



工信部发文,明确 加强智能网联汽车准入管理 守住智能汽车的安全底线

中青报 中青网记者 许亚杰

一边是新能源汽车、智能网联汽车在市场上领跑态势明显,另一边是一些交通事故和商业纠纷将自动驾驶一词意外的推到风口浪尖,一时间,关于智能汽车是不是真安全的问题成了全民关注的热点。

近日,工业和信息化部发布《关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见》(以下简称《意见》),明确表示要加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理,维护公民生命、财产安全和公共安全,促进智能网联汽车产业健康可持续发展。事实上,随着越来越多的智能汽车走向市场,软件在线升级(又称OTA升级)、智能辅助驾驶等新功能让消费者体验到了比以往更智能化、个性化的出行体验,汽车也能够像手机一样,想你所想,常用常新。但与此同时,OTA功能被滥用、自动驾驶技术被过度宣传等问题也逐渐暴露了出来。

任何新事物都是逐步进化的。在大方向上,发展智能网联汽车是坚定不移的选择,但在安全监管、选择技术路线等细节上,还是要慎重之又慎重。正如中国汽车工程学会名誉理事长付于武所说,智能网联汽车是汽车产业发展的战略方向,此次发布的《意见》明确了原则要求,将指导企业在守住安全底线的前提下加强能力建设,有利于推动汽车产业创新发展。

少一点套路,汽车 OTA 升级向规范化进军

1年半前我买了这辆Model 3长续航版,结果第一次进行OTA升级时就遇到了问题。家住北京市海淀区的特斯拉车主王华(化名)回忆说,当时耗费了近10G流量仍未解决,只得把车拖到维修中心才得以完成升级。

他告诉记者,在特斯拉车友群中,不少车主都反映说,在第一次进行OTA升级时遇到了卡顿的问题。

企业生产具有OTA升级功能的汽车产品的,应当建立与汽车产品及升级活动相适应的管理能力,具有在线升级安全影



汽车智能化、网联化在带来便利的同时,也需要更加规范、细致的监管。图为红旗智能车在吉林长春的 旗智春城智能网联示范工程 进行示范运营。

响评估、测试验证、实施过程保障、信息记录等能力。《意见》明确表示,要确保车辆在升级过程中处于安全状态,并向车辆用户告知在线升级的目的、内容、所需时长、注意事项、升级结果等信息。更重要的是,未经审批,不得通过在线等方式升级或更新汽车自动驾驶功能。

据了解,《意见》分为 总体要求、加强数据和网络安全管理、规范软件在线升级、加强产品管理、保障措施 共5个部分、11项内容,安全是其中无可争议的关键词。

正如工信部官网所解读的那样,汽车智能化、网联化在带来便利的同时,也会产生诸如未经授权的个人信息和重要数据收集、利用等数据安全问题,网络攻击、网络入侵等网络安全问题,自动驾驶系统随机故障、功能不足等引发的道路交通安全问题。

无论汽车产业如何转型,有几条核心价值观是不能变的,例如安全、环保、节能。

其中,安全永远是要放在第一位的。付于武强调说,在所有关于未来汽车的畅想中,安全 这个核心标准不容置疑,也不能动摇。从产品硬件、软件安全到国家数据安全,这个核心价值观要始终坚持下去。

事实上,随着技术的发展,汽车工业和汽车作为消费品的内延和外延发生着巨大而深刻的变化,汽车安全的意义也被广泛延伸。

以OTA升级为例,自从2012年Model S第一次通过移动通信的接口实现软件远程升级后,越来越多的厂商推出了这一功能。其更新范围也不断扩大,涉及自动驾驶、人机交互、动力、电池系统等诸多关键领域。市场研究机构ABI Research曾预测称,2022年将有2.03亿辆汽车能通过OTA方式更新软件,其中至少2200万辆汽车还能通过OTA更新固件。

当这样一个与过去截然不同的产品管理逻辑,遇上如此庞大的市场和数据量,势必对保障汽车安全提出新要求。比如OTA

升级既可以改变车辆功能、性能,也可能引入新的安全风险。

应当说,当前智能网联汽车还属于新事物,在很多方面急需规范。中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,最近一段时间,自动驾驶技术在商用过程中暴露的一些问题令人深思,如果不及及时加以监管,可能会导致汽车安全问题的失控。

在他看来,《意见》的推出有助于规范智能网联汽车生产企业的诸多行为,由于智能网联汽车在产品结构、功能实现等方面与传统汽车存在较大差异,车辆安全相关基本特征、技术参数仍在不断变化,相关部门也要加快研究政策法规研究,建立安全标准。

在新能源汽车独立研究员曹广平看来,相关部门加强对汽车OTA功能的监管是很必要的。

汽车的OTA升级与智能手机显然不同,它不仅与用户权益、人身安全息息相

关,也涉及到数据安全和道路交通安全。他举例说,有些车企通过OTA升级擅自对车辆电池的电量进行降额使用,这就降低了消费者所购车辆的续航里程,这种行为是对消费者权益等明显侵害,也违反了《意见》中申请车辆参数与产品参数一致性的原则,需要纳入有效监管。

其实,这并非汽车OTA功能首次进入管理者的视角。此前有部分车企借OTA之名瞒天过海,将该召回的车辆以OTA升级的方式解决安全隐患。为此,去年国家市场监督管理总局发布了《进一步加强汽车远程升级(OTA)技术召回监管的通知》,以规范OTA技术在召回工作中的应用。

多一点敬畏之心,自动驾驶 要守住底线再谈发展

在《意见》全文中,自动驾驶 是另一大高频词。

近一段时间以来,由于国内外发生了数起疑似 自动驾驶技术惹祸 的交通事故,如何保障智能网联汽车尤其是自动驾驶技术的安全,成为全社会关注的焦点。

每一起导致伤亡的交通事故都令人心痛,也同时向汽车业敲响了警钟。付于武向记者坦言,要呼吁消费者理性看待新产品和新技术,必须停止对自动驾驶的过度宣传。要对交通安全和技术问题抱有足够的敬畏,不是自己标榜就行。

付于武建议说,厂家在宣传自动驾驶技术时,应守住底线,不做过度宣传,我认为,现阶段大家还是应该聚焦在智能辅助驾驶上,而不应过多的谈自动驾驶甚至无人驾驶。坦率地说,自动驾驶、无人驾驶大规模应用的时代还没有到来。

《意见》指出,为加强自动驾驶功能产品安全管理,企业生产具有自动驾驶功能的汽车产品的,应当确保汽车产品至少满足相应要求。其中包括 失效识别和安全响应、人机交互、数据记录、产品过程保障与测试验证。

盘和林认为,部分企业对自己的自动驾驶技术水平夸大宣传,可能会让消费者过度信任技术尚不成熟的自动驾驶系统,进而导致发生交通事故的悲剧。因此,在

审批过程中要格外关注企业对自动驾驶系统的定位。同时还要制定严格的指标,来指导自动驾驶技术的测试运行。

这份《意见》对智能网联汽车监管提出了一些要求,但在具体执行上可能还需要进一步细化。它表明,监管层已经注意到自动驾驶技术发展面临的问题,以及它所带来的挑战。盘和林如是说。

记者发现,为避免消费者误将智能辅助驾驶、自动驾驶,当作可以完全撒手不管的无人驾驶,《意见》明确指出,在特定条件下需要驾驶员执行动态驾驶任务的,应具备识别驾驶员执行动态驾驶任务能力的功能。

目前,汽车智能化技术发展很快,部分领域甚至出现了技术跑在前面,行业标准和规范落在后面的情况。曹广平解释说,由于纯电动汽车加速往往大幅度快于传统燃油车,驾驶模式也比传统汽车更复杂,同时,自动驾驶的辅助功能和使用边界五花八门,给规范驾驶行为带来了一定的困难。建议管理部门对新技术、新业务分批进行严格管理,并建立起相应的机构和行业标准。当然,这是一项长期任务。

按照《节能与新能源汽车技术路线图2.0》规划,到2025年,国内PA/CA级智能网联汽车(即部分自动驾驶汽车和有条件自动驾驶汽车)将占汽车年销量的50%以上,HA级汽车(即高度自动驾驶汽车)开始进入市场,C-V2X终端新车装备率达50%。2030年,PA/CA级智能网联汽车占汽车年销量的70%,HA级超过20%,C-V2X终端装备基本普及。最终,到2035年,各类网联式自动驾驶车辆广泛运行于中国广大地区,实现中国方案智能网联汽车与智慧能源、智能交通、智慧城市深度融合。

有分析认为,智能网联汽车已成为一个数据和软件的载体,与过去相比,它更像一个数字化产品,承载着大量的算法、软件和技术创新。

中国有协同创新的比较优势,可以协调人、车、路、网、云、图等各方面的要素,实现协同创新。这次公布的《意见》就是一个证据。付于武向记者直言,智能网联汽车将成为推动未来经济社会发展的重要驱动力量。

自动驾驶是急不来的。就目前来看,实现更高级别的自动驾驶,还有相当长的一段路要走。付于武呼说,车企、供应商、经销商、媒体乃至消费者都应理性看待技术问题,在守住安全底线的基础上谋求技术创新和高质量发展。

正如他所说,中国既是新能源、智能网联、5G通信等新技术的先行者,也是全球最大的汽车市场,同时还具备集中力量办大事的制度优势,不应该也没必要对发展智能网联汽车产生任何悲观和急躁情绪。

□ 许亚杰

青年说(第75期)

二手车成交量暴涨 00后会埋单吗

中国汽车流通协会不久前公布的数据显示,今年上半年,我国二手车市场呈现增长势头,二手车交易量达到843万辆,较去年同期增长了52%。值得一提的是,这是近年来我国二手车市场取得的最好成绩。

根据汽车之家与德勤共同发布的《2020中国Z世代汽车消费洞察报告》显示,以00后为主的年轻用户对于二手车的接受度相对较高,超过六成用户考虑购买二手车。随着00后消费群体的崛起,他们会为二手车市场注入一针什么样的强心剂?

关注看不到的细节 二手车也能 真香

山东理工大学材料科学专业 王欣然

是否购买二手车还是要看需求。如果打算长期持有且对新车有执念,那就得抽空好好看看车,多了解一些品



牌和车型,货比三家,同样可以买到价位合适的汽车。如果想花小钱办大事,满足基本的出行需要,或者练手,二手车也能很香。

一辆二手车在购买和使用,更需要关注一些看不到的细节。发动机是否漏油、渗油,关键零件有没有更换过,注意使用时是否存在细小的安全隐患。

总之,汽车对于大多数人来说仍是一件昂贵的消费品。年轻人还是要慎重选择,不要冲动消费。

二手车更透明 刺激消费 才有说服力

锦州药科大学药学专业 才博

随着网络的普及以及平台的搭建,二手消费已成为一种常见的消费模式,人们有更多机会找到自己需求的物品并进行快捷交易。

汽车作为常见的大众商品,其二手市场已极具规模。这对于年轻消费者来



说是一个好消息。在我看来,买二手车是物尽其用的表现,只要是能满足我需求的汽车都值得我购买。

但需要注意的是,售前由于买主和卖主之间存在信息差,所购汽车是否符合卖家的描述成了买卖能否公平进行的关键。例如,一些卖家将事故车、泡水车包装成正常二手车来卖,使得一些不专业的消费者蒙受了损失。所以对我而言,二手车的真实性能是我考察的关键项。

新能源二手车要发展 电池质保是关键

南昌理工学院机械专业 吴文浩

随着新能源汽车的爆发,新能源二手

车也正成为二手车市场的重要组成部分。但是,一个值得关注的细节是,与传统燃油车相比,新能源二手车保值率较低,这也成为消费者放弃购买新能源车的一个重要原因。

作为一名年轻消费者,在我看来,新能源车二手车经济实惠,对于预算有限的年轻人来说,不失为一个好的选择。但是,我希望在购买二手车时,能享受官方的质保服务。例如,在购买新能源车时,能够从厂家更换最新电池后再进行销售。例如,采用换电模



式的蔚来就可以实现对电池安全和健康的保证,这也打消了不少新能源二手车消费者的后顾之忧。

买二手车别跟风 独立判断不能少

山东航空学院电气工程专业 王彦哲

近年来,二手车市场已经形成了一定规模,也十分活跃。一些专门从事二手车售卖的网站、App的出现也为二手车市场的发展添了一把火。这也说明,不少消费者对于汽车的认知正在逐渐回归本质,汽车就是代步工具,更多追求实用价值。

在购买二手车时,自己的决策十分重要。在购买之前要广泛获取信息,并进行分析和判断,选择最适合自己的二手车。同时,在这个过程中,年轻人应该保持必要的谨慎小心,尽可能规避风险。



7月热销超5万辆 比亚迪吹响中国品牌向上 冲锋号

自2009年以来,中国汽车市场已经连续11年稳居世界汽车产销量冠军,同时也被视为引领全球汽车产业前沿发展趋势的核心舞台。

在中国汽车产业 乘风破浪的征途中,自主品牌无疑是主力军。特别是随着汽车产业向 新四化 转型,走在变革前列的自主品牌正迸发出新的活力,并不断收获市场认可。

近日,不少品牌交出了最新的成绩单。数据显示,比亚迪乘用车7月全系销售56975辆,同比增长89.4%,环比增长14.5%。其中,新能源汽车销量再创历史新高,达50057辆,同比增长262.7%,环比增长24.8%。比亚迪作为新能源汽车领导者,市值突破8000亿,在中国汽车企业中遥遥领先。

比亚迪销量今年屡创单月新高,连续三个月暴涨,7月的新能源销量更是直接突破5万大关,并在各个细分市场全面开花。

作为插电汽车的开创者和领跑者,DM-i带动DM车型销量大幅提升,7月共销售DM车型25061辆,同比增长650.6%;EV纯电动车型销量稳步增长,共销售24996辆,同比增长138.9%。



《2020中国汽车消费指南》显示,随着居民可支配收入的不断提升,汽车消费升级趋势明显。10万元以下市场逐步萎缩,10万-20万元终端市场逐渐壮大,20万元以上市场份额扩张明显。

作为王朝车系的旗舰车型,汉的7月销量是8522辆。迄今为止,汉上市仅一周,销量就已经突破10万,一年中连续多月月销破万,这是比亚迪高端战略的重要成果。旗舰车型汉以其过硬的综合实力,在BBA牢牢占据的中大型豪华轿车市场开拓出增长极。

比亚迪汉具有的豪华级安全实力,在以往优异成绩通过 中国最严苛的安全评测 中国保险汽车安全指数(C-IASI)后,7月下旬比亚迪汉还高分通过C-NCAP碰撞测试,达到 五星安

全 标准,成为首款 双优安全认证的新能源轿车。

而比亚迪的实力远不止于此,7月31日汉EV加推标准续航版豪华型,售价20.98万元,以强硬之姿迅速对降价竞争作出回应。新车型仅续航里程有变化,其他配置完全一致,这显示出比亚迪身位的转变,从被动应对洋品牌围猎转变为提前布局主动出击。在中国新能源汽车企业将受冲击时,比亚迪吹响了中国汽车品牌进攻的号角。

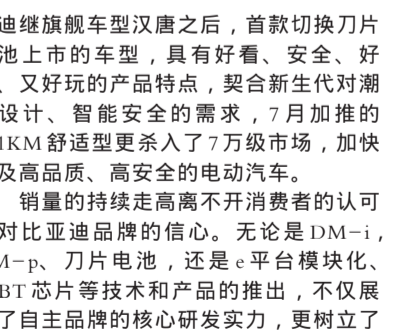
细分到车型,秦PLUS DM-i作为DM-i系列的排头兵,以自身超长、超省、超快优势在众多车型中一骑绝尘,销量持续走高,7月销售11230辆,创单月破万纪录,加上秦PLUS EV,秦PLUS共销售16753辆。目前比亚迪在DM-i车型上产能快速提升,交车速度加快,宋DM销售7264辆,唐DM销售3892辆,为中国汽车市场向新能源的转变注入持久推力。

最近两月,搭载DM-i超级混动的车型,已经在中国的多个城市和地区,居于紧凑型轿车和紧凑型SUV的销量前列。

EV车型上,7月元Pro销量大涨,元EV共销售4255辆。元Pro EV是比

亚迪继旗舰车型汉唐之后,首款切换刀片电池上市的车型,具有好看、安全、好开、又好玩的产品特点,契合新生代对潮流设计、智能安全的需求,7月加推的301KM舒适型更杀入了7万级市场,加快普及高品质、高安全的电动汽车。

销量的持续走高离不开消费者的认可和对比比亚迪品牌的信心。无论是DM-i,DM-p、刀片电池,还是e平台模块化、IGBT芯片等技术和产品的推出,不仅展现了自主品牌的核心研发实力,更树立了



科技自信、品质自信、中国自信 的品牌旗帜。

而在技术创新和打磨产品的同时,比亚迪也关注民生,回报社会。7月21日,河南突降暴雨,比亚迪不仅向郑州捐款2000万用于救灾及灾后恢复工作,还开放郑州所有4S点作为应急避难场所。中国工业高速发展的当下,只有始终和消费者站在一起的品牌,才能获得消费者的信任,获得长远的发展!

