百度CarLife

百度CarLife基于汽车厂商的需求，可以免费为厂商提供定制化界面和功能模块，

包含智能手机级别的应用和丰富的流量支持，为其量身打造解决方案。

目前，百度CarLife已经能够完美适配主流的Linux, QNX, Android三大车载

操作系统，可最大限度地降低汽车厂商接入的难度，较之传统的车载系统，

可为车企节省数以亿计的成本和数年的开发时间。

CarLife目前拥有三大主要功能：地图导航，电话，音乐。和其他车联网产品相比，

CarLife用户不用在意自己的智能手机是什么操作系统，只要通过数据线或者wifi

将手机连接到车载系统上，就可以安全，快捷地在驾驶过程中使用丰富的应用。

需要注意的是：CarLife目前只能通过手机端无线热点分享的方式实现联网功能，并不能通过车机端的Wi-Fi分享进行联网。这也带来了对手机电量和流量消耗的问题，以及长期使用下系统的稳定性问题等等。百度方面也表示：未来肯定会进行调整，以支持车机端自带Wi-Fi功能的车辆。另外，考虑到兼容性等问题，CarLife并不支持蓝牙连接功能。

在核心技术上，百度近年来深度学习，对于智能科技的研究让其能够更好的在汽车与手机这两个平台，以及人与车、人与手机之间形成完整、顺畅的连接;在合作资源上，百度通过营销平台积累出身后的汽车企业关系，并通过LBS开放平台聚拢了大量相关开发者，能够以强大的品牌号召力迅速建立起基础的生态体系;

　　在产品布局上，由于百度在LBS、音乐、视频、社交、生活服务消费、医疗等诸多领域均有产品涉猎，且建树颇丰，相比起一些国际巨头搭建的系统性“空城”，百度CarLife从一开始就拥有成熟完整的产品体系支撑，能够确保优质的用户体验。

　　百度CarLife的推出，建立起的是一套中国车联网的标准化平台，平台化和品牌化的发展路线，以及强劲的综合实力，让其能够真正以技术创新引领中国产业发展。

在百度CarLife之前，中国车联网行业主要有三方面的[参与者](http://www.chinabyte.com/keyword/%E5%8F%82%E4%B8%8E%E8%80%85/)。一是汽车厂商，由于一些厂商痴迷“软硬通吃”的幻想，向上的OBD接口不统一，但又缺乏相应的软硬件技术，不仅软件技术的打造水准不高，以第一代触摸技术为主(即点按为主，不存在滑动、长按、pinch等操作)的“第四屏”硬件也差强人意;

第二类的参与者是主机厂商，一些车载硬件的制造者们，提供从娱乐到导航等实用性信息在内的各种服务，但事实上，除了HUD显示或者特殊音响等视听升级外，车载硬件主要的卖点仍是内容服务;第三类参与者则是独立的软件厂商，以地图应用为主，如四维图新等企业都宣称自己深入车联网领域，但实际上他们只能满足一个细分的需求而已，还远不能上升到车联网产业的高度。

与这三类参与者的不同在于，百度CarLife进入车联网的方式是建立共赢体系。对于汽车品牌来说，与百度CarLife合作将让企业以最低的成本获得车联网功能上的最大升级，品牌也更容易获得车主青睐;对于HUD、车载导航仪、甚至智能手机等硬件厂商来说，百度CarLife能够有效提升产品体验，为硬件赋予更多服务性内容;对于开发者而言，借助于百度CarLife提供的平台，更容易实现自己的车联网创业梦想。

在车联网发展初期的封闭，其实是一种传统制造业的思维模式延续，以“专利”为核心，强调产权;但车联网的发展需要互联网思维，强调开放和共享。