

文/羊城晚报记者 胡彦 图/受访者提供

27日,第二十五届成都国际汽车展览会(以下简称“成都车展”)在中国西部国际博览城正式拉开帷幕。成都车展有着中国西部的汽车饕餮盛宴的美称,作为今年国内首个A级车展,汇聚了1600辆来自国内外品牌的汽车,“蔚小理”等实力派新能源汽车品牌携自家车型亮相展会。

约1600辆车亮相车展

今年,有德系、美系、日系、韩系及合资、自主等128个国内外汽车品牌参展,展出车辆约1600辆,展会规模达20万平方米。作为今年国内首个如期举办的A级车展,此次成都车展的主题为“享蓉城·促产业·稳经济·驭未来”。开幕首日,举办了72场汽车新品发布会,共揭幕首发车型92款,其中全球首发新车28款,全国首发新车36款。

值得注意的是,随着国内新能源汽车行业需求不断释放,越来越多的新能源汽车品牌争夺市场。新能源汽车可见于本次展会的10、11号馆,老牌实力派与“造车新势力”均携实力新战将出场,包括小鹏、蔚来、理想、哪吒、零跑、岚图、高合、智己、极氪、极狐、阿维塔、AITO、沙龙、欧拉、埃安等。其中,超快充全智能SUV小鹏G9首次亮相,蔚来ET5、ES7、ET7等全系车型也来到展会,理想L9迎来其车展首秀,还有中国首发的领克全新01em-p,这些都是近来热度颇高的车型。

此外,超豪华品牌玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、宾利、劳斯莱斯、罗伦士和豪华座驾雷克萨斯、林肯、英菲尼迪、捷尼赛思等在首次启用的二层展区7、8、12号馆集中亮相。宝马、梅赛德斯-奔驰、奥迪、捷豹路虎、沃尔沃、吉利、长安、上汽、奇瑞、长城等传统汽车品牌也都参展。

展会助力车企决战下半年

今年汽车行业形势复杂变化,根据中汽协发布的《2022年上半年汽车工业经济运行情况》,2022年上半年我国的汽车工业依然面临供给冲击、需求收缩、预期转弱三重压力。国家信息中心数据显示,从终端看,今年上半年汽车总体销量为906万辆,同比下降11.6%。下半年,利好政策效果显现,消费市场回暖势头明显。今年6月汽车终端销量达到191.8万辆,比去年同期增长了15%,增长率由负转正。国家信息中心副主任徐长明预测,8月汽车销量可能比7月好一点,再次大幅增长应该是在9月、10月下旬到11月、12月,应该会更好。

在此背景下,本届成都车展可谓重任在肩,既要进一步激发下半年汽车消费活力,又要为车企传递信心。成都本身就是实力与潜力兼备的汽车消费市场,今年上半年,成都累计新车上险约25.46万辆,位列全国第一。此前崔东树曾表示,成都市场是新能源车呈现高速增长的一个特色环境,高颜值、低使用成本的产品在西南地区有较大潜力。随着“金九银十”汽车消费旺季的到来,借助成都车展这一平台,全国消费市场热度持续提升,业内普遍期望巩固企稳回升成果。



▲荣威RX9成都车展首秀,9月正式上市

▼2023款AION V Plus上市,18.98万元起售

128个品牌参加第二十五届成都国际汽车展览会

荟萃多款新老品牌 首展首秀车型



飞凡全融合高阶智驾系统RIS-ING PILOT发布



高合HiPhi Z正式上市,售价61万-63万元

成都车展8月30日起暂停举办

30日,成都国际汽车展览会组委会发布《关于第二十五届成都国际汽车展览会暂停举办的通告》。通告表示,根据2022年8月29日《成都市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部关于全面加强社会面疫情防控的通告》第七条规定,严格控制人员聚集,停止各类聚集性活动。该通告自2022年8月30日零时起施行,暂定实施5天,后续将根据疫情进展和防控需要作动态调整。第二十五届成都国际汽车展览会从通告发布之日起暂停举办,后续安排另行通知。

据悉,第二十五届成都国际汽车展览会原定于8月26日-9月4日在成都中国西部国际博览城隆重举办。成都车展创办于1998年,是中国西部地区规模最大、规格最高的年度汽车盛会,一年仅一次(2020年受新冠疫情影响除外)。

羊城晚报记者 潘亮

对于暂停举办的通告,记者联系车企参展商和经销商表示,目前还未收到组委会要求撤展的通知,并且通告规定暂定实施5天,后续将根据疫情进展和防控需要作动态调整。

西江特大桥主塔下横梁浇筑完成 预计年底主塔封顶

文/图 羊城晚报记者 王丹阳 通讯员 王世卓 吴海涛



8月30日,经过12小时连夜奋战,西江特大桥三个主塔下横梁全部完成浇筑

西江上,伴随着船鸣声,秋日奋斗的乐章正在奏响。8月30日早上,经过12小时连夜奋战,随着最后一方混凝土浇筑入模,西江特大桥30号主塔下横梁浇筑完成。广东省重点工程、交通强国试点项目、省首批“平安百年品质工程”项目——广东省交通集团所属中江高速改扩建项目控制性工程西江特大桥三个主塔下横梁全部完成浇筑,标志着西江特大桥主塔全面进入中塔柱施工阶段,为主塔年底封顶提供了有力保障。

繁忙西江航道,“扩建”三塔斜拉桥

西江特大桥由保利长大工程公司承建,主桥为三塔预应力混凝土梁斜拉桥,主桥全长740米,桥位区为饮用水源二级保护区,所跨越的西江河道属一级航道,日通行船舶近500航次。针对西江水质环境保护要求高、繁忙通航环境增大建设支撑

管理难题,中江高速改扩建项目联合海事部门,实现了改扩建大桥上下游5公里水域范围内船舶动态数据的24小时实时掌握,通过“看得见,听得见,叫得到”的一体化智能监控系统,来提前预警及报警通航安全问题,为改扩建大桥安全施工提供重要支撑。

浇筑“结实肩膀”,相当于2/3动车组体积

主桥主塔设计为单横梁结构,下横梁相当于大桥结实的“肩膀”,用于支撑起桥面和未来桥上川流不息的过往车辆。因此,“肩膀”结实是大桥建设的关键。

在主塔建设过程中,下横梁施工耗时较长、工作量大。据介绍,西江特大桥三个主塔下横梁共计绑扎钢筋近400吨。主桥采用中塔固结,边塔半漂浮结构体系,其中两个边塔下横梁浇筑采用C55标号混凝土,中主塔下横梁采用C60标号高强度混凝土,共浇筑混凝土约1800立方,相当于2/3个标准动车组的体积。此外,西江特大桥主塔下横梁施工采用与塔身同步施工工艺,三个下横梁内部共铺设173束预应力管道,每束管道内穿进19-21根如食指般粗的钢绞线,累计使用的钢绞线总重约200吨。其中下横梁预应力施工是整个下横梁承受巨大荷载的关键所在,为满足施工要求,单个下横梁施工进场两套500吨智能张拉设备,采用真空智能循环压浆系统压浆工艺,实现了预应力张拉、压浆的数字化自动控制,一次张拉完成,全方位保证了下横梁施工质量。

预计10月底中江高速改扩建全线将进行首次交通导改,年底将迎来西江特大桥三个主塔全面封顶。

佛开、开阳、阳茂、茂湛、湛徐5高速 共建“安全文明示范路”

文/图 羊城晚报记者 王丹阳 通讯员 粤交集宣 沈高 岳韵萱

30日,沈海高速西段“安全文明示范路”创建活动在开阳高速启幕。活动由广东省交通运输厅、省公安厅交警局、省交通集团主办。

省内首次尝试多条高速联动、共建

沈海高速西段始于佛山市南海区大沥镇谢边,终于湛江徐闻港,全长520多公里,由佛开、开阳、阳茂、茂湛、湛徐5条路段组成,是通往广西、海南的重要出省通道,也是粤西地区对接粤港澳大湾区的大动脉。此次沈海高速西段创建“安全文明示范路”,这也是继今年7月底广东二广高速启动“安全文明示范路”创建后,第二条创建“安全文明示范路”的重要交通动脉。

沈海高速相关路段路线长、车道多、交通流量大、长途货运车辆多、货车比例大、台风等恶劣天气频发,且部分路段正在开展改扩建施工,交通安全管理压力较大。自去年开始,按照省交通集团《防范化解道路交通安全风险工作方案》的要求,沈海高速沿线各路段通过深入开展安全评价、提升道路交通安全设施、强化占道施工管理、加强高风险车辆管控、提高快速发现快处效率、为驾乘者提供优质服务等多项具体措施,涉人员伤亡交通事故发生率明显下降,道路交通安全风险大幅降低。

“这次是多条高速联动、共同创建‘安全文明示范路’在省内的首次尝试,各路段将进一步总结交通安全管理经验,提高协同作战能力和应急救援水平。”广东省交通集团副总经理陈永表示,沿线佛开、开阳、阳茂、茂湛、湛徐5条高速公路路段联合参与创建,未来粤西交通“大动脉”将更安全、更智慧、更畅通。

5路段均是省级“平安公路”

近年来,通过不断完善交

通安全机制和设施,沈海高速西段佛开、开阳、阳茂、茂湛、湛徐5个路段已陆续获得广东省“平安公路”称号,为这次“安全文明示范路”创建打下了坚实基础。

这些省级“平安公路”创建成效明显。其中,佛开高速通过推行“一桥一策”“桥梁集群监测系统”等桥涵管养模式,提高特大桥梁营运安全管理水平;开阳高速积极推广异常事件监测系统,提升道路行人、停车、抛洒物等安全隐患排查的及时性、准确性,有效服务人民群众美好出行;阳茂高速增设安全防撞缓冲车和主动智能(防闯入)预警系统等科技产品,为养护作业安全、道路通行安全提供“多重保险”;湛徐高速构建“三步骤九措施”台风防御工作指引,构筑起抵御台风肆虐的“安全线”。

开阳高速副总经理董向阳介绍:“作为创建路段之一,我们将强化对中重型车辆、危化品车辆的管控;落实事故多发路段疲劳唤醒措施,进一步规范道路施工安全管理;加强与第三方单位的深度合作,强化路段提醒和交通安全警示。”

“货运主题”服务区助力安全出行

“您好,可以扫码观看安全知识宣传动漫视频。”当天,在

开阳高速新开通的圣堂服务区电子屏上播放着专门制作的安全动漫小视频,志愿者们向过往旅客派发传单,宣传安全出行知识。小视频由省交通集团新推出的卡通形象——平安“小卫士”路安宣讲,清晰生动,吸引了不少旅客驻足观看。

开阳高速圣堂服务区位于江门市恩平路段,日均货车流量逾20000车次,入区车辆逾5000车次。该服务区作为广州往返湛江的中间点,距离两个中心城市的车行时长均在3小时左右,广东省交通集团从全国角度出发,建设打造全国首个货车主题服务区,更好满足货车司机的停车休息需求。

圣堂服务区2020年12月开建,用地面积约130000平方米,目前总建筑面积逾16000平方米,为全国首个以货运为主题的I类服务区,定位为“物流特色”“货车专属”功能型服务区,主要为沿途货车司机及司机群体提供相应的专业服务。广东通驿高速公路服务区有限公司粤西分公司总经理刘文辉介绍,作为“货运主题”服务区,大货车停车位数量较其他服务区增加2倍,总车位达到692个。

在圣堂服务区内,司机之家、胶囊休息舱、热水淋浴区、自助洗衣房、加油站、汽修厂、充电桩等设施一应俱全,且充分考虑货车司机需要。刘文辉表示:“我们努力让司机停车安心、休息舒心、生活开心,助力旅途平安,让司机和家人都放心。”



深圳硬核机器人上岗 助铁路旅客安全返程

羊城晚报讯 记者李志文、通讯员唐凯摄影报道:羊城晚报记者从深圳铁路部门获悉,暑期即将结束,深圳各大车站迎来返程客流高峰。8月下旬以来,深圳车站全站平均到发旅客达40万人次,其中,到达旅客25万人次,同比增加4成,预计此轮客流高峰将持续至9月初。

为确保旅客平安有序出行,深圳铁路部门坚持以旅客需求为导向,在提升服务质量的同时,积极采取多种科技防疫举措,全力保障旅客出行更加温馨、疫情防控更有力。

“36.3℃!”一个小女孩旅客刚一靠近,防疫一体机器人就立马播报了她的体温。

“爸爸,这个机器人眨着眼睛对着我们在说什么呀?”小女孩好奇地问爸爸。

“豆豆,它看到我们走近就知道了我们的体温。”钟先生带着4岁孩子乘高铁回湖南永州,刚到福田站,就与这个特殊的“工作人员”来了一次互动。

据悉,为加强铁路疫情防控,提升旅客服务品质,福田站在进站口、出站口配置了2台防疫一体机器人和1台自助消毒机器人,开展无感测温消毒消杀。“我们安排自助消毒机器人每天在7个时间段进行全覆盖消毒,一次15分钟左右,高效保障车站各区域安全。”福田站党总支书记吴会娟介绍。

“小伙子,我该怎么进站坐车啊?我的手机没有微信,扫不了码。”准备乘高铁回郑州的朱阿姨,一脸焦急地找到深圳北站客运员刘赫。“阿姨,您别急,我帮您把身份证放在上面就行了。”刘赫把朱阿姨身份证放在5G智能健康核验防疫平台上,2秒钟的时间健康码、核酸检测结果等信息就在屏幕上显示出来了。“这么快!对于我这种不会使用智能手机的人来说,真的很方便。”朱阿姨兴奋地说道。

为进一步方便旅客,2021年开始深圳站、深圳北站在进站口、出站口和便捷换乘通道安装5G智能健康核验防疫平台89台,大大提升了查验的效率。

深圳铁路部门持续加强科技防疫能力,在各车站设有红外热成像多人测温摄像机70余台,旅客通过时无需停留等待,实现旅客远距离快速、无感、无接触式100%体温监测。与此同时,深圳站、深圳北站在候车室内部分使用频率高的扶梯上安装了自动扶梯消杀设备,用科技手段为旅客营造安全健康的乘车环境。

“在落实常态化疫情防控工作的同时,有这些特殊‘工作人员’上岗,为旅客出行之路织密了疫情防控网,切实为广大旅客创造安全、便捷的出行环境。”深圳北站值班站长蒋婉妮表示。



福田站配备的自助消毒机器人

2022年7月乘用车新四化指数为76.7

智能化指数和网联化指数也将有望继续稳步上升

羊城晚报讯 记者戚耀琪报道:中国汽车流通协会汽车市场研究分会发布乘用车新四化指数显示,2022年7月乘用车新四化指数为76.7。其中电动化指数为26.7;智能化指数为41.2;网联化指数为55.1。

2022年7月乘用车市场零售达到181.8万辆,同比增长20.4%,环比下降6.5%。7月全国乘用车市场进入相对淡季,整体市场销量在经历5、6两个月的快速增长后出现小幅调整。

新四化指数,反映了国产乘用车市场当月符合新四化标准的车型的市场表现。指数符合电动化、智能化、网联化中任一项条件的所有车型销量在乘用车总体市场中所占的份额,去除百分号符号后得到。通过对2021年7月起的乘用车新四化指数进行追溯计算,可以看到最近13个月来的乘用车新四化指数走势变化。目前,乘用车新四化指数有三个分项指数,分别为电动化指数、智能化指数和网联化指数。因新四化中的共享化目前缺少可靠的数据支撑,暂不计入计算。

2022年7月新四化整体指数76.7,继续保持上升趋势。7月新能源汽车市场出口等因素影响,整体销量环比出现小幅下滑,对本月电动化指数产生一定影响;而智能化指数和网联化指数本月继续呈现稳定上升趋势。

展望8月随着特斯拉三季度出口量回落,电动化指数预计将出现回升,各车企将继续不断推出智能网联化车型发布上市,智能化指数和网联化指数也将有望继续稳步上升。

智能化指数和网联化指数也将有望继续稳步上升

展望8月随着特斯拉三季度出口量回落,电动化指数预计将出现回升,各车企将继续不断推出智能网联化车型发布上市,智能化指数和网联化指数也将有望继续稳步上升。

展望8月随着特斯拉三季度出口量回落,电动化指数预计将出现回升,各车企将继续不断推出智能网联化车型发布上市,智能化指数和网联化指数也将有望继续稳步上升。

整体市场产品竞争力有所下滑

羊城晚报讯 记者戚耀琪报道:近期,中国汽车流通协会汽车市场研究分会也发布了7月“产品竞争力指数”,在用户口碑、市场热度、产品评价、价格力度四个维度基础上构建产品竞争力指标体系,量化产品竞争力。指数数值越大,意味着产品的综合竞争力越强。

以2019年1月为基期,2022年7月整体市场产品竞争力指数为90.4,环比下滑0.6个百分点;从三大细分市场来看,轿车、SUV和MPV市场环比均下滑,下滑幅度分别为0.5、0.8和0.7个百分点。

2022年7月,乘用车批发量2134万辆,同比大幅增长,环比微跌;虽然有效遏制,各地经销商4S店客户进店和成交基本恢复正常,车市促销力度保持高

位,主流车企均强化优惠活动,但整体市场热度仍下滑0.1个百分点;总体来看,整体市场产品竞争力环比上月下滑0.6个百分点。

总体来看,2022年7月轿车市场产品竞争力指数为90.9,环比下滑0.5个百分点,其中产品评价和价格力度指标环比分别下滑1.4和0.2个百分点,而用户口碑指标环比上升0.2个百分点。2022年7月SUV市场产品竞争力指数为89.5,环比下滑0.8个百分点,其中产品评价、用户口碑、价格力度和市场热度指标环比均下滑,下滑幅度分别为1.6、0.6、0.6和0.2个百分点。MPV市场产品竞争力指数为95.3,环比下滑0.7个百分点,其中产品评价、市场热度、用户口碑和价格力度指标环比均下滑,下滑幅度分别为0.8、0.8、0.7和0.4个百分点。