

# 2022汽车资本论坛

## 双碳未来 智能汽车加速

2022 AUTOMOTIVE CAPITAL MARKET FORUM

### 聚焦“双碳”战略与汽车智能化 2022汽车资本论坛今日在京举办

本报记者 龚梦泽

2022年以来,浙江省、深圳市、广州市、上海市等多地开始尝试开放路测,尤其是深圳市率先在法律法规上推动L3级智能驾驶落地。在各地开放路权和法律法规的支持下,2022年下半年到2023年,L3级别智能驾驶功能将有望大规模落地。

与此同时,与智能驾驶高度相关的智能座舱也乘势起飞。2021年,中国市场乘用车智能座舱渗透率已超过50%。权威机构预测,到2030年,全球汽车智能座舱的市场规模将达到681亿美元,其中,中国智能座舱市场份额将提升至37%,规模将超过1600亿元,成为全球主要市场,中国汽车行业的格局重构正在加速到来。

在此背景下,9月1日上午,2022年中国国际服务贸易交易会(简称服贸会)首场论坛——2022汽车资本论坛“双碳未来,智能汽车加速”在北京国家会议中心举行。本次论坛由《证券

日报》社与中国欧洲经济技术合作协会联办,中信证券、中欧智能网联汽车分会协办,新浪财经、百度有驾、XEV研究所联合报道。

《经济日报》社副社长赵子忠、中国欧洲经济技术合作协会常务副会长兼秘书长陈璟琨、工业和信息化部装备工业发展中心副主任姚振智、匈牙利驻华大使馆公使兼商务处主任戴彼得、中信证券全球投资银行管理委员会委员董事总经理朱烨辛、长安汽车副总裁张晓宇、江铃汽车第一执行副总裁金文辉、前晨汽车首席技术官付晶玮、驭势科技创始人吴甘沙、智行者董事长/CEO张德兆、未来黑科技CEO徐俊峰等出席论坛并发言。

作为本届论坛的重要成果,2022年中国智能电动汽车产业深度研究报告《智能握手电动,创新驱动进步》(以下简称《报告》)正式发布。《报告》以中国智能电动车加速发展、智能驾驶行业渗透率稳步提升,高算力芯片+激光雷达有望迅速上量,智能座舱成为自主品牌创新核

心战场、三电技术产业深化发展为主要行文框架,从市场、政策及技术等方面出发,梳理我国智能汽车发展现状,结合智能配置发展趋势、用户需求偏好等信息,预测行业未来发展趋势,并提出相关发展建议。

本届论坛还安排了三场圆桌讨论,第一场主题为:中国如何与全球共享智能电动汽车?第二场主题为:智能驾驶量产加速,智驾企业与车企扮演何种角色?第三场主题为:谁将主导智能座舱形态?

本届论坛还邀请了部委相关领导、专家和企业投资界人士,就高品质电动汽车、出行产业投融资、智能座舱产业前瞻的商业模式等各个方面分别进行探讨,从不同方面深入讨论行业遇到和发生的重大热点问题,促进跨行业交流和价值发现。

此外,为助力汽车行业智能驾驶技术发展,本届论坛还通过知名专家、著名投资人公平、公开、公正票选出2022年度十大智能驾驶、五大智能座舱落地案例。尤其需要指出的是,参选

的企业都是由企业自主报名,汽车资本论坛组委会甄选产生。

落地案例评选中,共有25家车企与智驾企业入围十大智能驾驶评选案例,10家车企与智能座舱企业入围五大智能座舱评选案例。

2022汽车资本论坛评委会成员共16位。

专家评委会:同济大学汽车学院教授朱西产、清华大学电子工程系教授王贵锦、中保研“中国保险汽车安全指数领导小组成员兼技术专家委员会主任委员”方仲友、麦肯锡全球董事合伙人方寅亮、奥维咨询合伙人张君毅。

投资人评委会:德载厚资本董事长董扬、百度风投执行董事刘水、中信云网首席业务官肖刚、复星全球合伙人兼汽车科技集团总裁王立普、联想创投董事总经理罗旭、金沙江联合资本合伙人周奇、轩元资本创始人王荣进、中信证券投资有限公司总经理方浩、中信证券研究部首席科技产业分析师许英博、正心谷投资经理邓晨亮、北汽产投江苏基金总经理高云川。

江铃汽车第一执行副总裁金文辉:

### 江铃商用车L4级无人驾驶车明年量产 乘用车将转型电动汽车



本报记者 许洁 见习记者 靳卫星

江铃汽车是江西省首家上市公司,作为A股市场的“老戏骨”,去年9月份,江铃汽车又有惊人之举,公司联合文远知行发布中国首款L4级自动驾驶轻客——WeRide Robovan。一时

之间,汽车界议论纷纷,有质疑者称,这会不会是个噱头?毕竟乘用车量产至今还停留在L2级自动驾驶。

近日,江铃汽车第一执行副总裁金文辉做客《证券日报》社演播厅直面质疑,“今年9月份会有两台试验样车,会到实际场景进行进一步的验证,真正的量产会在明年年初。”他明确表示,不会像路上自动驾驶乘用车那样配备“安全员”,WeRide Robovan会真正无人化,销量达到3000辆以上就可以盈利。

#### 自动驾驶需经漫长历程

2021年5月份以来,国内卡车销量出现断崖式下滑,整个商用车产业链受到严重冲击。江铃汽车8月29日发布的半年业绩公告也提到,上半年实现整车销售135957辆,同比下降23.24%;实现营业收入142.23亿元,同比下降19.53%。

事实上,江铃汽车早已开始“备粮过冬”。今年上半年,江铃汽车通过处置青云谱工厂土地及地上建筑物,冲抵了销量下降、原材料及芯片成本上涨所导致的利润下降,净利润达到4.52亿元,同比上升11.64%。

除了布局商用车智能化之外,江铃福特乘

用车旗下多款车型已经走在了智能化道路上,甚至今年上市的江铃福特领睿引入同级罕有的智能驾驶辅助功能。

既然江铃福特乘用车全面转型电动化、智能化,那么,它何时才能推出媲美L4级自动驾驶轻客——WeRide Robovan的乘用车?

金文辉表示,当下,在乘用车领域,推动L4级别自动驾驶落地的时机并不成熟。

他认为,这有三方面原因:一是技术的成熟度要足够的高,目前智能驾驶技术还处于早期发展阶段;二是相应的法律法规需得到进一步发展;三是需要智能驾驶的等级得到提升,同时用户对智能驾驶技术逐步认同。“在上述条件都成熟时,要把更高层级的智能驾驶技术配置到真正做到无人化的乘用车中,还需要一个漫长的发展过程。”

乘用车智能化和电动化是大趋势,金文辉透露,江铃福特乘用车今后将由燃油车向电动汽车转型,产品落地需要些时间。

#### 专注一件事才能活得更好

谈及江铃福特乘用车率先使用同级罕有的智能驾驶辅助功能时,金文辉表示,江铃汽车在智能驾驶方面采取开放的思路,愿意与供应商一起合作,“大家一起共创一些经验和知识,为我所用。”

广汽埃安总经理古惠南:

### 做引领者就得披荆斩棘 掌握核心技术才能把握市场先机



本报记者 李豪悦

今年7月份,广汽集团月销量过万的自主品牌竟然不是一台燃油车,广汽埃安AION Y当月销量12530辆,成为广汽集团旗下月销量过万合资车当中的“万花从中一点红”。

为什么这家成立才5年的新能源车企能成为造车新势力的领头羊?近日,广汽埃安总经理古惠南做客《证券日报》演播厅时感触很深,“销量好是广汽埃安多年来在品牌力、产品力以及市场营销服务能力多方面积累的结果。”

古惠南认为,广汽埃安的使命是能够在“新四化”方面成为世界领先。随着汽车“新四化”的深入,未来车企的竞争焦点一定是“产品+生

态”的竞争。

#### 软硬件并行发展 广汽埃安立志成为领头羊

今年7月份,我国新能源汽车零售量同比增长117.3%,年销量也将冲击600万辆关口。在新能源汽车狂奔下,自主品牌在车市中的地位也稳步上升。其中,增速较快的广汽埃安,旗下热销的爆款车型AION Y,今年7月份以12530辆延续破万神话,同比激增303%,强势杀入全品SUV月销TOP10。

“AION Y这款车受欢迎,是因为该系列集合了广汽埃安在‘先进、好玩、新潮、高品质’探索上的体现。一方面,满足了年轻受众在智能方面以及娱乐交际的需求;另一方面,源于扎实的技术储备,包括弹匣电池系统安全技术等硬核能力的体现。”古惠南表示。

记者了解到,均价突破15万元的AION Y,其高价值的产品定位得到了消费者的认可。“15万元级科技头等舱”的产品形象深入人心。在潮流的加持下,AION Y的ADIGO智能座舱集合了多种功能,它既可以化身移动的专业K歌房,又能摇身一变成为游戏对战室,同时放倒前排座椅形成1.8米大床后,再配合上全景天幕以及24节气国风香氛,通过紧抓年轻化消费潮流,让年轻消费者得到全方位的满足。

与此同时,AION Y电池技术的硬实力才是新能源比拼的关键。在续航方面,AION Y也有着出色的表现。“作为首款搭载广汽埃安弹匣电池系统安全技术的车型,从去年初推出至今,弹匣电池没有一例安全事故产生,证明了我们有着过硬的技术保障。”古惠南说。

提到在硬实力上的探索,古惠南表示,广汽埃安并非一蹴而就。“事实上,广汽埃安在2011年已经开始做混合动力,接着陆续推出了插电式混合动力和纯电车型。广汽埃安三电领域的研究和积累已超过10年,研究院网罗了全球顶级的电池专家,像弹匣电池、充电5分钟续航超200公里的超倍速电池技术、海绵硅负极片电池技术等,都是我们研发团队做出来的。广汽埃安现在的成绩是厚积薄发的结果。”

8月25日,广汽埃安官宣投入109亿元建设的电池公司正式成立,全面自主掌控EV产业链。“接下来,我们会在电池、电机、电控方面实现自主研发和产业化,以研发立身。”古惠南说。

可以看出,AION在15万元至25万元级别的首款爆款车型,不仅是广汽埃安“先进、好玩、新潮、高品质”品牌基因的极致演绎,更是广汽埃安品质立身、品牌向上的集中体现。“广汽埃安的使命,是能够在‘新四化’赛道上走在前列,成为世界领先以及能够代表中国新能源汽车的最先进的科技品牌。引领就要突破常规,突破就要需要披荆斩棘,这一切从推动软硬件并行发展开始。”古惠南表示。

#### 从行业脱颖而出 企业应掌握“独门秘诀”

随着新能源汽车赛道愈发拥挤,市场竞争也走向白热化。如今,但凡发售新车,皆有三元锂电池、L2+级辅助驾驶、气囊及气帘保护、智能语音交互等诸多技术加持,同质化现象愈发严重。“行业被诟病同质化,是因为很多车企的研发能力没有跟上。要想在行业脱颖而出,还是要有自己的‘独门秘诀’才行。”古惠南说。

众所周知,未来的智能纯电市场是围绕“科技+成本”的竞争,智能汽车产品和服务最核心的魅力还是在于科技,仅仅依靠产量优势来抢占未来市场,终究会在核心技术上受制于人。

古惠南表示,广汽埃安在三电技术及智能驾驶和智能座舱上实现了领先。凭借高效的自研体系,坚持自主研发合作的路线。广汽埃安成为当前中国第一个EV(电动车)+ICV(智能网联汽车)全栈自研的车企。

产业链方面,广汽埃安坚持打造自主可控的产业链,坚持自研加合作双轨并行。目前广汽埃安已经成立了能源科技公司、电驱科技公司,并与赣锋锂业战略合作,从新能源动力电池最上游材料端展开合作,设立电池科技公司,总投资预计超200亿元。

组织体系方面,广汽埃安正在进行混改。截至目前,广汽埃安已经实现研产销一体化,完成员工持股激励,目前也正在进行A轮融资。这些动作能够深化公司治理结构,进一步强化广汽埃安价值链的资源配置和市场竞争力,提升品牌影响力。

唯有改变造车思路,将核心技术掌握在自己手中,才能把握市场先机。这或许也是以广汽埃安为代表的车企,在不缺乏合作伙伴的情况下,仍然坚持电动化+智能化全栈自研的原因所在。

谈及自动驾驶发展的未来,古惠南认为,当下的L2级、L2+级等距离真正的“无人驾驶”尚有差距。“现在无论是L2级、L2+级等都是特定场景的体验,它并不能实现全场景的体验,本质上都是辅助驾驶,而非无人驾驶。”

古惠南表示,自动驾驶的发展跟法规紧密相关,虽然明年L3级技术会跃升到一个全新的高度,但相关法律是否已经匹配,暂时还是未知数。

#### 关于共建未来智能驾驶和智能座舱能力的一些思考

智能化已成为未来汽车行业的战略制高点。对于汽车人而言,必须不断思考智能驾驶、智能座舱等新的产品形态,以满足用户日新月异的个性需求,打造企业的核心竞争力。

汽车作为人类实现A点到B点移动的主要工具,智能化将重塑其基本功能和属性,汽车从“移动机器”进化为“智能移动机器人”。对于物理移动而言,最重要的是三个方面,一是安全,交通工具必须把人和物完好无损地转移到另一个地点;二是效率,在提升移动速率的同时,解放驾驶人员的时间和精力;三是体验,在安全和效率的基础上,人和物在移动过程中能够获得尽可能舒适的享受。智能驾驶对前两者起到决定性作用,而智能座舱对后两者影响巨大。

由于安全和效率是移动的永恒追求,智能驾驶将是未来智能汽车的基础。不具备一定程度的智能驾驶能力,将不能称为真正的智能汽车。当然,智能驾驶将是一场“马拉松式”的漫长历程。目前市场上的高速领航辅助驾驶等功能,应用场景不断拓展,但仍然停留在L2级的辅助驾驶阶段,只能解放驾驶人员的手脚,而不能真正将其从驾驶任务脱离出来。这是理论基础决定的,当前主流的深度学习技术缺乏可解释性,也难以从归纳推理进化为演绎推理,无法完全自主应对千变万化的实际场景。尽管可以通过不断积累数据尽可能去穷尽场景,但一次意外的出现就可能动摇用户乃至社会的信心。

当然,研究人员已经在积极探索无监督学习、强化学习等理论在智能驾驶中的应用,未来5年至10年我们仍然可以期待L4高度自动驾驶和L5完全自动驾驶的实现。届时,智能驾驶将成为汽车的标准配置,各家企业的差异化将体现在成本和操控体验上,用户可以根据自己的偏好自由切换驾驶模式。但如同赛马,赛车只是少部分人群的喜好,对于大部分对操控体验不敏感的用户,关注点将转移到对乘坐体验影响更直接的智能座舱上。

目前的智能座舱,重点在于减轻驾驶员负担,如智能导航、语音控制等,以及增加乘员趣味,如影音娱乐、社交等。随着智能驾驶发展到高级阶段,驾驶员也逐渐转变为乘员,娱乐需求将进一步增长。同时,由于安全性已经不再成为问题,结构设计自由度大大上升,智能座舱将转变为真正的智能移动空间。汽车的分类标准将从传统的车体结构和座位数,转向类似房地产的空间功能和布置:商业型、住宅型、餐饮类、办公类等。同时,汽车在与人类的相处中,将具备高智商和高情商,做到“更懂我、更有趣、更自然”。汽车如同一座会说话的移动城堡,不断自我调整,满足快节奏生活人群的碎片化时间需求。

要实现以上愿景,还有很长的路要走,期间迫切需要整车企业与供应商共同协作,加速技术发展和落地。由于智能汽车是高度个性化的,与用户直接联系的整车企业掌握了需求的话语权。整车企业必须真正理解用户需求,转化为对应的技术工程语言,构建标准化、平台化的产业链,通过“垂直整合+生态合作”并举的模式予以满足。垂直整合是为了更快、更低成本地满足用户的核心需求,生态合作是为了更深、更多选择地满足用户的个性需求。此外,整车企业需要创新商业模式,明确OTA、软件打捞、硬件更换等新业务的价值和业务逻辑,将利益合理分配给合作伙伴,维持生态的长期可持续发展。

对于供应商,必须构建灵活多样的供应模式,提升软硬件解决方案的选择自由度,为不同研发能力的整车企业提供不同方案。同时供应商必须在标准化和个性化之间做出有效的平衡,既能够对接行业的统一标准和接口,又能够满足整车企业的个性化生产需求。长安汽车始终秉持开放共享理念,愿与业界同仁携手,共研技术、共建平台、共营品牌、共享资源,构建未来汽车创新生态。(长安汽车贺刚、匡旭供稿)

本版主编 沈明 责编白杨 制作李波  
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785