

中国商用车编辑协会(筹)

2004.1.18

# 中国巴士与客车

## CHINA BUSES & COACHEES NEWLETTER

热点

关于中国巴士快速交通的车辆研究与开发

观点

从年度客车大奖解读中国客车产品造型

2003年3月,世界客车博览亚洲展览会(Busworld Asia)在上海举办三届,10月在比利时的科特赖克小镇举办第17届世界客车博览欧洲展览会(Busworld Europe),这是客车行业的两个重要展会。

《汽车杂志》记者侯喜华特别访问了中国汽车城网站CEO、知名的客车信息专家、以“BAAV与中国客车”为题,在2003年第5期《汽车杂志》刊发对世界客车博览亚洲展览会及BAAV亚洲客车奖的专访报道。

《客车技术与研究》杂志记者也特别访问了王先生对世界客车博览欧洲展览会的观感。

稍早时候,中国交通报《汽车周刊》记者也采访了王先生,以“中国客车不能一味仿造”为题,并引业界对巴士与客车造型问题的关注。

这几篇专访报道虽然仅代表被采访者个人的观点,但文中的观点和事实已在客车行业产生一定影响。

《中国巴士与客车通讯》汇集这几篇专访报道的原稿,提纲完整的背景资料,并配合图片进行说明,有助于读者的理解。

## 发刊词

中国汽车城网站积极倡导客车运营企业与制造企业的广泛联合与合作,探索客车技术进步和客运市场的变化规律。自1995年编辑出版反映中国高速客运发展兴起的《成渝捷运》专辑以来,一直不断地努力为客车制造及运营行业提供专业资讯服务,逐渐成为中国专业的客车信息中心。

根据中国公路学会客车分会[1999]中客会字第14号文件《关于邀请参加〈图解世界巴士指南〉图书和〈客车世界〉多媒体光盘编审工作的函》,中国汽车城网站在2000年组织编辑出版了《世界客车图解指南》图书和《客车世界》多媒体光盘,这是中国第一套系统介绍全球客车产品的图鉴手册。

根据中国土木工程学会城市公共交通学会公交学字2002第(8)号文件《关于编辑出版〈中国巴士与客车〉年鉴图书的通知》,中国汽车城网站又于2003年组织编辑出版了《中国巴士与客车》年鉴图书,成为中外客车行业交流的窗口。

为保持《中国巴士与客车》年鉴图书出版的连续性,并及时面向广大客车用户传递行业资讯,中国汽车城网站联系相关专业媒体的记者和编辑,共同发起创建中国商用车编辑协会(筹),已报送相关机构审批。编辑发行《中国巴士与客车通讯》作为联系会员的业务探索纽带,同时又为客车用户提供行业资讯。

《中国巴士与客车通讯》将秉持国际化的编辑传统,以全球巴士与客车新产品为观察分析轴心线,提供深度的商业分析报道,为中国公路旅客运输和城市公共交通的车辆技术选择提供指南。

### 中国公路学会客车分会文件

关于邀请参加《图解世界巴士指南》图书和《客车世界》多媒体光盘编审工作的函

### 中国土木工程学会城市公共交通学会文件

关于编辑出版《中国巴士与客车》年鉴图书的通知

## 中国巴士快速交通的车辆研究与开发

由中国土木工程学会和昆明市联合主办的《中国巴士快速交通发展战略研讨会》于2003年12月在昆明举行,汇集从事城市规划、公共交通规划、运营和管理、智能交通系统以及先进车辆技术方面研究的

专家学者、政府官员和公共交通专业人士,广泛开展学术交流、研究中国发展巴士快速交通系统的战略、推动示范项目的启动、共同促进巴士快速交通系统在各城市的应用。

中国汽车城网站CEO王健

以“中国巴士快速交通车辆研究”为题,做了精彩的演讲,获得与会者的高度赞赏,《商用汽车》记者采访了王健先生,全方位地讨论了中国巴士快速交通车辆的研发问题,这里刊发的是采访原稿。

《中国巴士与客车通讯》面向全国公路旅客运输和城市公共交通企业的高层管理人员及技术主管免费派送,其他行业及相关机构如有需要订阅,请直接与编辑部联系:

印刷版: 经由邮局寄送 传真版: 经由传真发送 电子版: 经由电邮传送 新闻线索请电邮 [webmaster@motorworld.com.cn](mailto:webmaster@motorworld.com.cn)

主 编

王 健 中国汽车城网站

专业编辑

周 明 中国交通报  
刘小勇 中国汽车报  
吴永强 商用汽车  
侯喜华 汽车杂志  
邓海涛 汽车导报  
曾 琳 客车技术与研究  
卢 懋 公交规划与管理  
袁本奎 重庆交通学院学报

编辑部地址

中国汽车城网站  
重庆市渝北区龙湖花园 2-3-1-102  
邮编: 401187  
电话: 23 63616250  
传真: 23 67633293  
电邮 webmaster@motorworld.com.cn

北京办事处

海淀区永定路东街 4 号二炮办公西楼  
408 室(邮编: 100039)  
电话: 010 68152165  
传真: 010 68152186

发行指导单位

中国土木工程学会城市公共交通学会  
中国公路学会汽车运输学会  
中国公路学会客车学会

Editor in Chief

James W

Motorworld Website in China

Jury of Editors

Zhou Ming

China Transportation Daily

Liu Xiaoyong

China Automobile Week

Wu Yongqing

Commercial Vehicles

Hou Xihua

Auto Magazine

Den Haitao

Autonews

Zhen Lin

Bus Technology and Research

Lu Mao

Transit Plan and Management

# 安凯与奔驰失之交臂

据业内人士透露,德国梅赛德斯-奔驰公司与中国安徽安凯汽车集团公司的客车合资合作谈判已告破裂,2003年在德国进行的谈判,以及在中国的系列谈判已基本宣告终结奔驰公司购并整合安凯的梦想。

奔驰-戴姆勒公司是世界上资历最老的汽车制造商,过去100多年里,通过重组构并的方式快速扩张成为全球最大的客车制造商,中国庞大的客车市场也是奔驰公司多年来一直蠢蠢欲进的领域。

虽然奔驰公司在中国的客车投资项目没有达到理想的结果,但公司高层决策者在谈到对中国市场的开拓时表示,将在中国考虑将合作业务向纵深扩大。其潜在的项目就是客车与货车的生产。

德国媒体早先报道说奔驰公司将与北京福田合作生产越野车,与东南汽车合作生产面包车,与安凯合作生产客车,

其中前两项已成为事实,唯有安凯的客车项目没有落实。

1993年7月,合肥淝河汽车制造厂与德国卡尔·凯斯鲍尔车辆股份有限公司签订引进1000辆SETRA S215HD型豪华大客车专有技术许可证贸易合同。安凯HFF6112GD型客车在成渝路上一举成名,成为中国豪华客车的代表。

1994年,德国卡尔·凯斯鲍尔车辆股份有限公司被梅赛德斯-奔驰公司收购,并入新成立的EVOBUS公司,施行双品牌策,仍然保留凯斯鲍尔(K)商标与奔驰商标进行生产。

1997年,淝河汽车制造厂改制为安徽安凯汽车集团有限公司。

2001年12月,安凯公司与EVOBUS公司签署第二轮为期10年的1500辆SETRAS315HD型豪华大客车专有技术许可证贸易合同。

## 全国客车大赛引发的疑问! 谁来解答?

2004年3月,中国客车行业面临两个车展的选择,一是第四届北京国际商用车特种车辆及零部件展览会,另一个是第四届世界客车博览亚洲展览会,究竟参加哪个展览尚在犹豫。

而且,客车产品还面临两个大奖的竞争,一是“2004全国客车大赛”,另一个是“BAAV亚洲大奖”。BAAV亚洲大奖已在中国组织了3次评奖活动,在客车行业也逐渐被制造商和用户所重视,而新的全国客车大赛试图建立新的评奖机制,但从开始就引起人们的质疑,近日,中国客车学会发表声明:一、展览会期间,客车学会不举行任何形式的客车等级评定活动。二、客车学会受交通部公路司委托,进行客车等级评定工作中的技术支持工作。客车学会严格按照按有关程序受理、审查客车企业申报的客车等级评定资料,并与相关省交通主管部门一同进行现场实车检测工作。

中国客车学会的声明终于使人们对全国客车大赛的各种疑问浮上了水面,并且部分地验证了《中国汽车报》“中国客车大赛会不会成为行业自娱自乐的“卡拉OK””的预言,人们的疑问是:

**主办机构的权威性?**

中国公路车辆机械总公司参与大赛的主办,其下属的客车产品无疑将获大奖会使整个大赛最终演变为中国客车行业“自娱自乐的卡拉OK赛”。

任何商业公司在主办抽奖和评奖活动中,为标榜其公正,都有“本公司员

工不得参加”的规定,而全国客车大赛由专家学者们制定的评奖规则却违反这个基本的原则,我们不得不对评奖机构的权威性表示质疑,进而衍生出对评奖结果公正性的怀疑。

**大奖评选的公正性?**

全国客车大奖赛的预备会议是由金龙公司协办承办,显然是由金龙公司赞助专家们的吃住和娱乐,相信各位专家和评委对金龙客车一定很熟悉了。你瞧,金龙公司官方网站怎么说《金龙搭台 全国客车大赛预备会议顺利召开》。由此不得不使人联想起中国人所说:吃人家的东西口软,拿人家的东西手软,我们不相信金龙公司会无缘无故来承办“预备会议”?由此,我们可以大胆推断,本次大奖赛的颁奖晚会一定是宇通公司来办了,因为它是“中国客车第一家”吗,专家,你说怎么办就怎么办。

**车辆入围的条件**

全国客车大赛要求所有入围车辆分别参加等级核定,事实上,车辆评级是交通部、建设部和国家旅游局的职权,主办机构只是受委托具体实施车辆的评级工作。目前尚无证据可以表明交通部、建设部和国家旅游局授权主办机构组织评选“全国客车大奖”,中国客车学会的声明已表明,客车评级与参加全国客车大赛毫无关联。显然,全国客车大赛的入围条件就是狐假虎威,目的就是借助钟植(交通部、建设部和国家旅游局)来打鬼(推进商业车展,明正言顺获取利润)。