

新时代 新汽车 ——2024北京国际车展特刊

加速跨界融合 车企“合纵连横”决战下半场

本报记者 杨让晨 石英婧
上海报道

随着车企和科技企业牵手进入造车下半场，智能驾驶技术也逐渐朝着“内卷”方向发展。

据相关媒体报道，日前江淮汽车(600418.SH)与华为数字能源在北京签署全面战略合作协议。根据协议，双方将围绕新能源汽车的车、机、充三位一体，重点在新能源汽车车型/平台技术开发与应用、智能电动部件应用与开发制造、新能源汽车充电网络建设与运营、新能源汽车国际化等领域展开全面深入的战略合作。

实际上，除了江淮汽车外，截至目前已有多家车企官宣了同华为的合作，并且已有不少合作成果落地。《中国经营报》记者注意到，包括东风汽车、长安汽车、岚图汽车等在内的多个车企均已宣布和华为进行合作，联手打造智能汽车产品。同时，包括极越、哪吒汽车等也开始另辟蹊径，智能汽车开始驶向“内卷”。

值得注意的是，伴随着近年来智能汽车交通事故时有发生，智驾体验的差异化与安全性之间的平衡问题开始浮出水面。多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，和头部科技企业展开合作，对传统车企智能化转型尤为重要，不过随着与合作的车企逐渐增多，各大车企的智能汽车产品更需注重体验差异化和安全性。

合作成果密集结出 目前，已有多家大型车企和相关头部技术企业合作研发的车型上市。

在今年的北京车展上，江淮汽车和华为的合作车型就已经落地。江淮汽车日前发布了瑞风RF8鸿蒙版。相关资料显示，该款车型为我国首款搭载华为车机系统的MPV车型，能够将导航、高阶辅助驾驶等信息进行3D显示，实时更新车速、挡位、续航等信息。

事实上，除了江淮汽车外，记者在车展现场采访了解到，

技术竞争白热化 事实上，各家车企在合作造车的同时技术竞争逐渐白热化。

最让人熟悉的合作案例还是华为和多家车企合作打造的“界”字辈产品。为何会有多家车企选择与其合作？在业内人士看来多数车企选择与华为合作是因为其在相关领域的技术先进性。

“越来越多的车企选择和华为进行合作，主要是因为华为在信息技术和智能驾驶技术方面的先进性和领导地位。”在盘古智库高级研究员江瀚看来，华为拥有强大的研发能力和丰富的通讯技术积累，这对于传统车企在智能化转型过

用户安全保障极为重要 除了智驾体验外，对用户安全的保障也极为重要。

不过在业内人士看来，纵使智驾技术“内卷”，但在技术迭代中的用户体验和安全性能仍需作出平衡。

随着用户体验和情绪价值的重要性逐步增强，采用相似智驾方案的产品开始涌现，这对于车企而言，可能面临着产品的同质化。记者注意到，目前包括鸿蒙智行的问界M5、智界S7、享界S9以及江淮

2024款阿维塔11得益于华为HI全栈智能汽车解决方案，全系标配了行业独有的三激光雷达、34颗智驾传感器，搭载华为高阶智能驾驶系统HUAWEI ADS 2.0。

阿维塔总裁陈卓表示，阿维塔目前已经能够实现全国都能开、越开越好开。“现已全量开启不依赖高精地图的智驾推送，通过OTA优化多项功能，包括潮汐车道、公交车道都可通行，新增的侧向障碍物

碰撞(LOCP)，确保全维全向安全场景不留‘死角’。”

华为和塞力斯、北汽集团、奇瑞汽车等共同开发的“界”字辈产品也已有车型落地。记者注意到，鸿蒙智行的问界M5、享界S9以及智界S7便是华为分别与塞力斯汽车、北汽集团以及奇瑞汽车共同打造的车型。

实际上，目前包括岚图汽车、东风汽车等均已宣布和华为

合作。“作为用户型科技企业，用户的需求是岚图汽车科技探索前行的方向和动力，我们想把好的科技和技术带入用户的生活，为用户创造更美好的用车体验。”岚图汽车CEO卢放在日前举行的岚图春季技术沟通会上如此表示。

记者注意到，岚图汽车目前已经和华为达成合作，华为最新发布

的乾崮ADS 3.0智驾系统也将用于

Autonomous Driving,点到点自动驾驶技术)智驾。”极越方面表示。

科技企业英伟达也参与了极越的智能化进程。在北京车展现场，极越方面宣布将与英伟达协作打造下一代智能汽车。“公司计划从2026年开始，实现量产的车型搭载英伟达的新一代集中式车载计算平台NVIDIA DRIVE™ Thor。”

“DRIVE Thor 将提供最高1000TFLOPS的高性能计算能力，能够满足未来全场景端到端的智驾需求，为用户带来安全、先进的智能

自动驾驶技术)智驾。”极越方面表示。当然，车企之间的跨界合作不止于此。记者注意到，极越就选择和百度合作，借助百度的AI大模型技术对生态全面赋能。据极越相关资料，和百度AI大模型深度融合的SIMO，能够以更加自然的语音交互改变用户习惯。

“目前，极越用户的日均语音交互渗透率保持在98%，平均每天每车约63次。作为中国智驾纯视觉技术的代表，90%左右的用户都在使用极越PPA(Point to Point

可以通过独特的软件定制、数据服务和增值服务来区别于竞争对手。”

除了智驾体验外，对用户安全的保障也极为重要。“智能驾驶是汽车行业的重要发展方向，在智驾技术发展中，安全始终是最核心的考量。车企在追求智能化的同时，必须确保安全性能不被忽视。”在江瀚看来，这需要在技术研发、测

试和验证方面下功夫，确保系统的可靠性和鲁棒性。

“车企应该采取渐进式的发展策略，逐步向完全自动驾驶过渡，同时不断提升车辆的安全性能，例如通过冗余系统、故障检测和实时数据分析来保障驾驶安全。”江瀚进一步表示。

张翔也告诉记者，智驾技术越高的车型，安全性的风险越大。“智

岚图汽车产品，并且未来将合作推出SUV和MPV车型。

华为智能汽车解决方案BU CEO靳玉志在此次沟通会上表示，华为的愿景是把智能带入每一辆车，引领全球汽车第二个百年变革。“从乾崮智驾到鸿蒙系统，华为将助力岚图汽车加速智能化进程，双方的合作将是强强联合、优势互补，共同为用户带来新时代的智能电动汽车。”

移动出行体验。”极越方面表示。

造车新势力哪吒汽车则选择和“AI四小龙”之一的商汤科技合作。据了解，商汤绝影将以大算力

和原生态汽车垂类大模型更好地助力哪吒汽车智能化发展。商汤科技联合创始人、首席科学家、绝影智能汽车事业群总裁王晓刚表示，哪吒汽车一直是商汤绝影重要的战略合作伙伴，商汤绝影将以强大的算力基础与原生态汽车垂类大模型，助力哪吒汽车的智驾研发工作。

能驾驶技术较为复杂，但目前技术不太成熟，复杂的技术会出现一定缺陷，从而引发交通事故。”

“总体而言，智能技术能够大幅提高汽车的安全性。”在张翔看来，智驾技术初期有一个试错过程，在不断地试错后，智能驾驶技术会不断进步和完善。“随着智能化水平的进步，交通事故的发生率会越来越低。”

合资造车四十载 上汽大众“谋”与“术”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“合资业务模式一定存在，而且大众是离不开中国市场的。我们所有的创新，所有的团队要分工明确，坚决不内耗，我们一定有未来。”在2024(第十八届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)举办期间，上汽大众总经理贾健旭的话铿锵有力。

《中国经营报》记者注意到，贾健旭作出上述表述的背后，合资龙头车企上汽大众，正在2024年北京车展上展开凌厉攻势，有“最聪明的油车”之称的途观L

从“一穷二白”到2700万产量

“难道这些遍地尘土的简陋陋屋，就是一家汽车制造厂？就是在这种地方，大众要联合中国人一起造车？然而，望一眼公司的招牌，证实了我的确没有走错地方。”上汽大众首位德方最高负责人马丁·波斯特曾回忆，“我站在上海拖拉机汽车总公司，即上海拖汽总公司的一家工厂前，这是家中国的国营企业，而狼堡的大众集团刚与这家企业签订了合资合同。”

马丁·波斯特的回忆，从侧面印证了中国汽车产业的艰难起步历程。1984年10月10日，历时6年、多达30次谈判后，上海拖拉机汽车工业公司、中国汽车工业总公

率先打响“智能化”攻坚战

在合资传统优势基本盘——燃油车领域，上汽大众正率先打响“智能化”攻坚战。

“中国首购用户很多，出于种种原因还是青睐油车，油车在中国还是有一定的市场。”贾健旭表示，上汽大众推出途观L Pro“就是把智能化的东西也转到油车上”。

据悉，作为上汽大众拳头产品，途观车型自诞生起，以持续的优化、迭代，打造SUV市场明星产品，上市14年间已赢得超280万名用户。上汽大众方面直言：“此次

Pro,即是上汽大众代表性产品之一，该款搭载了上汽大众与新疆车载联合开发的IQ Pilot智能辅助驾驶系统，或进一步巩固上汽大众基本盘。

除了领衔登场的途观L Pro外，ID.3、ID.4 X、ID.6 X等上汽大众旗下诸多电动车型也悉数登台亮相，而对于当前市场热度较高的混动车型，贾健旭也透露，上汽大众将有四款产品逐步推向市场，“填补我们现有的混动车型空白区间”。

作为一家历史悠久的汽车合资企业，在1984年签约奠基的上

汽大众，亦在今年迎来成立40周年的历史性时刻。不过在自主品牌市占率持续提升、新能源汽车行业加速演变的当下，上汽大众当下显然面临诸多挑战。

从2023年提出“促油车、稳电车、上奥迪”九字方针，再到如今的“油电同进”战略，上汽大众正在加速“谋变”，而上汽大众销售与市场执行副总经理俞经民则强调，“外面市场发生了很大变化，但是还得看变与不变。变的是市场需求发生变化，不变的是车的品质还是要到位”，在其看来，上汽大众未来“有自己的路可以走”。

个全球最大的汽车市场，上汽大众正面临愈发激烈的市场竞争。

在市占率方面，自主品牌正在快速崛起，乘联会数据显示，2023年自主品牌累计份额52%，相对于去年同期增加4.6个百分点，而截至今年3月份，2024年自主品牌累计份额55%，相对于去年同期增加5.4个百分点。

在日渐流失的市场份额之外，更令上汽大众在内的合资车企焦虑的是，在电动化、智能化领域，新势力车企、传统车企正处于领跑态势，并借此优势获得更大的市场份额。贾健旭就直言：“到目前为止合资企业所有投放的新

智能化的上汽大众，除了途观L Pro外，帕萨特Pro亦与大疆智驾合作，不仅如此，在提升上述两款车型智能化程度之时，上汽大众坚持“上新不去旧”，贾健旭直言：“经典帕萨特和老的途观要继续卖。”

在途观L Pro喊出“定义油车智能化新标杆”之时，上汽大众也对外透露了旗下混动车型最新进展情况。

“我们这次董事会最大的一个话题，就是同意所有混动车型

全部交给上汽大众，利用上汽大众作为平台去跟德国大众、上汽一起，共同开发满足中国市场的混动车型，其中包括PHEV和增程式产品。”贾健旭直言，“换句话说，我们会有增程式产品和长续航的PHEV推向市场，而且是电动车架构。”

贾健旭同时透露：“接下来我们投放市场的完全是在电动车平台上面的混动车型。我们一共有四款产品逐步推向市场，去填补我们现有的混动车型空白区间。”



合资龙头车企上汽大众，在2024年北京车展上展开凌厉攻势，加速转型。 本报资料室/图

电动车型打出营销“组合拳”

在混动车型之外，上汽大众电动车型规划又是怎样的呢？

“电动车不能缓，我们有定位，但是亏损要有一定的程度。我们希望排进前十，前十张清单里看到有大众ID.3，基本就达到我们的目的了。”贾健旭透露，上汽大众“今年的策略不是收而是进，油电同进的关键在于进”。

那么，在今年多家车企掀起“价格战”的情形下，上汽大众电动车型是如何应对市场竞争的呢？

“ID.3率先在3月3日推出‘1.99万起零首付、1399元起贴地月供、3年至高6折保值回购’的金融政策。仅三周后，ID.3再推招商银行专享金融方案，追加‘用车3年后尾款再减8000元+’的感恩回馈礼。”上汽大众方面介绍。

此后，上汽大众进一步加码ID.3市场营销举措，4月，ID.3升级推出ID.Care保值包，而在本次车展上，大众品牌更是宣布将ID.Care保值包适用范围推广至ID.4 X、ID.6 X。据悉，即日起至6月30日，购买上汽大众ID.系列的用户，均可通过随车赠送的ID.豆兑换ID.Care保值包，拥车三年后可享60%车价保值回购。

受到外界关注的是，上汽大众为何在当下推出“60%车价保值回购”策略呢？

“在汽车行业高速发展的今天，怎么让消费者永远用到最新技术？”贾健旭认为，“汽车是耐久消费品，不像电子消费品，只有车厂主动承担这样的义务，包括二手车市场的管理，提前介入二手车市场，才能让消费者以最低拥车成本，拿到最新技术的产品。”

在贾健旭看来，如何运营好2700万名大众用户对上汽大众未来发展至关重要。“‘60%车价保值回购’策略其实就已经在运营我们的客户了。那为什么三年以后回购？三年以后上汽奥迪有很多车型推出，客户要向上转也行，要转PHEV、EREV也行，三年以后是我们的大年，用户可以尽情地挑我们的产品。”

多措并举之下，上汽大众销量正在持续攀升，公开数据显示，2024年一季度，上汽大众销量26.5万辆，同比增长11.4%。新能源2.8万辆，同比增长171.3%。上汽大众相关负责人表示：“实际交强险是28万多元，比市场的增幅明显大一块。”

“我们不会卡着国家标准投机取巧地去做电动车产品，我们更多要满足消费者场景，让我们的消费者在上汽大众的身上产生复购，复购也是我们身上另外一个美。我们要重新关注服务、用户，做好用户运营，不断地在我们这个圈子里产生复购。如果我们把复购的循环打通了，就会有更多产品供消费者选择。”贾健旭表示。

在贾健旭看来，“不是所有的人都想成为创新的先锋者，很多人更愿意成为一个Fast Follower，我们在产品上给大家更多的确定性，包括安全、可靠，这个是关键。”

“中国市场是我们的核心，所以我们要好好地深耕中国市场，这是我们唯一可以做的事情，必须把这个市场打穿打透，把我们最好的产品交付给消费者。”贾健旭强调。