

跨界SUV、MPV、旅行车……

谁是自主品牌的新“蓝海”

几天前上市的长安CS85、在近期宣布上市的哈弗F7x、吉利星越也放出了官图……我们注意到今年汽车市场的一个全新现象：跨界SUV已然成为自主品牌瞄准的一个市场新“蓝海”。

如果把时间线拉长，我们会发现，这种挖掘细分市场的趋势早在去年就已经逐渐显现：广汽传祺GM6/GM8上市，吉利嘉际等一众MPV产品推出，长城皮卡宣布独立并乘用车化以及今年即将大规模推出的跨界SUV，这些细分产品的发力都体现出自主品牌在挖掘市场空间方面的新动作。

SUV市场已过爆发增长期

2014年9月，自主品牌乘用车市场占有率终于止住了连续12个月的下滑。自此之后，依靠抓住SUV细分市场的机遇，自主品牌一路乘胜追击，不仅完成了市场占有率的逆袭，通过对产品的不断优化升级，自主SUV产品在品质、产品性能以及品牌力等方面都取得了长足进步，广泛受到消费市场的认可，同时，也带动了SUV细分市场的整体发展。我们不难发现，且不说ABB（奥迪、奔驰、宝马），就连兰博基尼、玛莎拉蒂、劳斯莱斯等一众超豪华汽车品牌，也在为迎合中国消费者需求而推出了SUV产品。

但早在2015年，行业就提出了一个疑问：SUV的高速增长能持续多久？彼时各方观点大相径庭，互不相让。现在来看，2018年的乘用车总体销量似乎给出了答案。中国汽车工业协会发布的数据显示，2018年国内乘用车整体销量同比下降4.1%，而中国品牌乘用车全年销量同比下降8%，“覆巢之下难有完卵”，在SUV细分市场，也终于迎来了多年来的首次下降，降幅达到了2.5%。这与去年消费市场不振存在一定关系，但即便抛开这层因素，SUV经过多年的大幅增长，如今逐渐下滑也在情理之中。



眼看SUV的市场增量见顶，自主品牌当然需要寻找新的市场开口，这也是目前自主品牌积极向细分领域找寻出路的最直接驱动力。其实，何止是自主品牌，包括雪佛兰沃兰多这种介于SUV和MPV之间的产品，也代表着合资品牌对市场的尝试与探索。

大都看中轿跑SUV及MPV

纵观各车企的新动向，很多车企都选择了以跨界SUV和MPV作为尝试的突破口，这是为什么？其实并不难理解。

首先，跨界SUV普遍颜值高、个

性强，容易吸引年轻消费者。此前跨界SUV一直是高端品牌的小众产品，如宝马X4、X6以及奔驰GLC Coupe、GLE Coupe等，尤其是X6，一经亮相就成功吸粉无数。而即便是二线高端品牌，由于整体市场体量较小，都很少触及这一细分产品，可以说跨界SUV是极具个性的一类产品，但由于这类产品大都是以进口形式销售，再加上品牌效应，价格普遍较高，多数年轻消费者对其是“只可远观”。其次，跨界SUV归根结底还是以SUV为基础，对于自主品牌而言，在SUV市场所积累下来的口碑和技术，能够有效支撑跨界

SUV的发展。

所以，自主品牌选择以跨界SUV作为新的突破口，一方面占据了高端品牌打下的产品形象优势的基础，另一方面，跨界SUV的开发更多在于如何在空间与造型之间取得最佳平衡点，而非技术难点，不失为一条稳妥的探索路线。

而诸多车企选择MPV的原因则更为简单。早在几年前行业讨论“谁会是下一个细分市场爆发点”时，MPV细分市场已成为业界关注的焦点。随着二孩政策的放开，城市限购政策的限制，很多家庭可能只拥有一辆燃油车，这时，一辆既

可以满足家庭成员乘坐需求，又能兼顾到日常城市使用场景的MPV就显得更符合需求。同时，此前MPV市场可供选择，同时又满足消费需求的产品并不多。且不说丰田塞纳、大众迈特威以及奔驰V级这些50万元以上的产品，别克GL8、本田奥德赛等为数不多的合资MPV最低配车型的售价都要20万元以上。而20万元以下的MPV细分市场却常年没有外资品牌问津，这就给了自主品牌很大的发展空间。而这与自主SUV的发展模式几乎如出一辙。

未见轿车和旅行车踪影

值得一提的是，在自主品牌大力发掘新细分市场之时，我们却没有看到轿车以及另一类小众车型旅行车的踪影。其实，从去年的市场情况来看，自主品牌在轿车领域的发展就少之又少。毕竟，竞争异常激烈的紧凑型轿车市场从来都不是自主品牌的“福地”，除吉利帝豪外，再无其他自主品牌能进入轿车销量榜单前十。

不过，旅行车作为时下另一个非常有希望的细分市场，为何也很少有自主品牌涉及？事实上，这与车辆的结构有一定关系。跨界SUV是从基本型SUV衍生而来，同样的道理，旅行车的整体设计是经由轿车衍生出来的。而自主品牌在轿车市场的表现本来就比较惨淡，很难有勇气涉及旅行车细分市场。目前在售公认的自主品牌旅行车仅有三款：宝骏310W、骏派CX65以及荣威Ei5，但三款车型与自家其他产品相比，市场知名度都不算高。

值得肯定的是，自主品牌正在积极寻找下一个有潜力的细分市场，为此也做了很多努力。但是，自主品牌与合资品牌的最终比拼势必会涉及每一个细分市场，自主品牌应该抓紧对轿车的布局，这样也能为其更细分的市场进行“铺路”。

（张海天）

了解汽车最新科技 你需要了解这5个词

随着互联网的兴起和科技的进步，汽车已经逐渐从一个单纯的工业产品转变为工业与科技的结合品，高科技与汽车工业之间的界限也日益模糊。自动驾驶、智能网联汽车等越来越火热，那么，在当前和未来，有哪些术语会成为汽车业内人士的通用术语？让我们一起来了解一下。

5G技术

在通信网络从过去的3G到4G、4G LTE，现在5G即将问世。5G网络是第五代移动通信网络，其峰值理论传输速度可达每秒数十Gb，比4G网络的传输速度快数百倍。在可以预见的未来，路面上的车辆将不再独自决定驾驶路线或行驶轨迹，而是需要互相合作及配合。

在这种趋势下，连通汽车的网络系统就极为重要。因为车辆之间交互的信息必须在极短的时间内被传递到相关终端，在这样的背景下，5G车联网应运而生。可以说，5G将使自动驾驶汽车的

大市场实现成为可能。

区块链

区块链是一个数字记录列表，可以使用加密技术对其进行增量修改，从而使其具有高度的抗篡改能力。这一概念最初是为比特币等加密货币而设计的，现在正开始在一些行业中得到更广泛的应用，在这些行业中，收集安全且可跟踪的信息以便跨多个用户和地点共享是非常有用的。

在不久的将来，区块链技术可能在许多方面对汽车行业产生重大影响，从阻止黑客进入自动驾驶通信，到确保金融交易的安全性，甚至从供应链中清除假冒的零部件产品。

物联网

物联网是互联网、传统电信网等信息承载体，让所有能行使独立功能的普通物体实现互联互通的网络。通过物联网可以用中心计算机对机器、设备、人员进行集中管理、控制，也可以对家庭设

备、汽车进行遥控以及搜索位置、防止物品被盗等，类似自动化操作系统，同时透过收集这些“小事”的相关小数据，最后可以聚集成大数据，其中包含重新设计道路以减少车祸、都市更新等社会的重大改变，实现物和物相联系。

量子计算

几十年来，人们一直被教导计算机以二进制的方式存储信息，二进制是一种基于1和0序列的数字系统。在量子计算中，信息被存储在量子位元中，这使得数据的存储比简单的1或0的状态更加深入。与传统计算机相比，量子计算的运算速度更快，耗能更少。这项技术正被几家信息技术巨头积极研究，不过要广泛应用还需要几年时间。

戴姆勒和谷歌于2018年宣布在量子计算领域展开合作，从自动驾驶汽车的部署到为汽车应用选择新材料，如使用量子化学的电池，都成为媒体关注的焦点。

V2X技术

有很多以V2开头的首字母缩写词，它们都来自对于自动驾驶汽车的开发，涉及这些汽车如何与自己和环境进行沟通。V2V代表车对车，就像汽车之间传递数据一样；V2D是指车辆到设备，或汽车如何与连接到它的电子设备（如智能手机）通信；V2I是指车辆到基础设施，或汽车如何与无生命物体（如红绿灯）进行通信；V2G是指车辆对电网，或电动汽车如何与电网通信，例如，通过调节充电率来平衡需求；V2X的意思是车到一切，这是一个包含所有这些概念的通用术语。

随着自动驾驶汽车的发展，了解这些缩写词之间的区别以及它们的含义对于理解技术的发展至关重要。在CES展上，福特汽车公司宣布，将在2022年为所有美国新车型配备V2X技术。该系统将使福特汽车能够相互沟通道路危险，并与红绿灯连接，实现更畅通的出行。（冯玉婷）

特斯拉重调销售策略

减少关闭门店数量

新华社芝加哥3月11日电（记者张媛）美国特斯拉公司日前发表声明说，公司将重新调整销售策略，计划仍保留大量门店，并上调部分高端车型价格。

特斯拉上月曾宣布，公司计划关闭绝大多数门店，并将销售转至线上，以节约成本。按此计划，特斯拉可以把旗下全线车型售价平均下调6%，包括较高端的Model S和Model X。

但经仔细评估后，特斯拉表示将重新调整销售策略，仍将保留约一半门店，同时提高部分高端车型价格。根据声明，特斯拉低配版Model 3汽车售价将维持在3.5万美元不变，但Model S、Model X以及高配版Model 3的价格都将在本月18日后上调约3%。

有市场分析人士认为，特斯拉的提价计划表明公司的电动汽车仍具有较强市场需求。