

# 无人驾驶汽车引领汽车设计变革

## IEEE 调研预测：到 2035 年，批量生产的汽车将没有方向盘、油门/刹车踏板、喇叭和后视镜

记者 王萍 综合报道

7月16日，致力于为人类推动科技进步、全球最大的科技专业人员组织 IEEE（电气与电子工程师协会），在美国纽约发布了一项关于技术专家对无人驾驶汽车前景的调研结果，预测：到 2035 年，批量生产的汽车将没有方向盘、油门/刹车踏板、喇叭和后视镜。本次调研的内容包括大规模应用的障碍，核心的自动控制技术，未来汽车的特征，以及在不同地区的接受情况等方面。超过 200 名无人驾驶领域的研究人员、大学老师、行业专家、大学生、社会团体成员和政府机构参与了本次调查。

### 大规模应用的障碍

调研过程中，当要求受访者对无人驾驶大规模应用中可能出现的六个障碍进行排序时，法律管制、政策制定者和消费者接受程度被视为最大的阻力，而成本、基础设施建设和技术被认为是次要的障碍。

IEEE 高级会员，普渡大学工程学院教授兼电子和计算机工程系主任陈耀斌表示：“任何时候出现一项可能从根本上改变我们日常生活的技术，都需要建立相关的法律和政策去确保这项技术运用得当，并造福人类。在智能汽车领域的情况尤其是如此。一旦法律规管和政策等基本要素就位了，技术和基础设施会随之出现，智能汽车也就会得到更广泛的接受。”

### 未来的汽车

随着更多自动化功能被应用到汽车中，未来汽车的制造将不需要使用今天的普通器材。当被问到具体哪一年哪些部件将会从大批量生产的汽车中被除去时，大部分受访者认为到 2030 年后视镜、喇叭和紧急制动器将会消失，到 2035 年油门/刹车踏板也会消失。此外，超过 75% 的受访者表示，在这个时间段，全美国 50 个州将通过允许无人驾驶汽车使用的法律。

IEEE 会员，意大利帕尔马大学计算机工程教授 Alberto Broggi 表示：“在过去几年，我们见证了无人驾驶汽车产业的惊人发展，技术进步和制造商的应用都显著



选项	选择人数	占比
GPS 全球定位系统	84	31.3%
Sensors 传感技术	150	56.0%
Advanced Driver Assistance Systems(ADAS)高级辅助驾驶系统	126	47.0%
LIDAR/RIDAR 激光雷达	85	31.7%
Software 软件	129	48.1%
Other(please specify)其他	32	11.9%
合计	268	100%

地影响了消费者的采纳时间表。怀着在不久的将来生产无人汽车的愿景，科学界和汽车制造商通力合作，逐渐在现代汽车中增加自动化功能。公众是否信任无人驾驶技术对这项技术能否大规模应用至关重要。”

尽管无人驾驶汽车在全球范围都是一项很有用的技术，大部分(54%)专家认为北美洲将受益最大，前三位还包括欧洲(28%)和亚洲(17%)。

这次调查的受访者是参与了 6 月 8-11 日在美国密歇根州迪尔伯恩举办的 IEEE

智能车辆国际会议，以及 IEEE 智能交通系统学会的成员。参与调查人员的行业经验从大学生到 20 年以上不等。对调查结果的分析显示，观点的一致性贯穿了不同的经验水平，表明在洞察未来的无人驾驶汽车产业时，在该领域的工作时长并不是一个明显的影响因素。

### 动态自动控制技术

技术进步是推动无人驾驶汽车持续发展的重要力量，超过一半(56%)的受访

者认为传感器技术是最关键的，紧接着是软件(48%)，高级辅助驾驶系统(47%)和 GPS(31%)。

IEEE 会员，德国卡尔斯鲁厄理工学院教授 Christoph Stiller 认为：“无人驾驶汽车需要稳定的道路及环境信息流帮它做出恰当的决定，这被称作感知。传感器是提高场境感知能力最重要和值得信赖的技术之一。传感器体积很小，非侵入式，并且能提供可靠的数据。此外，传感器技术的成本相对较低，对于生产消费者买得起的无人驾驶汽车有重要影响。”

和传感器一样，构建数字道路地图是取保无人驾驶汽车在道路上安全行驶的必要条件。当我们要求受访者预测完整的全球数字地图的出现需要多长时间，接近四分之三(74%)的受访者认为这些地图将在未来 15 年内出现。

### 引领汽车设计变革

另据欧洲媒体 inautonews7 月 21 日消息，无人驾驶汽车的出现不但为汽车制造商和科技公司带来了巨大的机遇，在一定程度上也引发了汽车设计的变革。一旦谷歌、日产、大陆汽车或奔驰等品牌研发出了无人驾驶车，人们就在考虑是否会有这样一种汽车：没有方向盘、不使用汽油、并且不安装刹车踏板。

谷歌日前曝光出生产的第一批 100 辆试验车，这些“汽车”看上去却不像是真正的汽车：没有方向盘，也没有踏板。近日，行业专家的一份研究表明这种设计理念不但不会成为无人驾驶汽车中的特例，反而将引领一股设计潮流。

在本月举行的智能车辆研讨会上，近 200 名学者参与进其中，大多数人都认为到 2035 年，未来汽车将不会再配有方向盘、刹车踏板、后视镜和喇叭等传统设施，也不会消耗汽油。由于现阶段人为因素仍是造成交通事故的主要原因，无人驾驶汽车的支持者称自动驾驶汽车的出现将对行车安全做出巨大保障。与此同时自动驾驶汽车也会进行进一步的技术改善来提高能源利用率、降低油耗。

现阶段，已有许多汽车公司参与到了研发无人驾驶汽车项目的研究中，公司一致承诺最晚至 2020 年，会将第一批无人驾驶汽车投入市场。

# 空气净化器迎洗牌 新修订标准 9 月出台

陈维 报道

空气净化器行业即将在下半年迎来新一轮洗牌。据最新消息，修订后的《空气净化器》国家标准最快将在 9 月出台。业内专家分析称，空气净化器新标准实施后，将有利于监管部门的日常质量监督，进而有效杜绝行业普遍存在的夸大宣传等乱象，而低质概念性产品将被市场淘汰。

### 新标准已箭在弦上

早在去年底便形成修订草案稿的《空气净化器》国家标准，经过一系列的实验验证和分析对比后，已完成了最后阶段的工作。在新标准中，将空调器和车载空气净化器的净化功能纳入国家标准，另外还增加了对甲醛、苯的测试方法，对空气净化器适用面积的计算方法做出了严格规定，增加空气净化器净化效率的测试方法。

目前中国现行的空气净化器国家标准共有 6 个，主要考核空气净化器是否具备有效的净化能力，设定了洁净空气量、净化效能、噪声以及净化寿命等技术要求，是标准体系内非常重要的性能标准，但是仍然不能有效规范现在的净化器市场。

对于修订后的新版国家标准《空气净化器》的发布时间，国家室内环境与室内环保产品质量监督检验中心主任宋广生并没有给出具体时间，不过他告诉记者，此前已经参与过多次修订草案讨论。

早在去年底，国家质检总局新闻发言人陈熙同在日常新闻发布会上指出，国家标准委启动的对现有国家标准《空气净化器》的修订工作，主要是为完善对不同特征污染物的产品技术指标，细化实验方法，便于消费者理解，增加适用面积和空气洁净量的折算方法，同时完善产品标注要求，标准修订稿成熟后，国家标准委将尽快予以批准发布。而全国家用电器标准化技术委员会主任鲁建国此前在接受媒体采访时也表示，空气净化器新版国标将

于今年底出台。

有关专家表示，国家标准《空气净化器》的修订主要是为了进一步规范市场。去年，国家家用电器质量监督检验中心抽查了北京市场上销售的 20 多个品牌的空气净化器，结果发现有些空气净化器几乎不具备空气净化功能。中国电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌认为，近年来受空气质量问题影响，空气净化器市场呈现爆发式增长，国内国外大量企业涌入市场，然而整个行业产品质量水平参差不齐，却在宣传推广上相仿，其中夸大宣传比比皆是，严重影响了消费者的判断和行业的健康有序发展。

### 目的为根治行业乱象

新标准的修订是为了杜绝因爆发式发展而带来的行业乱象。出台强制性的统一监测标准，从而让监管部门有法可依，对一些概念性、夸大宣传的产品进行整顿。

近年来，空气净化器在家电行业特例独行，增速领跑全行业。据第三方调研机构中怡康发布的数据显示，2014 年 1-5 月空气净化器同比增幅分别达到 88%，远超其他家电品类。奥维咨询预计，未来三年我国空气净化器销量将继续保持高速增长，2014 年空气净化器的市场规模将会突破 200 亿元。

高增速、低门槛、缺监管的行业现状，吸引了国内外众多品牌企业扎根进入，都想要从中分一杯羹。短短不足两年间，空气净化器品牌从 2012 年的 50 多个增长至今年超 200 个。据中怡康线上监测数据显示，现在线上市场空气净化器有 209 个品牌。

目前包括飞利浦、夏普、亚都、远大这些国内外空气净化器品牌，在净化效果的宣传方面有着惊人的相似，都是 PM2.5、甲醛去除率 99%、99.9%、99.99% 等等，让消

费者难以区分。在苏宁联想桥店记者发现，绝大多数消费者选购空气净化器，对于区分产品净化效果的好坏和选择合适产品都毫无头绪。“就知道飞利浦、夏普这些大品牌，相比起来可能会更靠谱一些吧，具体的就是通过销售员说的结合价格看看买吧。”消费者张先生在接受记者采访时如是说。

但是促销员往往也是一知半解。据空气净化器促销员刘先生告诉记者，其所了解的主要是厂商提供的一些实验报告数据，如 PM2.5、苯去除率大概多少，具体到哪款产品好，净化效果如何，他表示也说不上来。

而厂商所谓的监测报告去除率 99% 往往是不可信的。宋广生表示，目前很多商家宣传的“PM2.5 去除率 99%”，实际上是偷换概念，这个去除率是材料本身对 PM2.5 和甲醛的效力，并非实际运行效果。国际上空气净化器必须标明适用面积、单位面积洁净空气量，国内则很多都不标，只以 99% 这种好看的数字蒙骗消费者。

在上海市质量技术监督局去年对空气净化器产品质量安全风险监测行动中，挑选市场上 20 批次产品，对产品的适用面积、待机功率、能效比及能效等级进行了检测和评估。结果众多知名企业在适用面积、能源效率等级方面存在问题，如大金、亚都、飞利浦知名品牌空气净化器均存在使用面积标称值超过实测值的情况。

### 行业将进入整顿期

现阶段空气净化器主要采用多层过滤网来实现净化效果，技术门槛较低。恰逢中国空气净化器市场处于高速增长期，从而导致了暴利现象的产生。

据上述业内人士透露，空气净化器的核心元件成本都差不多，主要由外壳、过滤网、电机、电控四部分构成。其中过滤网很多企业宣称 100% 原装进口，其实并不然，都是在国内加工而成。整个产品成本

不到 500 元。然而空气净化器产品售价最低也需要一两千，外资品牌则更高。

记者走访家电连锁卖场也发现，目前国内空气净化器产品如亚都、TCL、艾美特等企业，价格普遍在两千元，而同一类型的飞利浦、夏普空气净化器产品售价则高出 1000-2000 元，价格高一些真的是产品净化效果更好吗？

据一位资深空气净化器从业人员告诉记者，主要原因是进口品牌前期进入国内市场，因为产量较低，所以需要高价格来维持运营。其次，由于国内空气净化器市场井喷，而外资品牌历史要比本土品牌久，使得消费者形成外资品牌价格高的观念。但实际上，各厂家使用的技术和材料都差不多，从功能上看，有些外资品牌空气净化器研发时是针对国外实际情况，并不一定适用中国的空气环境。

在业内专家看来，随着新标准的出台，这些情况将有所改善。TCL 空气净化器负责人邹华告诉记者，新标准的推出将有利于空气净化器产业健康有序发展。目前空气净化器行业内过度宣传情况较为严重，尤其是小品牌、杂牌空气净化器，不规范标识、宣传，误导很多消费者。新标准将加强规范行业种种情况，有利于提升消费者对空气净化器的信任。

洪仕斌也表示，新标准出台后，将有助于工商等执法部门监督。预计，空气净化器市场将迎来重新洗牌，一些概念性品牌、禁不起检验的产品将面临出局，核心技术、产品性能和售后服务将是未来市场竞争的关键。

不过也有业内专家指出，行业的发展也不能完全依赖国家标准。鲁建国表示，相关部门的监督作用有限，真正的产品监督还是要靠消费者。消费者在购买空气净化器产品时，要知晓产品的宣传是否有相应认证标识、是否符合相关国家标准。一旦实际使用时发现净化效果与厂家宣传不符，应当向厂家讨要说法，维护自身合法权益，这是对企业最好的监督。

# 酱香型基酒“触网”突围 能否规模化尚待检验

夏芳 报道

酱香型基酒作为白酒企业调酒的“引子”在白酒行业快速发展期备受“宠爱”，如今，白酒暴利时代已经过去，在众多的白酒企业面临淘汰的当下，酱香型基酒企业走到了行业发展的十字路口，谋求新出路成为酒企们最为关心的事情。

### 首家酱香型基酒挂牌交易

茅台镇做基酒的企业，在压力面前开始尝试新的交易模式，谋求在寒冬中突围。

近日，由腾邦国际名酒交易中心和贵州土茅帅酒业(集团)有限公司(下称土茅帅酒业)合作，将土茅帅酒业的基酒在腾邦国际名酒交易中心平台上销售，这也是首例茅台镇酱香型基酒上市。虽然，距离此款产品的上线交易还需要一点时间，但将基酒如此大手笔纳入线上平台，在国内尚属首例。

对于双方的合作，有业内人士表示，此举有望推动我国基酒规范化发展的进程，不仅给基酒标准化提出了新要求、增加了其交易价格透明的可能，也为其它香型的基酒发展带来了“标杆”效应。

土茅帅酒业董事长陈小林接受记者采访时表示，选择与腾邦国际合作，主要为了给消费者货真价实的产品。“对企业而言，这不是一次简单的合作。了解名酒交易中心和腾邦集团，我用了一年的时间；担心此举是否会动了同行的利益，最终还是决定做这件事是看到了行业发展需要新思路，而土茅帅的发展也需要新变化”。

而在腾邦国际而言，从做红酒交易到转向白酒交易，是因为看到了白酒行业的危机和商机。腾邦国际名酒中心总经理武寰接受记者采访时表示，“白酒行业进入调整期，很多企业产品找不到出路，腾邦国际选择做基酒交易，也是想给生产基酒的企业找到一条出路。腾邦国际选择与土茅帅酒业合作推出酱香型酒上线交易外，未来还会选择浓香型、清香型等四种香型的基酒或成品酒在交易中心发行。”

资料显示，名酒交易中心属于深圳市腾邦物流股份有限公司，与上市公司腾邦国际一同属于腾邦集团。而该集团不仅拥有这两个业务板块，也正在积极地运作、布局金融产业板块。

值得注意的是，在酒行业调整期中，白酒的理财产品也不断的被推出，而酒业交易中心也是遍地开花，不过仍未看到黎明的曙光，腾邦名酒的优势在哪里，是否真的能带动白酒的销售，为基酒找到一条新的出路？

对此，武寰对记者表示，“腾邦名酒交易中心的优势是它背靠腾邦集团，这里不仅有物流的配套、金融的配套，还有更多企业所需要的文化传播、采购撮合、市场推广等方面的配套服务，所以我们才敢于做别人不曾做过的事儿”。

采访获悉，土茅帅酒业如今的年产能已经达到 3500 吨-4000 吨。和大多还在观望的酒企不同，土茅帅酒业正在积极地兴建新厂房，准备扩充产能，在逆势中突围。

### 基酒交易的生命力面临质疑

土茅帅酒与腾邦名酒交易中心的合作，在陈小林看来，是对生产型酒企在寒冬里如何更好地实现发展的一次突围，更是对基酒交易规范化的一次“突围”。

陈小林表示，在 2005 年-2012 年基酒非常“红火”时，基本上没为销售发愁过。但 2012 年之后，整个行业的低迷，让他有了危机感，于是开始了与名酒交易中心的接洽。

事实上，茅台镇做基酒的企业都面临生存压力。

有行业人士和调研人员向记者反映，2014 年茅台镇很多以销售基酒为主的小企业，日子非常难过。“有些甚至没有资金买酿酒用的粮食，这意味着这些企业在 2014 年可能没有新酒产出，甚至面临被淘汰的命运。”

“如果此次合作能够顺利并成功地进行，必然会带给白酒行业不小的变化。活跃的现货交易很有可能催生出一个相对稳定的酱香型基酒的交易价。同时，有望推动我国基酒规范化发展的进程，这不仅给基酒标准化提出了新要求、增加了其交易价格透明化的可能，也将为其它香型的基酒发展带来‘标杆’效应。”武寰对记者如此表示。

由于基酒售价在行业内并不透明，多年来基酒的售价都是随行就市。因此，这也对基酒交易是否具有长期的生命力提出了拷问。

有业内人士质疑，酱香型基酒除了为自己打造部分品牌外，就是直接将基酒外调出去。在酒行业深度调整期，基酒价位也不等，而如何来定位基酒的价格估值，这不仅是企业的事情，也是腾邦名酒交易中心未来面临的困难。而酱香型基酒在交易所平台上挂牌，如果没有好的投资者接盘，那么酱香型基酒也很难找到好的出路。

