

2016年中国智能网联汽车报告

&

中国会成为创新的领导者吗？

概述



作者: Marco
Fischer,
Kaushik
Gnanaserakan,
Julia Kusber

自2015年中旬以来,中国经济增速放缓,再加上全球整体经济的不确定性、政府反腐的力度以及人民币走弱多种因素的影响,都在一定程度上影响了商业的发展。大多数观察员预计中国将继续经济转型,从投资密集型和以出口为主的经济模式转变成以内需为驱动的更加可持续的经济模式。无论政府的经济和政治政策如何演变,城市与农村的人均可支配收入都可能继续增长。并且,中国的中产阶级群体已成为世界最大客户群体,而这个群体还将继续扩大。

与中国整体经济一致,中国汽车产业的增长一直显著,而且已成为世界上最大的市场。但其增长预计将有所减缓。到2016年5月,轻型车辆销量与经济总体发展的步伐一致,同比增长6.9%,达到1020万台,这主要归功于将持续到2016年的税费减免措施。即使自主品牌的汽车份额逐渐扩大,中国依旧是全球的汽车制造商和供应商的增长的关键市场。

智能网联汽车和自动驾驶技术的兴起使中国市场更加重要。在这里,中国的汽车制造商和供应商似乎已经拥有超过外国竞争对手的明显优势。实际上,由于习惯互联网的消费者、政府大力支持以及先进技术这三个因素形成的良性循环,中国可能率先在世界竞争中生产出智能网联汽车。当然,这在很大程度上取决于中国的创新步伐: 它的企业需要比日本、美国和欧洲这些同行们行动更快,从而才能占有智能网联汽车市场的未来。

中国的数字化进程

值得注意的是，中国消费者逐渐年轻化，习惯数字化并且日益富裕。据高盛公司估计，在1980至1990年间出生的人占2015年中国总人口的大约30%。这个年轻的群体更加现代化，并且更加富裕。他们一直快速地接受着新技术。根据普华永道零售总额调查，几乎2/3的中国客户每月在网上购物一次，相比之下，这个比例在美国仅为22%。越来越多的网上购物是在移动设备上进行的。在2015年的光棍节，移动设备的交易量占天猫（国内最大的网络零售商）总交易量的72%。其实，这一点也不奇怪，因为已经有5亿的中国人拥有智能手机。

这些习惯数字化产品的消费者正在把注意力转移到本国的汽车市场上。目前，中国拥有世界上最年轻的豪华车买家，而且这些偏好高科技产品的客户对网联汽车的需求率远远高于其他地方。这就是为什么，根据去年的研究，智能网联汽车市场预计在2022年将达到1400亿欧元。事实上，一些调查显示，在做出购买决策时，中国消费者更关注汽车的车载技术，而不是它的价格和性能，并且愿意为了追求网络连接性而改变品牌偏好。

同样，中国消费者愿意付更多的钱。超过75%的中国客户愿意为智能网联汽车的安全功能花更多的钱，超过60%的客户也愿意为使用状态记录、诊断程序和事故数据记录等车辆管理功能付更多的钱。如果汽车提供更多价格合理的互联网功能，85%以上的非豪华品牌客户会改变品牌偏好。根据GfK Insights的博客，这些消费者将防碰撞、危险警告和紧急呼叫——这些与安全相关的性能排在智能网联汽车产品的第一位，其次是信息娱乐、导航、自动紧急呼叫、eCall、bCall、车辆状态记录和车辆维护这些功能。

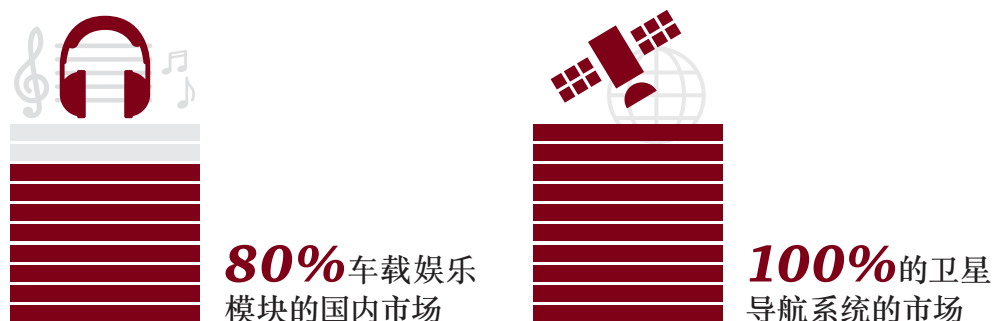
政府监管

中国购车者们已准备好迎接即将到来的全面联网汽车。而且他们得到了中国政府相当大的支持。2015年，中国国务院公布了其最新的10年计划，被称为‘2025中国制造’，目标是将本国转变成各种领域的创新中心，这其中也包括汽车领域。政府计划支持国内企业研发联网技术和可再生能源技术，希望他们成为国内外的行业领袖。在其中一项声明中，工业和信息化部公布了到2025年智能网联汽车的目标：减少超过30%的交通事故，设置120公里/小时的安全自动驾驶速度，节约10%的能耗，降低超过20%的排放量。

“中国政府正在非常积极地支持我们汽车产业的研发”，清华大学智能与网联汽车研究中心的李克强教授说，“我们有多家科研院所是由政府和行业协会完全或部分支持的。我们已经帮助政府完成了几个重大的智能网联汽车研发项目。”

这种努力的结果是，到2030年，中国公司有望控制80%车载娱乐模块的国内市场 and 100%的卫星导航系统的市场。当然，中国政府为了保护其国内市场不受外国企业的竞争，设置了贸易和监管的壁垒；比如，谷歌地图在中国不能用。因此，像谷歌、苹果和亚马逊这些西方竞争者在初进市场的时候，将受到阻碍。

到2030年，中国公司有望控制



中国的竞争格局

部分归功于中国政府的支持，现在进入市场的中国整车厂商、传统供应商和技术公司已经作好准备迎接智能网联汽车、相关系统以及捆绑服务的真正增长，甚至已经准备好成为市场霸主。有些企业通过与国外整车制造商合作经营，而有些则完全在本国完成所有生产经营活动。

中国两大高科技公司——百度和阿里巴巴，正在努力推动发展自己的智能网联汽车平台。比如，百度为宝马、奔驰、福特、现代、以及中国本土品牌比亚迪提供了CarLife联网平台。类似于苹果的CarPlay或安卓的汽车技术让汽车内部信息娱乐系统可以与智能手机连接。奥迪、通用和大众这三家销售额占国内市场总额超过1/3的公司也已同意使用该软件。百度还致力于研发汽车的远程信息处理服务，称为MyCar，它将监测汽车和交通数据，这将有助于该公司开发自动驾驶汽车。

中国汽车制造商上汽集团和阿里巴巴携手，在2016年6月发布了一款互联网汽车——RX5。这款车的特点包括阿里巴巴旗下的支付宝付款服务，它让司机可以用支付宝支付车位费、加油费以及买咖啡。此外，它还提供了三个LED屏幕和足够大的空间，这个空间可以用来容纳最多可达四个可拆卸的、用来录制视频和拍摄照片的360度摄像头，以及容纳智能后视镜、语音控制和板载的“智能”映射系统。

在一次新闻发布会中，阿里巴巴的技术委员会主任委员王坚说，“我们正在创造的不是‘汽车上的互联网’，而是‘跑在互联网上的汽车’。这是汽车行业的重要里程碑。智能操作系统将成为汽车的第二发动机，而数据则是新燃料。展望未来，汽车将成为互联网服务及智能硬件创新的重要平台。我们将拥抱一个一切都紧密相连的世界。”

跨领域的合作伙伴关系显示了中国蓬勃发展的智能网联汽车市场：

- 中国国内两家汽车制造商——东风和长安分别与电信巨头华为技术有限公司的签署了关于2014年在汽车联网性和自动驾驶技术方面的合作协议。
- 奥迪宣布计划与腾讯合作。腾讯旗下应用广泛的通讯服务系统——微信，将为其提供车辆定位分享服务。
- 制造标致和雪铁龙的法国PSA与阿里巴巴合作，将在他们的部分车辆上安装wifi热点并提供一个可以远程检查车辆的位置和燃料量的应用程序。

全国两大高科技公司——百度和阿里巴巴，正在努力推动发展自己的联网汽车平台。

- 中国移动和德国电信已经签署了一项协议，要创建中国智能网联汽车技术平台，将中国企业的高速移动网络与该德国企业的远程信息处理和智能网联汽车平台连接起来。
- 智能网联汽车服务技术的全球领先者美国的Airbiquity公司和中国互联网服务供应商的领先者百度宣布合作，为中国汽车市场的智能网联汽车提供互联网服务。

虽然中国在智能网联汽车领域作出很多努力，但是离自动驾驶汽车市场的领先地位还有很远的路要走。中国的优势在于拥有非常理想的环境，其中包括政府的大力支持以及对该领域将有很大兴趣的待发掘客户群。

然而，自动驾驶发展面临的困难与驾驶环境的复杂程度有关。目前在欧洲和美国地区为研发自动驾驶汽车所做的努力在中国并不适用。其中一部分的原因是中国的交通情况、道路条件和驾驶行为等方面的行车条件相比于瑞典和美国都更加复杂。而在这两个国家，他们的企业都正在积极测试这些驾驶系统。

这种复杂程度迫使中国维持其对自动驾驶汽车道路试验的禁令，这种禁令将持续到工业和信息化部门将制度制定好，该制度目前还在搁置中。尽管中国最终将根据自己的现实条件完成自动驾驶系统，但是这些复杂性无疑会减慢其进度，而其进度也部分取决于对其他地区经验和技术接受度。



投资展望

客户的兴趣、政府的支持以及技术的创新，这三点的结合为中国建造智能网联汽车提供了天然的优势。但即使是前景非常好的中国市场，挑战依然会存在，这种挑战不仅是对中国企业，而是对全球每一个想要获得市场份额的汽车制造商和供应商。

举例来说，尽管中国为这个领域的研发提供了相对较好的机遇，但中国的制造商在中国以外的市场仍不具备竞争力。他们当中还没有一个企业能够在智能网联汽车系统和技术的研发中取得明显的进步。为了实现自己的目标，这些企业需要在这个领域变得更加活跃，要更加专注于为其国内用户提供更多的智能网联汽车功能，或者通过合作提高创新能力，比如上汽集团与阿里巴巴的合作。

尽管这种合作存在好处，但是中国汽车制造商面临进一步的风险是：这些与他们非常相似的技术公司可能很快会与他们产生直接竞争。这些技术公司已经拥有很多行业经验并且能够聚集起许多有价值的客户。中国消费者了解并信任这些行业初入者。事实上，如果这种趋势持续下去，这些已经在中国高度创新的市场中处于领先的中国高科技公司，很有可能将开始在全球汽车市场竞争中取得成功。

然而，科技公司还是很有可能将需要与中国的汽车制造商合作才能成功。李克强教授说：“互联网公司不能完全靠着自己在智能网联汽车行业取得成功。制造和销售汽车需要特定的市场能力，这是高科技公司不具备的。汽车制造公司可提供的高质量性、可靠性和安全性是技术公司很难达到的，并且燃油消耗、可再生和替代能源的发展、环境问题也将成为技术公司进入该领域的壁垒。”

中国市场的规模和增长潜力决定了它将是全球所有制造商未来发展计划中非常关键的一个市场。可以肯定的是，中国政府给国内厂商提供了相当大的支持。而当本国的智能网联汽车行业发展逐渐扩大和复杂化，外国企业在中国市场会遭遇更大的挑战。

但是，市场仍然很庞大，竞争依旧很激烈。对此，外国企业可以利用中国正在兴起的技术创新环境，开发并测试自己的智能网联汽车应用和服务，同时更加注重与中国的高科技公司的战略合作，从而更好地满足中国消费者的需求。

客户的兴趣、政府的支持以及技术的创新，这三点的结合为中国建造联网车提供了天然的优势。

我们是由注重实效的战略家组成的全球团队,致力于与您携手解决最棘手的问题,掌握最佳的机遇。

这意味着协助您开展复杂、充满风险的变革。我们在协助客户解决最棘手的问题上不断传承的优良传统,加之普华永道网络的广度和深度,使我们能够迅速实现既定的影响。

无论是筹划企业战略,还是推动职能部门和企业转型的方式打造相关能力,我们都能为您创造您所预期的价值。

我们是普华永道网络中的一员,普华永道各成员机构组成的网络遍及157个国家和地区,有超过22.3万名员工,致力于在审计、税务及咨询领域提供高质量的服务。业务垂询或了解更多,敬请访问我们的网站
www.strategyand.pwc.com

www.strategyand.pwc.com

© 2016 普华永道。版权所有。普华永道系指普华永道网络中国成员机构,有时也指普华永道网络。每家成员机构各自独立。详情请进入www.pwc.com/structure。CN-20161014-1-C1