



# 互联网巨头盯上造车

门槛不低，赛道拥挤，软件定义汽车的时代谁能胜出

最近，“造车”成了互联网巨头们的“香饽饽”。这不，华为与传统车企合作打造的首款电驱轿跑SUV已上架官网；小米在春季新品发布会官宣造车；百度宣称要以整车制造商身份进军汽车业，另有消息称滴滴也有望加入造车大军。都说互联网爱扎堆，哪个生意好，容易一拥而上。这次，巨头们为何竞相造车？

## 智能电动汽车门槛真不低

现在国内的智能电动汽车赛道，称得上百舸争流。领跑的新贵，有蔚来、小鹏、理想；积极转型的传统车企，有上汽等。若再算上准备入局分一杯羹的互联网企业，竞争即将肉眼可见地激烈。

难道智能电动汽车真那么好造？非也，门槛还真不低。

首先是“烧钱”。研发费用自不必说，销售、行政、购买厂房等也是不小的支出。

以蔚来为例，2020年度，研发支出24.88亿元，市场、销售和管理费用39.32亿元。换电站建设也需要大量资金，蔚来自如按照其计划宣称的那样，在2021年底将全国换电站总量扩至500多座，更意味着巨大的资金投入。

就算烧了足够多的钱，量产交付也是一道不好跨越的坎。2014年成立的蔚来，第一辆车ES8的量产交付是在2018年，历时4年；小鹏汽车量产交付的第一款车型G3，花了3年；理想汽车的第一款车型Li One2019的量产交付，也是在公司成立4年之后。

小鹏汽车创始人何小鹏曾说：“以前看别人造车，觉得100亿太夸张了。现在自己跳进去，才知道200亿都不够花。”



看这光景，互联网企业得做好充足的准备。资金方面，小米宣称预计前期投入100亿元人民币，10年投入100亿美元，华为表示“一年花10亿美元，未来保持30%左右的增速”。量产交付方面，百度、小米都表示，已做好3年量产交付首款车的准备。

小米创始人雷军更是公开话，称“小米不差钱，亏得起”——他的底气，来自小米账上截至2020年底的1080亿元现金余额。

即便如此，业内仍将小米入局造车视为一场豪赌。毕竟，1080亿元的现金不是稳如泰山的固定资产，可能有进出波动；10年投资100亿美元，更是一笔庞大支出。

但至少，大厂们真金白银地大手笔砸钱，看上去是认准这赛道了。

不仅资金投入巨大、生产周期长，智能电动汽车还面临核心技术创新能力不强、质量保障体系有待完善、基础设施建设不足、市场竞争日益加剧等挑战。

对此，中国电力企业联合会标准化中心主任刘永东称，近年充电设施建设和服务的优惠政策很多，包括财政奖补、充电电价优惠、充电设施建设运营等。截至2020年底，中国公共充电桩已超80万台。

## 智能汽车商业空间不小

又烧钱、周期又长，互联网大厂们却抢着入局，到底是图啥？

首先是新能源汽车的大市场。

数据显示，截至2020年，中国新能源汽车产销量连续6年稳居全球第一，累计销量已超550万辆；今年1至3月，国内新能源汽车产量53.3万辆，同比增长3.2倍；售出51.5万辆，同比增长2.8倍。

大市场、高增长，且仍有空间。中国汽车工业协会预测，今年新能源汽车产销量有望突破180万辆；《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》则提出，到2025年，新能源汽车新车销售量要占汽车新车销售总量的20%左右。

还有政策支持。除购置补贴政策延长至2022年底外，最近新能源汽车也搞起了“下乡”。相关部门发布的文件明确，今年3月至12月，山西、吉林、河南、湖北、湖南、广西、重庆等11个省区市都将开展新能源汽车“下乡”活动。想想当年的“家电下乡”就知道，市场的潜在空间仍在。

对企业来说，赚钱才是终极王道。百度方面就表示，“智能汽车赛道是人工智能技术落地和惠及社会的重要方式之一，存在广阔的商业空间”。卖车、卖服务、卖系统、卖生态，整合造车方面积累的数据和技术，由此衍生更大的生态和回报——这可能是互联网企业最看重的东西。

## “软件定义汽车”要来了

互联网企业扎堆入局造车，无疑将使市场竞争更激烈。

相较于传统车企，互联网公司自带“智能”基因，能令电动汽车的智能化程度实现更大进步；也有人指出，互联网入局造车，关键是思维上带来的颠覆性变化。

例如，华为智能汽车总裁苏菁日前称，传统车厂的看法是把车作为基础，试图把计算机嵌进去；华为则认为，基础是计算机，车是计算机控制的外室，“本质看法不一样，会导致所有事情看法都不一样”。

百度称，当电动汽车时代真正来临，用户关注的事情会从电动汽车的加速、续航问题，慢慢向无人驾驶、智能化水平等方面转变，当一辆车的数字化、智能化程度足够丰富时，实际上可以被视作一个智能机器人，这也是百度希望定义的智能汽车方向。

小米称，公司“拥有业内最丰富的软硬件融合经验”，“有业内规模最大、品类最丰富、连接最活跃的成熟智能生态加持”。

有种说法是“软件定义汽车”，这或许是互联网公司入局后智能电动汽车领域的新方向。有业内人士认为，未来，软件将是汽车的灵魂。

在业内看来，造车基本功底和规模化是传统车企的独有优势，互联网公司的优势则在于数据和智能技术、注重用户体验等。这场竞争的最后，不仅看谁跑得快、谁的规模最大，还得看谁的生态更丰满。

当然，用户买不买账，安全也是关键——毕竟，技术再怎么高大上，万一在基本功能上出现刹不住车、失控致伤致死等问题，消费者恐怕还是会望而却步。

据微信公众号“侠客岛”

**幸会·黄河RBD时代**

济齐温泉国际新城 低密生态人居社区

ASEAN INTERNATIONAL ECO-CITY

单价6090元/m<sup>2</sup>起 奢享温泉主题酒店配套

建面约93~260 m<sup>2</sup>低密花园洋房、高层、叠墅静待臻选

(齐)房预售证第2019051号

开发商:山东发林旅游开发有限公司 营销中心地址:齐河黄河大桥西侧孔雀王蓝海御华温泉酒店旁会展中心内

本广告所有文字、图片、数据仅供参考，不构成任何承诺或保证，一切以政府相关部门批文为准，开发商保留最终解释权。

0534-8057 999