山东潍坊, 由中通客车和潍柴动力联合主办的“新时代、新融合、新机遇——山东旅游客运创新发展高峰论坛”在潍柴动力成功召开。山东16地市主要旅游客运企业领导及代表共200余人参加了会议, 共谋山东旅游客运行业转型发展契机, 寻找未来突破方向。山东省交通运输集团有限公司董事长吴宗昌作为战略客户代表进行了发言。

会上, 交通运输部科学研究院研究员、中国交通运输协会专家熊燕舞作了“形势与机遇——旅游+运输十大关键字”的主旨演讲。在分享国内外旅运行业先进成功经验的同时, 也对当前行业面临的实际问题给出了自己的解决思路和创新路径。中通客车总经理孙庆民、副总经理彭锋、潍柴动力总裁助理程广旭、客车公司总经理孟晔等双方主要领导参加了会议。

求“变”——要跳出行业传统发展思路“桎梏”

“变、融、路、运、站、放、信、联、新、安”——会上, 熊燕舞分别以这10个字为切入点, 深入探讨了行业转型发展的整体路径, 为与会嘉宾提供了新思路。这其中, “变”是一切的前提。正如吴宗昌所言: “道路运输行业走到今天, 到了应该融合



中通客车“童泰智慧校车云服务平台”发布

创新、不断尝试新业态的关键节点。”

吴宗昌的发言, 是当前行业形势发展的生动体现。目前, 虽然我国旅游客运市场的“量”非常巨大, 但与世界发达国家相比, 在“质”上仍有很大开发空间。大部分旅游客运企业无规模优势、受地域和季节影响较大、内部管理松散、短期逐利者居多、处于旅游产业链的最低端、在经营中的话语权和定价权微乎其微等, 传统旅游客运行业的改革与发展可谓是“潜力巨大, 前途无量, 任重道远”。

“未来, 旅游运输一个重要方向, 就是应该与旅游产业链、供应链、服务链进行一体化整合, 迈向一站式服务、网络化发展、系统化集成的方向。同时, 各企业之间也尽量形成‘抱团’效应, 整合区域性旅游和交通资源, 加强整体协同。”熊燕舞表示。

会上, 来自青岛、临沂、枣庄、泰安等地的旅游客运企业负责人, 分别介绍了自己的发展经验。这其中, 以高速、高铁、民航等接驳为主的区域接驳和以城乡、景区、景景、游线转乘的内部接驳为主, 打造行业的立体交通体系, 是各旅运企业重点发展的业务方向。同时, 充分利用道路运输优势, 以“舒适便捷、安全高效、环境友善”为立足点, 通过专业化的经营管理、科学合理

的运营安排, 对专业的旅游车辆提供优质的交通运输服务, 也是传统旅运企业的优势所在。

对于未来的发展, 旅游客运行业不能妄自菲薄, 应该主动求变。“一直以来, 山东旅游客运行业在全国范围内都处于领先地位。未来, 面对着我们共同的发展机遇, 整个行业应该深度融合, 互为资源, 不断创新, 一定能够共同打造好山东交通运输产业链的响亮品牌。”吴宗昌表示。

助“变”——以更可靠的产品和更完善的解决方案

旅运行业和客车生产企业的发展是相辅相成的, 企业的发展离不开行业的繁荣。反过来, 企业更适应可靠的产品和一体化解决方案, 也会为行业的发展谋得先机。长久以来, 中通客车都始终与山东旅游客运行业相融相生, 在山东旅游客运企业中也占据着主导地位, 深得行业用户认可。自2018年加入山东重工集团后, 中通客车有了更强大的能力为用户提供更高品质、更具价值的产品, 同时有了更多的资源, 为用户构建起一套整体的商业模式和服务方案。

孙庆民在致辞中表示: “一直以来, 中通客车的发展都离不开行业用户的支持。中通客车也一直以‘为

大家提供更大价值、更满意的产品和服务’为己任, 以持续不断的创新投入专注于行业发展, 努力为用户打造更专业的品质产品, 满足用户价值需求。”

潍柴动力总裁助理程广旭也代表公司致辞: “现在潍柴动力与中通客车互为兄弟单位, 让双方之间的合作交流更加顺畅和深入。未来, 潍柴动力充分发挥自己国内甚至国际领先的创新动力技术优势, 同时借助中通客车的产品和市场渠道, 让更先进的技术和服务用户, 助力行业转型升级。”

如今, 在山东重工集团“整车整机战略”带动下, 中通客车迅速融合以“潍柴动力—法士特变速器—汉德车桥”为一体的黄金动力链。其中, 2018年, 中通客车新推出的旅运新品——“新世嘉”和“C07”, 就是充分借助这一黄金动力链平台的产品。一经面市, 两款产品无论是在动力性、安全性、可靠性、舒适性、智能化、经济性及环保等级等方面都受到行业瞩目, 不断赢得的大单, 更是见证了产品的可靠品质。此次会议上, 两款产品作为接驳和接待用车服务与会嘉宾, 频频获得嘉宾点赞。

同时, 中通客车还借助集团旗下山重租赁金融服务平台, 围绕客户的需求构建起一整套的整体商业模式和服务方案。近两年在海南、

吉林等多个市场, 中通客车都进行了“一揽子”市场服务整体解决方案的尝试, 取得了良好的成效。未来, 中通客车将会把这方面经验向更多市场推广, 为更多用户提供全面无忧的服务。

会议上, 中通客车营销总公司技术工程部、潍柴动力应用工程中心的工程师, 分别就中通客车技术产品以及潍柴动力适配中通客车各车型的功率产品进行了深入介绍。

同时, 会上中通客车与乾云科技还联合发布了“童泰智慧校车云服务平台”。该平台借助高安全可靠的“可信云”技术, 以校车为载体、以学生为中心, 打造“有爱、有乐、有情怀”的快乐校车文化, 并与校车运营公司致力于共同打造全国智慧校车示范基地模式, 改善运营产业生态, 助推行业良性发展。云平台发布最后, 还现场发布了中通客车与山东滕州交运集团联合拍摄的首部校车公益微电影《滕州童谣》, 引起了与会代表的广泛共鸣。

旅游客运行业的发展, 必将迎来一次变革。其中, “运游融合”的探索与创新正在不断演进, 并且不可逆转。此次山东旅游客运创新发展高峰论坛的成功举行, 为山东省旅游客运行业提供了一次发展融合的宝贵机会, 同时, 也将为国内整个行业的探索升级提供新思路。



论坛现场展车

金旅客车： 通行在白云深处的公交车

■ 商车

近年来，更多的致富路通到大山深处、修到了乡亲们的家门口，与之伴随的是，更多的客运班车也开到了深山老岭，通到了乡亲们的心坎儿里。福建省三明市公交公司（以下简称“三明公交”）的一条“明星”公交线路，正是其中的突出代表。

在三明公交第三营运分公司，编号“3181”的驾驶员孙黎平“火”了！

今年大年初一的《新闻联播》，以《开往云端与希望的公交车》为题，对孙黎平进行了报道。一同出镜的还有那辆车牌为“闽GY1886”、自三明火车站往返三元区莘口镇后溪村的金旅客车。而早在2018年3月，《人民日报》也以《忙一个人 暖一座村》为题，报道了孙黎平的感人事迹。

一个人、一辆车，坚守一条公交线路，12年来始终如一日。因为长期住村里，城里有家仿佛没家一样……这便是孙黎平的真实写照。

日前，记者专门奔赴三明，并当了一次孙黎平师傅的乘客，全程乘坐那辆有名的“闽GY1886”的金旅客车，实地感受那份平凡和不平凡。

这是后溪村唯一的通村班车。“远上寒山石径斜，白云深处有人家”。用唐代诗人杜牧的这句诗来形容孙黎平工作的环境，再恰当不过。从三明火车站到后溪村，单程约50公里，其中，30多公里盘山路却足足开了超过1个半小时。

“窄、陡、险，弯道非常多。”孙黎平说。这段路尽管是水泥路，但宽度不足3米，且弯道超过50处，甚至有多处“发卡弯”，盘山路两旁是湍急的溪流或长满毛竹的陡崖以及突兀的山体。由于山上海拔达1000多米，所以冬天有时会下雪，



孙黎平与“闽GY1886”金旅客车

雨天则云雾缭绕，宛若仙境，路面湿滑不说，遇到道路塌方也是常有的事。这样复杂的道路通行条件，开行公交线路，无疑需要勇气和担当。

舍小家 为大家

路况复杂，只能算是这条线路所面临的第一道难题。另一个难题，则是排班运行时间。当地有早起赶圩的风俗，如果公交车早上从市区发车，到达村里至少也得八九点，无法很好地满足乡亲们需求。为此，公交公司特意调整为下午3点多从市区发车，把进城的乡亲们送回家，而第二天一大早再下山，把需要赶圩或进城的乡亲们及时送到城里。不过这样，就需要驾驶员在山上住一个晚上。

在三明，孙黎平有两个家：一个在市区，但由于长期驻村，“有家不能回”；另一个在后溪村，乡亲们将废弃的村小学提供给他临时居住。不曾想，这一暂住地一住就是十多年。

一个人在偏僻的乡村居住，不仅要忍受“孤独寂寞冷”，“有时晚上会停电，电视没法看”。夏天电风扇也没法用，还要和蚊虫叮咬作斗争。“有一次我在住地不小心碰到一条蛇，结果双方

都吓一大跳。”孙黎平幽默的言语间，始终透露着乐观和坚毅。

尽管三明公交的驾驶员待遇在当地相对算不错的，但因为跑这条线路需要作出太多牺牲，而且路况对驾驶经验和技术要求还很高。“不少年轻的驾驶员都吃不了这个苦，不太愿意干。”愿意且能开这趟车的驾驶员很难找，这也成了孙师傅的一个心病。

公交路 幸福路

这是一条承载着沿途乡亲们幸福指数的公交线路。

三明公交党委书记、总经理赖碧泉介绍，为了让位于大山深处的乡亲们也享受到和城里人一样的基本公共交通服务，“出门抬脚就上公交车”，这条公交线路开通时，采用的是和城区线路几乎一模一样的公交车，单程约50公里，采用阶梯式票价，最多收费10元。

这条公交线路的开通，主要是为了服务三元区最偏远的两个行政村和11个自然村，总人口1400多人，其中，约有一半的人常年在外打工。除了公交车以外，目前村里与外界的交通，主要靠摩托车或私人小汽车。但村里留守的主要是老人、

妇女和儿童，所以，公交车对他们的出行就显得更加重要。

“记得班车第一次驶进后溪村，村干部带着乡亲们夹道欢迎。那场面，我永远忘不了。”孙黎平回忆起当时的场景，放鞭炮、摆酒席，仿佛那是后溪村一个盛大的节日。

这些年来，孙黎平早已把自己当成了乡亲们中的一员，而沿途的乡亲们也把他当作了亲人。无论是在清溪村还是在后溪村，记者看到车经过村部时，人们都主动和孙黎平打招呼。“车开通后，乡亲们都非常自豪，说这是我们村的公交车。”孙黎平介绍，尽管他家在三明市区，但因为长期驻村，乡亲们的红白喜事都会邀请他参加，而他会随份子钱。一来二去，自己俨然已经成了村子里不可缺少的一员。

确保开得久、开得好

除了乡亲们的拥戴，孙黎平坚守这条公交线路的背后，三明公交功不可没。尽管开通线路，对于三明公交挑战巨大。

首先是安全监管。由于路况复杂，所以三明公交在安全监管上打起十二分精神，不仅优选车辆和驾驶员，而且采用远程实时监控，确保运营安全。

与孙黎平并肩战斗的这辆号牌为“闽GY1886”的金旅客车，一路见证了岁月变迁，也见证了乡村巨变。谈起自己的“老伙计”，孙黎平表示，这辆金旅客车安全性好、操控灵活便捷、性能稳定可靠，所以他在盘山路上过弯时也信心十足，这么多年没有出过任何安全事故，也没有影响过正常出车。

而这既得益于三明公交严苛的车辆选购和管理体

系，也离不开金旅人的精心服务。“金旅客车的售后服务人员非常贴心，随时随地响应我们的需求，确保车辆始终以最好的状态运营。”赖碧泉言语间充满赞许。

更大的挑战来自于运营成本。赖碧泉介绍，一是乘客数量少，除了圩日会多一些以外，平常很难实现较高的上座率。二是线路长、运营时间久，车辆难以像城区公交车那样实现充分利用，只能专线专用，导致车辆使用率偏低，折旧成本高。三是票价实现了最大程度惠民。所以，综合起来，尽管有政府补贴，但这条公交线路仍处于长期亏损运营的状态。

不过，赖碧泉强调，公交是公益事业，要将社会效益放在首位，这条线路既是民生工程，也是惠民工程，更是民心工程和暖心工程。为了乡亲们的出行方便，三明公交会坚持将这条线路开下去，而且会更好开下去。

为此，三明公交主动作为，大胆创新，坚持“平安、健康、高效”的经营理念，通过积极发展多元化业务，实现“自我造血”，以盈补亏，用其他业务的运营利润来弥补公交线路的亏损。而三明公交的创新探索，堪称“确保农村客运班车开得通、开得久、开得好，让城乡道路客运一体化的成果真正服务于广大农民兄弟、助力美好乡村发展”的范本。

赖碧泉坦言，孙黎平师傅再过几年就要退休了，寻找合适的接班人，对于线路的可持续运营同样重要。“等路的条件更好些，我们计划更换全新的金旅客车，因为现在的车有些年头了，这样更环保、更经济，驾驶员操作起来更省心，乡亲们乘坐起来也更安全、更舒适。”

300辆安凯客车再赴哈萨克斯坦

■ 商用车

继 600 辆安凯客车奔赴沙特后，安凯又传来了喜讯！

近日，300 辆安凯客车将出口哈萨克斯坦，这是继 2018 年 70 辆安凯客车出口哈萨克斯坦后又一次斩获的大单。此次出口的车型为安凯 8.5 米公交车，它们将在不久后投入哈萨克斯坦多个城市运营。有“颜值”更有“内涵”的安凯客车，将进一步提升哈萨克斯坦的城市品质，劲吹“中国风”。

这不仅是安凯在哈萨克斯坦市场获得的单笔最大订单，也是在“一带一路”倡议引领下，中国客车走出去的又一硕果。

品质赢得信赖 深耕“一带一路”沿线

“一带一路”倡议提出至今，从理念转化为行动，连点成线到面，千年丝路再次焕发出蓬勃生机，为当今世界开启发展新航程。安凯用品质与行动，为“中国制造”增添浓墨重彩的一笔。

此次 300 辆安凯客车将搭乘国际货运班列——中亚班列，沿着丝绸之路经济带，从合肥一路向西经过新疆乌鲁木齐，穿过关山万重，越过阿拉山口，最终抵达哈萨克斯坦，全程超过 5000 公里。

安凯这批订单按照国际先进标准进行研发，排放标准为欧五，设有轮椅、婴儿车专位、站立区靠背等，合理布置站柱、扶手吊环，并根据哈萨克斯坦的风土人情进行量身定制。同时，车辆充分应用先进的设计技术和验证手段以及先进的生产装备和严谨的工艺标准，多层次、全方位严控产品质量，具有更好的安全性、舒适性和更广泛的环境适应性。高品质客车的再次投放，将有力推动哈萨克斯坦城市交通发展开创新的局面。



安凯客车再获哈萨克斯坦大单

作为中国联通中欧的重要枢纽，哈萨克斯坦这片中亚热土对于安凯客车来说意义重大，它是安凯客车辐射中亚区域的重要“根据地”。事实上，早在 2008 年，安凯客车便开始布局哈萨克斯坦市场，并每年保持可观销量。经过十多年深耕与产品升级，安凯客车已在哈萨克斯

坦拥有较高的市场占有率。在“一带一路”的逐梦之旅中，安凯高扬价值之帆，紧握品质之桨，为世界交通发展提供着“中国样本”和“中国方案”。

树立价值典范 推动“一带一路”走深走实

随着安凯客车等优秀

中国企业的辛勤耕耘，中国制造逐渐惊艳了世界。从缅甸 500 辆大单到沙特 600 辆大单，从“进军”墨西哥到“挺进”新西兰，从伦敦白金汉宫到巴黎埃菲尔铁塔下的纯电动中国红……一份份傲人的“成绩单”，一辆辆安凯“精品”穿行于全球各大城市，

安凯不断用实力书写中国骄傲。

目前，安凯客车已出口美国、英国、法国、意大利、沙特、缅甸、俄罗斯、澳大利亚、阿联酋、新西兰、新加坡、南非等近百个国家和地区，建立了覆盖全球的销售网络，并且获得了澳大利亚 ADR 认证、海湾 GCC 认证、美国 DOT 认证、欧盟 e/E-mark 认证、俄罗斯 GOST 认证等世界最高等级的产品认证。

此次安凯客车能够再次获得哈萨克斯坦用户的青睐，与其之前的“铺垫”密切相关。从单一输出优质产品到参与创新哈萨克斯坦城市公共交通整体解决方案，安凯客车一直沉浸其中，率先在“一带一路”倡议中展示了中国客车的品质与品牌魅力。

“一带一路”书写了一条不同以往的崛起之路，彰显了中国追求合作共赢的坚定抉择。展望未来，安凯客车将以更加昂扬的姿态开启新征程，绘就更加美好的发展蓝图。

企业直通车

比亚迪北美版图再扩张 全新售后服务中心落户北加

本报讯 当地时间 2019 年 4 月 19 日，比亚迪北美分公司宣布，其位于加州北部圣卡洛斯的服务中心正式营业，将为其在旧金山湾区和其他加州北部的纯电动大巴及卡车用户提供全方面的、更快捷的售后服务，包括零部件更换和整车维修等。

服务中心位于美国 101 号公路附近的 501 Bragato Rd，能有效辐射旧金山湾区和整个加州北部，地理位置优势明显。中心占地约 1450 平方米，设有两个主要服务区：一个高顶棚维修区，以方便比亚迪双

层大巴的进出；另外配备有零部件仓库，核心零部件一应俱全。

比亚迪北美分公司副总裁 Bobby Hill 表示，“以前我们曾被客户‘投诉’，说我们承诺的是‘五星服务’，但实际提供了‘六星服务’。目前，已有 100 多辆比亚迪纯电动大巴在旧金山湾区运营。我相信，随着服务中心的落地，将有越来越多的加州当地公交运营商能享受到快捷高效的超值服务。”

比亚迪在湾区及其周边地区的客户众多，包括科技公司 Facebook、全球名

校——斯坦福大学、加州大学旧金山分校及众多加州本土公交运营商等。目前，已经交付给湾区及周边客户的车型，包括从 23~40 英尺的公交大巴及长途客车、45 英尺的双层大巴及重型物流卡车和环卫卡车等。

从 1999 年进入美国市场到 2010 年在洛杉矶设立北美总部再到 2013 年建设北美地区最大的纯电动大巴工厂，比亚迪在北美地区累计投资约 3 亿美金，已累积包括洛杉矶大都会交通局、加州长滩运输署、加州羚羊谷交通运输局以及洛杉矶国际机场等在内

的横跨公共及私营部门的 50 多个优质大巴客户，占据美国纯电动大巴市场主导性的市场份额，足迹遍布全美 30 多个州。电动卡车方面，已在美国斩获订单超过 20 个，成功交付 40 多辆，客户包括洛杉矶、长滩、奥克兰、圣地亚哥港口、BNSF 铁路局、以 UPS 为代表的多个物流公司以及多家环卫公司巨头。

本次开设全新售后服务中心，是比亚迪深耕北美市场的又一次有力证明，代表了其对北美市场的持续投资和更进一步的环保承诺。

商 车

上汽大通MAXUS EV30 领跑城市物流车新风向

■ 商车

要说2019年车市最热话题,那一定是“新能源汽车”了。中国汽车工业协会统计数据显示,仅今年3月,国内新能源汽车产销就分别完成了12.8万辆和12.6万辆,分别比上年同期增长了88.6%和85.4%。在这个4月,上汽大通MAXUS EV30也是大单频现,斩获大批企业客户。车市寒冬中,新能源汽车之所以发展如此迅速,与近些年我国消费升级、国家政策指引、人们绿色环保理念加强以及新能源车的产品力不断提升等密切相关。

在新能源用车场景中,除了关注度较高的乘用车市场,城市物流领域也占有重要比例,为推动城市高质量、绿色发展起到重要作用。上汽大通MAXUS纯电动智能物流专家EV30就是这样一款绿色智能物流车型,作为上汽大通MAXUS全新正向开发的智能化纯电动产品,EV30在诸多方面领先行业,为推动物流业向更品质、更智能、更互联、更清洁的方向加速发展迈出了重要一步。

备受青睐 多城订单 助力物流新模式

随着去年“蓝天保卫战”的打响,新能源物流车也收获了诸多利好政策。在国家发改委等24部委联合发布的《关于推动物流高质量发展促进形成强大国内市场的意见》中就指出,要加快绿色物流发展,持续推进柴油货车污染治理力度,鼓励企业使用符合标准的低碳环保配送车型,并提出落实新能源货车差别化通行管理政策。

与此同时,越来越多的城市开始加入到新能源物流车的推广行列当中。

今年4月18日,上汽大通MAXUS在深圳举行



上汽大通 EV30

EV30纯电智能物流车品鉴会,这代表着纯电动智能物流车EV30正式登陆深圳市场。品鉴会共展出了3款车型,均基于EV30的纯电动物流车架构打造,分别是EV30短轴版、EV30长轴版和EV30方舱版,用户可以根据自身需求选择合适的车型。

品鉴会上,EV30凭借绿能低耗、实用便捷、安全可靠、智能网联、智能定制的优势,基于行业首创纯电动专属平台架构与智能后台服务,成功获得了深圳市绿舟电动车有限公司与深圳美大联合企业管理服务有限公司的青睐,并成功签署战略合作协议,将于近期内向两家企业交付首批订单近50辆。

除深圳以外,近期国网商城与上汽大通MAXUS也在天津就新能源纯电物流车EV30达成正式合作意向,并签署相关战略合作协议;而在刚刚召开的第七届中国(上海)国际技术进出口交易会(以下简称“上交会”)上,上汽大通

MAXUS作为上汽集团子公司参展,带去了旗下的纯电动智能物流车EV30,在国际舞台向世界展示我国科技力量与创新成果,促进技术贸易的发展,为中国城市物流转型升级蓄力。

硬核实力 满足智慧物流高需求

随着新时代的更迭与发展,我国城市物流也面临着重大变革,标准化、智能化、共享化、绿色化等已成为当前重要需求。如何以深厚的技术、精准的产品定位满足物流市场需求,为我国城市物流转型升级提供降本增效的解决方案,已成为当下物流车行业竞争的关键所在。

与市面上大部分纯电动物流车沿袭油改电的设计思路不同,上汽大通MAXUS EV30是全新正向开发的智能化纯电动产品,不但采用行业首创的纯电动专属平台架构,而且结合物流需求全新标定,硬件与软件均已脱离当前纯电动物流车常见的模式,在诸

多方面领先行业其他产品,是名副其实的纯电动智能物流专家。

EV30续航里程可达400km,快充充电15分钟,续航即可达100km,45分钟可充至80%电量,能有效节约用户时间成本,方便用户在配送货的间隙轻松补电,满足物流高强度运营。即使在-30℃到+50℃,EV30高可靠性的电池均可正常使用,甚至在使用5年或行驶20万公里后,电池包的储电能力仍能保持在80%以上。70kW、220N·m的同级最大电机,使用户常用的0~50km/h加速性能提升25%,时间却仅需5.3秒,堪称同级最强动力,适合城市物流使用。

在车身轻量化方面,EV30采用了业内首次使用的轻量化铝车身框架,整车减重200公斤,轻量化达到同级产品中的最高水平,为用户带来更多的有效载荷;同时通过布置优化,EV30地板离地高度仅540毫米,更便于装卸物品。

除了硬件上的超前设

计,在软件方面,上汽大通MAXUS EV30同样领先行业。凭借上汽大通先进的蜘蛛智联系统,EV30可灵活实现大数据在企业、车、人、道路的互联互通,打造定制化智能车队管理平台。通过整合车辆调度、车辆使用、安防监控、运营管理、远程升级等多项实用功能,上汽大通MAXUS EV30为用户提供了从购车开始的全流程服务,它就如一位“私人助理”,帮助用户管理、解决用车问题。

值得一提的是,蜘蛛智联系统还支持二次开发定制,为各类企业提供完善的用车管理解决方案,目前已有多家物流企业在洽谈合作。当系统升级时,用户无须进4S店操作,而是可以OTA在线自我迭代升级,节约用户宝贵的时间,这也是纯电动物流车上鲜有的配置。

除此之外,上汽大通MAXUS业内首创的C2B智能定制模式也被应用到了EV30,通过“蜘蛛智选”智能选配器,用户可享受在线选配、在线选择经销商、日历订车、订单跟踪、定金支付等智能定制功能,还可根据自己的实际使用场景和需求,从轴距长短、电量大小、尾门打开方式,甚至快充或慢充等丰富选项中选择对应配置,从而获得一辆运输路上真正想要的好助手。

在新能源绿色出行为导向的当下,上汽大通MAXUS EV30纯电智能物流以新能源微客、微卡、方厢车等丰富的全系产品迎合了市场需求,解决了末端物流痛点、打造了新能源智能物流链的关键一环,真正的从用户角度出发造车,为实现城市智能物流绿色发展提供了无限可能。

刘培民视角： 变革中的中国重汽

■ 本报记者 李晓菲 文 / 图

改革这根杠杆能把中国重汽撬至怎样的轨道？

结果仍待时间检验；从过程看，许多端倪已经开始显现。

2019年上海车展期间，中国重汽副总裁刘培民在中国重汽展台接受了多家媒体专访，在他的讲述中，身处变革之中的中国重汽以一种更饱满、立体的形象展现在《商用汽车新闻》记者眼前。

以产品为支点

阿基米德要的撬动地球的支点在哪儿尚不可知，但中国重汽要的能够撬动企业发展的支点，已经牢牢抓在手中。

利用产品作为支点，在技术层面，中国重汽在多个技术领域实现了行业引领，无人驾驶是其中的典型代表。

此次上海车展，中国重汽展出了达到L4级无人驾驶的电动卡车HOWO-T5G，作为国内首款已经批量运营的L4级无人驾驶电动卡车，HOWO-T5G受到了多方瞩目。

“港口场景下，达到L4级无人驾驶的中国重汽电动集卡，以更高的经济性向传统的AGV水平运输方式发起了挑战，为绿色智能港口建设提供了更优方案。”刘培民介绍，除已经批量运营的天津港外，中国重汽还将为更多港口提供无人驾驶解决方案。

事实上，港口只是中国重汽无人驾驶车辆应用的一个缩影，在更多有望率先实现无人驾驶应用的场景，中国重汽也已经有所布局。对此，刘培民表示，“中国重汽已经具备了在工业园、物流园、科技园等场景实现无人驾驶车辆作业的能力。另外，矿山场景也是能够较快进入商业化应用的场景之一，中国重汽也在积极准备。”在无人驾驶商业化应



刘培民

用领域，中国重汽真正走到了行业前面。

在市场层面，中国重汽过硬的产品，也为市场开拓提供了“利器”，典型市场有两个。

第一个是高端自卸车市场。

作为对标国际的高端车型，汕德卡一直是国产高端重卡的典型代表。如今，汕德卡在自卸车市场打开了局面，对此，刘培民非常自豪，“汕德卡切入了高端自卸车市场，月销量达到了300辆以上，并且大多销往了西南、西北等经济欠发达区域。这是汕德卡产品力的最好证明。”

此次车展现场，也展示了一辆汕德卡G7H 8×4国六轻量化环保自卸车，据刘培民透露，众多展商和观众都对此表现出了很大兴趣。

第二个是燃气车市场。凭借出色的经济性表现，中国重汽燃气车型火爆市场，“以国五阶段的车型为例，配装MT13的燃气车，百公里气耗30公斤左右，这在国内同功率段车型中非常有竞争力，经济性大幅优于同水平竞品。”刘培民说，

与此同时，随着燃气车国六实施时间的临近，中国重汽的准备工作也在有条不紊地开展，达标国六的燃气发动机已经通过各项测试，整车也已经在申请公告。

此次车展，聚焦“绿色、智能”主题展出的汕德卡、豪沃两大品牌共计5款整车、2款发动机（国六）产品，集中展示了中国重汽在多个细分领域的技术和市场优势。

以产品为支点，中国重汽正在撬动更大的市场。

从内部赋能未来

中国重汽的改革之举，每每牵动着整个商用车行业的神经，但旁观者更多地是看到了结果，对于其中的探索和曲折却知之甚少。

据刘培民介绍，中国重汽改革的过程伴随着不断的自我调整和反思。

技术研发特别是应用性研发，如何更好地服务市场和用户？

产品的成本如何进一步降低，以创造更具竞争力的价格？

如何将整个营销网络打造成钢铁团队、虎狼之师？

……

改革是自内而外的自省自励，也是一个从内部为未来发展赋能的过程，刘培民在阐述要将整个营销网络打造成钢铁团队、虎狼之师时提到，要借此助力中国重汽的用户成为各个领域的虎狼之师，这也是中国重汽“客户满意是我们的宗旨”的体现。

在这一过程中，实现外部客户满意这个结果要通过怎样的路径？

刘培民提到了尤为关键的一点：内部客户满意制度。“在生产全流程中，每个生产环节都有自己的‘客户’，如果每一个生产环节的参与者都能做到让下一个环节的‘客户’满意，那么最终交到外部客户手中的产品就是各个方面都有保障的产品，就能够更加接近外部用户满意的产品。”

各个方面的改革正在悄悄进行中，刘培民表示，经过改革和调整，一定会让中国重汽这个老牌国企焕发出新的风采。

为了成就客户

在刘培民看来，改革的目的，归根结底是为了成就

用户。

“一切为了用户”

“客户满意是我们的宗旨”

……

如何体现用户的选择，如何实现用户满意度的提高？在发动机的匹配上，真实体现了中国重汽让“核心价值观”落地的决心。

从谭旭光入主中国重汽开始，关于潍柴与曼如何将如何共处的话题，就引来了行业无数猜测，焦点只有一个：重汽的车到底配谁？

此次，刘培民也对此进行了回应，中国重汽产品在三种情况下会匹配潍柴发动机：

第一种情况，原来没有的，补短板。重汽原先没有的机型，配装潍柴发动机，例如轻卡产品。此次上海车展即展出了配装潍柴发动机的HOWO轻卡。

第二种情况，原来有，国六没有。刘培民解释道，中国重汽在国六之前有布局，但是在国六阶段没有布局的机型将匹配潍柴发动机，“例如，D10就是这种情况，未布局国六阶段产品，可配装潍柴WP10H。”

第三种情况，潍柴强势的细分市场。刘培民指出，在重汽整车占有率不高、而潍柴发动机占有率高的细分市场，重汽车型将可以匹配潍柴发动机。

如果说前两种情况还是产品结构层面不得不进行的选择，那么，第三种情况就是实实在在的用户选择。

刘培民指出，发动机的匹配，最重要的还是让用户选择。这也是让终端客户满意的前提和基础。

做强产品、内部赋能、成就客户……找好支点的改革杠杆，将把中国重汽撬至怎样的发展轨道？

显见的端倪已经可以作出预判。



站在80万辆新起点 福田奥铃“而今迈步从头跃”

■ 本报记者 余春瑜

因奥运精神而生的奥铃，站在14年传奇历程、坐拥80万用户的起点上，面向客户和行业吹响了再次出发的号角。

2019年4月16日，在2019上海车展上，福田奥铃以“新奥铃 新战略 新征程”为主题发布全新品牌战略规划，更首次发布CTS超越版新品，率先完成国六布局，成为媒体瞩目焦点。

以“中国轻卡领军品牌”为定位，奥铃通过三大产品线精准再定义，以面向不同细分市场高性价比的产品解决方案，意在实现产品领军、销量领军、品牌领军。

在上海车展上，福田汽车集团副总裁、奥铃事业部总裁顾德华接受了《商用汽车新闻》记者的采访，详解了奥铃新战略、新定位的奥铃。

新定位 再出发

秉承“更高、更快、更强”的奥运精神的福田奥铃，在14年积淀中不断创新发展。2005年，福田奥铃横空出世，凭借良好的产品性能和市场口碑，现已拥有近80万的用户。14年后的今天，新战略的重新发布，标志着福田奥铃又迎来了新的征程。

为何而变？

因为市场发生了变化，客户需求也发生了改变，对于一个“一切以客户为中心、一切为了市场”的企业而言，品牌定位自然要随之改变。正如顾德华所言，所有业务之前先讲品牌定位，定位也要根据环境的变化而变化。

随着物流模式场景化、行业专业化加强，物流分工细化，区域差异明显，通用型产品向个性化、专用化转变成为趋势。针对To C、To B，干线仓到仓，城配仓到店以及城乡运输等不同场景，需要有针对性的产品解决方案。

面对市场、客户、竞争的变化，奥铃品牌定位调



奥铃CTS超越版首发现场揭幕仪式

整为“中国轻卡领军品牌”，致力于打造“应用场景最全、产品线最宽、细分市场最专”的“支线+城配”全场景一体化产品解决方案，能满足不同客户的需求，为不同客户创造更多价值。

为此，奥铃对产品线进行了重新的梳理和整合，按照应用场景，重新定义三大子品牌：奥铃速运“轻拉快跑，城配明星”——专注城市多点配送；奥铃超越“高效可靠，赢在TCO”——专注城际城郊高效物流；奥铃新捷运“高速重载，全新换代”——专注城乡物流，定位更明确。同时，根据承载和不同客户运输吨位需求，将产品划分为“1、3、6、9”四大系列。

除此之外，据顾德华透露，宽体轻卡和小卡等产品也在拓展之列。预计2019年下半年导入宽体轻卡，2020年底导入小卡。

新战略 新高度

成为“中国轻卡领军品牌”，对于奥铃而言，既有底气，也有实力。

底气在于近80万辆庞大的市场保有量。奥铃一直是福田汽车销量和利润的核心主体之一，在用户群体中也拥有可靠、省油、耐用的口碑。

实力就是产品力。奥铃拥有非常宽的产品线，城市、城郊、城际、城乡，总有一款适合你。而且经过重新定义的产品线，在做宽的同时做专，给客户专业化的解决方案，实现竞争力更强的产品矩阵。

这种转变是深刻的，从以前对产品简单粗暴的“高、中、低端”分类，转变为如今针对不同应用场景提供高性价比的物流解决方案，奥铃用行动诠释了商用车的本质：为客户创造价值。

在顾德华看来，找准定位，接下来所有的工作都围绕定位展开，立足定位，内部造对车；围绕定位，销售卖对车；认知定位，用户买对车。

“卖对车不容易，买对车更不容易”，这是顾德华常说的一句话。有些时候客户并不知道自己要什么，这就要求企业和经销商比客户更专业，能够深挖客户的需求。在他看来，商用车的核心是性价比，对于客户而言，适合的才是最好的。为此，

奥铃提出以“科技奥铃，承载未来”作为承诺和追求，为用户提供“科技领先、品质可靠、高效节能、全程无忧”的品牌价值。

在此次上海车展，奥铃就带来践行品牌理念的最新产品——CTS超越版国六新品，全面展现奥铃排放引领、高效可靠的实力。

奥铃CTS超越版国六新品，在延续奥铃CTS产品优势基础之上实现升级换代，搭载福田康明斯动力+福田采埃孚变速器+全新一代后桥，持续把更高、更快、更强的品牌基因发挥出更大效应，推动中国轻卡市场向专业化、定制化、人性化创新升级。

结语

正如顾德华所言，2019是福田奥铃确立“中国轻卡领军品牌”的开局之年。在踏上新征程后，福田奥铃将从产品、渠道、营销、服务等方面全面出击，打造“中国轻卡领军品牌”，实现全面领军。

有这么宽的产品线，有这么好的品牌基础，有更加清晰、到位的产品，奥铃迈向中国轻卡领军品牌之路并不遥远。

企业直通车

“一带一路”高峰论坛中外记者团走进福田汽车

本报讯 4月24日下午，第二届“一带一路”高峰论坛新闻中心和北京市人民政府新闻办公室共同组织了城市采访系列活动之“北京高端制造”采访活动，来自美国、日本、荷兰、乌克兰等14个国家和地区的40余名新闻中心注册记者走进福田汽车，全面了解福田汽车发展与运营情况，了解北京市高端制造业发展和推进与“一带一路”国家合作发展情况。福田汽车党委常务副书记邢洪金陪同参观采访。

记者团首先参观了福田

汽车全系列展车，详细了解了福田汽车自动驾驶技术和工业互联网平台监控中心运行情况。

随后，记者团还参观了福田欧辉客车总装车间、福田康明斯ISF(轻型)发动机生产线。

福田汽车作为中国自主品牌，积极响应“一带一路”倡议，在自主知识产权优势下，与我国在“一带一路”沿线国家的工程承包企业等客户及属地合作伙伴进行投资与合资合作。通过创新、开放、融合发展，打造了中国企业

实施全球产业化发展的“福田方案”，为“一带一路”沿线国家的产业发展提供了中国智慧。

从2017年为“一带一路”国际合作高峰论坛提供服务保障用车到阿斯塔纳世博会中国馆唯一指定用车，福田汽车持续助力“一带一路”倡议，并专注于为中国在海外企业提供全价值链解决方案，以客户需求为中心，打造了“定制化、一站式解决平台”，致力于提高中资企业国际竞争力。

商 车



全新大皮卡长城炮 “三连发”

■ 商车

4月16日，2019上海国际车展开幕，中国首款乘用车化大皮卡——长城炮系列全球首发，乘用车、越野皮卡和商用皮卡作为长城炮的3款重磅车型，真正开启了中国皮卡乘用车化时代。

长城炮系列基于全新P71平台打造，该平台基于非承载底盘打造，在安全性、智能化、轻量化、空间、可扩展性等方面均有突出表现，可满足欧盟五星碰撞法规，具有可衍生不同尺寸、不同动力、不同驱动形式等百余款车型的拓展能力。

乘用车 舒适又能装

长城炮乘用车，前脸采用梯形大口式进气格栅，三横幅式镀铬装饰条搭配宽大粗壮的前保险杠，使整车车头力量感十足。

长城炮乘用车是中国首款搭载采埃孚8AT变速器和多连杆后悬架的皮卡车型，并配有ACC自适应巡航、自动泊车、方向盘加热、自动泊车、远程遥控启动、控制空调、油量检测以及智能语音控制系统等诸多舒适性配置。乘用车是集轿车的舒适性、便利性，SUV的越野性，旅行车的休闲性，还有轻型货车的装载性为一体的家庭万能车。



商用皮卡

乘用车

越野皮卡



越野皮卡 自带“硬汉”气场

长城炮系列越野皮卡，



标配前、中、后3把差速锁，涉水深度达900毫米，且配有涉水喉、绞盘、越野减振器、蠕行模式、坦克掉头等

多项专业越野配置。在长城炮3款车型中，越野皮卡的设计最为硬朗，粗壮的灰色饰板横贯中网，

黑色隆起的发动机机舱盖带来强烈的肌肉感。越野皮卡新车搭载一套黑色哑光越野套件，包括熏黑处理的中网、轮眉等部件，轮眉上方采用外露式铆钉设计，进一步提升硬汉气场。

商用皮卡 践行“清洁化”战略

商用皮卡的造型更为俊秀，前进气格栅采用蜂窝状设计，前保险杠造型也更为内敛。商用皮卡同时提供多连杆后悬架和钢板弹簧后悬架两个版本。此次展出商用皮卡为纯电动版本，并带有原厂自带的封闭式货箱，续航里程可达500公里，可实现2小时快速充电。

为全面践行长城汽车“清洁化”战略，长城炮全系车型不仅可达到国六排放标准、同步推出纯电动皮卡，未来还将推出氢燃料皮卡。

作为中国首批走出海外的自主品牌，长城皮卡在全球已赢得150多万用户的青睐。如今，炮系列乘用车、越野皮卡、商用皮卡三剑齐发，长城皮卡也正式进军国际化乘用车大皮卡市场。长城皮卡坚信，2020年必将达成“2020”中期战略（年销量破20万辆，全球累计销量破200万辆），最终实现世界前三皮卡品牌的愿景。

企业直通车

法士特 AMT 迎来十大升级

本报讯 “十年磨一剑，今朝试锋芒”。法士特历时多年持续开发的模块化AMT，即将迎来十大软硬件重大升级，带给用户非同寻常的全新体验。

目前，模块化AMT的换挡手柄单元（Shift Level Unit，简称“SLU”）安装于驾驶室内，SLU内部集成了变速器控制单元

（Transmission Control Unit，简称“TCU”）。

TCU进行了全新硬件升级，主要硬件升级有5项。

更快：采用全球同步技术的性能更高的微处理器，AMT系统运算速度更快；更大：采用更大的内存，允许加载更多AMT功能模块，支持更多的发动机种

类；更高：增强了过电压及低电压的检测功能，AMT系统安全性更高，而且采用了无铅焊接技术，满足更高的环保要求；更多：增加了更多的信号输入接口，可接入更多外部信号输入；更准：TCU新继承了坡度传感器，可实时测量车辆当前坡度，换挡性能更优，换挡时机更准。

在TCU硬件全新升级的基础上，软件也进行了5项全新升级。

更灵活：采用了全新的平台化软件架构，本土化团队进行标定工作，发动机、离合器、变速器的释放更灵活，周期更短；更舒适：增加了蠕行功能，极大改善了车辆起步挪车缓慢平稳的移车要求，司机驾乘体验

更舒适；更平顺：增加了实时离合器曲线自学习功能，换挡更平顺，特别是低挡区，改善非常明显；更省油：增加了高车速下的空挡滑行功能，提高了车辆的燃油经济性，可节油1%左右；更全面：增加了更全面的故障诊断功能，去掉了没有必要的故障码显示，并提升了跛行功能。

商车

上菲红高速增长的神秘

■ 本报记者 王宣

4月16日,第十八届上海国际汽车工业展览会开幕,上汽菲亚特红岩动力总成有限公司(以下简称“上菲红”)携旗下Cursor 9、Cursor 11、Cursor 13及Cursor 9天然气发动机4款国六产品全擎亮相,全方位展现上菲红基于菲亚特动力科技先进技术的产品实力。

在上菲红媒体专访会上,菲亚特动力科技市场及产品全球副总裁Federico GIAZZI和上汽菲亚特红岩动力总成有限公司总经理Edoardo ZILIOOTTO出席,向《商用汽车新闻》等媒体介绍了此次展出的4款国六发动机的技术优势,并解答了上菲红近年来的高速增长之谜。

4年销量翻一番 产品认可度稳步提升

2018年,上菲红达到了销量最高点,与2014年相比,销量翻了一番。“这反映了用户对上菲红产品的认可度正在快速提升。”Edoardo ZILIOOTTO告诉记者。

在上菲红成立的十多年来,市场成绩表现有目共睹。

从3升、9升、13升再到11升,从传统能源到新能源,从国三到国六,从SCR到最新的HI-eSCR后处理技术,产品全系列、全领域、全平台的高度匹配,展现了上菲红基于市场和用户的需求快速变化,提供可靠解决方案的雄厚实力。

Federico GIAZZI特别提到了Cursor 9天然气发动机。采用菲亚特独有的技术,上菲红能够生产与柴油发动机同等性能的天然气发动机,为市场带来了突破性的解决方案。所有这些技术传承和专业知识的助力,都助力于上菲红销量的进一步提高。

同时,本着客户至上的原则,上菲红在售后服务方面不断改进和加强。记者了解到,目前,上菲红在国内共计460家售后服务站,实现了救援30分钟响应、一



上菲红国六产品参展

般故障24小时、重大故障72小时排除的目标。

此外,作为菲亚特动力科技全球布局的一部分,上菲红早在2010年便开始为北美和欧洲市场提供发动机,出口业务同样助推了上菲红销量的不断升高。

抢占国六市场 全系国六产品亮相

2019年是国六产品市场化元年,也是发动机企业抢占未来市场的关键之年。此次上菲红展出的4款国六发动机, Cursor 9、Cursor 11、Cursor 13柴油发动机以及Cursor 9天然气发动机,均采用了一系列的优化设计,使发动机在可靠性、动力性、燃油经济性及驾驶舒适性上具有显著优势。

Federico GIAZZI在现场作了详细的技术讲解:Cursor系列发动机采用电控单元喷射和无EGR的废气旁通涡轮增压器技术,可保证发动机所有工况下的卓越性能,发动机冷启动温度可达-25℃。同时,ECU控制的发动机制动系统可减少制动片磨损,提高驾驶性能,降低维护成本,并提高驾驶舒适性。

此外,具有高功率密度的Cursor系列发动机,除了

从技术方面优化发动机结构和性能,还采用世界级制造(WCM)生产方法,在生产过程中精益制造,为国内外市场提供符合国际质量标准的发动机产品。

Cursor系列发动机的优势不止于质量可靠,更在于成本控制。

不同一般厂商运用的EGR设计,上菲红Cursor系列柴油发动机采取了菲亚特动力科技高效HI-eSCR技术,大大降低了发动机制造以及使用成本。Cursor系列柴油发动机无须EGR的辅助,便能够达到超过95%的氮氧化物转化效率,而且不需要重新设计额外的冷却

系统,优化了底盘布局。同时,也可为用户减少75%的维护成本,真正做到了为用户降本增效。

建立多能源方案 成为全系列动力提供商

针对之前舆论热议的汽车动力“全面电气化”,Federico GIAZZI并不同意。菲亚特动力科技始终认为,没有一种解决方案可以满足所有的需求和市场,所以菲亚特动力科技更倾向于采用多能源方案。“并且多能源解决方案已经被越来越多的国家认可,逐渐成为主流。”Federico GIAZZI补充道。

Federico GIAZZI强

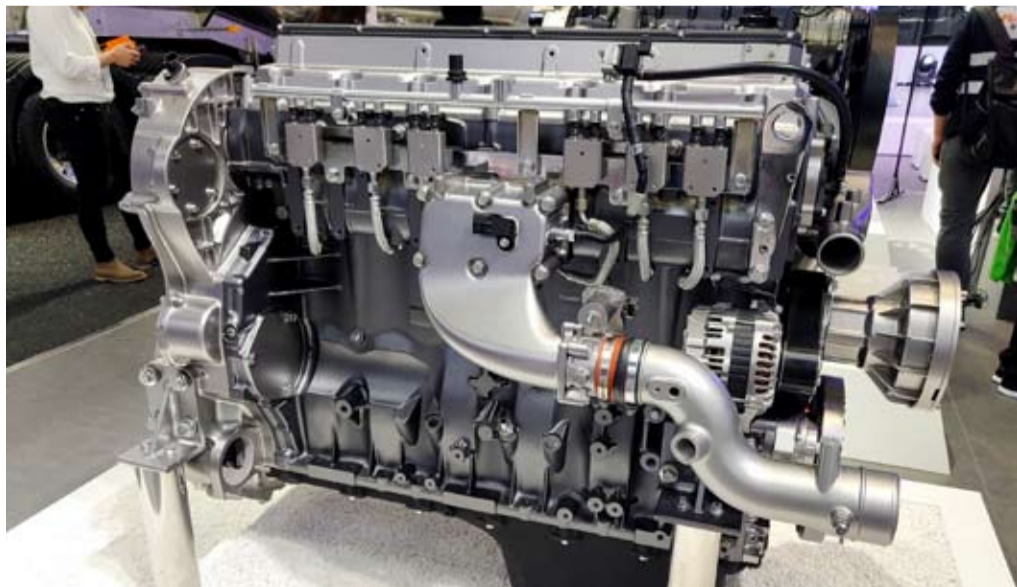
调,很重要的一点是:高效并且符合排放法规的柴油发动机是清洁的。不过,其效率仍有待提高。因此,菲亚特动力科技所面临的挑战,是进一步提高柴油机效率,并且在任何实际应用条件下保持低排放。

针对多能源方案,Federico GIAZZI介绍,在接下来的几年里,菲亚特动力科技将继续开发柴油和天然气发动机,巩固其在该领域的优势,同时扩大在氢燃料电池和电气化方面的技术储备。

2018年,菲亚特动力科技宣布,成立一个100%致力于电气化的新团队——e-Powertrain,利用菲亚特动力科技先进的发动机技术和轴传动技术,进行电气化技术研发。

在开发计划中,菲亚特动力科技将多种电气化分为两组:电动推进和电动辅助。在电力推进中,菲亚特动力科技将采用纯电和混动架构。在电力辅助方面,菲亚特打算用电力系统支持内燃机的各种运行模式,比如混动系统架构。

采访最后,Federico GIAZZI告诉记者,环保意识在菲亚特动力科技以及上菲红企业文化中根深蒂固。他们的愿景,是从燃烧发动机生产商发展成为全系列多种能源动力提供商。



Cursor 9天然气发动机



专访佛吉亚绿动智行系统： 抓住国六契机 发力燃料电池

■ 本报记者 余春瑜

4月17日，2019上海车展期间，佛吉亚绿动智行系统超轻量化结构和电池动力业务总经理 Hassine SIOUD 及绿动智行系统中国区总裁江永玮接受了包括《商用汽车新闻》等媒体在内的采访，介绍了佛吉亚零排放绿动智行解决方案。从所有类型发动机的减排到更清洁的城市出行解决方案，佛吉亚的终极目标就是零排放出行。

致力更清洁的 减排技术

今年7月1日起，国内部分城市提前实施柴油车国六排放标准，对于一直在减排技术深耕细作的佛吉亚来说是个好事。

Hassine SIOUD 和江永玮表示，佛吉亚绿动智行系统将抓住国六实施的契机，加强与主机厂与内燃机厂商的合作。目前，佛吉亚已进入主流内燃机企业的国六平台，并且在北京、潍坊、襄阳建立了3个生产基地，服务于主机厂和内燃机企业。

在乘用车及轻型车领域，佛吉亚提供的减排和降噪系统，能够应对未来的排放标准。佛吉亚也为内燃机和混合动力系统提供减排降噪的后处理解决方案，以回收利用废弃能量。包括汽油发动机低压排气再循环技术 (LPEGR)、排气能量回收系统 (EHRIS)、电加热催化剂 (EHC) 以及共振消除管 (RFP)。

在商用车领域，佛吉亚正在研发新的后处理架构，以符合全球排放标准及超低氮氧化物排放法规，比如美国加州空气资源委员会 (CARB)、欧七排放标准新规和国六排放标准，同时重点关注二氧化碳减排。

目前，佛吉亚主推商用



佛吉亚展台

车 U 形 CN6 技术，为适应中国市场及相关法规。

U 形设计，可在同一产品中集成 4 种排气后处理系统技术，规格可最高缩小 30%，重量也可减轻 30%，能与双前桥车辆结构集成，并可快速点火；较轻的系统及较低的反压力，可提升燃

油效率和二氧化碳减排。

推广燃料电池系统 解决方案

氢燃料电池，被誉为零排放终极解决方案，佛吉亚自然也有所准备。佛吉亚帮助整车厂商为未来动力电池和燃料电池车的不同部件寻

找高效、整合和轻量化的解决方案。

江永玮介绍，佛吉亚从大至电池堆、储氢罐，小到泵类、阀类，提供的是一套完整的氢燃料电池系统集成方案。佛吉亚的总体目标，是将燃料电池组的成本降低一半，使燃料电池成为对整车

厂商更具吸引力的选择。

氢能是未来能源体系的关键一环，它能从多种途径产生，能用于储存可再生能源，可实现零二氧化碳排放的能源供应。佛吉亚坚信，燃料电池技术将在未来的 10~15 年内日益凸显其在混合动力系统中的重要性。

最近，佛吉亚与全球轮胎科技和可持续出行领导者——米其林集团签署合作谅解备忘录，双方将建立全新的合资公司，整合米其林的所有燃料电池相关业务(包括其子公司 Symbio) 和佛吉亚的燃料电池业务。佛吉亚与米其林致力于合作建立全球领先的氢燃料系统合资公司，通过双方现有合作伙伴资源的整合与资产互补，使合资公司在建立短期内即有能力为轻型车、卡车等提供一系列氢燃料电池系统。

企业直通车

一季度一汽解放西部市场销量突破万辆

本报讯 4月23日，一汽解放“万辆荣耀领越传奇”——西部区域万辆庆典仪式在西安举行。

2019年一季度，一汽解放突破行业逆势，达成中重卡销量突破 9.19 万辆的好成绩，占同期市场份额超过 26%，同比增长 2%，再次创造了销量新高，实现首季“开门红”。截至目前，解放西部市场销量累积突破 1 万辆，市场份额达到 19.1%，同比提升了 3.4%，进一步扩大了解放西部突破的战果。

一汽集团总经理助理、一汽解放董事长胡汉杰发表致辞，对解放西部营销部能够开展适合西部区域个性化的营销服务给予充分的肯定，并且表示，解放西部产

销体系已经基本形成。胡汉杰说：“解放有一个西部梦想，那就是无论在高原盆地、无论在山峦丘陵，哪里有路，哪里就有解放卡车，有解放卡车的地方，就有解放对时代进步的不朽宣言。”

5年来，一汽解放不断优化提升西部战略，对成都生产基地进行全面改造，使之成为与长春基地、青岛基地齐名的解放三大主流生产基地，并全面引进 J6 产品和生产质量管理体系。正是在解放提前规划和精准施策的目标指导下，深耕西部的战略投入和战略决心，才决定了西部必然会取得不断突破的成绩。

2019年，解放在西部市场第一个万辆目标的达成，得益于精准的营销策

划与管理。

在营销策划方面，解放提前规划、精准施策。提前制定“开门红”的策略措施，从资源储备、产品搭接、宣传推广、政策激励、服务保障等方面多措并举，并坚决落实。

在营销管理方面做到快速反应。去年12月，解放便成立了专职的青岛销售管理团队，加速深化对青岛产品、策略及管理流程的梳理。一季度，西部青岛产品销售 2454 辆，同比提升 61%，有效促进了解放在西部地区的双基地产品均衡发展。同时，西部还成立了 5 个万辆冲锋团，在西部进行广泛的排序评比，形成了“比、学、赶、拼”的工作氛围，为西部 2019 年营销目标的全面

达成提供了有力支撑。

一汽解放汽车销售有限公司副总经理兼西部营销部部长李玉峰谈道：“在接下来的几个季度，西部将秉承年初既定策略，并根据市场变化持续优化，继续以客户为中心、以目标为导向、以满意为标准，围绕营销创新，聚焦两个突破（载货 8×4 轻量化产品及自卸市场的突破）、3 个提升（打造千辆级、500 辆级、B 级服务商网络能力的提升），3 个第一（2019 年奋力实现甘肃争一，云南、贵州再创第一的目标）和 3 个万辆（青岛产品、西北 5 省、川渝核心区域冲万辆），紧抓新机遇，打造新的增长点，力争实现 2019 年销量突破 3 万辆目标。” 商用车



伊顿：新技术助力新能源

■ 本报记者 刘一乐

中国是世界上最具潜力的汽车市场，上海国际车展是行业标杆平台，动力管理领域全球著名零部件供应商，当然不会缺席。

4月17日，伊顿车辆集团2019上海车展新闻发布会举行。《商用汽车新闻》记者从发布会现场了解到，伊顿将在国内生产电动车相关产品，并有进一步扩张的计划。

将车辆电气化(eMobility)事业部的技术引入中国，以帮助整车制造商应对日益增长的电动车需求，这是伊顿公司的重要一步。

“伊顿车辆集团的战略有三大支柱，即创造动力、传递动力和优化动力。伊顿车辆电气化事业部的成立，将为不同类型的客户，从内燃机以及新能源、替代能源的车辆提供动力。”伊顿车辆集团总裁方杰安表示，伊顿的工作是通过创新解决方案，安全、可靠、高效的方式，帮助客户进行多种不同动力的管理，包括电力、液压、机械动力等。

“伊顿对汽车客户独特需求的理解以及在中国和其他地区配套混合动力和电动车的经验，使我们相比较于中国电动车市场上的其他供应商具有明显优势。”伊顿车辆集团车辆电气化业务总裁杰夫·罗文格认为，“中国已经是全球最大的电动车市场，由于政府补贴、更严格的排放标准以及新能源车的销售政策，销量还在持续增长，所有这些举措都有助于减少环境污染。伊顿很荣幸能为中国迅猛发展的新能源车市场提供我们车辆电气化的技术。”

随着中国营商环境的改善和市场发展，中国市场已在伊顿占据约20亿



伊顿 eMobility 展台



伊顿 EV 逆变器

布，将从2019年起，为广西玉柴机器股份有限公司的国六发动机提供发动机缸内减压制动系统。

据悉，该发动机制动系统将在伊顿车辆集团中国济宁工厂组装，它能提高发动机运行范围内的制动功率，而且结构紧凑，便于集成到空间受限发动机中。

“我们非常高兴能为玉柴提供先进的发动机制动技术，”伊顿车辆集团和车辆电气化业务副总裁兼中国区总经理杨博说，“作为中国发动机技术的领导者，玉柴致力于可持续交通的目标，伊顿可以帮助玉柴实现这个目标。”

杨博还透露，伊顿在OEM燃料排放挑战方面拥有将近25年的经验，每年全球生产超过2000万只燃油排放阀门，并在全球包括10个设计和生产制造基地。伊顿经受住北美最严苛的排放市场的考验。目前，伊顿的无锡工厂已经本地化，随时做好迎接国六排放的准备。

美元的营业额，伊顿将致力于本土化进程，进行当地化的研发以及生产。方杰安透露，伊顿在中国已经共布局有29个生产制造基地，另外有5个技术研发中心，为客户提供应用的支持以及创新技术的开发。

同天，伊顿公司还宣

企业直通车

陕汽重卡：东北振兴营销规划启动

本报讯 4月19日，陕汽重卡东北振兴启动会暨营销专题会在“工业之都”辽宁沈阳盛大举行。陕重汽销售公司有关负责人及东北区域骨干经销商参加此次会议。会议由陕重汽销售公司副总经理张文博主持。

近3年，东北三省重卡年均销量约4.5万辆，全国销量占比5.1%。而陕汽在这一区域年均销售约5000余辆，市场份额仅11%，市场竞争力亟待快速提升。

为快速增强东北三省整体竞争力，有效落地东北振兴营销规划，陕重汽专项成立东北振兴项目组，

旨在统筹规划东北三省营销布局，针对性实现资源利用最大化、产品开发最优化，充分发挥金融体系及服务体系立体优势，快速突破东北市场。

会上，首先由陕重汽销售公司轿运车项目经理王方泰作《东北振兴营销策略报告》，对东北区域市场现状、营销策略分析、推进计划作了详细阐述，为未来东北三省营销工作明晰了方向，也为渠道合作伙伴注入了合作共赢的强心剂。

针对陕汽全系载货车在东北市场如何更好地上量，陕重汽载货车项目组

经理汪翔作了全方位的分析营销策略解读，针对与竞品强对标的冷藏车系列产品，作了进一步的优劣势分析和对比，为东北渠道合作伙伴明确了销售思路和举措。

接下来，陕重汽销售公司辽宁区域总经理刘学利、陕重汽销售公司黑龙江区域总经理李明、陕重汽销售公司吉林区域总经理郝大永，分别对各区域存在问题及不足、区域提升举措以及二季度目标如何完成的思路作了详细汇报。

随着国家推进东北振兴的步伐加快，陕汽在东北区域更需要发力，在竞

争激烈的市场发展中赢得主动。在会上，针对决胜二季度、落地东北振兴各项措施、共同开创东北营销新局面，陕汽三省合作渠道从竞品、金融、服务、头部客户等方面进行了沟通与交流，并提出相应建议和意见。与会领导对渠道提出的系列问题作了详细的解答。

最后，陕重汽副总经理兼销售公司总经理周银朝强调了东北振兴营销规划的战略意义、关键指标和工作方向。他要求各职能部门尽快落实渠道提出的好建议，及时出台相应的政策和策略。 商 车

联合卡车如何实现“优PLUS”

■ 本报记者 董锐

初识联合卡车那一年，我们都很年轻。年轻自然有年轻的样子，青涩却对未来有美好的憧憬；年轻也要有年轻的态度，勇敢以及有“初生牛犊不怕虎”的拼劲儿。

年轻的联合卡车就这样从U340开始，用心、努力为用户制造好产品，在重卡市场闯出了自己的名号。

经过10年，与其说《商用汽车新闻》记者见证了联合卡车产品从“U”到“U+”，不如说见证的是联合卡车从“优”到“优+”。

4月21日，“高端重卡·重装出发”，首批中集联合卡车U+车型下线暨交车仪式在芜湖拉开序幕。集瑞联合重工有限公司常务副总经理常绍民、玉柴联合动力股份有限公司总经理梁和平、集瑞联合重工有限公司常务副总经理兼营销公司总经理涂小岳等企业领导与在场嘉宾，共同见证了中集联合卡车新一代产品U+车型正式下线。

不忘初心 用产品说话

联合卡车从2016年底开始计划研发U+产品，历经两年多时间，产品下线。不盲从、夯实基础、稳中求进，这样的联合卡车务实、踏实。

2019年初，业界对联合卡车未来发展方向诸多揣测。在此关键节点，中集联合卡车用全新一代产品回复了所有声音，以全新姿态重生。

集瑞联合重工有限公司总经理助理陈刚群告诉《商用汽车新闻》记者，“产品研发之初，我们已经积累了大量用户对U系列产品反馈意见和建议。基于联合卡车综合情况及产品市场表现，研发U+的初衷，是提升原有产品品质，突出安全性，提高燃油经济性，创造更大的全生命周期运营收益。说到底，我们所有的投入都是为用户



U+卡车

造车，而不是单为迎合市场而改变。”

集瑞联合重工有限公司总经理助理兼营销公司常务副总经理胡良够在致辞中表示，“中集联合卡车一直以用户需求为中心，不断追求车辆的全生命周期运营收益最大化。以市场为导向，从产品外观、舒适、智能、安全等多方面综合考量，精心打磨全新产品中集联合卡车U+车型，为广大用户提供更加高端、安全、智能、稳定的运输工具。”

精雕细琢 保驾用户致富路

已逐渐成为主流的年轻卡车用户对产品的关注点，从性价比向安全、舒适、外观、智能等多方面扩散。

本次下线的中集联合卡车U+车型，针对用户集中关注点，集轻量化、高顶低地、超宽双层卧铺、多存储空间、轿车化内饰等多种行业主流元素于一身，全方位满足用户需求。在外观上，U+在U系车型家族化基因

的基础上进行了重新设计升级，风格更加犀利，整体设计层次更加丰富、立体。硬朗刚劲，外观时尚帅气，更趋向于年轻人的喜好。

提供贴心周到的服务，是品牌发展的重要方向。中集联合卡车也将继续强化畅快体验的服务理念，在完善服务保障网络、成立远程技术支持小组的同时，继续推进“限时服务”等服务策略，保障卡友用车，提升用车体验，为卡友们的“致富之路”保驾护航。

广州市广丰混凝土有限公司自2010年引入中集联合卡车后，便成为中集联合卡车的忠诚伙伴，至今已有逾百辆中集联合卡车在运营。此次，更是成为了首辆中集联合卡车U+车型的拥有者。企业代表冯伟坚从常绍民手中接过象征财富的“金钥匙”，标志着中集联合卡车U+车型首次交车仪式的圆满成功，也预示着中集联合卡车将在高端重卡领域迈出新的步伐。

据了解，中集联合卡

车U+车型在研发时，不仅延续了U系笼式车身结构，坚持对车辆进行了“三高”（高寒、高温、高原）试验、可靠性试验、性能试验、台架试验等多重苛刻试验，以确保车辆品质。同时，中集联合卡车U+车型除了智能辅助系统，还应用了人工智能的人脸识别技术、AI算法和大数据等先进科技，搭载联合通G7系统，对车辆运营实时记录预警，让车队实现更加轻松快捷的智能化管

理。优质产品要匹配优质服务。联合卡车追求服务差异化与独特性，根据企业发展市场具体情况，早在2015年就已进行品牌服务整体升级，提出“畅快体验”服务理念，信息沟通要畅通无阻，服务效率保证及时高效。2017年，提出“限时服务”策略。

U+剑已磨好 再看联卡今朝

时间是把双刃剑，在发展的路上，磨炼与驱动永远

并驾齐驱。

加满油就出发，坚持制造好车是联合卡车不变的初衷。2019年3月，联合卡车领导班子组织机构进行大调整，这一理念仍然不变。

常绍民表示：“今年的重要决策是聚焦。首先，聚焦销售渠道，整合直通8个大区与3个省区，保证信息及时、迅速传递到联合卡车。其次，聚焦战略客户，深入走到客户终端。希望将视觉、安全、智能等方面优化升级后的产品交给用户来检验。第三，联合卡车将紧抓市场机遇。国三车辆的加速淘汰、燃气车辆的国六升级，还有大量基建工程带动的自卸车、搅拌车等重型工程车辆的销量增加，将是今年重卡销量的市场保障。联合卡车必将努力开拓市场、抓住机遇，将工作重心聚焦在产品力、渠道建设、服务体系以及营销策略等方面。”

胡良够说：“3月份公司调整组织架构之后，可以看出集团对营销公司业务的重视和支持。在新领导班子的带领下，通过U+卡车的系列产品上市，同时向外界传达我们依旧秉承着制造高端产品、提供优质服务的经营理念。以此为新起点，后面会有更全面布局、更体系化管理、更切合企业发展现状制度和体系的调整。也为后面联合卡车一段时间的发展奠定了坚实基础。”

10年前，联合卡车的“诞生”，让卡车界为之瞬间“紧张”，它的强大后台给了这位卡车新星有力的支撑，把flag立在世界主流重卡圈。

10年中，它努力、再努力，只为做更好的产品。成长的路上没有磕绊又何谈进步？谁不是跌跌撞撞才知前进的方向。

10年后，就用U+来检阅联合卡车的今天，期待2019年U+的市场表现。

东风商用车用户的告白

■ 本报记者 王宣

中国卡友最注重车辆的什么品质?

可靠性!

对于这点,最懂中国卡友的东风商用车最清楚不过。

不信你看,4月20日,一场名为“一切源于可靠”的东风商用车新一代中重卡客户分享会刚刚落幕。活动现场,来自不同地域、运输要求千差万别的多家客户代表,分享了他们对东风商用车的看法,关键词就是“可靠”。

可靠的产品赢得客户

从事300~500公里中短途运输的杭州物流客户桂先生表示,2016年企业刚成立,就选择了东风商用车。从一开始引入第一辆东风天龙到如今已有40辆车,东风商用车伴着这家新物流企业逐渐成长。“两年,东风天龙从来都没有出过任何问题,时间是检验产品品质的最好方法,这是东风商用车可靠性的最好证明。”

虽然从事的行业不同,运输的货物也不一样,但东风商用车的可靠性是一致的。

辽宁危化物流客户赵女士介绍,今年1月,东风天龙KL上市,她们成了首批“吃螃蟹”的企业。之所以敢第一个“吃螃蟹”,一方面是基于以往合作的信赖和可靠性;另一方面东风天龙KL采用全新低风阻设计,在轻量化设计方面,比同类型重卡产品轻200kg,载货量提高0.6%,经济又高效。

基于东风可靠的品质,一家上海冷链企业、一家杭州物流企业以及一家宁波物流企业再次购入东风车,并在现场与东风商用车有限公司副总经理金谋志进行了签约仪式,共计签单125辆。东风汽车集团有限公司新闻发言人、党委工作部副部长秦捷也代表东风在现场向两位客户交付了新车,来自浙江与慈溪的两家企业,分别订购了100辆东风天龙KL、20辆东风天锦KR。



东风天龙 KL

东风商用车有限公司副总经理蒋学锋表示,2019年,东风商用车将持续提升竞争力,推动竞争力评价体系建设;健全可靠性保障体系,完善工程车、电动车、自动驾驶系统的开发体系;确保国六动力总成的落地,进一步强化应用开发。

可靠的服务留住客户

与东风商用车在现场签约的上海冷链客户李先生向《商用汽车新闻》记者分享了企业再次购入东风车辆的心路历程。

这家企业同东风的合作,可用“始于品牌、陷于产品、忠于服务”来完美总结。

李先生表示,企业从事生物医疗药品运输,产品价值含量高且运输条件严苛,对车辆要求极高,用于运输的车辆若出现故障,会给企业带来巨额损失。因此,企业对运输车辆的可靠性、服务的及时性最为看重。

“我们在选择车辆时慎之又慎,东风商用车以其高质量的车辆水平以及专业的服务品质,赢得了我们的信赖。”李先生表示,“东风人非常可靠,也非常专业,充分了解企业需求,为企业进行定制化服务。”

李先生说,东风商用车用实际服务彻底扭转了他之前对于传统国企的固有看法,东风人专业、高效,无论何时何地,都在为客户着想。

在分享中,李先生特地提到了东风商用车的车联网系统,称赞东风的车联网系统真正为企业的经营管理降本增效,在企业总部即可关注到在外所有车辆运行情况。

事实上,东风商用车的车联网系统已经走在了业内前列。

年初,在新一代中重卡上市的同时,东风商用车也宣布了今年将发布行业首个完好率中心。对此,东风商用车有限公司副总经理司徒在现场作了进一步阐释:“我们将推出一系列新的服务来提高我们车辆的完好率。我们将在车辆上引入车联网作为标配,以便能够追踪和监控我们生产的每一辆车。同时,将在十堰建设国内第一个完好率中心,由经验丰富的工作人员负责监控每一辆配装我们车联网解决方案的东风汽车。”

“这将带给我们客户最先进的完好率体验,甚至使我们领先国外企业。”司徒说。

司徒说。

可靠的领先带来顶级盈利

对物流公司而言,车辆的选择,决定了现在的收益和未来的发展。特别是当“物流公司”这4个字之前加上“跨国”、“冷链”这样的定语之后,这句话显得愈加绝对。

在现场同东风商用车完成新车交付仪式,浙江物流企业是一家国际冷链物流公司,主要从事从上海和成都发往越南的冷链运输。去程从国内出发运送电子零部件,恒温在21℃,回程则

运输进口水果,保持在0℃~2℃之间。

浙江物流客户陶先生直言,由于货物运输条件的严格限制,他们最看重的就是车辆的可靠性。最初选择车辆的时候,他们目标是国外品牌,但基于国外车辆品牌价格过高,且售后存在一定的风险性,最终,还是将目光投放至国内商用车企业。经过一番综合评定,最终选择了东风天龙。

“公司最初采购的一批东风天龙,现在已经跑了30万公里,这几年下来,可靠性非常好,质量方面绝对放心。”陶先生语气中处处透着对东风商用车的信任。

而刚刚交付的100辆东风天龙KL,在这位企业代表眼中已经成为了“明星车”。其节油性、舒适性、安全性保持了东风一贯的高水准,价格相比东风天龙旗舰KX又更为实惠。

“虽然还在磨合期,但东风天龙上新时公司采购的2辆东风天龙KL,百公里油耗已低至31L,未来还有机会跑出更低的油耗。”对于东风天龙KL对浙江物流企业收益提高的助力,陶先生十分看好。

据资料显示,3月,东风商用车销售中重卡共计24005辆,环比增长135%,同比增长16%。

稳稳跑赢大市,东风50年不懈追求,终以可靠而领先。



分享会现场

万事俱备只待福田&采埃孚 (上)

■ 本报记者 余春瑜

4月18日，2019上海国际车展正如火如荼举行。就在离上海仅一个多小时车程的浙江嘉兴，发生了一件更值得行业关注的大事。

2019年4月18日，采埃孚商用车变速器中国发布暨采埃孚与福田合资工厂投产下线仪式在嘉兴经济技术开发区举行。

两年前（2017年9月2日），两个世界级商用车巨头——福田汽车与采埃孚打造的高端变速器项目，在浙江嘉兴经济技术开发区举行奠基暨开工典礼。

两年后，项目就完成了SOP，实现了最新一代自动挡重型变速器传胜（Tra Xon）和轻型手动挡变速器Ecolite 5S正式投产下线。

福田 & 采埃孚合资公司的投产，对于福田汽车和采埃孚意味着什么，对于行业又意味着什么？且看《商用车新闻》的报道。

高举高打 十足诚意

活动可谓是高规格，两个股东方的最高领导均亲临现场，包括采埃孚首席执行官沃夫瀚宁·施艾德（Wolf-Henning Scheider），北汽集团党委书记、董事长徐和谊。嘉兴市委书记、市长也到场祝贺，彰显了嘉兴政府对于这个项目的大力支持。

此次投产下线的是采埃孚与福田的两家合资工厂，均生产商用车变速器。其中一家合资企业——采埃孚福田自动变速器公司，致力于为重型商用车提供变速器，采埃孚股比占到51%，福田为49%。公司的主要目标，是在中国生产并销售传胜（Tra Xon）商用车自动变速器系统。另一家合资公司——福田采埃孚轻型自动变速器公司，主要面向中国轻型商用车市场提供变速器，其中福田股比为60%，采埃孚则持有40%的股份。两家合资公司将均对公司运营全权负责，而第三方销售和工程应用，将通过另一个



Tra Xon 中文商标名传胜正式发布，意为“传动天下，胜效在技”

独立的采埃孚机构进行。

产能规划上，第一期，两家合资工厂到2020年，共计实现31万台套产能；第二期，2025年实现55万台套产能，完全覆盖轻型、中型和重型商用车市场需求。届时，它将成为采埃孚商用车变速器全球最大的生产基地之一。

据介绍，合资公司将引进采埃孚全新生产线，严格执行采埃孚生产制造标准和流程，提供同步欧洲市场高质量水平的变速器产品，满足未来中国市场巨大的中高端需求。

传胜（Tra Xon）就是其中的代表产品。这款3年前刚在欧洲上市的产品，如今引进到中国实现本土化生产，足以说明采埃孚的诚意。作为采埃孚第四代重型AMT自动挡变速器，也是最新一代自动挡重型变速器，传胜（Tra Xon）引进中国，将给中国商用车市场带来巨大的变化，快速引领中国商用车市场走向自动挡变速器的道路，同步欧美市场。

从名字就可以看出，“传胜”所承担的股东双方的期望，这是采埃孚首次发布 Tra Xon 中文商标名。传胜，意为“传动天下，胜效在技”，秉承采

埃孚高品质特性，在中国市场扎根生长，为中国用户带来国际化产品的价值体验。

高端品质 主流市场

传胜（Tra Xon）变速器最大的特点，就是轻、强、智能化、模块化，拥有全新设计的变速器本体以及模块化的理念，采用当今世界最新材料、工艺和计算机技术，可提供覆盖多种应用的多功能解决方案。它同时集成了很多特点：传动效率高，达到99.7%；扭矩更大，但功率却没有因此而下降；挡位范围更宽，但噪声却得到降低；可靠性更好，B10寿命

超过160万公里。在应用方面，它不仅可以和干式离合器匹配，也可以和混合动力模块、双离合模块以及变速器离合器匹配，还能与发动机驱动的取力器一起使用。此外，采埃孚为全新的变速器研发了革命性的 Pre Vision GPS 换挡策略，基于GPS连接以及导航数据界面，实现预见性驾驶，从而十分节能。

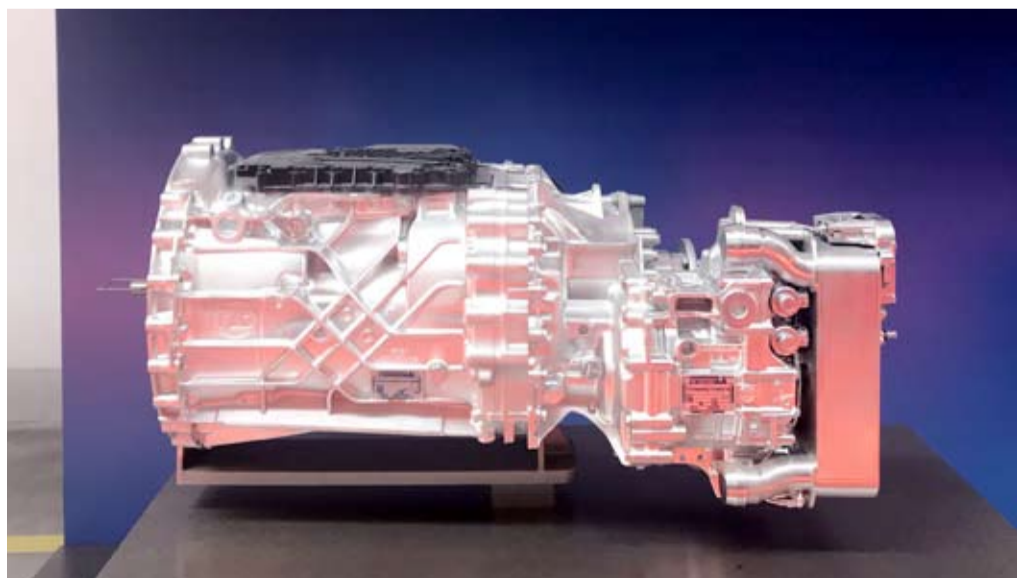
这款创新型变速器，早在两年前就配装在欧曼超级卡车EST上。如今本地化生产，将有助于欧曼重卡实现为客户提供具有高端技术标准且更亲民定价的产品，满

足用户需求。同样，随着轻型变速器的投产，也将进一步提升欧马可和奥铃的性价比，加速轻卡自动挡时代的到来。

而这正是福田和采埃孚所期望的：全力打造面向全国商用车客户的优质变速器产品，强势进入中国商用车主流市场。这就意味着，合资公司并不是封闭的，而是以开放的姿态为中国商用车客户服务，力争2020年实现主流市场的全面导入，2025年实现中国主流市场的领先。

机会在于中国物流模式的深刻变化带来车辆需求的变化，中国商用车市场需求快速升级，低端比重快速下降，中高端比重快速上升；与此同时，受消费升级以及汽车“新四化”的影响，用户对于变速器产品质量和性能提出更高的要求，包括智能化、安全、舒适等。由此对于AMT自动变速器的需求迅猛增长，预计2020年以后，中端产品将成为市场主流，高端需求也将在2025年以后进入快速成长期。

福田和采埃孚自然不会错过这个窗口期。合资公司定位就是中高端变速器的供应商，并且成为自动变速器的领先者，通过着眼于国际技术标准+中端价格定位，发挥采埃孚在全球动力传动系统领域的技术优势，实现中端主流商用车市场的突破。



传胜（Tra Xon）12挡重型AMT自动挡变速器

万事俱备只待福田&采埃孚(下)

■ 本报记者 余春瑜

2019年4月18日,采埃孚商用车变速箱中国发布暨采埃孚与福田合资工厂投产下线仪式在嘉兴经济技术开发区举行。

这是采埃孚商用车变速器在中国的首个合资项目,这也是福田汽车继整车、发动机合资后,在动力传动系统最关键的一环——变速器上的合资项目。

对于福田汽车而言,这次合资工厂成功落成并投产,将让福田在变速器这一个核心部件上掌握了相应的技术和生产能力,为福田汽车补上了总成配套的最后一块“拼图”。

通过合资建厂生产变速器,福田将逐步减少外购核心零部件的采购数量,通过差异化提升产品的市场竞争力,有望大幅度提升福田的盈利能力和利润规模。

对于行业而言,福田与采埃孚合资建厂,也将推动中国商用车行业加快进入AMT自动挡变速器时代,驱动行业换挡升级。与此同时,行业竞争格局也有望改写和改变,AMT自动挡变速器的竞争将更趋激烈。

福田汽车 提挡加速

股东双方的领导对于该项目均寄予厚望。

北汽集团党委书记、董事长徐和谊表示,“此次合作,双方将吸收消化采埃孚在传动系统方面的技术和专长,遵照采埃孚生产制造的标准和流程,建成模块化、标准化的生产平台,联手打造面向全球高端市场的先进智能高效变速器产品,引领中国商用车行业市场和产业升级。”

采埃孚首席执行官沃夫瀚宁·施艾德(Wolf-Henning Scheider)这样说道,“能与福田成为合资伙伴,我深感振奋。双方合作关系可以追溯到2008年,采埃孚此前一直为福田提供创新的产品。一直以来,采埃孚不断寻求在传动系统技术方面与福田



传胜(Tra Xon)和轻型手动挡变速器Ecolite 5S正式投产下线

进一步深化合作的机会,长期的耕耘,成就了今天这家工厂的落成,并将其作为合资企业的一部分。”

“栽下梧桐树,引来金凤凰”。事实上,作为欧曼超级重卡的主配变速器之一,福田汽车打造的超级动力链,采埃孚就是其中的一员;在欧马可超链版、奥铃CTS超越版产品上,搭载的正是采埃孚变速器。此前深度合作的基础,加之福田汽车在中国商用车市场所处的领导地位以及规模优势,使得双方合作顺理成章。

而且有一个因素不容忽视:那就是福田汽车对于中国商用车市场的深刻理解,对于物流升级和用户需求的敏锐洞察,使得合资公司定位清晰、目标明确——进入中高端主流商用车市场。

以用户为中心、以市场需求为导向,随着产业升级,中高端市场需求成为主流,福田提前布子,将助力其市场份额保持行业第一。项目投产后,福田将拥有重、中、轻全系列变速器产品布局,尤其是在AMT自动挡变速器领域,无论是已经投产的传胜(Tra Xon)AMT,亦或是未来将引进生产的6AS AMT,都将提升福田汽车的

产品竞争力,在未来市场竞争中占据有利地位。

行业竞争 换挡升级

对于行业而言,采埃孚技术的首次国产化,将以同步世界的先进技术驱动中国商用车行业产业升级。

正如采埃孚首席执行官沃夫瀚宁·施艾德所言,在中国车市,越来越多的重型商用车辆配装了自动变速器系统,这已经成为未来发展的趋势。

在接受《商用汽车新闻》

记者采访时,福田汽车副总经理、采埃孚 & 福田合资公司董事长吴越俊表示,3~5年,中国重卡80%都将配装自动变速器。

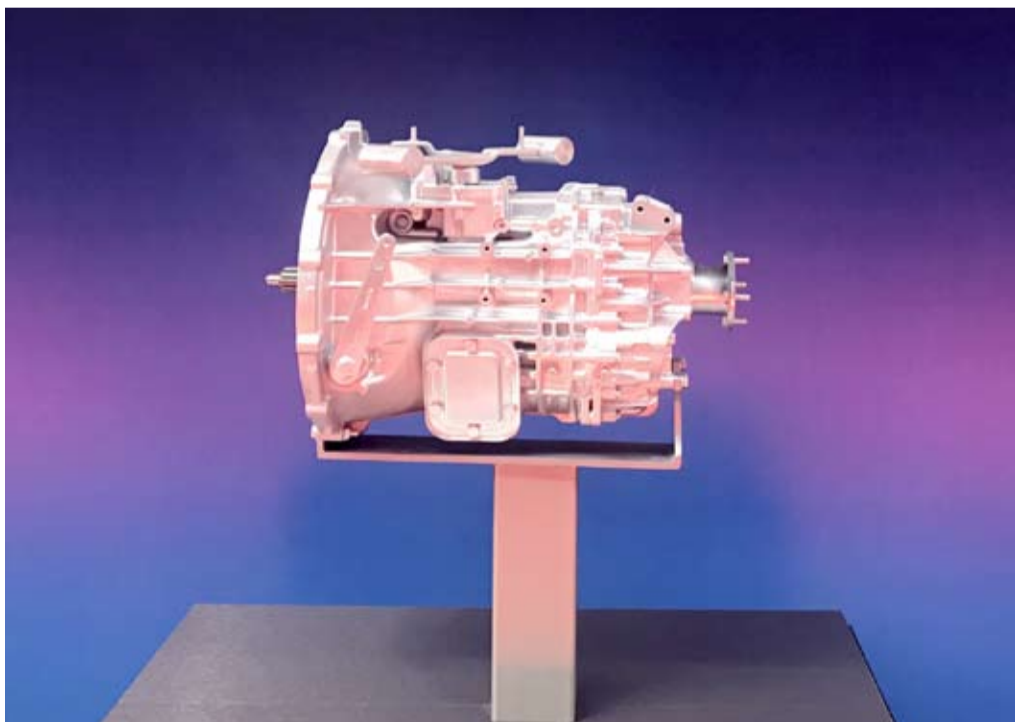
这是基于物流行业及客户需求变化而作出的判断:未来,物流行业将朝着组织化、专业化的方向发展,高效、智能、增值服务,将成为未来物流行业降本增效的战略方向。组织客户将成为卡车行业的绝对主力,对于车辆TCO成本需求成为核心关

注点,对安全与舒适的需求逐步提升。未来,中国卡车产品向高功率、大扭矩升级趋势明显,中重卡变速器由MT向AMT转化趋势明显。

福田与采埃孚的合资项目,无疑顺应了这一发展趋势,产品具有大扭矩、轻量化、智能化的特点,将为用户提供最佳的TCO,带来更加卓越的使用体验。活动当天,合资公司还与赢彻科技举行了首批客户TCO保障协议签约仪式。

值得注意的是,不仅是AMT,缓速器Intarder也在合资公司的规划之中,SOP时间为2020年7月。在中国重卡市场,缓速器正逐渐被用户认知和认可,福田和采埃孚此举瞄准了未来缓速器的市场应用前景。

随着后续产品国产化率的提升,未来,合资公司的成本竞争力、服务和供货能力都将大幅提高,届时,将推动中国卡车行业朝着自动变速器时代加速迈进。与此同时,竞争更加激烈,将促使更多的整车企业采用自动变速器产品,提升用户体验。而用户也将在企业间的竞争中享受到价格更优、品质更高的产品。



采埃孚5挡轻型手动变速器