

追问“5·26”重大交通事故结论： 比亚迪真的无辜？

■ 本报特约评论员 李钢

引起社会高度关注的深圳“5·26”重大交通事故，终于有了结论。

有报道说，8月3日上午10点半，深圳市发改委在深圳会展中心召开发布会，宣布了事故车辆质量鉴定结果。

来自全国的13位专家组成的纯电动车质量鉴定专家组，调查得出的最终结论是，比亚迪e6电动汽车没有发生爆炸，整车安全设计未见缺陷。专家组认定，两次碰撞中三名乘客所受机械伤害造成致命性伤害。确认e6电动出租车是国家汽车新产品公告内产品，不仅通过了国家相关检测机构的整车碰撞安全，还符合更高要求的美国检测标准。

这个结论，乍一听，好像很可信，细一想，还是有不少疑问和矛盾之处。

质疑“缺陷”

专业知识告诉我们，电动汽车的关键技术是电池、电机和电控，而电池技术至今还不能确保安全，目前在全世界都如此。因此，对调查结论的最大疑问是，“比亚迪e6电动汽车没有发生爆炸，整车安全设计未见缺陷”。

报告还说，在全车96节单体电池中，有24节“参与燃烧”，也就是说，电池组里有1/4单体电池成为“纵火犯”。

曾有报道说，当时火势凶猛，事故目击者称，撞击后，电动车很快起火。事后发现电动车司机死于副驾驶位上，怀疑车速过快，来不及逃生。

毫无疑问，起火的原因是电

池。电池出了问题，算不算“缺陷”？如果“算”，电池安全是不是整车安全的一部分？如果回答“是”，那么，“整车安全未见缺陷”的结论就谬之千里了！

从这次事故中，人们看到了动力电池因破损、短路以及电弧引燃酿成的惨剧，这场惨剧，从另一个侧面提醒生产企业，电动车的整车安全设计，至少需要增加电池保护、电弧屏蔽和阻燃材料的设计保障与技术措施。

很明显，专家鉴定和提醒企业改进的关注重点，应该放在电池上，放在以电池为源的整车系统安全设计上。

可是，鉴定报告却“王顾左右而言他”，说：“比亚迪e6电动汽车没有发生爆炸，整车安全设计未见缺陷”，鉴定结论的这种语序，似乎在向人们暗示其中的逻辑关系。

不发生爆炸，就是整车安全设计未见缺陷？只要不发生爆炸，即使把钢铁烧的变形、将生命当场火化，也是“整车安全设计未见缺陷”？

整个鉴定报告，除了回避“电池安全”，还极力主张“三名乘客死亡原因，是因为在两次碰撞中头部遭到重创，头部伤害值已远超国际认定的人类承受极限，非被大火所致。”

不知如何判断出死者死亡原因完全出自碰撞？根据现场火势和燃烧时间，即便不是碰撞致命，车内人的生还几率，几乎等于零，那位来不及逃生的司机，已经用生命的代价证明给我们看。

为了证明电动汽车不发生爆炸，整车安全设计就无缺陷的逻辑，鉴定报告还强调，比亚迪e6电动汽车“不仅通过了国家相关检测机构的整车碰撞安全，还符合更高要求的美国检测标准”。

其实，电动车在全世界都是很

不成熟的生物，不要说我国，即使像美国这样的发达国家，标准和规范也是很初级的。

“不管是磷酸铁锂电池还是锰酸锂电池，都没有从本质上解决安全性问题，都存在安全隐患。”清华大学汽车工程开发研究院常务副院长宋健认为，“电池撞击之后短路，很容易漏电，200多伏的电压，会直接让人丧命，电动车上死亡的三人，可能是被电死，也可能是被烧死的。”

宋健告诉记者，“能量密度、放电功率，电池组的包裹性和碰撞所发生高压电击，都是威胁电动车安全的因素，到现在为止，世界上没有任何一项技术能从根本上解决好这些问题。”

追问的理由

“5·26”交通事故，被媒体报道后引起广泛关注，因为这不是普通的交通事故，是又一起电动车起火致人命的重大事故。

人们更加关注的是，作为国家新能源战略先锋的电动汽车，在事故发生后，有关方面能不能以实事求是的科学态度，认真查找原因，积极消除隐患，不断改进设计，逐步完善，确保安全！

因为，电动车燃烧并非孤案。2011年，杭州众泰电动车、上海电动公交均发生过自燃。美国通用VOLT电动车也曾在碰撞测试后起火，事故发生后全部召回，只有改进之举，未闻“缺陷”与否。

出了事故，我们的调研是否实事求是，鉴定方法是否科学，结论是否客观公正，能否起到警示借鉴改进的作用，事关中国汽车工业和新能源汽车发展的大事，也关系到国际影响。

新能源汽车，无论是纯电动还是混合动力，全世界至今还没有一家企业，敢于声称自己有完全成熟的产品。

在中国，电动车的发展处于初级阶段，不仅关键技术需要攻关，而且从研发、生产、销售、运行到售后服务，尚未形成产业链条，社会配套设施很不健全，整个市场化流程正在摸索过程

中。这次出事的e6电动车，仅仅是在深圳小批量、小范围试运行，不属于已经非常成熟、可以大批投放市场的产品。

在这样的情况下，专家却给出“无缺陷”的完美之说，这种结论的科学依据又在哪里？又怎能帮助生产企业改进完善呢？

动力电池引起大火，烧死人了还说“安全设计无缺陷”，还要找出那么多“无缺陷”的旁证。

所以，人们有理由质疑专家的专业性和权威性，有理由追问事故鉴定的科学性、客观性。

我国正在走向复兴之路，如果想在经济一体化的道路上阔步前进，就必须从科学发展观出发，按实事求是办事，讲求科学态度。这才是我们的立国之本。

其实，针对新能源汽车发展，工信部的有关文件早就体现了这样的科学态度，体现了实事求是的审慎。2009年6月25日，工业和信息化部对外公布了修订后的《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》。

《规则》将新能源汽车划分为起步期、发展期、成熟期三个不同的技术阶段。不同时期的产品受到不同程度的限制。根据《规则》，磷酸铁锂电池被定为发展期产品，发展期产品允许进行批量生产，但只能在批准的区域销售使用，并至少对20%的产品运行状态进行实时监控。

按照《规则》的界定，e6电动车属于“发展期”这个范围。对处于发展期的产品出现的重大事故，专家组的鉴定结论却如此轻率，正是媒体和社会公众追问的理由！

我们的目的，就是通过追问悲剧来避免悲剧。追问公共事件的真相、追问公共事件的普遍性联系，杜绝类似的悲剧，不让他重复发生。

（作者系新传媒产业联盟副主席、新传媒网董事长）

壳牌统一新战略规划 “凤凰战略”全面启动

■ 本报记者 李逸

日前，“统一·启未来”2012壳牌统一经销商大会暨统一柴机油“路上实验室”全国路演新闻发布会盛大开幕。会上壳牌统一新任掌门人陈翠薇(Rebecca Chan)宣布了2012—2015年企业业务发展和提升的新战略规划“凤凰战略”。同时，来自全国的千余名经销商代表和100余名媒体记者共同见证了统一柴机油“路上实验室”全国路演活动的启动仪式。

“凤凰战略”全面启动

从“成为客户首选的中国润滑油公司”的愿景出发，“凤凰战略”制定了壳牌统一到2015年与市场环境及统一企业能力相匹配的，切实可行的业务发展策略，梳理了关键业务发展的重点和途径战略，提供了帮助经销商业务发展的行动方案。同时该战略还在继续保持成本领先优势，改善价值链以及推进企业组织文化重塑和能力提升方面都有指导意义。

“凤凰计划”将以清晰的行动纲领和路线图指导未来几年的工作，实现公司“成为客户首选的中国润滑油公司”的愿景，陈翠薇表示，“我们将依托品牌建设，了解客户需求并提供高性价比的产品，为客户提供更贴近需求的服务，最终成为客户信赖、喜爱并且最愿意选择的公司和品牌。”

携手共赢

经销商是壳牌统一的生意伙伴，经销商业务的健康持续增长是企业成功的秘方。在面向2015年的“凤凰计划”里，经销商能力发展是一个重要的模块，而翡翠项目就是“经销商能力发展”这个模块的核心支柱。

“翡翠项目”是针对壳牌统一经销商运营效率、销售网络覆盖、经销商销售能力以及运营能力提供的一整套经销商能力提升计划，旨在通过网络规划、运营模式推广、经销商梯队建设、工具与流程、能力提升等五个方面，逐渐优化经销商的生意模式，更好地适应市场、满足终端消费者的需求。

“我们期望通过翡翠项目的实施，加强终端渠道销售与经销商管理能力，给经销商实在的市场指导和支持；提升经销商拓展终端渠道的能力并优化运营水平，双方在激烈的市场竞争环境下击败对手，赢得生意机会”，壳牌统一市场及战略副总经理于子钊(Robert Kwong)介绍，“在2012—2015年间，翡翠项目将覆盖到贡献整体销量70%的经销商，让更多的经销商受益。”

走近消费者

“路上实验室”全国路演的启动掀起了大会高潮。“路上实验室”统一柴机油全国路演活动将历时3个月，12000公里，落地16个城市。一辆装配有各种科研仪器的“路上实验室”大卡车将会穿越中国多种路况和气候条件，体验包括青藏高原、川藏线和西南山区在内的多种极端道路。在此期间，“路上实验室”的研究人员将不断收集整理中国实际路况下的用户的挑战和考验，认真聆听消费者的真实需求，帮助驾驶员找到最实用的路上行车解决方案。

“与客户走得更近，这是壳牌统一一直坚持的目标，我们希望通过路上实验室的路演活动，收集更丰富、更全面的道路实际状况，以便更好地为驾驶员分忧。”于子钊介绍，“壳牌统一从用户的实际需求出发，为用户提供实用不花哨的解决方案。所以我们将实验室搬到了路上，亲自走一遍用户走的路，只有了解中国用户、了解中国路况、了解中国用户的卡车，我们的产品才能真正解决用户‘在路上’的问题，我们才能真正实现‘一路挺你’的品牌承诺。”

壳牌统一把这一品牌承诺深刻地贯穿到了企业的整体运营里，从产品研发的初始环节，就更多地关注客户需求。壳牌统一柴机油产品针对不同的路况和消费者诉求研发了4个系列的产品：作为旗舰产品的油压王，专门针对行驶2万公里复杂路况的中卡和重卡设计。特别添加OCP黏度指数改进剂，关注重载下油压的长里程稳定，同时还能提供特别抗磨保护，即使面临拥堵状况下的频繁启停，发动机也始终处于最佳状态；耐寿王，添加高效抗氧化剂，有优异的油膜强度，承载能力高，耐久性好，为重载卡车提供长里程高效润滑和保护；超黏王，专为车头较长、行驶里程较多的卡车车辆设计，添加抗剪切性黏度指数改进剂，使机油黏度保持稳定，降低发动机磨损，有效延长发动机使用寿命；智尊则是以全面的性能提供均衡的保证，是高性价比的实用性产品。

一汽丰田：新皇冠“加减法”换江山？

■ 本报记者 李逸

重归理性定位后，一汽丰田试图通过变招挽回新皇冠的颓势。

前不久，一汽丰田2012款在京上市。值得关注的是，此次中期改款的新皇冠取消了4.3L排量车型，同时首次在2.5L车型上加装了G-BOOK智能副驾、VDIM车辆动态综合管理系统等配置。在4年或10万公里的保修服务政策的前提下，新皇冠的售价略微下调，2.5L和3.0L的2个排量8款车型售价在31.98万元至51.98万元间。

增配、减价、砍掉销量如同鸡肋的大排量车型，一汽丰田的新皇冠为争夺更多的年轻买家设计了“加减法”，争取能够月销量达到4000辆以上。

4.3L 悄然谢幕

虽然此次上市的新皇冠是中期改款，但从外观上可以看出一汽丰田求变的决心。新款皇冠的前脸和尾部都更显欧化，整体风格更偏向年轻和时尚化，但并未失去以往商务的气质。

除在外观上求变外，新皇冠在科技配置进行了“加法”。如电动调节方向盘、前排通风座椅、驾驶席记忆、后排专属空调等经典配置如今扩展至更多级别车型。尤其是以往只在3.0L以上车型装备的G-BOOK智能

副驾也首次运用到2.5L车型上。借助该系统驾驶员可以全天候连线话务员，享受路径检索、防盗追踪、紧急道路救援在内的多种服务。

有增即有减，此次改款的背后，皇冠4.3L在上市不足3年后悄然退出市场。一汽丰田公关总监马春平回应称，4.3L排量的退市，是市场投票的结果。

自推出之日起，皇冠4.3L排量的悲情宿命便已注定。作为一汽丰田的旗舰车型，皇冠肩负着与中高端品牌抗衡的重任，但高达40%的大排量消费税削弱了皇冠4.3L的性价比优势。

与此同时，皇冠的直接竞争对手宝马、奥迪、奔驰甚至沃尔沃，都是以豪华车品牌集体出征，皇冠相当于凭借一己之力对抗各大豪华车集团军，一汽丰田显然不能像皇冠的豪华车对手一样，专注于将品牌高端化，这与丰田品牌其他车型的定位形成冲突。

如此也引发了一个矛盾点，如果花费80万元，绝大多数消费者更愿意选择配置同样不低，但品牌更为高端化的豪华车品牌。

事实上，中国汽车工业协会的数据显示，自从2009年底皇冠4.3L正式在市场上销售，在近3年的时间里，皇冠4.3L的销量总和不足200辆，仅占同期皇冠销量比重的1%。因此，对于一汽丰田而言，4.3L的退市是品牌回归的理性之举。目前，新

皇冠的月均销量在3000辆左右，通过此次“加减法”，一汽丰田希望皇冠的月均销量突破4000辆。

瞄准年轻买家

在一汽丰田副总经理高放看来，此次改款的新皇冠将吸引更多的年轻买家。

目前，中国中高端车之争背后的马太效应日趋加剧。今年上半年，皇冠销量为14035辆，同期奥迪A6L和宝马5系的销量分别为5.06万辆和3.31万辆。

皇冠的市场份额正在逐渐萎缩，2007年皇冠在华的全年销量为53111辆，但到了2011年皇冠销量仅为3万辆。

客观而言，在各大豪华车品牌的围剿下，皇冠能维稳当下销量已然不易。要知道，竞争对手的品牌推广均以数亿甚至数十亿元计算，均远超皇冠。更何况一汽丰田无法否认，皇冠的产品更新换代的速度明显慢于竞争对手。虽然其动力技术成熟可靠，但与竞争对手相比，缺乏革新和突破性。

依靠巨资打造的品牌宣传，奥迪A6L成功塑造了“官车”效应，宝马5系则主推驾驶乐趣，奔驰E级也尽显商务风。皇冠引以为豪的驾乘舒适性，并未与上述品牌产生根本性的不同。

相比之下，皇冠最大的优势仍在

巴博斯35MR锐新越野车

蜕变的蜕变
 完成了蝴蝶的华丽转身
 人类和世界的每一次变革
 都贯穿的是对行知的伟大实践
 一种品牌自诞生的那一刻起
 就一以贯之的执行了思域无疆限
 创新永不悔的精神
 -----这就是来自德国巴博斯汽车
 自1977年起就始终秉承了对极致境界
 不断完善和追求



德国原装进口
 质保期3年或10万公里
 巴博斯中国总代理：庞大集团

北京巴博斯 010-87399910 天津巴博斯 022-58898886 包头巴博斯 0472-5158508 长沙巴博斯 0731-84077373 成都巴博斯 028-61687000 广东巴博斯 020-28620770 杭州巴博斯 0571-85789607
 南京巴博斯 025-86759699 沈阳巴博斯 024-31082888 苏州巴博斯 0512-65365558 郑州巴博斯 0371-86187682 太原巴博斯 0351-5668456 温州巴博斯 0577-55667333 武汉巴博斯 027-85273338
 石家庄巴博斯 0311-87779775 哈尔滨巴博斯 0451-84377779 鄂尔多斯巴博斯 0477-5119729 呼和浩特巴博斯 0471-5291993 乌鲁木齐巴博斯 0991-6630666 网址: www.brabus-china.com