

周鸿祎“走红”北京车展 车企打响流量擂台赛

本报记者 郭阳琛 石英婧 北京报道

4月25日,2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)正式开幕,各大车企和“车圈大佬”竞相亮相,但流

量最高“火出圈”的却是360集团创始人、董事长周鸿祎。

尽管身为哪吒汽车的重要股东,但周鸿祎此前和汽车圈的关联、交流并不多。而从2024年3月以来,周鸿祎先是与

哪吒汽车联合创始人、CEO张勇一起直播试乘哪吒L,之后又宣布将卖掉迈巴赫换成国产智能网联车,摇身一变成为“车圈顶流”。

《中国经营报》记者注意到,

北京车展首日,一身红衣的周鸿祎游走在多个展台。特别是在参观东风汽车展区时,周鸿祎直接坐上一辆越野车的车顶,被大众称为“车展最老车模”。连蔚来创始人、董事长、CEO李斌也

忍不住对周鸿祎感叹道:“你太火了,你现在是网红!”

周鸿祎“跨界走红”的背后,正是销量焦虑下车企对于流量的渴求。一方面,奇瑞集团董事长尹同跃这样的老牌车企掌

门人纷纷拥抱网络直播,与时俱进地学习网络营销思维;另一方面,新一轮更加白热化的“价格战”,在本就十分“内卷”的中国新能源车市持续加码上演。

“学习雷军”抓住流量

近期,周鸿祎因换车备受关注。他在社交媒体发文称,自己将把迈巴赫600给卖掉,换成国产的新能源智能网联车。

近期,周鸿祎因换车备受关注。他在社交媒体发文称,自己做了一个艰难的决定,将把陪伴9年的迈巴赫600给卖掉,换成国产的新能源智能网联车。

一时间,蔚来、极氪、极越、阿维塔等品牌纷纷自荐,小鹏汽车直接把旗下MPV车型X9开到360公司楼下,哪吒汽车更是计划向周鸿祎赠送产品“全家桶”。据周鸿祎透露,如今360大楼下已经停满了众多品牌的新能源智能网联车,仿佛一个小型车展。

“这次卖掉迈巴赫不是简单的冲动,我觉得代表了一个旧时代的结束和一个新时代的开始。”

豪车的定义将被颠覆,汽车再贵品牌再高端如果没有自动驾驶智能功能,还能称之为豪车吗?这是一个新的趋势,也会加速推动国产新能源智能网联车的蓬勃发展。”4月22日,周鸿祎在哪吒L发布会上回应称。

周鸿祎表示,自己并不是为了给哪吒汽车“抬轿子”才卖迈巴赫,而是为整个中国新能源智能网联车产业宣传。这几年,无论是造车新势力还是传统老牌车企,都推出了很多新技术、新产品。“如果只用哪吒汽车就是闭门造车,最好的方法是向先进友商学习,我希望一周7天每天使用不同的产品,体验不

同产品的优点。”

正因如此,4月25日,北京车展第一天,周鸿祎就前往蔚来、理想、猛士、极氪、华为、哪吒、小米等多个品牌展台,同时试乘了魏牌高山行政加长版、阿维塔12、小鹏X9等多款车型。

就这样,圈外人士周鸿祎反而成为当下汽车圈的“流量担当”。尽管如此,周鸿祎仍不止一次地在公开场合表示,要学习雷军如何抓住流量。(车企)一定要换位思考,多阐释用户关心的、能够记得住的场景。小米汽车的成功有很多因素,但离不开雷军运作流量的能力,值得大家学习。”

对于流量问题,在周鸿祎看来,企业只有提高流量,才能获得与消费者的沟通渠道。所以对于每个企业来说,学习如何利用流量、收集流量、聚集流量至关重要,要利用流量为自己的产品代言,推广自己的产品,这是当下企业家义不容辞的责任。

认为应当学习雷军的不只有周鸿祎,尹同跃也持有相似的观点。“之所以要直播,就是要用一些新的互联网思维。(要)向余承东学习,向雷军学习,亲自去讲解、去介绍,逼着我这60多岁的老汉都出来了。”此前,61岁的尹同跃在他的首次直播中感慨道。

车圈大佬涌入选播间

为了抓住流量提振销量,像尹同跃这样的车企掌门人亲自直播已成为一种潮流。

4月14日,为了推广奇瑞旗下高端SUV星途星纪元ET,尹同跃与得到创始人罗振宇、车评人吴佩进行了一场“跨界直播”,亲测星途星纪元ET的长途高速高阶智驾能力。尹同跃表示,此次为星途星纪元ET站台,也是希望星纪元ET能带领星途销量向上。

在直播中,尹同跃对于奇瑞的进步有着很大的期许,他希望奇瑞最晚今年6月进入行业前三,到年底无论如何要成为行业第二名。为此,奇瑞计划在未来20个月内推出24款超能混动和15款高端纯电新产品,“基本实现全面新能源化。”

但奇瑞新能源汽车的销量与比亚迪相比仍有较大差距。相关数据显示,2024年一季度,奇瑞新能源汽车销量超过6万辆,相较于同期翻了一番,但比亚迪销量仍是奇瑞的10倍多。此外,特斯拉、吉利、长安、赛力斯(问界)、理想汽车的销量也都在奇瑞之上,可见奇瑞想要成为行业第二并不容易。

“奇瑞要成为中国的大众、丰田,星途星纪元则将被打造成奇瑞的BBA、雷克萨斯。”尹同跃认为,中国需要丰田、大众这样体量的汽车集团来支持国民经济的发展,来支持巨大海量研发费用的

摊销。

无独有偶,4月15日,极越汽车CEO夏一平与百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏也开展了一场“跨界直播”,这也是李彦宏时隔7年再次直播体验智驾系统。

记者注意到,夏一平在深圳国际会展中心接上李彦宏后,驾驶极越01在深圳复杂的城市道路上体验高阶智能驾驶。同时,两人与车上的助手SIMO进行对话,实现开关车门、调整座椅、生成讲稿等智能交互功能,而SIMO正是与文心一言大模型双向融合的智能助手。

李彦宏体验后表示,定位为“汽车机器人”的极越01,跟普通汽

车完全不是一个类型,“它真的像机器人一样。”

记者注意到,2024年以来,吉利控股集团董事长李书福、李斌、张勇、长城汽车董事长魏建军等车圈大佬也均有过直播尝试。

“通过直播,车企老板能够直接与消费者互动,传递企业文化产品理念,提升品牌认知度。”盘古智库高级研究员江瀚认为,通过与消费者的实时交流,车企老板能够更准确地把握市场脉搏,为企业战略决策提供有力支持。同时,通过新兴营销方式,传统车企能够更好地展示自身实力和创新成果,吸引更多消费者的关注。

汽车化身“秘书管家” 北京车展刮起“AI旋风”

本报记者 杨让晨 石英婧 北京报道

伴随着AI大模型的逐步上车,人车互动带来的价值开始成为智能汽车赢得用户青睐的新法宝。

睽违四年,2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)日前在中国国际博览中心拉开帷幕。在本届北京车展上,各大

车企仍然在通过AI大模型展示自身的“肌肉”实力。

“AI数字精灵将会改变用户对数字交互的固有印象。”吉利汽车CEO淦家阅在今年的北京车展现场对包括《中国经营报》在内的媒体记者表示,AI精灵将会非常“贴心”,能够和微信打通,“通过微信就能够和用户成为‘好朋友’,一句指

令就能为用户准备行程。”

实际上,不止是吉利汽车,记者在车展现场多方采访了解到,包括极越、哪吒汽车以及鸿蒙智行旗下的问界M5等多个车型均已借助AI大模型赋能,进一步提升用户的情境价值体验。

盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时表示,从目前的发展

趋势来看,汽车带有社交属性并为用户提供情绪价值很可能成为未来行业发展的新趋势。“随着AI大模型和智能座舱技术的不断进步,汽车不再仅仅是交通工具,而是逐渐演变成移动的智能空间。在这个空间里,人们可以享受到更加智能化、个性化的服务,而社交属性则是这些服务中的重要一环。”

为用户提供情绪价值成潮流

智能汽车借助AI大模型为用户提供情绪价值,正渐成行业潮流。

“你想来逛逛北京车展,只需要在微信上告诉你的AI精灵,AI精灵就会查阅好温度、天气,建议合适的穿着,第二天早晨还会提前准备好车内的温度、座椅,设置好导航。”从淦家阅的描述中能够感受到,汽车正渐渐褪去代步工具的色彩,逐渐开始扮演一个对用户生活体贴入微、事无巨细的“管家秘书”角色,填补用户的情绪价值。

记者在今年北京车展的吉利汽车、极越、鸿蒙智行等品牌展台采访了解到,得益于AI大模型的帮助,目前用户能够通过语音指令,需求或迭代升级

使上述品牌产品自动泊车。

据吉利汽车展台相关资料,吉利银河E8智驾版目前已拥有APA自动泊车、RPA遥控泊车和HPA记忆泊车等多种泊车功能。

记者在极越展台也采访了解到,借助百度的AI大模型和相关硬件配置,极越用户能够在车外和车内通过语音指令控制汽车自动驾驶,让用户更加轻松。

相关资料显示,极越已针对旗下极越01在90天内连续推出第3次、上市后第5次OTA更新。此次升级涉及智能驾驶、智能座舱、智能互联、三电等诸多领域,共计升级超过200个功能,诸如升级OCC占用网络可视化效果、SIMO与文

心一言大模型双向融合、基于大模型的人车家生态正式“上车”等。

哪吒汽车目前也在强化用户智能出行体验,进一步提升用户情绪价值。记者从哪吒汽车方面获悉,目前哪吒汽车正联合360集团,共同发布大模型产品NETA“乾坤圈”,会将360智脑、AI搜索和数字人等先进AI技术应用在座舱领域,于今年6月通过OTA率先在哪吒L车型上搭载。

“届时,哪吒L能做到一车分饰五个角色。”哪吒汽车方面表示,哪吒L未来将有包括语音秘书、座舱保姆、增程管家、全能保镖、智驾司机等多个功能。

鸿蒙智行旗下的问界M5、智界S7等产品也有盘古大模型打造的智

能助手“小艺”傍身,能够为用户提供更加轻松愉悦的出行体验。相关资料显示,在盘古大模型加持下,“小艺”能够对车内座椅、空调、语音播报等自由组合,同时“小艺”还能语音交互、听声识人,为用户提供个性化、智能化、高效化的服务。

在江瀚看来,社交属性的引入,使得汽车不再是孤立的个体,而是能够与用户、与其他车辆、与基础设施等建立连接。“通过语音识别、自然语言处理等技术,汽车能够理解并响应用户的指令,同时也能够根据用户的情绪和需求提供相应的服务。这种智能化的交互体验不仅提升了驾驶的便捷性,也让用户在车内的时间变得更加有趣和丰富。”

反应速度快了25倍。

吉利汽车方面在北京车展上进一步表示,进入新能源下半场,智能化尤其是AI大模型成为核心竞争的关键所在。“吉利星睿智算中心孕育的星睿AI大模型全面赋能各个领域,从AI全景声环绕音响、AI数字底盘,到GEA架构,AI不仅支持开发设计、虚拟仿真、调校和训练,还融入了全新的3.0电子电气架构、车规级芯片和操作系统中,让吉利成为行业首个具备‘用AI架构造AI汽车’的全体系能力企业。”

极越方面正开始打造基于大模

型的人车家生态。记者在采访中了解到,目前,得益于百度AI大模型的底层能力,极越搭载的SIMO已经实现了与百度文心一言的双向融合,能够带来更加自然、流畅和更富逻辑思考的人机交互体验。

极越CEO夏一平此前表示,极越V2.0版本即将发布,届时将升级全新的语音大模型、全国都能开的PPA智驾等重磅功能。“放眼未来,AI科技必将创造一个颠覆想象的智慧世界。基于百度AI大模型生态能力,极越将为用户带来更加极智、惬意的汽车机器人生活,也将助力行业

加速进化,引领汽车机器人时代。”

“随着人工智能、5G等技术的不断发展和应用,智能汽车的自动驾驶、语音交互等功能将进一步完善,为用户提供更加便捷、安全的出行体验。”在江瀚看来,随着消费者对汽车需求的多样化,智能汽车将更加注重个性化定制和差异化服务,以满足不同用户群体的需求。跨界合作将成为常态,智能汽车涉及到多个领域的技术和产业,未来车企将与科技公司、互联网公司等进行更紧密的跨界合作,共同推动智能汽车的创新发展。



北京车展上的吉利银河E8智驾版吸引了不少人乘坐体验。

本报资料室/图

AI智能汽车或加速普及

随着“价格战”的进一步蔓延,能够为消费者提供价值情绪的智能汽车或加速普及。

目前中国汽车市场“价格战”仍在蔓延。记者注意到,在本次北京车展前夕,造车新势力理想就对旗下产品价格进行降价调整,2024款理想L7、理想L8、理想L9以及理想MEGA四款车型进行官方降价,降幅为1.8万-3万元。在此之前,包括特斯拉、奇瑞等品牌也已降价。

这使得AI大模型赋能下的智能座舱、智能底盘等配置正逐步下沉。哪吒汽车方面就表示,随着哪吒L的OTA升级,哪吒L将成为15万元级别首个搭载大模型的智能电动汽车。目前,拥有辅助泊车、自动泊车等功能的吉利银河E8智驾版售价也仅在21万元左右。

这可能会进一步加剧汽车市场竞争。普华永道中国汽车行业主管合伙人金军此前表示,在中国汽车行业供强需弱的大背景下,以整车制造和动力电池为代表的的核心领域产能过剩愈加明显。“越来越激烈的竞争态

势导致汽车行业面临量、价的双重挑战。”

“智能汽车的价格不断被压低,这在一定程度上是由‘价格战’引起的。”江瀚也表示,从消费者的角度来看,价格下降可能是一个好消息,因为这意味着消费者能够以更低的价格购买到先进的智能汽车技术。但对于车企来说,这可能是一把双刃剑。

不过在江瀚看来,智能汽车的价格是否会继续下降,这取决于多种因素的综合影响。随着技术的进步和市场竞争的加剧,价格有可能会继续下降。但同时,如果车企能够成功提升产品的附加值和用户体验,那么价格也可能保持稳定甚至有所上升。

普华永道方面则分析认为,对汽车主机厂商而言,需要在用户使用过程中定义品牌,利用数字技术实现差异化。“要协调数字出行和自动驾驶服务,通过各种方式探索自动驾驶盈利模式以及缩小技术能力差距,依靠合作伙伴一流的技术能力,在成本和客户满意度之间取得平衡。”