



从单纯研发技术到造整车，这完全是两个概念

百度造车 胜算几何

科技巨头，纷纷进场

1月11日，中国的互联网巨头百度宣布组建一家智能汽车公司，以整车制造商的身份进军汽车行业。与此同时，另一家科技巨头苹果造车的传闻也频频传出新的进展，据媒体报道，1月8日，韩国现代汽车发表声明称，苹果正与现代就造车事项进行初期谈判。

随着汽车智能化与网联化持续升温，越来越多的科技企业开始与传统车企展开合作。去年年底，由上汽集团、张江高科、阿里巴巴集团联合打造的智己汽车科技有限公司在浦东新区完成注册，主攻中高端电动车细分市场；还有消息称，苹果计划在今年9月发布首款Apple Car；此外，比亚迪与滴滴出行联合打造了全球首款定制网约车D1；华为发布了车规级高性能激光雷达产品和解决方案；长安汽车也宣布将携手华为、宁德时代联合打造全新高端智能汽车品牌。

国内外智能电动车企业2020年股价表现亮眼。2020年，特斯拉股价年内涨幅超过740%，当前市值已超过8000亿美元；蔚来股价年内涨幅高达1110%，去年下半年才上市的小鹏汽车和理想汽车股价也全部翻番。销量方面，2020年，特斯拉累计销售智能电动汽车49.96万辆，同比增长超35%，蔚来、小鹏的汽车销量同比增长分别为121%、112.6%。

造车新势力市值不断攀升，科技巨头“跨界”造车，汽车工业从未像今天这般面临新的变革，智能汽车越来越受到资本的热捧。

百度造车，挑战不小

众所周知，百度无人驾驶车项目始于2013年，2015年下半年推出无人驾驶汽车。经过这几年的发展，百度已经手握L4级自动驾驶技术、运行牌照、完成城市测试路线、百度地图、AI智能语音系统几大核心竞争力。

作为汽车新四化中的智能化，AI技术是汽车新技术中的重要部分。百度造车，似乎有着不可比拟的优势。但是，百度的自动驾驶和AI技术并不是毫无竞争对手。

首先，在科技圈做汽车自动驾驶的公司并不少。例如，国际知名的Mobileye公司，在2021国际消费节展上表示，Mobileye将利用母公司英特尔的芯片制造能力来制造激光传感器，在2025年将推出足够便宜、适合大众的自动驾驶汽车。近期，媒体报道苹果公司将于2021年9月推出苹果汽车。而摩根大通预计，真正完全自动驾驶

随着汽车智能化与网联化持续升温，新玩家不断入场。1月11日，百度正式宣布组建一家智能汽车公司，以整车制造商的身份进军汽车行业，吉利控股集团将成为新公司的战略合作伙伴。

虽然，外界称赞两者的合作为强强联合，并且有人将李彦宏与特斯拉的马斯克相提并论，但百度造车的实力还值得商榷。

不管怎样，百度造车，资本市场首先献上鲜花。造车消息发布后，百度股价大涨15.57%，总市值达到819亿美元，创阶段新高。

的苹果汽车，将在这个十年的尾声问世。

而在汽车圈，对自动驾驶和AI技术的研发布局同样十分积极。

最知名的是特斯拉，目前特斯拉所有销售车型均标配“自动辅助驾驶”(Autopilot)功能，而FSD还增加了自动停车、变道、识别停车标志和交通灯的功能。国内汽车企业中，长安汽车也早早开始了自动驾驶技术的研发。

此外，通用在2016年收购自动驾驶初创公司，之后与共享汽车公司Lyft合作，以加速自动驾驶技术的研发。

与自动驾驶技术热一样，AI技术也在各个领域蓬勃发展。AI智能语音技术，国内的科大讯飞、阿里的斑马系统，早已经和百度抢夺市场。

不管是科技圈还是汽车圈，自动驾驶和AI技术赛道上，百度的技术优势并不明显。百度自己造车，凭借已有的技术优势，很难在造车队伍中脱颖而出。况且，对于百度来说，从单纯研发技术到造整车，完全是两个不同的概念，即使有吉利帮助也将是不小的挑战。

失意联盟，融合不易

对比BAT阵营的阿里、腾讯，三家造车新势力蔚来、理想、小鹏，从近几年的发展来看，百度和吉利都算得上是失意者。

这些年，百度因为错失外卖、内容推荐、短视频等风口，屡屡登上话题热榜。下场造车，它的选择有限。

百度的合作伙伴吉利一直想发力新能源汽车，但过去几年成绩寥寥。五年前，吉利放出狠话，到2020年新能源汽车销量占吉利整体销量90%以上。但是，吉利新能源汽车的发展缓慢，2020年上半年新能源车的销量更是腰斩。

其主推的新能源汽车“几何”仅卖了1165辆，较上一年同比大幅下降72%，整个新能源及电气化车销量同比大幅下降49%，占吉利汽车整体销量的5%，旗下的曹操出行几乎是其新能源汽车的最大出口。

过去几年，吉利在全国各地建厂，一般一家整车制造厂如果达不到10万辆规模，很难实现盈利，但很多吉利新建的工厂根本没有达到规模效应。

据悉，百度和吉利成立的合资公司，百度将持有新公司的多数股权和绝对投票权，吉利将持有少数股权，这样的设计保证了百度的话语权。而据吉利官方表示，吉利控股集团是目前除百度外唯一的资方。

和百度的合作中，吉利不仅仅是代工厂。据媒体报道，吉利提供技术和产能的双重支持。百度在制造环节主要负责车辆的设计和软件部分，后续则将负责车辆的分销、用户运营和品牌建设等。

但互联网思维、传统汽车主机厂、电池研发，这三股力量需要长时间磨合。

吉利希望借助百度在新能源市场上扳回一局，而对百度来说，更需要这个故事，它急需一场胜利，给资本市场、公司内部提气。

智能汽车，驶向何方

2020年的全球市场，涨幅最猛的当之无愧属于新能源车企。

除了特斯拉之外，美股中涨幅最高的中国科技企业是电动车企业蔚来（涨幅25倍）。两三年前蔚来一度传出破产新闻，如今已经成为全球市值第五大的车企，将戴姆勒、宝马、本田、上汽等国内外知名车企甩在了身后。此外，涨幅前十的企业中还有小牛、小鹏和理想三家新能源车企。

抛开行业标杆特斯拉不提，以小鹏和蔚来为代表的新能源车企在科技赋能层面同样也在飞速发展。目前，包括小鹏汽车、广汽新能源和长安汽车等多家车企在内，均已实现了L3乃至L4级的自动驾驶技术储备。

“这就说明政府和消费者都认可这一领域。”知名汽车分析师张翔认为，燃油车在有限的将来是终会被淘汰的事物，而新能源汽车恰恰代表着未来。与传统燃油车企不同，资本市场显然并未仅仅将新能源车企看作汽车生产商，它们身上被赋予了更多的科技属性。可以想见的是，更多科技巨头可能将难以抑制“造车”的冲动，而新能源车企与科技企业之间的界限将会越来越模糊，并为智能汽车领域发展打开新的发展想象空间。

综合新华社、《证券日报》、Tech星球等

延伸阅读

在众多的目光聚焦于百度的布局谋划之时，这一合作对于另一方吉利汽车又将带来怎样的影响？

作为自主品牌中的领军企业，吉利汽车这几年可谓发展迅猛。最新数据显示，2020年吉利汽车累计销量132.02万辆，连续4年位居中国品牌乘用车销量冠军。

不过，在新能源领域，吉利汽车的发展并没有传统燃油车那般风光。最新数据显示，涵盖吉利汽车几何A、几何C、帝豪EV、帝豪GSe等新能源及电气化产品在内，2020年总销量仅为68142辆。几何品牌是吉利汽车集团旗下的高端纯电品牌，在2019年刚推出的时候也曾引起了极大关注。不过，销量并没有达到外界的期待。相关数据显示，2020年11月，几何C销量为1059辆，几何A销量为948辆。即便不与特斯拉Model3、五菱宏光MINI EV这类新能源畅销车相比，就是较比亚迪汉EV、长城欧拉系列基本月销过万的车型，也是存在巨大的差距。

polestar极星，是吉利与沃尔沃共同打造的电动汽车品牌。诞生之初，曾承载着PK特斯拉的期待。然而，此品牌一直在行业缺少存在感，产品线匮乏、销量惨淡、发展迟缓。在2020年11月，此品牌还曾因为质量问题，向国家市场监督管理总局备案了召回国产极星2首发版纯电动汽车。

吉利汽车在新能源转型的起步其实并不算晚。早在2015年，吉利就提出了“蓝色行动”计划。根据规划，吉利到2020年，新能源销量占比能够达到整体的90%，其中混动占比65%，纯电占比35%。目前来看，占比不足6%。

业内普遍认为，作为一家本土车企，吉利很早就意识到了新能源是大势所趋，但这种意识并没有直接转换成领先优势，产品缺少核心竞争力，尤其是专业化平台不断盛行的今天，吉利很多产品还是油改电之作。

“与百度的合作对吉利来说带来了更多的学习探索的机会。”乘联会秘书长崔东树称。但是在他看来，互联网和车企合作是一种造车模式，但不会成为主流。造车的核心还是要求自身实力强，而不是简单地联合就能成功。

未来，强强联合之下，百度与吉利的合作带来了更多的想象和可能。但是能否在此刺激和支撑下，给落后半歩的吉利新能源带来加速前行并实现超车

的原动力，恐怕还需要时间的沉淀。

6年前就计划『蓝色行动』，但目前新能源销量占比不足6%

吉利为什么起个大早，赶个晚集

据新华社