



今年对汽车关键领域投资突破5亿美元 华为会和谁搭上智能化快车

中青报 中青网记者 张真齐

在去年4月举行的上海国际车展上,华为的汽车业务首次对外亮相。尽管华为轮值董事长徐直军反复强调 华为不造车,帮助车企造好车,但是凭借自身在智能网联和ICT领域的技术体量,华为一下子成为汽车业内和消费者关注和讨论的焦点。

如今,一年多的时间过去了。首次登上北京国际车展舞台的华为再次亮剑,集中展示了过去一年华为在智能汽车领域的布局和进展。

今年华为预计将在汽车领域投入超5亿美元,继续发力汽车关键软硬件的开发。在北京车展期间的采访中,徐直军透露说,虽然前期华为在汽车领域的投资很多,但我们非常看重汽车智能网联的发展前景,未来这一领域创造的收益将是巨大的。

正如徐直军所言,自去年宣布进军汽车领域后,华为的汽车业务几度提速,其背后4000人的研发团队正试图覆盖汽车智能网联的所有角落。从车辆控制、电池管理到智能座舱、自动驾驶,再到高精地图、V2X,华为对这些领域都有浓厚的兴趣。徐直军说。

事实上,虽然全球汽车产业在今年上半年遇到了“滑铁卢”,但以电动化、智能化、网联化、共享化为趋势的汽车“新四化”正在加速发展。

此前,谷歌宣布了针对Android Auto和Android Automotive OS的一些重大更新,并表示该系统已逐步遍及全球几乎所有主要汽车制造商。而百度也向外界集中展示了Apollo在自动驾驶、智能车联和智能交通三方面的最新进展。

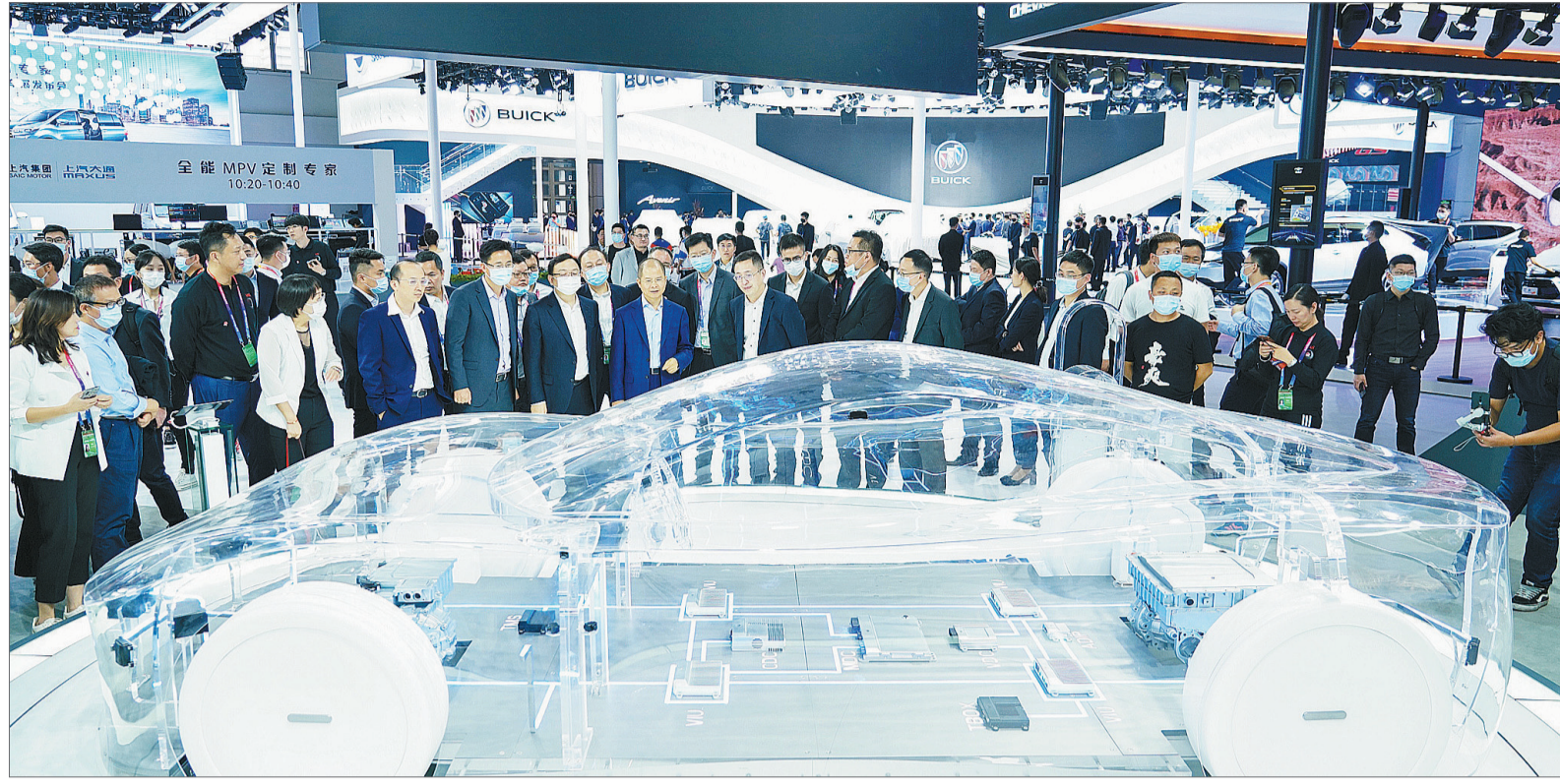
与此同时,蔚来之后,理想、小鹏先后于今年赴美上市,威马也对外宣布完成D轮融资。而特斯拉则进一步下调了国产车型的价格,增加在中国市场的竞争力。

显然,无论是传统汽车厂商,互联网科技公司还是造车新势力,都希望在“软件定义汽车”的关键节点上抢得发展的先机。

此次北京国际车展上,徐直军着重强调了华为在智能驾驶、智能座舱、云服务三个方面的进展和发展逻辑。

据了解,华为智能驾驶领域的布局,主要是提供自动驾驶研发的底层核心技术。华为主要打造自动驾驶的硬件平台和操作系统,第三方合作伙伴基于此进行开发。华为提供MDC计算平台、操作系统AOS/VOS和自动驾驶云服务Octopus,通过开放合作的方式,加速智能驾驶的落地。徐直军介绍说。

华为在今年北京国际车展前夕发布了两款新产品:一款是MDC 210,为L2+级自动驾驶提供计算能力;另一款则是MDC 610,可为L3级和L4级自动驾驶车辆提供算力。而在智能座舱领域,华为则基于手机的鸿蒙生态,打造车机版的操作系统HOS,从而构建整个智能座舱的生态。



在今年北京车展的华为展台上,一台搭载华为智能软硬件的水晶汽车引来人们的围观和讨论。华为轮值董事长徐直军表示,华为能为车企带来领先的智能化解决方案。

态,打造车机版的操作系统HOS,从而构建整个智能座舱的生态。

座舱是人车智能交互的中心,华为智能汽车解决方案BU智能座舱产品部总经理王庆文表示,在人、车、家全场景中,如果车的应用软件版本落后于其他智能产品,体验落后的座舱将被用户弃用,最终也很难实现智能化。

华为智能车云服务则基于大数据和AI能力,最终向车企提供自动驾驶云服务、高精地图云服务、车联网云服务和V2X云服务四大解决方案。此外,华为还提供电动汽车的三电云服务,融合电池机理和数据模型,实现电池安全预警与寿命精准管理。

事实上,除了深耕智能驾驶、智能座舱、云服务三个主要领域外,华为还将目光投向高精地图。华为智能车云服务2.0(IVCS 2.0)四大子服务方案中的高精地图云服务,便是为了打造全国高精度动态地图聚合平台,通过开放合作接入多图源数据,形成优势互补。

业内普遍认为,关注自动驾驶的进展就看高精地图的动态,因为它才是加速自动驾驶汽车落地的幕后推手。随着华为高精地图业务的进展,其在汽

车新四化方面的发展步伐将再提速。

短短一年多的时间里,华为就在多个汽车智能网联的关键领域布下了关键的棋子,这样的速度和跨度与绝大多数企业“少而精”的战略截然不同。能否将这样大而全的摊子经营好,成了外界质疑华为的一个主要疑问。

谈及这个问题时,徐直军表示:我们涉足每一个业务,都跟公司之前的业务相关联。虽然汽车业务很多,但都是我们基于某一个产业延伸出来后,才在汽车行业领域去实践的。对华为来说,我们进入智能网联汽车领域,就是把以前投入得到的技术在汽车领域进行延伸,以适配智能网联汽车场景。

如此繁杂的业务方向,很难在每一项都取得足够的成功。并且,智能汽车未来的商业前景,谁也无法作出百分之百的准确判断。徐直军补充说。

对于在汽车领域涉足不久的华为来说,更广的布局会提供更多机会和试错空间。未来华为可能会选择部分加大投入,以获得更高的成功可能性。

在发力汽车关键软硬件的同时,华为也在不断明确自身增量部件提供商的身份,继续扩大着自己在

汽车行业内的朋友圈。

徐直军表示,尽管华为布局很全面,但为了更契合不同车企的多种需求,华为在汽车领域的技术,并不是打包出售,而是针对车企与伙伴的实际需求,可以灵活搭配或组合。

我们希望打造一个平台,各家车企基于平台来开发产品。未来,不同的车企基于自己的能力和策略会有不同的选择,有些会全部托付给华为去做。徐直军解释说。

对于中国本土车企而言,华为等技术实力强劲的中国ICT企业进入智能汽车领域,能够为中国本土车企在全球汽车产业新四化的变革创造新的机会。汽车行业分析师刘志超分析称。

谁也无法准确预测未来中国汽车市场的发展脉络。徐直军说,不过华为的加入,至少能为中国的汽车业带来世界上最领先的技术和解决方案。我们愿意与中国车企深度合作,开发最领先的技术和解决方案,支撑车的科技形象和技术含量,提升驾驶体验。

(上接T4版)

目前我们能够实现L3等级的自动驾驶,在技术上实现了通过手机一键泊车。同时能够实现长距离的、跨楼层L4等级的低速自动驾驶。未来我们也将进一步掌握人工智能、5G、软件定义汽车、大数据、信息化安全等核心技术,围绕着我们的ADiGO智驾互联系统,全面提升用户体验。古惠南说。

挑战年销量增长3%目标

在采访过程中,除了“数字化”这一话题,冯兴亚被问及最多的还有关于今年广汽集团销量的相关问题。

尽管上半年遭遇困难,但广汽自主品牌广汽传祺近两个月的销量已出现回暖。数据显示,广汽传祺7月销量同比增长6.4%,环比增长6.4%,8月销量同比增长8.6%,环比增长15%。

广汽乘用车在8月实现了环比两位数的增长,但是1-8月的累计产销量还是有所下降,尚未恢复到去年水平,预计下个月累计销售会实现正增长。冯兴亚表示,广汽乘用车今年的基本目标是实现3%的销量增长。

在市场大环境遇冷的情况下,想要实现3%的年销量增长目标,绝非一件易事。在冯兴亚看来,销量的增长只是企业各部分优势累积形成的结果,因此想要完成销量目标,就必须在销售、服务、营销等多方面发力。

本次北京车展中发布的“数字传祺”转型战略,明确了广汽传祺未来数字化发展蓝图,实行包括对现有工厂进行数字化改造,全面建设数字化智慧门店,开设在线预约、维修免费代步车、一键式紧急救援等便捷服务的计划。

尽管规划已经成形,但冯兴亚表示,这条转型之路说起来很容易,做起来很难。不仅在思想认识上有所变化,工作流程和组织方式也需要调整。

为此,广汽集团从去年就开始了组织架构调整,成立信息数据本部,把大圣科技转型定位为软件公司。以问题为导向,找到优先点,从消费者的需求入手做“四化”转型,这些都是我们去年、前年遇到了一些问题后作出的对策。冯兴亚说。

据了解,此前广汽集团对原整车事业本部组织架构和职能进行补充和完善,设立经营管理委员会,与整车事业本部合署运营,将不同部门办公地合于一处,意在从源头推进产销一体化融合,提高产品、质量、营销、采购等各领域的横向协调和统一决策能力。

数字化建设不止于企业内部,也体现在客户服务上。本届北京车展前夕,广汽传祺发布了“金三角战略”,力求打破过往厂家、经销商、客户之间信息反馈不及时,厂家和客户直接沟通桥梁不通畅这一壁垒,将三者关系整合为更稳固的三角形。

事实上,这并不是广汽集团第一次提出金三角理念。我们在2018年提出了营销金三角,但随着时代的发展,营销层面金三角就不行了,要升级到价值层面,做营销金三角的目的是为了创造价值,我们不能偏离价值方向,如何给顾客、经销商创造价值,如何让厂家更有能力,成为广汽整个战略的核心要点。冯兴亚如是说。

深耕技术研发 北京现代加速发力汽车新四化

汽车新四化带来的技术革命,正在改变全球汽车产业未来发展的趋势和方向。如何在智能化、电动化、共享化、网联化时代拔得头筹、取得技术突破,成为全球各大汽车企业和科技公司最关注的问题之一。

近日,2020年北京国际车展拉开帷幕,各大汽车厂商拿出了自己最新的新四化产品,力争抢占发展潮头。其中,北京现代的精彩亮相引人注目。

在北京现代展台上,第七代伊兰特、第五代途胜L、Elantra(伊兰特)N TCR、IONIQ品牌纯电动概念车Prophecy、进口大型SUV帕里斯帝等强大产品阵容以及前沿技术成果,让观众零距离感受到诚意和实力。

2020年开始,北京现代一方面依托现代汽车的技术底蕴,推出诸多换代车型和全新车型,在产品上连出重拳;另一方面,北京现代继续贯彻落实HSMART+战略,拉动新产品、新技术升级,提升北京现代的硬核技术实力。



i-GMP平台助力品质再飞跃

本次车展上,北京现代以强大明星阵容吸引了消费者关注,其中开启预售的第七代伊兰特更成为全场焦点。第七代伊兰特是基于现代汽车

i-GMP平台打造的第二款产品,历经六代进化,将凭借个性互联的先锋体验、引领潮流的先锋设计、卓越的先锋智能、充沛高效的先锋效能等特质,为消费者提供品质更优的新选择。

基于Sensuous Sportiness(感性运动)设计理念,更进一步融入Parametric

Dynamics(参数动力学)设计表现形式,第七代伊兰特成为践行年轻化设计的标杆车型。

与此同时,第五代途胜L也在本次车展迎来中国首秀,并将于2021年上半年投放中国市场。作为北京现代SUV家族的重要力量,第五代途胜L的诞生标

志着北京现代SUV产品矩阵将更加完善,其将通过更高效节能的动力技术和更懂人心的智能配置,以标志性的设计风格和前瞻性技术理念,重新塑造紧凑型SUV新标杆。

事实上,无论是第七代伊兰特还是第五代途胜L,这些车型之所以能够紧跟潮流和科技的发展,快速进行升级进化,最根本的原因是依托了现代汽车领先的i-GMP平台。

i-GMP平台是现代汽车第三代技术平台。i-GMP平台在设计、安全、效能、驾驶、多种动力等基本功能方面,集成为基本的要素模块,可以实现多车型共享。i-GMP平台包括三个子平台,中小型(K)平台,中大型(N)平台和纯电动(EV)平台。

在i-GMP平台的加持下,北京现代的新车型设计得到进一步创新,安全性全面提升,操控更加精准,提高了动力性能及燃油效率并适配多动力系统,堪称全面进化。

未来,以i-GMP平台为基石,北京现代将根据中国消费者的喜好和驾驶习惯,继续推出兼具高品质和高性价比的热门车型,为消费者带来全新的驾驶体验。

HSMART+战略引领未来发展

2019年,北京现代发布全新技术品牌“智”战略,以全新品牌战略拉动新产品、新技术,夯实北京现代

HSMART+技术品牌形象。智+战略包含智+环保(HSMART+ Clean)、智+互联(HSMART+ Connected)、智+自由(HSMART+ Freedom)三大板块,通过在新能源、智能网联和自动驾驶等前沿技术方向的积极努力,致力于改变消费者传统的出行方式,让中国汽车用户能更快体验到个性化、便利化、先进化的用车生活。

作为在华深耕18年的合资汽车品牌,如今北京现代背靠股东方全球领先的技术和智能科技,深度挖掘中国市场及消费者需求变化,以HSMART+全品牌战略全速前进,描绘未来出行新蓝图。

此外,北京现代还通过第三代智能网联系统、BLE手机蓝牙钥匙、生物识别、健康关怀等尖端技术让汽车与消费者的生活紧密相连,开启万物互联的用车方式,并加速引入更多更先进的新能源技术,以全球较高水平、较高效的能源技术,为消费者带来全新出行体验。

此次北京车展上,北京现代以实力超群的新车阵容、突破创新的前沿科技释放出极大的品牌魅力,持续激活全新技术品牌HSMART+战略,深入打造技术实力派的形象。未来,北京现代将秉承以用户为中心的理念,不断为中国消费者提供超越出行本身的价值体验,以高品质时光连接彼此,致力于让北京现代成为中国消费者享受品质生活不可或缺的重要伴侣。

