

首款汽车机器人概念车 2023 年量产交付

## 百度、吉利联合赋能“后来者”集度汽车奋起直追

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

拥挤的造车赛道正不时涌入新的“种子选手”。

2022 年 1 月 18 日，集度汽车有限公司(以下简称“集度汽车”)

旗下“集度 JIDU”品牌正式发布，集度汽车机器人品牌标志“Pixel-J”也正式诞生，该品牌 Logo 象征着通向未来的入口，以“像素”为基本粒子，传达人与机器、与未来的新连接。

据了解，集度汽车是一家由北京百度网讯科技有限公司(以下简称“百度”)和吉利控股集团(以下简称“吉利”)共同出资组建的汽车机器人创业公司。吉利方面此前在接受媒体采访时表示，

此番合作并非传统的代工模式，公司在集度汽车研发、制造过程中负责提供工程技术支持。

对于产品研发进度和量产交付计划等相关问题，集度汽车方面日前在接受《中国经营报》记者

采访时表示：“首款汽车机器人目前处于研发环节，并按照公司制定的开发进度顺利进行。首款汽车机器人概念车将于 2022 年 4 月亮相北京车展，2023 年量产交付。”

### 快马加鞭组建团队

每一位员工都不是“大机器”上的“螺丝钉”，而是志同道合、一起创业的伙伴。

记者梳理发现，速度和效率正成为贯穿集度汽车发展脉络之中的关键词。

2022 年 1 月 19 日，集度汽车公布了其汽车机器人概念车的部分产品设计样式，并正式发布了为汽车机器人量身打造的品牌视觉体系，包含业界首个汽车机器人品牌标志“Pixel-J”、色彩以及字体。这也是继 2021 年 3 月成立以来，集度汽车首次公开设计相关内容。

集度汽车相关负责人告诉记者，目前公司自研首创的 SIMU Car(软件集成模拟样车)已基于“软件周更”的方式，

成功融通高速和城市双域智能驾驶功能。“SIMU Car 的软件研发是一个动态、持续的过程，公司会逐步向市场公布产品的最新进展。”

作为造车赛道的“后来者”，集度汽车起步就要奋起直追，以求后发制人。招兵买马组建团队、快速进入车型研发、设计环节也成为公司的基础动作。

据集度汽车 CEO 夏一平在 2021 年 4 月份召开的媒体沟通会上透露，当时集度汽车的核心团队正式员工仅为 100 人。夏一平表示，预计到 2022 年底，集度汽车的核心团队规模将扩张到 2500~

3000 人。

据了解，自 2021 年下半年以来，集度汽车吸引了多位经验丰富的“老将”加盟。例如，原吉利领克品牌质量中心总经理徐华于 2021 年 7 月加盟集度汽车，并担任质量与供应链副总裁。徐华曾在吉利负责集团多平台车型政策和开发质量管控及量产质量改进，并且曾牵头组建供应链质量工程中心。

除徐华外，集度汽车还聘请了美籍华人弗兰克·吴(Frank Wu)领导设计工作室。弗兰克·吴曾在通用汽车任职 7 年，并主导凯迪拉克 CT6 车型设计；2017 年，

其加入北汽设计团队，主导设计完成 C41、C62 和 C71 等多款全新车型的设计开发工作。

此外，2011 年 11 月，福特汽车(中国)电动车事业部前首席运营官朱江加入集度汽车，并担任集度汽车副总裁及用户发展和运营负责人，负责搭建营销、渠道和售后市场体系工作。

除了引进经验丰富的管理层，集度汽车也在快马加鞭组建工作团队。据相关招聘网站信息显示，集度汽车目前正在招聘诸如产品营销经理、内容运营专家等工作人员。

对此，集度汽车方面在回应

记者时表示，集度汽车天生具备吸引人才的基因，并且管理层基本都是原先所处行业的佼佼者，借助他们的影响力能够吸引人才。另一方面，集度汽车高效、创新和利他主义的企业文化也有很大的吸引力，每一位员工都不是“大机器”上的“螺丝钉”，而是志同道合、一起创业的伙伴。

汽车分析师任万付告诉记者，集度汽车希望通过高起点搭建团队人才和获得资本扶持，能够实现快速发展，同时也希望通过人才优势将品牌调性做得更好。

### 搭建智能供应链体系

吉利所扮演的并非汽车生产制造的“工具人”，而是为集度提供工程技术支持的战略伙伴。

除招兵买马快速组建团队外，集度汽车在搭建智能供应链体系方面也是动作频频。

据相关媒体报道，集度汽车日前已宣布搭载英伟达 orin 芯片，并在智能座舱方面与高通达成了合作意向。集度汽车方面表示，旗下首款量产车将采用高通 SA8295P 芯片。

集度汽车相关负责人告诉记者：“公司的智能供应链体系搭建已初具规模，包括如高通、英伟达和大陆集团等众多国际顶尖的智能科技企业均已签约，博世和采埃孚等其他国际顶尖科技企业均

在技术交流与商务洽谈中，相关合作事宜会逐步向市场公布。”

2021 年 8 月 6 日，集度汽车与大陆集团正式签署战略合作协议，双方将发挥各自技术与资源优势，在智能电动车、智能网联与自动化驾驶等领域展开紧密合作。基于协议，集度汽车与大陆集团将形成全面、高效的技术联盟，共同探讨和实践创新商业模式，加速集度汽车的产品落地，打造全面、系统、可靠的解决方案，共同推动生态建设及行业发展。

据介绍，集度汽车与零部件

供应商合作有别于传统的 OEM(定点生产)模式，除搭建智能供应链体系外，公司还希望通过软件层面的逻辑或架构迭代赋能 Tier1(一级供应商)开发划时代的产品。

而在集度汽车的两大股东中，百度也提供了诸多技术加持。据《北京市自动驾驶车辆道路测试报告(2020)》，自 2018 年至 2020 年，百度在通用技术测试车辆数、载人测试车辆数、无人化测试车辆数和测试里程数等四个维度都遥遥领先。其中，百度的测试里程数已超过 112 万公里。

美国调研机构 GuideHouse 2021 年 4 月发布的自动驾驶竞争力榜单显示，百度旗下的 Apollo 已从第三阵营跃居到第一阵营，排名仅次于谷歌的 Waymo、福特的 Cruise 和英特尔的 Mobileye，并且连续两年稳居领导者行列。

另一方面，吉利也不只是简单的传统代工。据吉利方面相关人士透露，吉利所扮演的并非汽车生产制造的“工具人”，而是为集度提供工程技术支持的战略伙伴。

夏一平此前在接受媒体采访

时也表示，双方合作同传统的代工模式有很大的区别。“百度跟吉利的合作，外面都觉得是代工模式，但完全不是，双方是非常开放的合作方式。除了浩瀚架构是非常先进且开放的平台外，跟吉利的合作还有更多衡量。”

“利用吉利的供应链能力，能够非常好地解决供应商的合作意愿和成本问题，吉利对于产品的质量也有保障。”夏一平表示，双方在合作中坚持共赢的概念，百度利用吉利的优势，吉利也分享百度在智能化方面的能力和经验。

## 2021 销量近 80 万辆背后：东风 Honda 多维度锻造体系竞争力

2022 年已经到来，回望 2021 年，在芯片供应紧缺、原材料价格上涨等多重挑战之下，中国车市走过了极为不平凡的一年。

2022 年 1 月 12 日，中国汽车工业协会公布的数据显示，2021 年，国内汽车产销 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，同比增长 3.4% 和 3.8%，结束了自 2018 年以来连续三年下降趋势。行业正向发展的大背

景下，多家车企交出的“成绩单”也颇具亮点。过去的一年里，东风 Honda 积极修炼“内功”，多维度锻造体系竞争力，克服行业多重挑战，全年销量近 80 万辆。

不仅如此，东风 Honda 旗下 CR-V 位居 2021 年度合资 SUV 销量前列；XR-V 位居 2021 年度合资小型 SUV 销量前列；电动化家族全年销量 137341 辆，同比增长 47%。

### 销量抢眼

回顾 2021 年汽车市场发展情况，“缺芯”是避不开的话题之一。中国汽车工业协会此前曾表示，2021 年全年，受芯片短缺影响，国内汽车市场销量预计将减少 130 万~140 万辆。

而在芯片供应短缺的情况下，东风 Honda 也不可避免地受到了影响。

“公司一直尽可能通过调整生产节奏、优化业务流程等方式积极应对。”东风 Honda 方面表示，“得益于社会各界的支持和客户的信赖，以及公司全产业链的努力，2021 年全年，公司具体销量为 793272 辆。”

具体来看，东风 Honda CR-V 2021 年全年销量为 222325 辆；东风 Honda XR-V 2021 年全年销量达到 191417 辆。

与此同时，东风 Honda 的另一大明星车型思域 2021 年全年销量达到 166127 辆，尤其秉承本田全新设计理念的第十一代思域，更是成为运动美学的潮流。

除了销量增幅外，东风 Honda 的用户忠诚度也有了很大程度的提高。截至目前，东风 Honda 在中国已获得 685 万+用户的认同。

其中，东风 Honda CR-V 在

引入国内的 17 年间，已经收获超过 220 万用户的认可。东风 Honda 思域自 2006 年进入中国，历经 15 年耕耘，迄今也已收获近 180 万中国用户的青睐。而东风 Honda XR-V 在进入国内市场不到 7 年的时间内，累计销量就已经突破 100 万辆。

在东风 Honda 看来，品牌精神是公司发展的牵引力。“未来东风 Honda 将以‘Stay ahead.’(志在先端)精神为指导，第一时间与用户做好信息和情感的沟通，让品牌成为用户的心智之选。”

东风 Honda 的市场认可度也迎来新的高度。众所周知，保值率是衡量一个品牌、一款车型价值的重要指标。2021 年 10 月 19 日，在 58 汽车联合 J.D. Power(君迪)发布的《中国汽车保值率研究报告》(2021 年 10 月)中，东风 Honda 品牌及旗下多款车型保值率名列前茅。

具体来看，东风 Honda 以 63.40% 位居 2021 年汽车厂商保值率前茅；CR-V 以 62.90%、思域以 66.30%、XR-V 以 58.70%、艾力绅也以 69.80% 分别位居紧凑型 SUV 级别保值率、紧凑型车级别保值率、小型 SUV 级别保值率和 MPV 级别保值率的前列。

### 产品扩容

作为国内合资车企的代表之一，东风 Honda 于 2003 年 7 月 16 日成立，注册资本 9.5 亿美元。经过 2003 年至 2010 年成长期、2011 年至 2014 年蓄力期后，2015 年至 2017 年，东风本田实现事业发展“三级跳”，年产销规模从 30 万辆跃升至 70 万辆。

目前东风 Honda 在售产品包括 CR-V、思域、XR-V、英仕派、艾力绅、享域、UR-V、M-NV 等 10 余款车型，产品矩阵涵盖了“SUV+中级车+中高级车”各细分市场。2021 年表现优异的背后，离不开东风 Honda 推出的多款新车。

过去的一年里，东风 Honda 推出了 CR-V 锐·混动 e+、东风 Honda 第十一代思域、东风 Honda 旗舰轿车英仕派、东风 Honda XR-V 黑曜石版、高端 MPV 全新艾力绅款。新车受到消费者青睐的背后，体现的则是东风 Honda 对市场消费需求的精准把握。

2021 年 2 月，本田在华首款 PHEV 车型，即 CR-V 锐·混动 e+ 正式上市，新车补贴后指导价 27.38 万~29.98 万元。CR-V 锐·混动 e+ 的上市，使 CR-V 率先成

### 布局电动

在“新四化”的行业大浪潮下，新能源汽车作为战略性新兴产业的重要组成部分，也不断迎来新发展。中国汽车工业协会数据显示，2021 年，新能源汽车产销分别达到 354.5 万辆和 352.1 万辆，同比增长均为 1.6 倍。

与此同时，中汽协还预测，2022 年，新能源汽车将达到 500 万辆，同比增长 42%，市场占有率有望超过 18%。面对行业整体向电动化转型的大趋势，东风 Honda 以产品电动化为外在呈现、以营销数字化为内核优势、以品牌温情化贯穿始终，全力推进“三化”的进程。



为涵盖“燃油、混动、插混”三种动力系统的城市 SUV。

东风 Honda 方面表示，“CR-V 锐·混动 e+ 的上市，不仅进一步夯实 CR-V 的市场领先地位，同时也助推东风 Honda 进入油电混动和插电混动并举的混动 2.0 时代。”

2021 年 9 月 24 日，本田在中国率先搭载 Honda CONNECT 3.0 的东风 Honda 第十一代思域正式上市，新车共推出 6 款车型，市场指导价 12.99 万~16.39 万元。除了采用了全面焕新的美学设计外，东风 Honda 第十一代思域还拥有全面优化的动力性能及全面升级的智能科技。

2021 年 11 月 12 日，东风 Honda 旗舰轿车英仕派正式上市，新车提供燃油和混动两种动力选择，官方指导价 17.99 万~25.59 万元。不仅如此，英仕派旗舰在外观、智能、动力等方面进行三十余项升级。

而后在 2021 年 12 月 10 日，东风 Honda XR-V 黑曜石版新装上市，面向全国限量发售，其中 1.5T EXI BLACK 市场指导价 15.98 万元，1.5L LXI-H BLACK 市场指导价 14.08 万元。新车在外观上进行了个性化的熏黑涂装设计，更显炫酷年轻。

2021 年 12 月 30 日，质享高端 MPV 全新艾力绅上市。全新艾力绅共推出 4 款不同配置车型，新车在外观、内饰、科技等方面进行了四十余项升级进化。

东风 Honda 在推出多款产品的同时，也适时适度地策划了一系列的营销活动。这其中包括 LIFE 美好购车节；XR-V 百万合伙人；CIVIC 冠军之路；东风 Honda 18 周年庆典等。

### 汽车机器人“自我成长”

汽车机器人贯穿了自由移动、自然交流、自我成长三大产品理念。

一个有趣的现象是，有别于其他“造车新势力”，集度汽车在其汽车产品介绍方面使用更多的称谓是“汽车机器人”。

对此，集度汽车方面在回应记者采访时表示，集度汽车的产品同业内竞品最大的区别在于，“公司致力于全球顶尖的自动驾驶、人机交互科技的研发和普及，打造拥有情感和智慧的革命性汽车机器人，还人们更多空间与时间，实现更多可能。”

换言之，集度汽车的产品并非传统的代步工具，而是更具智慧智能交互机器人。

“汽车机器人贯穿了自由移动、自然交流、自我成长三大产品理念。”集度汽车方面表示，汽车机器人拥有 L4 级别自动驾驶能力，可实现自由移动；汽车机器人能够对人车交互及语音语义精准识别，让车与人能“自然交流”，理解用户情绪，实时响应用户需求；汽车机器人可以根据用户的使用习惯来进行自我学习和迭代，不断优化自动驾驶及智能座舱体验，实现“自我成长”。

“这意味着，车与人的交互将会像朋友一样面对面地交流，能理解用户的情绪，实时响应用户的需求，是一个贴心的智能伙伴。”集度汽车方面进一步表示。

除了产品的智能化，集度汽车也更加注重用户需求。夏一平此前在接受媒体采访时表示：“本质上来说，集度汽车以用户需求为导向进行产品研发，从产品的外观设计、用户需求的定义到车内的所有功能定义都是由集度汽车来完成的。”

“集度汽车产品各方面都按照用户对于未来智能汽车及科技产品的需求进行正向开发，进而实现满足未来出行方式的众多功能，如高级别的自动驾驶，座舱内人机交互和娱乐等功能。”集度汽车相关负责人告诉记者，同时，公司也考虑到用户对于科技产品不断提升的需求，提供 SOTA(软件升级)和 FOTA(整车升级)服务。

## 2021 销量近 80 万辆背后：东风 Honda 多维度锻造体系竞争力

2022 年已经到来，回望 2021 年，在芯片供应紧缺、原材料价格上涨等多重挑战之下，中国车市走过了极为不平凡的一年。

2022 年 1 月 12 日，中国汽车工业协会公布的数据显示，2021 年，国内汽车产销 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，同比增长 3.4% 和 3.8%，结束了自 2018 年以来连续三年下降趋势。行业正向发展的大背

### 销量抢眼

回顾 2021 年汽车市场发展情况，“缺芯”是避不开的话题之一。中国汽车工业协会此前曾表示，2021 年全年，受芯片短缺影响，国内汽车市场销量预计将减少 130 万~140 万辆。

而在芯片供应短缺的情况下，东风 Honda 也不可避免地受到了影响。

“公司一直尽可能通过调整生产节奏、优化业务流程等方式积极应对。”东风 Honda 方面表示，“得益于社会各界的支持和客户的信赖，以及公司全产业链的努力，2021 年全年，公司具体销量为 793272 辆。”

具体来看，东风 Honda CR-V 2021 年全年销量为 222325 辆；东风 Honda XR-V 2021 年全年销量达到 191417 辆。

与此同时，东风 Honda 的另一大明星车型思域 2021 年全年销量达到 166127 辆，尤其秉承本田全新设计理念的第十一代思域，更是成为运动美学的潮流。

除了销量增幅外，东风 Honda 的用户忠诚度也有了很大程度的提高。截至目前，东风 Honda 在中国已获得 685 万+用户的认同。

其中，东风 Honda CR-V 在