



当智能手机遇上智能汽车

中青报·中青网记者 许亚杰

“AITO问界新M7的大定数量已正式突破6万台大关,远超市场平均水平。”10月13日,华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案董事长余承东来到赛力斯汽车智慧工厂直播间。尽管评论区满是“遥遥领先”的呼声,他也在朋友圈感慨问界新M7的大定数量创造了奇迹,但他仍然补充说:“起死回生,真不容易。”

这些场景自然让人联想到此前华为Mate 60发布时,这款“争气机”所引发的全民关注。

近日,记者在北京走访了多家华为体验店,有不少店员回忆说,今年“十一”黄金周期间,Mate 60系列和问界新M7都人气颇高,有力地带动了店里销售额增长。“我们发现,大多数顾客是为买Mate 60系列手机而来,顺便看看问界新M7这款新车。看上并下订单的有不少,带动新车订单量在‘十一’期间大幅增长。”

事实上,在今年“金九银十”的消费旺季中,智能汽车与智能手机擦出火花的案例还有不少。

不久前,蔚来发布了首款手机NIO Phone;vivo旗下子品牌iQOO产品经理宋紫薇改换门庭,入职理想汽车;荣康中国区CMO关海涛则跳槽到了极氪汽车……

显然,对于车企和科技公司来说,智能汽车依然是一条充满价值的“黄金赛道”。无论是“手机厂造车”或“协助车企造车”,还是“车企造手机”,都蕴藏着诱人的市场机遇,同时都将为手机行业和汽车行业开辟新的发展之路。

跨界合作要在细节处下功夫

当天,赛力斯汽车智慧工厂直播间的另一大新闻是:为了保障AITO问界新M7快速、高质量交付,赛力斯汽车整条供应链新增投入超过10亿元。

资深汽车媒体人、汽车行业分析人士杨小林表示,手机企业进军智能汽车产业,一方面会对传统汽车企业产生竞争压力,倒逼它们更多合作创新;另一方面也会为车企提供更多合作机遇、市场空间。

“在智能化、电动化技术变革浪潮的席卷之下,汽车逐渐向智能软硬件结合体的方向进化。谁能把汽车行业的智能化硬件与软件生态的融合做好,谁就能率先抢占技术高地和市场风口。”杨小林告诉记者,



无论是智能手机厂商,还是汽车企业,都要积极调整思路,多琢磨如何做好智能手机与智能汽车的融合发展。

有分析认为,随着汽车智能化水平迅速提升,智能手机与智能汽车不仅产生越来越多交集,也对相关企业的资源整合、合作效率能力提出了更高要求。

“供应链、工厂都在加紧提高产能,确保用户能够尽快拿到新车。”在10月13日的直播中,余承东多次为赛力斯智慧工厂的“智造”能力点赞。

有赛力斯工厂的工作人员表示,新车订单量一下子上涨得太快,产能爬坡压力较大,但大伙儿都很高兴。事实上,作为科技公司与车企合作的先行者之一,AITO问界做出了不少成功示范。

据了解,赛力斯汽车智慧工厂完全按照工业4.0标准及工业互联网要求打造,以数字化、智能化、物联网为核心,采用先进的制造运营管理系统及制造工艺流程,以实时在线的响应方式,快速精准地进行规模化定制生产。

值得一提的是,赛力斯汽车智慧工厂拥有超过1000台机器人,它们的协同运作可实现高度自动化,关键工序100%自动化。在品控方面,该工厂实现了车辆

100%全检,可通过全身“CT扫描”,对整车400多项功能、4000多个信号交互进行自动化测试,测试数据实时上传云端,实现“一车一体检报告”。

此前,为了提升问界新M7产品力,华为与赛力斯联合投入超过5亿元,用于升级车身、底盘和性能,优化车内空间设计和布局。

余承东曾援引调研数据称,问界在2023年上半年新能源中大型及大型SUV质量排行中,远超行业平均值。问界在新能源车品牌中新车质量排名第一;同时,问界M7车主净推荐值(NPS)达80.1%。

正如赛力斯集团董事长张兴海所说,车企与科技企业的跨界合作就像化学反应,能带来指数级增长。事实上,赛力斯与华为的合作不止于提升产品竞争力。今年7月,赛力斯汽车和華為成立的“AITO问界营销联合工作组”开始全面负责营销、销售、交付、服务、渠道等业务端到端闭环管理。据了解,新成立的工作组进一步完善了问界销售、渠道、服务相关管理,为客户提升消费体验。

“AITO问界先后发布了问界M5、问界M7以及问界M5纯电版3款智能汽车,成为成长最快的新能源汽车品牌。”



上图:进入“金九银十”,汽车与手机不仅迎来销售旺季,两大行业的融合也将进一步加速。图为摆在问界新M7前的华为Mate 60 Pro样机。

左图:今年“十一”黄金周期间,Mate 60系列和问界新M7均人气高涨,带动了销量增长。目前,问界新M7的大定数量已突破6万台大关。图为上海华为旗舰店外排队进店的消费者。

余承东表示,今后AITO问界将不断推出更智能、更高效的汽车产品,为消费者提供更好的驾驶体验。

科技公司独立造车为何难以成功

不容忽视的一点是,科技公司、智能手机厂商想要进军汽车业并非一帆风顺,要复制AITO问界的成功案例也并非易事。

记者注意到,今年8月底,小鹏汽车宣布收购滴滴智能汽车开发业务资产,意味着滴滴正式退出“造车大军”。此前宣称要“对造车做尝试”的OPPO陷入沉寂;而备受期待的小米汽车,今年则令人意外地缺席了雷军的年度演讲。

至于汽车业内最关注、车企高管最提防的苹果公司,只传出与现代起亚、雷诺等车企商谈合作事宜的“绯闻”,官方始终没有发布任何与造车直接有关的消息。正如中国汽车工程学会名誉理事长付于武所说,汽车产业虽然正处于前所未有的大变革时期,但基本属性始终未变。“无论产业变革如何进行,汽车行业的基本规律都是不可撼动的。”

他认为,科技公司、手机厂商跨行造

车不能只讲创新,还要在产品安全、量产规模、集成能力和生产效率等方面达到汽车行业标准。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为,“手机厂协助车企造车”和“车企造手机”背后的目的其实大致相同,就是车企与手机厂商都想做大智能汽车这块市场蛋糕。

“大家都盯上了智能出行生态的C位。”盘和林表示,华为在汽车智能座舱、智能驾驶等领域发力较多,鸿蒙操作系统能很好地赋能车机,有利于打通“汽车、手机、电脑乃至智能家居”之间的生态链。

盘和林认为,大部分科技公司的优势在软件领域,而汽车业的硬件制造门槛很高,大部分跨界的新玩家很难跨越。

“手机企业的优势在软件生态,但不一定能满足生产汽车硬件的严苛要求;传统车企的优势在硬件制造,劣势是软件生态。因此,打造智能汽车需要双方合作,如果没有合作就直接跨界,很可能付出较高的学习成本。”他提醒说,手机厂商跨界造车并无成功案例,企业高层须谨慎,要认清自己的优势和短板。

统计数据显示,我国新能源汽车累计产销量已突破2000万辆,今年上半年,我国搭载辅助自动驾驶系统的智能网联乘用车市场渗透率进一步提升,达到了42.4%。

随着产销规模的迅速增长,智能网联汽车市场竞争也日趋白热化。今年以来,国内汽车市场掀起惨烈的“价格战”,部分品牌的新车降价多达10万元;与此同时,车企研发投入、新车配置升级也加快“内卷”。有分析人士认为,科技公司造车即将失去发展主动权,“进场晚了,门槛提高了”。

融合发展大有可为

杨小林表示,无论是像华为与赛力斯的合作,用智能化技术赋能汽车行业;还是像蔚来发布新手机、理想招聘手机公司高管,都是为了让智能手机与智能汽车实现融合发展,为用户打造无缝衔接的智能化出行体验。

他认为,随着汽车智能驾驶、智能座舱技术的加快普及,智能汽车有望成为新的“移动智能终端”和“第三空间”,在商业化拓展上有着很大的想象空间。

“蔚来为什么要做手机?不是因为手机公司都在造车,也不是要去靠手机盈利,而是我们的用户需要一款与蔚来汽车

无缝连接的手机。因此,我们要做一款让蔚来汽车产品更好用的NIO Phone。”新手机发布后,蔚来创始人、董事长、CEO李斌强调说,蔚来自身企业定位、主营业务都没有变,就是做好智能电动车;推出NIO Phone只是让车更好用、让蔚来用户体验更好的一个环节。

根据赛迪顾问的数据预测,我国智能网联汽车行业规模将从2019年的1656亿元,增长至2024年的13120.4亿元,年复合增长率超50%。

在智能手机行业,今年上半年,我国智能手机市场出货量达1.3亿部。其中,高端手机销量正在稳步上涨。有分析认为,随着汽车与手机融合的帷幕徐徐拉开,车企与手机厂商争夺汽车生态的C位、争夺主动权的积极性会更高。

星纪魅族集团董事长兼CEO沈子瑜认为,中国拥有全球规模最大、最具创新活力的新能源汽车市场,将引领全球智能化科技浪潮。“全球汽车智能化下半场的主舞台在中国。”

“以星纪魅族集团为代表的中国企业,有机会在这轮变革中引领行业,走向全球。”他表示,手机与汽车两个行业的深度融合、超级协同已成为汽车业发展的重要方向之一,没有手机软件赋能的传统汽车厂商可能掉队。

在9月12日举行的问界新M7上市发布会上,余承东多次将其车机系统与备受关注的Mate 60 Pro作类比。

“问界新M7系列车机系统像Mate 60 Pro一样流畅。”余承东介绍说,问界新M7特别增设HUAWEI MagLink魔吸车载接口,新车可结合鸿蒙生态,进一步拓展出行空间的更多场景和更多玩法。

例如,华为平板可在问界新M7上“即挂即连”,更便捷地实现多设备联动。用户可将车内空间作为个人创作室、多人会议室或儿童书房。

盘古智库高级研究员江瀚表示:“从技术创新到用户基础,再到产业协同,中国在智能手机与智能汽车两大领域都拥有一定优势。车企可通过跨界合作、人才流动等方式加速自身发展。”

他认为,未来手机行业与汽车行业的融合将进一步加速,两个行业之间的界限也将越来越模糊。最终,只有双方形成合力,才能共同推动汽车向着更加智能化、电动化的方向发展。



汽车消费投诉与新闻线索提供,请关注微信公众号,给我们留言。消费维权邮箱:autocycd@126.com

轨道上的京津冀:由“三片瓣”合为“一朵花”

□ 岳阳 鲁静 董策 张雍 中青报·中青网记者 周伟

在广袤的京津冀大地上,铁路如同大地的血脉,联通着祖国大地上的各个城市。近年来,中国铁路北京局集团有限公司(以下简称:中国铁路北京局)在党的领导下,紧紧围绕习近平总书记的重要指示批示精神,积极推进“轨道上的京津冀”建设,发挥铁路交通的骨干作用,推动了京津冀地区铁路交通的高质量发展,助力了区域经济社会的繁荣和生态环境的改善。10年间,一条条钢铁连接起无数的城市,见证了京津冀地区由“三片瓣”合为“一朵花”的壮丽画卷。



复兴号列车行驶在张京张高铁官厅水库特大桥上。



一列货运班列穿行在丰沙铁路落坡岭车站。



中国铁路北京局集团有限公司天津客运段列车长张莹在工作中。

的持续提升。今年是中国首条运营时速350公里高铁——京津城际开通运营15周年。作为京津城际的第一批列车长,张莹说这15年里,铁路客运服务人员“从未停止过对服务细节的执着追求,要么不做,要做就做到极致”。对工作的极致追求推着张莹始终对自己严格要求,从没有过一丝懈怠。

不少搭乘京津城际的旅客都过着“双城生活”,需要一大早从天津上车去北京工作。为了让旅客们在车上补个好觉,张莹会把车厢内的灯光调低、温度适当增高、广播音量调小、巡视车厢时还会放慢脚步减少声响。一位常年往返于北京、天津两地的旅客周先生有次专程找到了张莹,当面向她致谢:“谢谢你们提供了如此温馨细致的服务,谢谢!”

近年来,中国铁路北京局坚持以人民为中心的发展思想,客运服务不断提质升级,根据客流和市场需求进一步深挖列车潜力、创新服务方式,大幅提升了旅客的乘车体验,使得人民群众的出行更为便捷,人民群众出行的获得感、幸福感、安全感持续增强。

如今,定期票、计次票让旅客得到实惠,日常通勤更加便利;电子临时乘车身份证明、电子客票、刷脸进站、互联网订餐、敬老慢窗口、静音车厢的互动,满足了旅客出行的不同需求;“慢火车+旅游+土特产品推介+特色产业推广”的综合列车开行模

式、特色旅游专列等产品的推出,满足了现代游客“快行慢游”需求……

中欧班列联通世界,推动京津冀产品行销海外

石家庄国际陆港位于河北省石家庄市高邑县内,是河北省唯一实现常态化、固定化开行中欧班列的国际陆港,平均每周有6列中欧班列从这里始发开往中亚、欧洲多个国家。中国铁路北京局下辖的石家庄货运中心高邑网点担负着石家庄国际陆港全部中欧班列的运输组织工作,在这里有一对夫妻“一内一外”,共同服务起这条联通亚欧大陆的“钢铁巨龙”。

男孩叫杨晓,是高邑网点一名外勤货运员,负责对中欧班列集装箱货物进行安全检查,守护着中欧班列安全运输的首道关口;女孩叫白玉倩,身为内勤货运员的她负责做好中欧班列的信息录入和统计分析。

随着石家庄国际陆港开行中欧班列数量的增长,货物发运品类也由过去的钢铁、化工产品发展到如今汽车、光伏电缆、服装、医药等多个品类,每当一个新品类出现时,都需要杨晓和同事们认真研究与之对应的装载加固方案,保障货物能够高效、安全运达目的地。

5月19日,杨晓在检查集装箱时,发现一柜新的品名——大型装载机。他一眼

就看出货物存在偏载与装载加固不到位的问题,于是马上向客户指出。“一旦大型机械装载不牢固,在列车运行途中可能会有松动风险,后果难以想象。”杨晓说。由于客户预约的是本地报关,马上到点着急报关,其他作业已来不及,客户焦急万分。本着让客户少跑路的服务原则,杨晓和同事们现场反复测量和研究,提出“换用钢丝绳、方木、大角木等装载加固材料,易活动部件拆解下来单独固定,增加配重进而解决偏载问题”等方案,使得该集装箱顺利通过查验,及时进入海关并安全运抵目的地。

正因为有了像杨晓、白玉倩这样一群踏实肯干、认真负责的铁路人在幕后默默支撑,石家庄国际陆港从2018年开行中欧班列3列,增长至2022年全年发运310列,辐射范围更是扩大到德国、法国、芬兰、哈萨克斯坦等50多个国家和地区,构建起横贯东西、连接南北的国际商贸物流大通道,带动京津冀区域特色优质产品走向海外。

中国铁路北京局货运部相关负责人介绍,京津冀地区开行的中欧班列具有辐射范围广、货物品类多、货源需求旺盛等特点。班列主要经由津山、京沪、京广等铁路干线,发往二连浩特、满洲里、霍尔果斯等口岸站,将京津冀及周边地区生产的商品汽车、汽车零配件、日用品、钢材等物资,及时高效发往中亚、欧洲国家。

自开行中欧班列以来,中国铁路北京局累计开行中欧(中亚)班列5431列,发运集装箱57.1万TEU(国际标准箱单位),为“丝绸之路经济带”周边国家送去了大量生产生活物资,也为京津冀区域地方经济和外贸经济发展作出了积极贡献。

天津货运中心新港营业部发运中欧(中亚)班列占天津货运中心发运中欧班列总量的95%以上,是名副其实的天津“中欧班列主战场”。

受台风“杜苏芮”影响,8月初,天津地区普降大到暴雨,面对突如其来的恶劣天气,天津货运中心新港营业部孙凯连续多日带领职工坚守在一线。在此期间,有部分客户联系孙凯,焦急地说自己的货物基本都是怕湿货物,担心这次强降雨会导致集装箱堆场积水,集装箱内一旦进水,将会造成货物的极大损失。

掌握情况后,为了避免货物浸湿,孙凯决定利用装卸车作业的空隙时间,将中欧班列集装箱堆场最下层的集装箱由重箱换成空箱。“虽然‘折腾’,但能有效避免堆场底层集装箱货物浸水,但不保证了中欧班列客户利益,更确保了天气不良下的作业安全。”孙凯说。事后,客户纷纷对孙凯竖起大拇指:“铁路人把客户的事放在了第一位,把所有的困难都提前想到,处理得当了,跟铁路合作就是省心、放心!”

班列联通欧亚,丝路风笛长鸣。如今中

国铁路北京局管内开行的中欧班列搭载的商品种类越来越多,开行的频次稳步增加,管内逐步形成了天津新港营业部、河北省高邑国际陆港和北京平谷马坊3个中欧班列开行基地,每周开行中欧(中亚)班列18列。

“现在,越来越多的企业通过中欧班列搭建起贸易桥梁,走出了国门。我和同事们也在不断提升服务质量,助力中欧班列开行高效顺畅。”中国铁路北京局货运部相关负责人说。

雅万高铁心连中印尼,“轨道上的京津冀”越跑越快

雅万高铁是印度尼西亚乃至整个东南亚地区的第一条高速铁路,北起印尼首都雅加达,南至西爪哇名城万隆,全长142公里。它不仅是中印尼共建“一带一路”的标志性工程,也是中国高铁首次全系统、全要素、全产业链在海外落地,全线采用中国技术、中国标准。在高铁开通运行前,中印尼双方精心组织相关单位对各专业设备进行了联调联试、检测验收和安全评估,确保线路完全具备开通运行条件。中国铁路北京局作为雅万高铁正式开通运营的主体单位,持续助力构建中印尼命运共同体。

天津人穆振说,自己也没想到,有一天他会作为首发司机,在印尼驾驶雅万高铁“复兴号”。

雅万高铁试验运行时,穆振就是首发司机。因为是新修线路,需要熟悉路线,穆振每天都会和同事在线上走5公里左右。“这是为了了解周围的自然目标,感受起步坡道,行话叫‘走线’。”穆振说,尽管穿着脖套和防晒衣,但30多摄氏度的高温以及强烈的紫外线还是会灼伤皮肤,痒痒难忍,“感觉自己在印尼黑了两个色号”。

穆振是第一批走出国门的“动车组司机”,入路27载,先后驾驶过干线货车、客车、动车组等12种型号机车。在印尼,穆振还负责培训印尼当地的铁路司机,34岁的印尼火车司机塞蒂亚就是其中之一。在高铁模拟驾驶室中,塞蒂亚万手紧握调速手柄。穆振提醒他要放松,过于紧张会导致误操作。“驾驶列车对司机的注意力、操作熟练度和反应应变能力的要求要高很多。”塞蒂亚万说,自己一定要跟着中国老师好好学本领。

“就像当时师傅教我开车那样,我会把自己的知识和实践经验毫无保留地传授给当地徒弟。”穆振说。2022年11月16日,在全世界瞩目和关注下,作为雅万高铁首次试验运行的动车组司机向习近平总书记汇报了高速铁路综合检测列车准备情况,圆满完成了G20展示工作任务。

大道之行,无远弗届,美丽中国,华章可期。如今,互联互通、便捷高效的京津冀交通网络正在加速形成,不断完善的路网结构让“轨道上的京津冀”越跑越快。中国铁路北京局正以其勇当先锋和守正创新为中国式现代化疏通脉络,以全新的速度逐梦京津冀。