

老牌车企忙跨界、新玩家急入圈

汽车界为何上演“围城”大戏？

陈季赞

7月9日，Bilibili举办的“2021 BilibiliWorld”在上海国际展览中心开幕，吸引了众多B站人气UP主与粉丝互动狂欢，现场除了聚集着各种各样游戏动漫的展台之外，还“乱入”了一家汽车厂商。作为展会的合作伙伴，别克带来了“火星撞地球”主题展，漫改版“星际号神车”别克昂科威S和别克君威亮相展台。

这是Bilibili举办的第四届BilibiliWorld，凭借在二次元和ACG领域的影响力，展会围绕用户、创作者和内容，为“Z世代”的年轻群体构建了一个涵盖生活、知识、娱乐、游戏、动漫的线下社交娱乐和文化交流的平台。而利用这次“出圈”，别克显然正在尝试突破“次元壁”，赢得更多当下新生代年轻群体对品牌的共鸣和青睐。

值得一提的是，别克品牌还在去年9月入驻B站成为UP主，在上面不仅可以看到别克品牌历史、别克黑科技以及新产品的介绍，还能了解在上汽通用汽车工作的工作环境，甚至还有别克鬼畜车评等，受到不少年轻B站用户的好评。

老牌车企忙着跨界圈粉，圈外却有更多来自互联网、房产、手机、家电等众多领域的龙头企业正在蜂拥入局，一场跨界造车的浪潮已成为席卷今年汽车界的主题。

最新的消息来自小米。有消息称，小米近期收购了一家自动驾驶技术公司深动科技（DeepMotion）。这将帮助小米初步成立自动驾驶技术方面的技术团队，成为小米汽车自动驾驶技术研发的基础。深动科技创办于2017年7月，采用以视觉为主、多传感器融合的自动驾驶策略，搭配高精度地图，支持众包采集更新的技术路径。深动科技主要团队出自微软亚洲研究院，算法能力强，与小米在工程能力和商业化上将形成互补。此外，小米已经开始在上海、北京等地开始了声势浩大的招聘工作，据招聘网站猎聘显示，小米招聘设计整车设计开发的各方面，薪资多集中在3万元以上。小米的入局再次掀起了汽车界的“抢人大战”。

其实在今年年初就有小米进军汽车业的消息，虽然当时小米予以否认，但在3月29日举办的春季新品发布会上，小米不再遮遮掩掩，高调官宣计划在未来10年投入100亿美元造车，并且由雷军亲自挂帅，“我愿意押上我人生所有积累的战绩和声誉，为小米汽车而战！”雷军在现场信誓旦旦地表示。

华为虽然已经多次声明不造整车，不过利用自身优势，华为正以提供“全栈智能汽车解决方案”的方式向车圈“渗透”。目前华为与四家车企建立了深入的合作关系，分别是北汽极狐、小康赛力斯、长安和广汽。其中，华为智选赛力斯整体采用了华为自动驾驶系统，而北汽极狐、长安及广汽则与华为进行联合开发。

相比华为，百度的野心显然大得多。在自动驾驶领域深耕8年的百度俨然已经成为中国自动驾驶的



/上汽智己



/上汽智己



/小鹏汽车

“黄埔军校”。而今年百度更是以整车制造商的身份强势挺进汽车圈。3月百度与吉利联姻的集度汽车诞生。近日，百度CEO李彦宏参观了集度汽车造型工作室及首款车型的油泥模型。据悉集度汽车将于今年10月召开品牌发布会，首款车型将在明年4月北京车展上亮相。

同样野心勃勃的还有阿里巴巴，其与上汽集团和张江高科强强联手共同打造的高端智能纯电汽车“智己汽车”，首款车型智己L7已经在今年的上海车展上开启预售，并将在年内交付。与华为、百度相似之处在于，阿里巴巴也同样开发了自己的智能驾驶技术——“AliOS智能驾驶平台”。

除了上述这些互联网科技巨头之外，还有恒大、美的、创维、360、索尼、苹果等多个领域的头部企业正在或者已经涌入汽车圈。传统车企跨界入圈，汽车行业外的企业却都急着入圈，被普遍认为门槛很高的汽车界为什么这个时候开始上演“围城”大戏？

原因之一在于，随着技术的发展，汽车模块化生产已经相当成熟，而最近几年的电动化趋势更是瓦解了传统车企几十年积累的在动力总成上核心话语权。任何人都可以从汽车零部件供应商那里买到成熟的模块化解决方案，造车就像搭积木，大大降低了跨界造车的门槛。

比如现在炙手可热的宁德时代

，早就能够提供规模化生产的新能源汽车动力电池模块。把动力电池、控制板、软件系统和电能输出控制芯片等打包封闭在一起，形成可以随时模块化上车的电池零部件。

再比如电动机，核心电动机生产商如博世等都已将电动机驱动系统和控制程序完成封装。加上百度、阿里和华为等开发的智能车机系统以及自动驾驶技术集成，无论从硬件还是软件方面，都已突破了传统车企多年来形成的行业垄断。

原因之二：汽车的智能化和电动化开辟了一条新赛道。资本市场有一条“跑道理论”，当新的市场商机出现，必然会吸引众多资本入场

相互角逐和竞争，通过一系列的兼并、淘汰，最后的赢家通吃。眼下新能源汽车市场正是这样一条“新跑道”。根据乘联会统计数据显示：今年上半年新能源汽车已经达到了100.7万辆，同比增长220.9%。按照这个趋势，加上7月份的份额，新能源汽车的销量就已超过去年一整年的销量。

快速膨胀的新能源汽车市场对资本的吸引力自不必说，智能化也在汽车行业开辟了新的竞争维度，长久以来传统车企的车机系统都是各玩各的，而自动驾驶则是最近兴起的新趋势，大家都还在赛道的初段竞争。未来的车载操作系统会继续百花齐放地发展，还是像如今的手机这样由某家公司一统江湖？谁又会是未来智能汽车领域的安卓和苹果呢？

这些都留给时间来回答，目前显而易见的是，这些新入场的玩家不缺资金和市场号召力，他们从各自领域的成功经验也成为了跨界营销的优势，必然对传统汽车产业巨头造成巨大压力，这也是让他们急切寻求转型、积极跨界发展的原因所在。

6月30日，在上汽集团2020年度股东大会上，上汽集团董事长陈虹被问及是否考虑在自动驾驶方面与华为等第三方合作时说：“这就好比有一家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。”

这句最近引发争议的“灵魂论”虽然有被过分解读的意味，但也投射出以上汽集团为代表的老牌车企在面对行业格局重塑时的阵痛。“智能化”被认为是汽车未来竞争的核心赛道，谁掌握了核心技术，谁就将拥有更高的“话语权”。过去一向掌握核心技术的传统车企习惯于将主动权掌握在自己手中，华为等科技巨头也显然与博世等汽车零部件供应商不同，更多的是“合作者”的身份，这就很容易引起传统车企“沦为代工厂”的担忧了。

事实上，不仅是传统车企，“蔚小理”等新造车企业在智能驾驶方面也在计划减少对供应商的依赖，自己研发智能驾驶技术。蔚来汽车联合创始人秦力洪就在接受采访时表示：虽然华为这样专注自动驾驶的大公司崛起，但是蔚来在自动驾驶软件方面，还会自己研发，在硬件方面则会采用合作的形式。

剧烈变革之中，需要改变的不仅仅是供应链体系。造车新势力们需要摸着石头过河，传统车企也迎来了更多挑战。

吉利汽车集团高级副总裁林杰在接受采访时表示：“有更多的企业加入到汽车这样产业里面来，原来大家觉得汽车产品是百年产业传统企业，现在汽车产业就是朝阳产业，做手机和做电视都来了，面对这样的作为，我们应该怎么做，肯定不能坐在这里或者等待，所以一切就要改变就要革新。”

汽车“围城”的老玩家和新入局者，合作还是竞争？更多深层、复杂的利益纠葛与担忧，还在不断发酵。