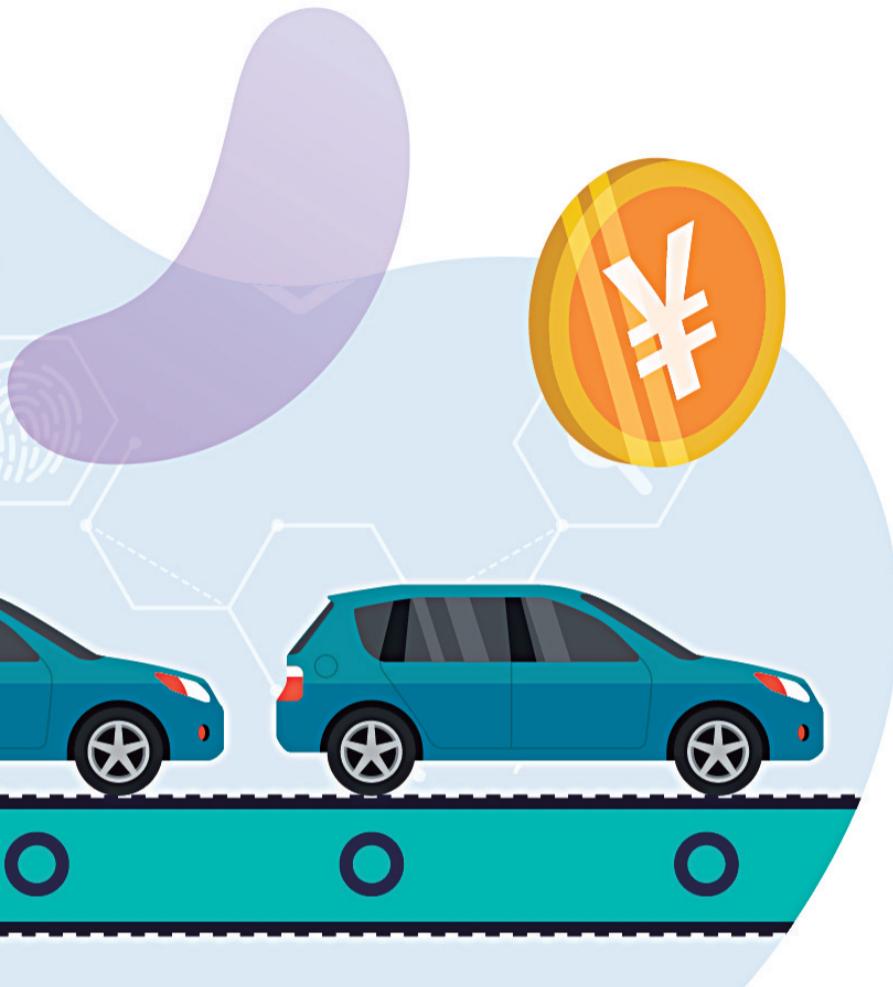


但集中入局最近频频发生

造车赛道 门槛抬升模式渐清



百度 控股集度,兑现自动驾驶技术

小米想要进入自动驾驶行业第一阵营,所要直面的就是百度。

与小米的重资产投入不同,在造车上,百度选择与吉利合资并获得对集度汽车的控股权,整合百度自动驾驶方面的创新,把最先进的技术第一时间推向市场;同时,百度还以供应商的身份,为主机厂商提供Apollo自动驾驶技术解决方案以及在全国推广自动驾驶出租车Robotaxi。

在百度官宣与吉利成立合资公司,正式下场造车之前,应该有不少人会有这么一个疑惑:“百度一个搞搜索引擎的,怎么也来跨界造车了?”

实际上,百度亲自下场造车的最大动力来源,是兑现自己在智能驾驶领域多年来的技术积累,和证明自己在该领域领头羊的位置。因为在百度旗下的诸多团队中,有一个名为“Apollo”自动驾驶团队,他们成立于2014年,根据世界权威机构所颁布的自动驾驶榜单,百度Apollo位于T1级别(领导者)。截至2022年3月,百度Apollo自动驾驶测试里程超2500万公里。

无论是操作系统,还是自动驾驶解决方案,整车企业希望依靠合作伙伴来快速出成果,但又不希望完全由

供应商来掌控其未来的命运。百度早早地就看透了汽车行业的这一想法。在与主机厂进行合作的过程中,百度Apollo的诉求是——百度给车企提供软件和算法,百度再给他们回馈数据和一些产品的需求。但争议的重心在于,车企想做自己的闭环系统,而不愿意把供应商作为闭环中的一部分,留下“被卡脖子”的风险。“看破红尘”的百度,只能自己下场造车。毕竟,自己深入硬件制造,才能完全掌握数据生产的能力,才能形成一套更健全、更稳定的闭环。

而对于汽车行业来说,类似百度这样手握先进智能汽车技术的科技巨头入局,一是车企可以通过合作造车的方式汲取先进技术,二是可以充分释放自己的闲置产能,或者是像吉利这样回笼自己研发新架构的资金。

但有一点需要注意,如果不是吉利这样的头部车企,而是一家边缘车企与百度合资造车,那么很有可能出现被百度牵着走的情况,进而彻底沦为后者的代工厂。所以百度这样的科技巨头入局更像是一把双刃剑,如果不是吉利这样功力深厚的车企来持剑的话,大抵会落得跟赛力斯一样的遭遇。

业内观察

入局者多,“造车”门槛被进一步提高

科技巨头造车不是今年才有的事,但集中入局,却是发生在最近。

腾讯、阿里、百度、美团,过去是通过投资参与造车——腾讯投资了蔚来,阿里投资了小鹏,百度投资了威马,美团投资了理想。中国造车新势力发展最好的这四家,很早就已经被中国的科技巨头们瓜分完毕。

但是从2020年下半年开始,巨头们的策略发生了变化。2020年末,上汽集团、阿里巴巴与浦东新区举行签约仪式,共同推出全新高端汽车品牌“智己汽车”,投资规模超过百亿元;2021年1月,智己汽车进行全球首秀并发布了两款新车。

在先后推出车载OS、智能座舱系统后,近日,阿里与上汽集团共同打造的斑马智行面向无人驾驶的整车智能操作系统AliOS Drive首次亮相,通过OS和芯片的联合定义,构建一个面向未来的、智能汽车的新的软件底座。

在6月7日召开的苹果全球开发者大会上,此前频频传出造车“绯闻”的苹果发布了全新车载系统CarPlay,彰显其对汽车业务的野心。而在今年5月召开的谷歌I/O开发者大会上,谷歌也宣布将更新用于汽车的Android Auto系统。

曾经在谈及车企与华为合作造车时,上汽集团董事长陈虹提出过“灵魂论”的观点:“与华为这样的第三方公

司合作自动驾驶,上汽是不能接受的。这就好比一家公司为我们提供整体的解决方案,如此一来,它就成了灵魂,而上汽就成了躯体。对于这样的结果,上汽是不能接受的,要把灵魂掌握在自己手中。”

而这一表态,也令很多互联网企业的造车之路变窄。蔚来创始人李斌过去常说“没有200亿不要造车”,随着“造车企业”的逐渐增多,“造车”的门槛也被进一步提高,新品牌想要入局融资,更是难上加难。

自2014年蔚来成立以后仅3年就累计亏损达488亿元,直到2020年才实现19亿元的毛利,但在扣除运营成本后仍然有53亿元的亏损。小米在2021年3月官宣造车时,“入场费”是100亿元人民币,并要在未来10年砸下100亿美元。百度的造车项目集度汽车也要在未来五年投资500亿元人民币造车。

正如一位业内人士所言,新能源汽车的比拼是一场新的马拉松赛跑——没有尽头,只有开局;没有方法,只有方向。在互联网和科技巨头们下场造车的游戏中,各家都有着不同的优势,然而并没有谁能真正压倒对方,未来的这场竞赛中,就看谁耐力更强,内功更深厚了。未来的智能电动汽车,也给人以相当大的想象空间。

相关链接

家电企业也要“造车”,整车制造表现并不好

近期,有媒体报道援引内部消息人士称,海尔正在筹划造车,进入整车领域,推出自有品牌的汽车产品。同时他还表示,目前正处于筹划阶段,将采用代工模式。

针对“造车”传闻,海尔表示消息不属实。相关人士介绍,海尔目前依托旗下卡奥斯工业互联网平台,正在与相关汽车企业共建汽车领域工业互联网子平台。同时,海尔将与汽车企业共同建立家车互联新生态。

其实在几年前,海尔就进入了汽车领域,海尔集团旗下的海尔资本参与投资了多家智能网联汽车服务商,包括博泰车联网、汽车零部件制造商形明高科等企业。随后,海尔在2021年与上汽集团、吉利汽车等车企签订战略合作协议。不过,从合作内容来看,海尔并非直接下场造车,而是进入了汽车生态链。通过旗下工业互联网平台赋能连接汽车制造相关企业,把车和家两个生活应用场景智能连接,从而实现万物互联。

海尔不是首家进入汽车领域的家电企业。美的、海信、格力、创维、索尼等家电企业均在汽车领域有所布局。从当前家电企业在汽车领域的布局来看主要有两种方式,一种是直接下场造车,另一种则是通过投资等方式进

入到汽车产业链,做与之相关的生态产品。

先行一步进入整车制造的行业代表是格力和创维,但目前都不太成功。2019年,格力与威马汽车达成合作,在智能制造、车家智能互联以及整车制造相关方面展开深入合作;2021年,格力通过司法拍卖获得银隆新能源30.47%的股权,获得整车汽车生产资质,正式进军汽车制造。但是造车之路满是荆棘:银隆新能源屡屡爆雷,供应商讨债、子公司被封、公司前总裁及高管合计6人涉嫌侵占公司利益14亿元被刑拘,即便与所有人反目,董明珠仍要“举债投资”的银隆,最终被格力电器以18亿元接盘。但是,改名为“格力钛”的银隆新能源客车,2021年总销量只有1813辆。

创维则是从商用车领域逐步进入到乘用车市场。2011年,创维集团董事长黄宏生重组厦门金龙以及南京东宇汽车集团,建立开沃汽车,投入到新能源客车的造车事业中。直到2017年,开沃汽车才获得乘用车生产资质,并于2019年宣布成立新能源汽车品牌天美汽车,次年推出首款车型ET5。不过,ET5的销量十分惨淡,目前已经退出市场。