

暑运客流火爆!

广铁连续3天客流超210万人次



暑运期间,广州南站人头攒动

羊城晚报讯 记者李志文,通讯员刘雯、黄瑜楚报道:记者从广铁集团获悉,7月1日暑运启动以来,广铁客流持续井喷,暑运前10天(7月1日至7月10日)广铁累计发送旅客1939万人次,较2022年增加658万人次,增长51.3%;较2019年增加271万人次,增长到2019年的116.2%。其中7月8日至10日,连续3天,日均发送旅客超210万人次。

“今年暑运铁路客流需求十分旺盛,呈现4个特点:一是学生客流高峰较2019年提前;二是儿童旅客出行大幅增加,是2019年的两倍多;三是旅游客流增加带动长途直通客流增长,较2019年增长18.2%,其中高铁长途客流,较2019年增长22%;四是前往旅游资源丰富的青海、山西、江苏、宁夏、北京、香港、陕西等地区的客流火爆,增幅较2019年均在30%以上。”广铁集团客运部营

销科科长谢湖方分析,广铁暑运持续大客流是由各大院校、中小学学生客流,父母带儿童暑假探亲、旅游,疫情后首个暑运广东、湖南地区释放的大量旅游客流等多种因素叠加而成。

针对史上最火暑运,广铁集团落实主题教育要求,科学调配运力,优化列车服务,确保旅客平安、温馨、有序出行。据悉,暑运期间,广州南站精准实施“一日一图”,通过开行高峰线列车、

增加直通临客列车、重联动车组列车等措施,加大运力投入,提升运能。主要加开北京、上海、长沙、武汉、成都、重庆、湛江、潮汕等热门方向列车。

铁路部门温馨提醒,暑运期间,天气炎热,客流激增,请各位旅客留意候车时间,切勿拍点乘车。针对暑运以来,各大车站、高铁动车组及普速列车上出现的一些不和谐不文明的现象,对旅客正常乘车和旅途体验造成

了一定影响的情况,广铁集团提醒各位旅客文明出行:为营造诚实守信、文明乘车的良好氛围,请各位旅客文明就座,不抢座、不霸座;请各位旅客文明乘车,车厢内不要大声喧哗,使用手机等电子产品时尽量降低声音,避免打扰其他旅客;请带小孩的旅客看管好自己的小孩,勿让儿童在车厢内奔跑、打闹、攀爬座椅、手扶门缝、触碰电茶炉,以免发生意外伤害。

“真无人驾驶”乘用车来了

智能网联汽车迈入商业化试点新阶段

文/图 羊城晚报记者 潘亮 实习生 陈磊

“车内无人”商业化试点再进一步!7月7日,智能网联乘用车“车内无人”商业化试点在北京市高级别自动驾驶示范区正式对外开放,这意味着企业在达到相应要求后可在北京示范区面向公众提供常态化的自动驾驶付费出行服务。

据悉,北京示范区将无人化道路测试分为“副驾有人”“后排有人”“车外远程”三个测试阶段,每一阶段都包含道路测试、示范应用、商业化试点三级路径。截至今年2月底,北京示范区累计部署无人化乘用车70辆,无人化里程超130万公里,车辆运行状况稳定,无安全事故,累计服务超100万人次,乘客好评率达95%以上。

作为智慧城市与智能网联汽车协同发展试点城市,2021年至今,广州、深圳同样在“真无人驾驶”政策服务、技术支持、商业化探索中大踏步前行。



用户通过APP预订自动驾驶出租车

技术合作+政策护航 商业化试点迈上新台阶

据了解,此次北京示范区批准常态化“车内无人”自动驾驶付费出行服务的同时,强化了对乘客车内安全风险、交通环境风险、自动驾驶功能风险三方面的专业论证和实车评估,并制定日常监管专项及应急预案以保证道路活动有序开展。

智能网联汽车商业化落地需要长时间测试检验与调适。以小马智行为例,2021年6月起,其在广州开启常态化远程测试,并向特邀用户开放体验车内无安全员的Robotaxi服务。时隔一年,小马智行自动驾驶乘用车和商用车入选广州市智能网联汽车首批车型准入目录,并获得广州市出租车和物流车示范运营资格。同日,小马智行在南沙常态化运行三年多的自动驾驶出行服务PonyPilot+正式开启收费运营,采用广州市出租车统一计价标准。

据介绍,小马智行在南沙区803平方公里的运营区域内,围绕居民区、商业中心、交通枢纽等地设置了超500个站点,在8:30-22:30的运营时段内,用户可通过PonyPilot+软件选择出行路线,并享受不同折扣。目前,乘客只需使用一次有安全员陪同的自动驾驶服务,即可解锁“真无人驾驶”出租车预约功能。运行过程中,乘客可通过前排座椅靠背的显示屏实时查看车速、里程等车辆运行状态及周边路况,亦可通过app与远程协助专家实时语音沟通。行程结

束后,app将对变道、障碍绕行、无保护左转、通过红绿灯等进行数据汇总。

截至今年4月,小马智行自动驾驶里程已累计达到2100万公里,无人化测试里程超过100万公里,付费出行订单数近20万单。从无人化突破到商业化加速,小马智行成熟的自动驾驶技术和商业化能力得到充分验证。

同时,小马智行双线并举,在自建自动驾驶出行技术平台以加快核心技术和产品研发的同时,积极与广汽如祺出行等第三方领先出行平台合作,推进Robotaxi商业化落地。

持续升级迭代无人驾驶技术、提高服务质量仅仅解决了自动驾驶商业化落地的部分问题。要想确保其在城市的大街小巷安全行驶并进入大规模商用阶段,5G网络覆盖、高精度地图数据采集制作与平台等车联网基础设施建设,测试与混行政策法规等软硬件资源,同样需要政府、企业和技术团队的合力推进。

今年9月,2023世界智能网联汽车大会将在北京召开,行业专家将为无人驾驶商业化进程带来哪些启发,又将展示哪些最新技术成果和解决方案?有待持续关注。



进行“整车无人”自动驾驶测试的车辆内饰

累计测试960万公里 广深加速布局无人驾驶

2021年7月,广州在全国率先提出智能网联汽车“混行试点”的工作理念,确定构建“1+1+N”的混行政策体系,在有条件开展智能网联汽车示范运营的区域,设立混行试点区。《广州市智能网联汽车道路测试与应用示范运营报告(2022年度)》显示,截至2022年年底,开放测试路段涉及市内6个行政区的433条道路,单向里程833.98公里,车辆累计测试里程超过960万公里。

同时,广州市已累计向小马智行、文远知行、广汽集团、阿波罗(百度)等13家测试企业的308辆测试车辆颁发了道路测试许可。目前,自动驾驶测试车辆的应用场景集中于乘用车、涉及车和城市巴士,乘用车占比83%。

从测试情况来看,有效测试总时长累计超过51万小时,2022年度总里程达631.8万公里,较上年同比增长130%。其中,阿波罗测试里程最长,达232万公里;小马智行测试平均时速最快,为58.28km/h。截至2022年底,广州308台测试车辆交通事故认定记录均为0。

基于近年来智能网联车测试

的上佳表现,去年6月起,广州先后批准南沙区、花都区作为混行试点区,并对自动驾驶里程、车辆加装、安全员要求、事故定责机制提出严格要求,为无人自动驾驶乘用车的商业化试点铺路。

另据了解,作为智能网联汽车探索的“排头兵”,深圳在获批成为智慧城市基础建设与智能网联汽车协同发展试点城市之前,已颁布制定了《深圳市智能网联汽车道路测试与示范应用管理实施细则》,允许在当地开展驾驶人不在驾驶位上的道路测试,并将测试道路扩展到包括高速公路在内的公路和城市道路,为相关企业落地实践提供政策依据。

今年6月,深圳坪山区向百度旗下自动驾驶出行服务平台萝卜快跑开放L4级无人驾驶商业化收费运营许可,实现了运营区域内188平方公里,每日15小时,车内无驾驶员、无安全员的载人服务。去年3月起实施的《汽车驾驶自动化分级》国家标准将驾驶自动化分为6个等级,其中L4级为高度自动化,系统可在设计运行条件下持续执行全部动态驾驶任务并自动执行最小风险策略。

车辆召回! 涉及路虎、丰田、宝马等品牌

文/羊城晚报记者 丁玲

捷豹路虎召回6415辆进口路虎揽胜汽车

捷豹路虎表示,自2023年7月28日起,召回2021年11月29日至2022年11月28日生产的部分进口2022-2023款路虎揽胜汽车,共计6415辆。本次召回范围内部分车辆的尾灯线束可能受到挤压而损坏,导致尾灯无法正常工作,增加发生碰撞的风险,存在安全隐患。捷豹路虎将为召回范围内车辆免费检查尾灯线束,如受损则免费更换尾灯。

同时,自即日起,召回2018年4月11日至2020年7月17日生产的部分进口2019-2020款捷豹I-PACE纯电汽车,共计995辆。本次召回范围内部分车辆的动力电池可能出现过热,极端情况

下会导致动力电池起火,存在安全隐患。捷豹路虎将为召回范围内车辆免费升级电池能量控制模块(BECM)软件,当软件监测出现预警提示时,免费更换动力电池模块。

捷豹路虎将通过挂号信等方式,通知有关用户此次召回事宜。相关用户可通过座机或手机,拨打路虎品牌客户服务热线:400-820-0187、捷豹品牌客户服务热线:400-820-8955进行咨询。

丰田召回部分进口雷克萨斯汽车

丰田决定自即日起,召回2023年3月1日至2023年4月28日期间生产的部分进口雷克萨斯NX 260、NX 350h、NX 400h+汽车,共计1817辆。本次召回范围内车辆全球

定位系统(GPS)天线线路端子接线不当,GPS天线无法正常工作,不能为车辆提供位置信息。在使用紧急救援功能时,可能因无法发送车辆位置信息导致救援延迟,存在安全隐患。

丰田将为召回范围内的车辆免费调整GPS天线线路端子的接线位置。

丰田将通过挂号信等方式,通知有关用户此次召回事宜。用户可致电服务热线:800-810-2772(座机)、400-810-2772(手机),获取此次召回的相关信息。

宝马召回部分进口7系汽车

宝马表示,自即日起,召回生产日期从2022年12月6日至2023年1月23日的部分进口7系汽车,共计247辆。

本次召回范围内部分车辆前排座椅纵向调整装置的右侧螺紋杆与固定片的焊接不牢固,发生碰撞事故时,焊接处可能出现损坏,导致座椅右侧出现松动,增加驾驶员、前排乘坐人员受伤风险,存在安全隐患。

宝马将免费检查召回范围内车辆的前排座椅纵向调整装置是否属于特定批次并更换。

宝马将以挂号信、互联网驾驶消息等方式,通知相关用户。用户可拨打宝马售后服务热线:400-800-6666(热线或手机拨打均可),了解此次召回的详细信息。

宝马表示,自即日起,召回生产日期从2022年12月6日至2023年1月23日的部分进口7系汽车,共计247辆。

羊城车主服务节 大咖说

广东汽车文化促进会会长徐汉: 汽车文化进入厚积薄发的状态

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁



广东汽车文化促进会会长徐汉

由广东省商务厅、广东省道路运输协会作为指导单位,羊城晚报社主办的2023年(第二届)羊城车主服务节自启动后广受业界关注。随着机动车保有量和车主群体快速增长,汽车文化发展土壤厚实,车主在购车用车的同时,越来越关注汽车文化的交流与互动。那么,国内汽车文化发展现状如何?新能源车快速发展的当下,汽车文化发展又会出现哪些新的趋势?羊城晚报记者就这些问题专访广东汽车文化促进会会长徐汉。

羊城晚报记者:截至2023年6月底,全国机动车保有量达4.26亿辆,其中汽车3.28亿辆、新能源汽车1620万辆;机动车驾驶人5.13亿人,其中汽车驾驶人4.75亿人。庞大的汽车用户群体,国内汽车文化发展将会有哪些趋势和方向?

徐汉:国内不但拥有庞大的汽车用户群体,而且汽车产销量已连续13年位居全球之冠。今年也是中国汽车工业发展的70周年,我们的汽车文化已有70年的积累了,也逐渐进入了厚积薄发的状态。

一是会形成更多样化、更个性化的汽车消费趋势。在汽车的交通属性之外的其他属性会凸显出来,例如审美、个性、社交、旅游、运动、收藏、金融等属性。例如经典车、改装车都能很好地满足人民汽车消费的个性化需求,同时也带动了相关汽车运动和汽车文化的发展。二是国内汽车爱好者的交流平台和,更是促进了国际间的汽车文化交流。

二是汽车文化与其他多种文化相融合的趋势。在经典车身上能挖掘的价值很多且广泛,例如近年来全球时尚青年所追捧的复古文化就与经典车、老爷车高度契合,且碰撞出亮眼的火花。复古文化、时尚生活文化、服装服饰文化、露营文化、收藏文化、影视文化……这些各个领域都会与汽车文化有很好的融合。

三是汽车文化产业逐步形成并壮大的趋势,如经典车、老爷车产业、改装车产业。国际发达国家成熟的汽车后市场都包括经典车产业、改装车产业,而且二者的规模非常可观。据全球最著名的意大利1000英里拉力赛主办方总经理波若琳介绍,每年意大利经典车的产值约1040亿欧元,占意大利国家GDP的5.4%;粗略估算全球的经典车产值达到2万亿美元规模。

羊城晚报记者:汽车文化发展在国内的现状如何?与国外发达汽车市场相比有哪些差异?

徐汉:国内的汽车文化发展还处于初级阶段,目前的汽车文化是远远未能满足汽车市场及广大汽车爱好者的需求。一是由于国内汽车工业发展较世界发达国家起步较晚且工业基础较为薄弱。二是国内民众接触汽车的时间不长,对汽车文化的认知积累未够。欧美及其他发达国家民众有着几代人汽车共同成长的经历,汽车已俨然成为其家庭中的一部分。所以无论从汽车工业的基础还是汽车文化的历史沉淀,其都具备了汽车文化生根发芽及

茁壮成长的土壤。欧美及其他发达国家有着成熟发达的汽车工业以及丰富且广泛的汽车文化,所以也发展出汽车文化不同的业态及形式,如美国加州的圆石滩优雅竞赛、英国的古德伍德速度节、意大利的1000英里拉力赛、德国的埃森老爷车展等等让所有车迷趋之若鹜的全球车坛盛事。所以在欧洲每年会举办3000多场汽车文化活动就不足为奇了。

国内的汽车文化发展应该多向国外汽车文化发达的国家学习,引入先进的经典车、老爷车文化理念,了解国外经典车、老爷车行业的产业知识。

羊城晚报记者:新能源车发展迅速,对于汽车文化培育和发展来说,与燃油车时代相比,未来的新能源车市场会培养出怎样的汽车文化?

徐汉:新能源汽车包括纯电动汽车以及氢燃料汽车。除了民众所熟悉的纯电动汽车,其国内也在布局发展氢燃料汽车,有部分氢燃料汽车也出口到欧洲,但主要是商用车领域。所以并不为大众所熟知。新能源汽车在未来一定会被更为深入及广泛地应用,直至完全地占据全球绝大部分新车市场,只是在什么时候能达到以上规模,这是难以预测的。不久的将来,新能源车也一定会形成其特有的汽车文化,例如特斯拉车主热衷于户外露营活动,就是因为电动车电的特点。由于新能源车的机械结构较为简单且高度电气化,其所形成的汽车文化应该是外化的,例如与互联网、人工智能、大数据、自动驾驶等电子信息技术的结合。而反观机械化的经典车、老爷车,这是不可再生的稀缺资源,加上有历史沉淀与情感寄托。在新能源车普及的年代,更显得其弥足珍贵。未来,经典车文化与新能源汽车文化是互补互助、和谐共处的关系。

羊城晚报记者:经典车文化要如何保护和推广?

徐汉:经典车文化在国内各地呈星星之火趋势,由于经典车文化是迟来的、舶来的文化,在目前各种客观因素的制约下,遇到了发展的瓶颈。经典车文化发展离不开四要素:一是经典车、老爷车的维修配套服务。二是经典车、老爷车规范高效的流通。三是经典车、老爷车的应用场景,如一些文旅活动及赛事的社交平台。四是国家相关管理政策的松绑及扶持。经典车爱好者在推广汽车文化、享受经典车带给我们快乐的同时,也应约束管理自己的用车习惯、驾驶习惯,向社会公众展现经典车、老爷车优雅文明的正面形象,让大家都爱上经典车并爱护经典车。