

服贸会上 小试牛刀 自动驾驶汽车 冲刺北京冬奥会

中青报 中青网记者 程鸿鹤

随着车门自动缓缓打开,李跃迫不及待地上了一辆蓝灰相间的巴士。与一般车辆不同的是,这辆巴士没有方向盘、油门踏板,也没有驾驶员,只需要通过一键式按钮开启无人驾驶模式,它便可以熟练地自动启停、避开障碍物。

这是我第一次体验无人驾驶。我原本以为,自动驾驶只能实现自动泊车等辅助驾驶功能,没想到,如今的自动驾驶技术已经这么高级。李跃说。

在不久前举办的2020中国国际服务贸易交易会(以下简称服贸会)期间,一场特殊的体验吸引了不少与会者的目光。

在国家体育馆东侧天辰东路约400米长的封闭道路上,6辆无人驾驶汽车正在复循环行驶。车队由3辆无人驾驶微循环巴士和3辆无人驾驶共享轿车组成。通过车身上搭载的不同传感器,无人驾驶汽车实现了自主路径规划、自动避障、自主驾驶等多项L4级无人驾驶功能。

据悉,这项体验项目由北京市科学技术委员会统筹协调,清华大学车辆与运载学院杨殿阁教授团队牵头,凝聚了北京市科技计划、科技冬奥重点专项核心技术及亮点成果,联合北京市科技计划课题主要承担单位北京百度网讯科技有限公司、北京智行者科技有限公司、驭势科技(北京)有限公司、北汽福田汽车股份有限公司等单位共同推进。

项目负责人杨殿阁教授也在现场当起了志愿者,为前来体验的参观者讲解起了自动驾驶的知识。

本次展示的最大亮点是全程无人接管的高级别无人驾驶技术,其中,从计算平台、高精定位、全息感知、自主决策到车辆控制等无人驾驶核心技术均由自主研发。杨殿阁表示,这也是面向冬奥会服务的L4级智能汽车运行的一次成果展示和成功预演。



①作为本次服贸会人工智能板块的亮点之一,无人驾驶体验项目重点推出了6辆无人驾驶汽车,全面展示了我国自动驾驶技术的最新进展。
②在服贸会现场,观众正排队上车体验无人驾驶巴士。
③在首钢园区,包括智能共享轿车小鹏G3在内的7种车型将实现L4级自动驾驶示范应用。这些成果将满足园区冬奥会期间的日常运营需求。

这是一次必须万无一失的展示

本届服贸会,是新冠肺炎疫情暴发以来,中国在线下举办的第一场,也是全球第一场重大国际经贸活动。在全球范围疫情尚未得到全面控制的背景下召开如此高规格的会议,彰显了中国经济的活力、潜力和对世界经济的助推力。

作为前沿科技的代表,无人驾驶技术不仅能够展现中国最新的科技实力,由无人驾驶汽车拓展出的众多创新举措,也能满足未来贸易中物资、设备、人员的运输与出行需求。

本届服贸会的重要性不言而喻。在如此重要的场合,无人驾驶体验项目必须

要在安全性上确保万无一失。杨殿阁说。

毫无疑问的是,面对高级别无人驾驶所带来的技术难度以及实际道路上可能遭遇的突发情况,要做到万无一失并不容易。

例如,受到疫情的影响,此次无人驾驶项目从立项到服贸会的召开间隔3个月,无人驾驶车真正进入现场道路调试的时间只有两周。对于超过百人的项目团队而言,挑战可以用艰巨来形容。

为了确保无人驾驶的安全性,我们在现场体验的环境、技术研发以及设备调试上采取了一系列措施。有时候,工程师凌晨3点还守在现场,完成各项测试。清华大学车辆与运载学院杨殿阁教授团队博士后杨蒙蒙直言,尽管加班加点成为常态,但在多家单位共同协作下,确保了



此次体验项目的顺利进行。

好在大家的努力并没有白费。在为期6天的展示中,前来打卡无人驾驶汽车项目的观众超过了1000人。除了上车亲身体验一次无人驾驶外,不少观众还故意站在车前,考验车辆的安全性能。最终,6辆无人驾驶车交出了0故障的成绩单,展现了中国自动驾驶研发的前沿成果。

在无人驾驶体验项目中,一位年近7旬、坐着轮椅的爷爷成为最特别的参与者。

在几位志愿者的护送下,爷爷坐上了无人驾驶微循环巴士。他说,如今,他年龄大了反应迟钝了,也没办法开车,希望无人驾驶能够早日到来,为千千万万像他一样的出行者提供更为安全、舒适的出行服务。

爷爷的这番话一下子戳中了我的

心。杨蒙蒙回忆说,当时自己突然意识到,无人驾驶技术不仅是一份研发工作,更是一种沉甸甸的使命感。科技带来美好生活,帮助更多人实现自由行动。这既是我们的信念,也是我们的行动。

官方剧透来了,科技冬奥专项的哪些应用最让人期待

9月22日,北京奥林匹克公园玲珑塔的大屏幕成了各大媒体的聚焦点。2022年冬奥会倒计时500天的数字出现在了这里。

随着北京冬奥会的临近,各项准备情况也被社会所关注。与积极备战的运动员一样,杨殿阁教授的团队也正为了市科委冬奥会项目紧锣密鼓地准备中。

2018年8月,清华大学车辆与运载学院接受了北京市科委委托,组建校企政府联合技术团队,开发面向冬奥会服务的L4级智能汽车,并研究为首钢园区全天候多车型自动驾驶技术开发提供技术保障(以下简称科技冬奥专项)。

本课题主要研究L4级自动驾驶技术,并向冬奥会开发了7种车型智能汽车,研究满足L4级自动驾驶需求的智慧道路及基础设施的建设,并以冬奥会为目标开展示范应用验证。杨殿阁介绍,这将是国内首次全面推动自动驾驶技术的产业化落地。

据了解,首钢园区是2022年北京冬奥会奥运委所在地,同时还有3个奥运训练中心和1个比赛场地。

到2021年3月,首钢奥运园区将实现园区社会公开道路、园区内部道路全覆盖的全天候多车型L4级无人自动驾驶典型功能示范。车型主要包括:无人客车、无人清扫车、无人物流车、无人MINI客车、无人MINI清扫车、无人MINI物流配送车、智能共享轿车等7类无人驾驶车型,相关车辆将由清华、福田、智行者、百度等单位联合研发,北汽和小鹏汽车等通过协作方式为示范提供车辆平台。

年初的疫情为项目的开发带来许多

困难,但如今,相关工作正加班加点进行,部分车型在园区内已经实现了无人驾驶。杨殿阁透露,2021年,科技冬奥专项将进入正式的室外运行阶段,并将于2022年冬奥会实现示范运行。

值得一提的是,此次服贸会上的无人驾驶体验项目,也是科技冬奥专项成果的首次对外集中亮相。

杨殿阁表示,课题组正在加快科技攻关,加快无人驾驶技术成果的技术转化应用和市场商业化,争取在2022年冬奥会期间为公众提供更大范围的出行服务。

北京冬奥会上的无人驾驶展示令人期待,而在这背后,自动驾驶正以出乎意料的速度进入人们的生活。

在新冠肺炎疫情的防控工作中,从无人驾驶消毒车,到实现零接触配送的无人驾驶配送车,从无人清扫车,到投入春耕生产的无人驾驶拖拉机,自动驾驶技术在出行、医疗、物流、环卫等多个场景实现应用,提供了安全、高效的示范。

与此同时,搭载了不同程度智能驾驶功能的乘用车正逐步投入市场,成为不少车企的核心竞争力之一。

例如,小鹏P7搭载的XPiLOT 3.0自动驾驶辅助系统成为国内首个搭载英伟达Xavier计算平台的自动驾驶量产方案,该平台可实现每秒30万次运算,带来如高速自主导航驾驶、停车场记忆泊车等多种高级别自动驾驶辅助功能。

值得一提的是,除了单车智能,可以实现车路协同,发挥网联作用的自动驾驶示范区的建设也在持续推进。

9月19日,北京经济技术开发区举行北京市高级别自动驾驶示范区发布会。会议宣布,在今年年底前,全球首个网联云控式高级别自动驾驶示范区将在北京经开区正式建成。

据悉,示范区将以北京经济技术开发区全域为核心,在60多平方公里范围内开展建设。到2022年,它将完成智慧的路、聪明的车、实时的云、可靠的网和精确的图五大体系建设,实现一系列应用场景商业化落地和一批中间产品推广应用。

据杨殿阁分析,中国智能网联汽车所走的技术路线和国外有所不同。在国外,以谷歌为代表的自动驾驶研发是以单车智能为主,国内的智能网联汽车则强调将智慧的车和智慧的路相结合,实现车路协同,这就要求车应该具备联网能力。

中国智能汽车的发展路线和发展模式,更将为世界汽车产业的转型升级贡献中国智慧。杨殿阁如是说。

安世豪:在中国为中国 奥迪要再创一个黄金十年

中青报 中青网记者 张真齐

勒未来高端出行的样貌。

电动化和智能化双发力

近年来,以电动化为首的汽车行业新四化已蔚然成风,电动化成为每个品牌无法回避的话题。而对于此前并未涉及该细分领域的品牌来讲,这更像是一份迟到的市场红利。

在去年上海国际车展期间,奥迪电动车战略的排头兵——奥迪e-tron正式进入中国市场。这标志着在中国豪华汽车市场领跑31年的奥迪,开启大家转身一般的转型,全面进入电动化时代。

现在电动车市场份额还不非常小,只有5%左右,以后可能会达到50%甚至更多。这个市场快速增长的同时,奥迪也希望能够跟着电动车市场一起共同成长。安世豪表示,奥迪将加速在电动化市场的布局,展示了奥迪推动电动化战略的决心。

9月22日,奥迪e-tron国产版正式下线,成为奥迪品牌实现国产化的第七个车系产品。它将在9月26日开幕的北京车展上亮相发布。据透露,奥迪e-tron国产版定位中大型纯电动SUV,新车在外观造型和内饰设计上同海外版没有发生太大变化,并搭载97kWh电池组,纯电续航里程为465km。

随着奥迪e-tron国产版的推出,奥迪将进一步推动电动化产品战略,与此同时,e-tron这个标识也将成为奥迪在电动化领域的一个重要代表。安世豪说,未来我们还会给中国市场带来越来越好的电动车产品,比如奥迪e-tron Sportback和奥迪e-tron GT,我们会逐渐让消费者爱上奥迪的电动车。



①长期以来,奥迪都非常看好中国汽车市场的巨大潜力,并坚持在华践行本土化发展策略。在2020年北京国际车展即将开幕之际,奥迪中国总裁安世豪再次强调,随着中国车市的回暖,自己更加看好奥迪在中国的发展前景。
②9月22日,奥迪e-tron国产版正式下线,成为奥迪品牌实现国产化的第七个车系产品。它将在9月26日开幕的北京车展上亮相发布。

值得注意的是,与一些车企将汽车新四化的每个部分分割,分别独立发展不同,奥迪则是将新四化的各个部分串联了起来,以产品为载体,进行全面的探索 and 升级。

以e-tron品牌为例,在安世豪看来,这不仅代表了奥迪进军电动化的坚定意志,除了产品本身,它也代表了奥迪想要发展的技术方向。不管充电技术还是电池技术,以及如自动驾驶等未来重要议题,奥迪e-tron都是一个重要且合适的载体。安世豪说。

作为首家在无锡和北京两个城市获得自动驾驶测试牌照的车企,奥迪从不放弃在中国市场加速推进新四化的机会。

据了解,得益于高性能的三电系统,以及在电动化和智能化两端同时发力打下的良好基础,奥迪e-tron被选为合肥自动驾驶领域合作项目的专属试点车辆。

我们从中国市场汲取到了很多趋势和灵感,不管是5G技术、自动驾驶,还是电动化,这些趋势都会直接反映到我们新产品的的设计上。安世豪向记者直言,怎样才能更好地满足中国消费者的需求,是奥迪公司上下最关心的事情。

此外,安世豪还强调,奥迪在燃油车领域积攒多年的技术优势,也将尽可能地应用到电动化领域。

比如奥迪的quattro技术。在电动化

时代,我们的quattro技术也将变得更加电动化。安世豪坦言,希望奥迪电动车能为消费者带来驾驶的欲望,同时也能让消费者渴求奥迪的电动车。

努力倾听 中国声音

今年3月,奥迪品牌在中国累计销量率先突破600万辆,成为中国豪华车市场第一家取得这一瞩目成绩的汽车品牌。

600万辆的背后,是一对看似矛盾的关键词——全球统一标准与全价值链本土化。安世豪解读说,奥迪始终坚持这两条发展战略,并在变与不变之中寻找创新点。

在保证产品质量的前提下,我们秉承且一以贯之的就是在中国为中国战略。安世豪解释,中国是奥迪最大的市场,对于奥迪而言意义非凡。

作为曾经在一汽-大众奥迪任职多年的中国通,安世豪显然明白倾听中国声音的重要性。

在他看来,奥迪中国就像是连接中国市场与德国奥迪总部的一座桥梁和一个枢纽。

据介绍,奥迪中国会将中国消费者对于产品、服务和品牌方面的需求和意见第一时间反馈到德国,并将收集到的信息应用于相关车型的研发和政策制定中。这样的机制不仅能够紧跟市场发展的脉搏进行调整,也让它打造出了更懂中国的品牌形象。

在建立良好沟通反馈机制的同时,奥迪也通过人事调整继续深耕中国市场,今年6月,奥迪全球CEO杜思曼直接掌管中国业务。有分析认为,杜思曼的接手,意味着针对中国市场的决策将被更高效地执行。安世豪也表示,杜思曼将帮助奥迪在华更清晰明确的向前发展。

然而,读懂中国并不是奥迪的终极目标,在中国车市进入高速增长和疫情警报尚未完全解除的大背景下,如何与中国共同成长,才是安世豪最为关心的问题。

不可否认,疫情的出现,改变了很多用户的消费行为。安世豪坦言,如今很多人选择在线上看车购车,我们的合资伙伴一汽-大众不论是在销售层面,还是数字化服务层面,都做了很多非常优秀的工作,因此我们要向他们借鉴和学习。

安世豪认为,发展线上模式的趋势是会持续的,所以奥迪也会进一步推出线上服务,使得奥迪能够随时随地、每时每刻都能更好地服务消费者。

未来,奥迪将强化和梳理自身的产、服务、质量及营销架构,并继续加强与合资伙伴及经销商之间的关系,相信在大家的共同努力下,奥迪将在中国再创一个黄金十年。安世豪如是说。

中青报 中青网记者 许亚杰

车内5块屏幕怎么玩 天际ME7找到方法论

继中国李宁刷屏、大白兔奶糖走红后,售价超过20万元、以大屏颠覆人们对传统汽车印象的造车新势力产品正在成为一股令人瞩目的潮流。对于10年前的很多人而言,这大约是一件很难想象的事。

我们希望人们对美好生活的憧憬在出行的路上就可以轻松实现。在天际汽车

董事长、CEO张海亮看来,智能电动车为市场带来的颠覆性影响不只是车内的几块屏幕,而是不断进化的人机交互、不断拓展的用车场景以及不断升级的有车生活。

让他作出这番总结的,是天际汽车首款产品——天际ME7。9月19日,这款被张海亮定义为5+X智能电动SUV的新车在上海上市,共推出3款车型,提供530km、410km两个NEDC续航版本选择,新车补贴后售价21.88万-28.98万元。

事实上,售价超过20万元的高端汽车市场一直被认为是国际品牌和合资品牌的天下。过去,不少自主品牌与

国际品牌竞争落败的案例就发生在这个领域。如今,以天际汽车、蔚来为代表的造车新势力却毅然决然地突破了价格天花板。

从只能满足基本代步需求的低端产品,到推出售价能与合资品牌、国际大牌相媲美的新车,造车新势力带来的这一改变称得上是中国汽车工业发展的飞跃。但其实,比产品售价猛涨更重要的是,越来越多的中国品牌找到了与时代同行的方法论,这无疑将为那些国产老品牌的转型提供借鉴。

在眼下的汽车市场,积极拥抱软件、大数据,才有机会为用户打造完美的出行伙伴,也才能创造出无限可能。天际汽车董事、CTO牛胜福直言,现在的年轻消费者需要的不仅仅是一辆代步车,更是一款时尚的科技产品。

天际汽车团队积累了汽车行业20余年的丰富经验。这位曾经的上汽大众系高

管表示,汽车产业有其自身规律,通过科技创新让用户享受到极致的出行体验,就是汽车、出行行业不变的主轴。

牛胜福以天际ME7举例说,科技在汽车产品不仅仅是理性和冷静,更要体现在数字化的高级感、情感化的沟通以及用户的共融参与。

据介绍,通过在UI设计上的大胆革新,天际ME7车机界面采用扁平化设计,显得更加简洁,Dock栏功能设置更加人性化。同时,Magic-3D交互界面将52个车控场景、100镜头运动进行了三维虚拟可视化设计,使用户在进行车辆设置时可

实时看到相应反馈。

在牛胜福看来,大数据、人工智能、通信等技术的不断升级,推动着智能网联汽车的快速发展,智能汽车不再是一个孤立的个体,而是成为人、车、场景互联互通的智能终端,同时也成了万物互联的重要枢纽。

打造智能数字化座舱意味着更复杂的车机系统、数量更多的车身传感器,而解决消费者更多痛点、满足更多使用场景也绝非一日之功。

天际汽车自诞生初期,就把用户放在首位,致力于构建以人为本的极致服务。我们关注更广泛的主流用车场景和消费者痛点,打造了365全场景服务体系,为用户创造有价值的差异化体验。天际汽车CMO陈敬告诉记者,就在新车上市前一天,天际汽车位于上海静安区的全球首家天际中心正式营业。截至目前,已有17个城市的25家门店整装待发,2020年底将发展到20个城市的30家门店,2025年

底将覆盖全部的一、二线城市。

据他介绍,365全场景服务体系涵盖整备交车、充电服务、维修保养、保险救援、置换回收、生活出行等各个环节,提供智能在线服务,一键实时响应,多维便捷网络,无忧充电服务、悦享出行生活5大服务解决方案。据透露,除自建服务网络之外,天际汽车还积极联手社会资源进一步满足用户需求。

与所有社会消费品行业一样,被视为市场新面孔的造车新势力往往先推出自己的经典款产品,并在此基础上形成自己独特的产品风格和品牌调性。

天际ME7将通过多种创新技术、软件、应用场景的有机融合,持续为用户提供更好的出行服务和个性化体验,真正成为打通智能汽车与生活场景的桥梁。张海亮对这样的解答是,为了引领国内新能源市场的升级,天际汽车将在产品和服务两大战场一起发力。

曾几何时,国际大牌、进口商品被视为生活优渥的象征。中国游客在海外购买的话音未落,以造车新势力为代表的“新国货”却声声渐大。而当高端新能源车市场的春天悄然落入中国消费者手中的生活,敏锐的企业已经抢先捕捉到了其中的机会。



天际汽车董事长、CEO张海亮