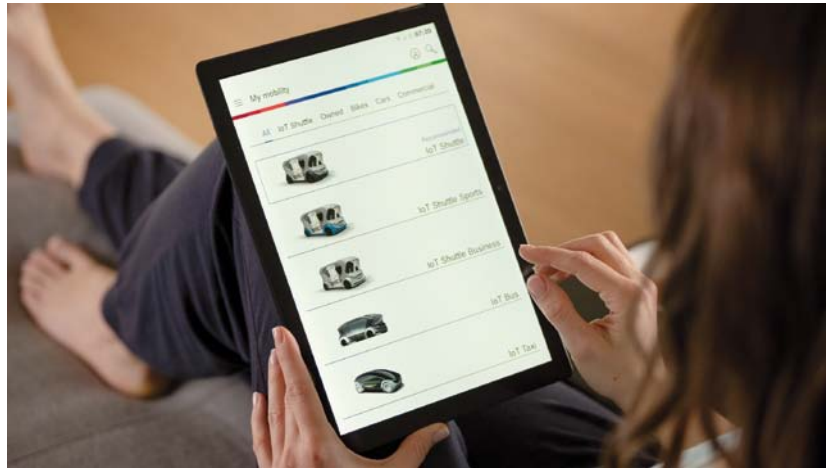




WARUNKI PODRÓŻOWANIA SĄ W PEŁNI KOMFORTOWE (NAWET PRZY WSZYSTKICH ZAJĘTYCH FOTELACH)



AUTONOMICZNY RUCH POJAZDU WYKORZYSTUJE WIELE ROZMAITYCH INFORMACJI ZEWNĘTRZNYCH

a także bezpiecznego transportu. Bosch rozwija i produkuje m.in. czujniki radarowe, czujniki wideo i czujniki ultradźwiękowe, układy regulacji dynamiki jazdy oraz elektryczne układy wspomagania kierowcy, które są wykorzystywane w samochodach zautomatyzowanych. Dzięki inteligentnym usługom informacji o stanie dróg zautomatyzowane pojazdy wiedzą, jaki jest stan nawierzchni na danej trasie. Mogą więc odpowiednio wcześniej dopasować styl jazdy, aby zapewnić bezpieczeństwo pasażerom.

Bosch Road Signature to bazująca na mapach usługa lokalizacji, dzięki której zautomatyzowane pojazdy są w stanie precyzyjnie określić swoją pozycję na pasie ruchu – jest to kolejny ważny warunek bezpieczeństwa zautomatyzowanych pojazdów. Już wkrótce samochody bez kierowcy, przeznaczone do przewozu osób i wyposażone w napęd elektryczny będą w pełni zintegrowane z otoczeniem

i będą niemal bezszelestnie poruszać się po centrach miast. W niedalekiej przyszłości pojazdy takie zdominują krajobraz transportu w światowych metropoliach – zarówno jeśli chodzi o transport towarów, jak i przewozy osób. Jednak pełnię swoich możliwości ten rodzaj przewozów zyska wraz z wprowadzeniem usług dla mobilności. Wśród nich znajdują się platformy rezerwacyjne, sharingowe i integracyjne, usługi parkowania i ładowania samochodów elektrycznych oraz rozwiązania programistyczne umożliwiające zarządzanie i serwisowanie pojazdów oraz zapewniające usługi rozrywkowo-informacyjne w czasie przejazdu.

Podczas największych na świecie targów elektronicznych CES 2019 w Las Vegas firma Bosch zaprezentowała rozwiązania dla tego rodzaju mobilności na przykładzie samochodu koncepcyjnego, umożliwiając odwiedzającym zapoznanie się z kompletną ofertą usług.

W jego kabinie przewidziano miejsce dla czterech pasażerów. Usług z zakresu *Infotainment* dostarczają ekrany, z których podróżni mogą korzystać indywidualnie lub wspólnie. Na przykład rodzina jadąca na weekendową wycieczkę może wspólnie oglądać film, a koledzy dojeżdżający do pracy mogą w drodze do biura przygotowywać się do prezentacji. Smartfony wykorzystują pokładowe Wi-Fi, a dzięki technologiom umożliwiającym integrację z Internetem można je także podłączyć do systemu Infotainment.

Pojazdy wyposażone w usługę *Concierge* będą mogły pełnić funkcję osobistego asystenta, który posiada najświeższe informacje i może udzielić pasażerowi potrzebnych wskazówek, dokonać rezerwacji, przedstawić prognozę pogody i pokazać, jak dojechać do danego miejsca. Po przybyciu na miejsce pasażerowie optacją przejazd za pomocą usługi *ePayment* firmy Bosch.

Konserwacja i zarządzanie

Koniec wspólnej podróży pojazdem to nie koniec usług firmy Bosch. Bazujący na kamerach system monitorujący wnętrze dba o to, by nieuwważny pasażer nie pozostawił w pojeździe telefonu albo torebki. O pozostawionej zgubie pojazd poinformuje pasażera, wysyłając mu wiadomość. Guma do żucia przyklepiona do siedzenia albo kubek, z którego wylała się kawa? – kamery rejestrują także, czy pojazd wymaga sprzątnięcia i zlecają jego wykonanie. Dzięki temu każdy z pasażerów może rozpocząć podróż w czystym pojeździe. O aktualizacje oprogramowania zautomatyzowanych pojazdów dba usługa *Update Over-the-Air*. Sprawdza ona, czy aktualizacja jest dostępna i bezpiecznie aktualizuje dane w pojeździe. Opcja inteligentnej diagnozy dzięki zainstalowanym w pojeździe czujnikom nadzoruje stan najważniejszych komponentów pojazdu. Przed wystąpieniem usterki generowane jest ostrzeżenie, co umożliwia wcześniejsze skierowanie pojazdu do warsztatu celem naprawy. Dzięki temu producenci pojazdów i operatorzy usług przewozowych będą zawsze mieli dostęp do informacji na temat stanu pojazdów i zapewnią swoim flotom jak największą bezawaryjność.

FOT. BOSCH

Nadal biel!

GLOBALNY RAPORT POPULARNOŚCI KOLORÓW SAMOCHODÓW, OPUBLIKOWANY PO RAZ 66. PRZEZ FIRMĘ AXALTA, POTWIERDZA W ODNIESIENIU DO ROKU 2018 PONOWNIE DOMINACJĘ BIELI (38%)

Drugie miejsce w tym rankingu zajmuje czerń (18%), natomiast na trzecim uplasowały się wspólnie: szary i srebrny, każdy przy udziale 12-procentowym.

W niektórych obszarach globu czerń i szary odnotowały znaczący wzrost popularności. Czarny zyskał w Chinach (5%), w Azji (3%), Korei Południowej i Afryce (po 2%), a szary – w Afryce (3%) i Europie (2%).

Coraz częściej pojawiają się cieplejsze barwy oraz kolory połączone z czernią, które starają się zagrozić dominującej pozycji białego. Choć wciąż dominują barwy neutralne, wśród konsumentów powracają do łask kolory nieco bardziej śmiałe. Poza gamą neutralną najpopularniejszy jest niebieski, który zajmuje 7% rynku. Wzrasta też popularność pomarańczowego i brązowego.

Dane szczegółowe

Najważniejsze informacje dotyczące poszczególnych regionów zawarte w raporcie dotyczącym popularności kolorów przedstawiają się następująco:

W Azji, pomimo spadku o 1%, żółty/złoty to wciąż najpopularniejszy kolor w Indiach i Chinach. Niebieski powraca do Japonii jako odcień ekologiczny. W Korei czerń zyskała 2% na popularności.

W Europie wzrost odnotowuje szary (2%).

W Ameryce Północnej brązowy/beżowy osiągnął wzrost w porównaniu z rokiem ubiegłym o 2% (największy we wszystkich regionach tego kontynentu).

W Rosji największy udział w rynku uzyskały auta brązowe/beżowe (9%). Pod względem tych kolorów zaraz za Rosją plasują się Chiny (7%).

W Ameryce Południowej czerwień zyskała 1% i teraz ma aż 8% udziału w rynku – popularniejsza jest już tylko w Ameryce Północnej (9%).

W RPA pomarańczowy zyskał w porównaniu z 2017 r., a 3,6% takich samochodów zostało sklasyfikowane jako kolory „inne”.

Historyczne tradycje

Wydany po raz pierwszy w 1953 r. raport firmy Axalta to najdłużej publikowane i najbardziej kompleksowe źródło wiedzy o trendach kolorystycznych rynku motoryzacyjnego. Informacje do raportu, gromadzone i opracowywane przez ekspertów Axalta z dziedziny kolorystyki z całego świata, mają na celu zapewnienie producentom samochodów interesującej i istotnej wiedzy w zakresie preferencji kolorystycznych ich klientów w nadchodzących latach.

Klienci firmy Axalta doceniają do roczne raporty oraz nieoczywiste trendy często w nich ujawniane. W Chinach w 2017 r. biel osiągnęła szczyt i zajmowała 62% rynku. W tym roku ma 58% udziału, nadal więcej niż w jakimkolwiek innym regionie.

Axalta

Jest to wiodąca światowa firma koncentrująca się wyłącznie na materiałach lakierniczych, która oferuje swoim klientom innowacyjne, kolorowe, piękne i niezawodne rozwiązania. Lakiery Axalty przeznaczone są dla producentów samochodów, warsztatów renowacyjnych zajmujących się naprawą samochodów osobowych i dostawczych, dostawców silników elektrycznych i rurociągów

