未来3年，市场规模有望超2000亿——

跨界协同合作织起车联网

本报记者 董碧娟

透视

9月23日，来自政府部门、企业、研究机构的30多位业界专家齐聚中国工程院，为我国车联网产业“把脉”。据相关机构调研预测，未来3年，我国车联网产业规模将超过2000亿元。然而，在产业“春天”到来之际，车联网仍然面临多方面难题和挑战，迫切呼唤着政府、产业界、科研界等多方位的跨界协同。

UBI车险步入启动期

UBI车险（Usage Based Insurance)是车联网产业的重要组成，是指对驾驶里程、驾驶时间、驾驶行为习惯等综合分析并判定驾驶员的安全风险等级，从而提供差异化的保险。使用UBI车险的智能网联终端，能让简易事故8分钟撤离现场成为可能。目前，我国UBI市场规模已接近百亿元，未来将迎来800亿到3000亿元的市场规模。

中国工程院院士、武汉大学教授刘经南介绍，从2013年开始，UBI车险模式在我国就已经受到业内广泛关注，但由于政策约束、技术落后等原因，直到现在也没有太多保险公司推出UBI相关产品。然而，随着新开展的商业车险费率市场化的改革，UBI车险在我国正迎来“生根发芽”的机遇。

“我国UBI车险的市场前景十分广阔。”武汉大学卫星导航定位技术研究中心副教授郭迟分析，长期以来，我国保险公司无法对车险费自主定价限制了UBI车险的推广。中国保监会2015年发布《关于深化商业车险条款费率管理制度改革的意见》，核心内容就是把定价权交给保险公司，把选择权交给消费者，从而打破了UBI市场最大的政策掣肘，布局已久的UBI产品将进入集中爆发期。

“同时，支持UBI模式的各方面软硬件基础技术已趋成熟。国内外保险公司和互联网跨界创业公司等多方势力纷纷涌入UBI车险市场，令UBI前景看好。”郭迟说。

比如，中国人保联合腾讯公司推出“i车生活平台”，推进车险的车联网化。百度、阿里巴巴也早已对车险市场“虎视眈眈”。百度在2015年联合9个汽车品牌推出我国首个跨平台车联网解决方案CarLife。许多国际知名保险企业也开始进军中国UBI市场，比如欧洲UBI领域排名第一的Risk Technology集团成立芮锶钶(上海)网络技术有限公司，试图提前抢占中国市场。

“发展UBI车险能够提高车险企业的综合效益，有效解决车辆保险欺诈等行业顽疾，提升交通违法监管水平和事故处理效率，促进我国自主卫星导航系统的应用推广，带动车载后市场等‘互联网+’新兴产业的发展。”郭迟说，根据易观智库2015年最新市场调查问卷结果，70%以上的车主用户表示对UBI产品感兴趣，市场动力强劲。

面临挑战亟需多方联动

会上，长城汽车股份有限公司总工程师藏红涛坦言：“目前车联网领域‘信息’的边界还比较模糊，研发时对哪些信息可用，哪些不可用并不是特别清楚，这让科研人员束手束脚，制约了创新。希望能尽快出台相关标准，明确界定。”

《经济日报》记者发现，与会专家都十分强调车联网产业的系统性，建议要加强顶层设计，推动多方联动和协同创新。“我国在交警、保险、交通等领域的资源比较分散，数据协同能力不足。在车联网感知能力上，感知手段少，感知精度低，同时缺少相关标准规范。”相关专家建议，应该通过“互联网+”技术实现多方联动，联合启动面向道路交通执法与远程取证、定责定损的高精度定位+地图数据等方面的标准研究。同时，应该在武汉、无锡、宁波等北斗、交通、保险应用及改革示范区开展智能交通产品规模化应用。

专家认为，只有多方联动才能进一步加快车联网领域的商业模式创新，推动产业高效发展。以UBI为例，它能否与广泛的汽车后服务企业对接，与保险客户关系管理平台对接，能否适时、快速、有效地推出各类UBI新产品及新服务，都是考验整体系统的重要指标。

据了解，美国作为最先试水车联网的国家，其保险业在整个UBI产业链中占主导地位，由保险公司制定UBI商业模式。大部分的美国保险公司都具备独自收集数据的能力，不依赖第三方服务方，从而决定了他们推广UBI的高效率。

“车联网的推广肯定会增加客户网络流量的使用。我们也希望网络运营方能够在相关资费上有倾斜和优惠，共同推动车联网的发展。”藏红涛说。

中国工程院院士倪光南认为，推动“互联网+智能交通”，加快车联网产业发展，亟需建立统一的标准和规范，在顶层要把带动性应用规划部署好，在底层要夯实技术根基，在信息核心技术及关键部件上必须实现自主。

筑牢车载信息安全防线

“系统越开放，风险随之也会增加。”安天实验室高级工程师陈家林指出，来自服务器、通信系统、车载系统、手机应用等方面的漏洞都可能成为车联网的安全隐患。菲亚特克莱斯勒美国公司2015年曾召回约140万辆存在软件漏洞的汽车，因为黑客通过连环漏洞对汽车控制系统实现了远程攻击。

中国卫星导航系统管理办公室主任冉承其认为，“车联网领域安全问题的解决不能靠单个的技术、单一的主体，而是需要系统的、整体的应对方案。而且这种安全是发展中的安全，不是静止的安全”。

陈家林建议，政府应该出台车联网软件体系安全技术规范，实现汽车入网检测，大力推广国产安全芯片。“传统车厂和互联网安全公司缺乏信任基础，无法建立实质合作。希望由政府和高校牵头成立联合平台，调动各方积极性，共同研究开发，解决车联网带来的信息安全挑战。”陈家林呼吁。

“网络信息技术的日新月异，让汽车厂商面临空前的车载信息安全威胁。我们迫切需要在借鉴国内外产业发展经验的同时，加紧完善我国车辆信息服务平台的建设，切实保障人们的权益和安全。”中国电子技术标准化研究院龚洁中博士认为，应该联合整车制造、汽车电子、汽车软件、通信运营、服务集成等领域单位，开展车载信息安全风险分析和标准化需求的进一步调研，加快车载信息安全关键标准的研究制定。此外，应该开展车载信息安全技术标准测试验证，建立第三方车载信息系统安全性检测平台，为我国市场上现存的车载信息系统的安全性提供各项检测服务并出具权威检测报告。

针对当前煤炭市场局部供应偏紧局面，国家发展改革委表示——

有预案确保煤炭市场稳定供应

本报记者 林火灿

行业观察

9月23日，国家发展和改革委员会有关负责人在煤炭去产能媒体通气会上表示，针对最近一段时期以来煤炭市场局部供应偏紧的情况，政府部门已有预案和相关调控措施，必要时将科学加大先进产能投放量，以确保煤炭市场稳定供应。

今年以来，我国煤炭去产能工作取得积极进展，政策措施效果进一步显现，煤炭产量回落，价格回升，货款拖欠有所缓解，企业效益有所改善。不过，最近一段时间，市场煤价出现过快上涨势头，个别地区和一些电力、钢铁企业供应偏紧。

“当前煤炭供需关系正在改善，但个别地区煤炭供应偏紧，这既是去产能效果的直接体现，也受到一些客观因素的影响。”上述负责人说，首先，自7月份以来全国大部分地区持续高温少雨，导致水电出力大幅减少，空调用电大量增加，这带动了火力发电增长和电煤需求增加。其次，违法违规生产、超能力生产和劣质煤生产得到有效遏制。再次，个别地区雨天铁路断道影响了部分煤矿运输，严格公路治超也控制了部分煤炭公路的运输。

“当前煤炭供应不会出现大的问题，煤炭价格过快上涨缺少市场基础，是不可持续的。”这位负责人说，目前全国通过减量化生产和治理违法违规建设控制了约10亿吨产能，这部分产能是可控的，可以根据市场需求变化有序释放。政府部门已有预案和充分的调控手段和调控空间。全国的运力也比较宽松，煤炭运输调配有较强的保障。而且从长远看，通过统筹推进去产能和结构调整，可以进一步减少无效供给，持续扩大有效供给，提高煤炭供应的稳定性和可靠性。有关部门还积极鼓励并着力推进煤炭供需双方签订中长期合同，建立长期稳定、诚信高效的合作关系，确保供需大盘的基本稳定。

目前，我国即将进入备冬储煤的时期，为统筹兼顾煤炭行业去产能，保障稳定供应，促进市场价格保持在合理水平，国家发展改革委正与有关地区、有关行业和企业保持密切联系，研究提出针对性措施。

记者了解到，针对当前煤价上涨和局部供应偏紧的局面，国家发展改革委将通过灵活实施先进产能煤矿减量化生产制度。

上述负责人表示，煤矿减量化生产制度控制了部分产能、产量释放，可以根据市场需求再释放一部分出来。对符合条件的先进产能，可以在276至330个工作日之间释放。只要是先进产能提出申请，就抓紧进行验收。属于季节性供给变化还可以阶段性地弹性生产，年终回到276个工作日，如果全年生产超过276个工作日的部分，可以通过资源产能指标出让解决。

记者了解到，为此，9月初发展改革委已经会同有关部门制定了稳定煤炭供应、抑制煤炭价格过快上涨的预案，并启动二级响应，日增加煤炭产量30万吨左右，本周又启动了一级响应，拟日增加产能规模50万吨。

“有关部门已经研究了后续政策措施。如果市场局部趋紧情况仍在延续，我们将科学加大先进产能投放量，确保煤炭稳定供应。同时，将在建煤矿通过增减挂钩，还可以释放一部分产能、产量。”上述负责人说，国家发展改革委将统筹煤炭去产能和煤炭稳定供应关系，采取针对性措施，确保全国煤炭供需形势的基本平稳。

这位负责人还指出，我国煤炭产能严重过剩、供大于求的趋势没有根本改变。今后一个时期，我国能源消费强度将有所回落，特别是随着可再生能源和清洁能源的快速发展，煤炭的市场需求很难有绝对增长的空间。因此，煤炭去产能、控产量不仅信心不容动摇，力度也不能减弱。否则，煤炭价格有可能再度下滑，煤炭行业的脱困发展将难以实现，煤炭行业仍有可能再度陷入经营困难的局面。

市场瞭望

手机

+生活

打造

本报记者

于杰新

钱途

广

“要不是有手机导航，我们不知道要在陌生的小村庄里耽误多长时间……”近日，记者跟随百度地图在云南开展采集体验测试时，自驾前往香格里拉的游客孙女士告诉记者，手机导航因其使用便捷、数据更新速度快等特点，已经成为旅游时不可或缺的工具。

艾媒咨询发布《2015年中国手机地图市场研究报告》显示，去年我国手机地图市场用户规模已经突破6亿，用户渗透率高达88.7%。截至今年一季度，用户累计规模已达6.29亿。易观智库发布的报告显示，百度地图目前拥有超过70%的活跃用户覆盖率，高德地图和腾讯地图则分别以23.7%和5.8%的比例分列二三名。

记者在采访中了解到，去年以来，各手机地图导航企业纷纷改进三维导航技术，从而成为用户日常导航应用中的重要方式。目前采用平面导航与三维导航功能相结合的手机地图用户占比已达47.6%。

“得益于大数据应用及人工智能技术，百度地图全流程的数据生产自动化程度已超过80%，全景地图的自动化识别提取准确度达95%，人工工作量因此大幅下降。”百度地图数据采集队队长罗振昌告诉记者，在手机导航技术升级方面，以百度地图等为代表的领先地图厂商目前已实现“多栖组合采集模式”采集地图数据：通用路段使用全景采集车，可以完成SD MAP（标准地图）和ADAS（自动驾驶辅助系统）以及高精地图数据采集。狭窄路段和景区分别采用电动自行车、全景采集背包采集，正在测试阶段的无人机则用于全景和不易进入区域采集。基于外业车队实采、合作数据等多源数据整合，可实现程序的自动识别差分。

与此同时，手机导航软件正在积极拓展海外市场，方便中国出境游用户使用地图服务。百度地图数据显示，截至目前，百度地图已在全球63个国家和地区上线。

在功能创新和商业模式创新方面，手机地图企业目前也正发力为用户提供更加全面的服务能力。不仅在车主服务、导航娱乐功能上改进和创新了功能，同时借助定位功能，为用户打造了诸多场景服务。同时，基于LBS本地生活服务信息以及O2O服务，为用户打造移动生活生态圈。此外，利用手机地图，把用户“衣食住行”等多方面的需求一一对接，全面拓展“出行+生活服务”。

新闻眼

自主品牌汽车白皮书发布

性价比仍是最重要影响因素

本报北京9月25日讯 记者黄鑫报道：腾讯汽车24日发布的《2016中国自主品牌汽车白皮书》显示，调查表明用户选择自主品牌汽车的主要原因是价格、颜值、品牌、口碑、性能等，其中性价比仍是用户选择自主品牌的最重要因素，但显著的变化是“颜值”的重要性超过产品性能跃升到第二位。

“这与当下自主品牌汽车用户的年轻化和女性占比提高有很大关系。”腾讯汽车总监王秋凤解释说。

调查数据显示，2016自主品牌车主的最明显变化就是女性车主占比攀升，相比2015年增加了8个百分点达到27%的占比。在自主品牌汽车新增的用户中，大部分都是首购车人群，占到86%。“随着颜值和驾乘品质的不断提升，自主品牌俘获了更多女性车主的芳心。”王秋凤表示，从数据还可以看出，购买自主品牌的女性车主，年收入在10万元以上的群体数量更多，说明女性消费者的购买力相对更强，在车型选择方面也更宽泛。

值得注意的是，在全部受访车主和意向购车用户中，有39%的人愿意选择自主品牌。其中，首次购车用户中，愿意选择自主品牌的车主占比为42.7%；而增换购车主占比仅为28%。现有车辆为合资或进口品牌的车主，在二次购车时，仅有13%的人会选择自主品牌。

9月23日，第十二届江西省铁路职业技能大赛客运赛区决赛在南昌客运段结束。本次比赛包括客运值班员、铁路客运员、铁路售票员、铁路行李员等7个工种的212名选手参与比赛。图为获奖选手在一起交流，分享喜悦。

鲍赣生摄

本版编辑 于 泳