

Robotaxi或成下一个类ChatGPT风口 出行巨头暗战网约车市场

本报记者 于典 石英婧
上海报道

行业各大公司正暗战网约车市场。

日前,国内最大的顺风车出行平台嘀嗒出行第三次向港交所递交IPO申请,由中金公司、海通国际及野村国际联席保荐。在玩家众多的网约车市场,谁能率先完成IPO冲刺,无疑将会获得更大的优势。而就在前不久,曹操出行也对外公开了高层的人事变动。

与此同时,随着智能驾驶商业化的落地加速,Robotaxi也被视为汽车圈最有可能成为下一个类似ChatGPT的风口。乘联会秘书长崔东树表示,Chat-GPT对汽车行业的影响是多元的,能够带来“锦上添花”的效果。“我们目前核心是造好电动车,同时充分利用ChatGPT等智能化赋能汽车行业发展。”

对于在Robotaxi方面的布局,曹操出行相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示:“Ro-botaxi是共享出行的未来,在2022年,曹操出行与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心、华为云、中智行等企业达成了合作,一同推进Robotaxi的商业化进程。目前,曹操出行在积极推进自身的生态建设,搭建开放的运营平台,同时做好定制车,为自动驾驶的落地提供更多的硬件支持。”

分食市场大蛋糕

“未来,在网约车领域,行业龙头和其他企业将会形成一个竞争与合作并存的‘竞合’博弈空间。”

“近期最明显的变化就是单量翻倍,跨城和长距离的出行也在增加。现在一个月跑勤快点能赚不少钱,我的几个朋友也都更愿意开车了。”多位网约车司机在接受记者采访时表示。

在消费者春季期间出行旅游、外出访亲等一系列利好的带动下,网约车出行市场快速回暖,整体订单规模进一步扩大。交通部数据显示,网约车监管信息交互系统1月份共收到订单信息5.76亿单,环比上升14.1%。其中,如祺出行、享道出行、携华出行依次位列订单合规率前三位。

T3出行相关负责人介绍,公司春节假期订单量和呼叫量环比2022年12月大幅增加。具体来看,T3出行成都区域出行呼叫量整体增长近30%,兰州区域呼叫量环比增幅为近100%。同时,T3出行投入1亿复苏基金,以实际行动激发各地居民的消费热情。“为进一步推动交通能源动力系统低碳化、清洁化、高效化发展,T3出行已经在长春等城市上线换电车型,并积极推进全国换电网络建设,以实际行动助力人民满

技术驱动下半场

作为AI技术的前沿落地应用,Robotaxi被公认为是网约车的未来。

与此同时,作为AI技术的前沿落地应用,Robotaxi被公认为是网约车的未来。业内人士指出,在自动驾驶的成熟和自动驾驶硬件量产产后成本降低等利好下,预计到2025年,Robotaxi每公里的出行成本仅约1元。

中金公司的研究报告显示,到2030年,Robotaxi全球市场空间将超过2万亿美元,大大超过网约车。IHS Markit预测,到2030年,中国共享出行的总市场规模将达2.25万亿元,其中Robotaxi占比或达60%。

近期ChatGPT的火热,也让

意出行和低碳交通发展。在此基础上,T3出行从智慧交通、智能网联、自动驾驶等多个方面着手,打造行业领先的智慧出行平台。”

事实上,无论是此前曹操出行、享道出行等一系列网约车完成的多轮融资,还是近年来频繁的人事变动,背后折射出的是车企对于转型的紧迫感。近年来,车企对于移动出行服务商转型的决心也越来越坚定。

日前,曹操出行旗下的运营主体之一杭州优行科技有限公司董事长发生变更,由创办过易到出行的互联网出行老兵周航变为吉利控股集团副董事长杨健。市场分析人士认为,此举意味着曹操出行与吉利进一步深度绑定。吉利集团官网显示,杨健于1996年加入吉利集团,先后担任吉利汽车研究院院长、吉利控股集团常务副总裁、吉利控股集团总裁等多项要职。

曹操出行方面表示:“曹操出行是吉利控股集团布局新能源汽车共享生态的战略性投资业务,此次由吉利控股集团副董事长杨健

先生出任曹操出行董事长,意在强化曹操出行与吉利生态的协同,强化推动N立方战略的资源部署,提升组织效率,促进产业链整合升级。杨健董事长的到任,将为曹操出行的快速发展提供有力支持。”

据不完全统计,自2015年奔驰宣布转型互联网出行服务商以来,已有超过20余车企提出要向出行服务商转型。其中既有大众、宝马和戴姆勒等国际车企巨头,也不乏长安汽车、一汽集团、上汽集团等中国自主品牌领军企业。

综合来看,车企转型的决心,主要来源于出行模式的转变和对于业绩表现的需求。

CNNIC数据显示,2016—2021年,中国网约车用户规模持续扩大,截至2021年年底,中国网约车用户规模已达到4.53亿人,较2020年增长23.9%。从渗透率看,2016—2021年中国网约车渗透率波动上升,截至2021年底,网约车渗透率达到43.90%,较2020年12月增加近7%。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告

国产化提供出行场景和数据。另一方面,T3出行与绵阳市科技城新区签订战略合作协议,围绕自动驾驶商业化运营、智能网联汽车产业发展等领域展开深度合作。”

值得注意的是,与ChatGPT的训练过程相似,智驾系统的产品迭代,同样需要大量数据反馈从而对系统持续优化,算法的深度直接决定了系统的使用效率和安全性。在此背景下,早期布局并落地Ro-botaxi的企业便在数据积累和丰富程度方面有一定优势。

据悉,2022年,享道Robotaxi



2023年,享道出行将加速开拓网约车车辆定制化等创新业务,做大做强“出行+”创新生态。视觉中国/图

诉记者:“随着自动驾驶技术商业化加速落地,网约车的使用成本进一步降低。相较于自己购车带来的保养、停车等一系列开销,乘坐网约车出行也成为不少用户的选择之一。”

另一方面,传统车企的毛利率在15%左右。从近年来车企的业绩表现来看,毛利率的下滑使得车企从单一造车向多元发展成为必然。移动出行业务的拓展,有望带来更好的收益表现。市场观点认为,行业对于网约车企业估值的核心,主要源于车企向“移动出行服务商”这类高科技企业转型的预期。

梳理近年来在投融资市场取得优秀成绩的网约车平台不难发现,它们的共同特点都是拥有着国内头部车企的背景。盘古智库高级研究员江瀚表示:“目前整个网约车市场是各司其职、各占其位的,尤其是聚合平台兴起后,拓宽了更多的打车渠

道。未来,在网约车领域,行业龙头和其他企业将会形成一个竞争与合作并存的‘竞合’博弈空间。”

随着规模的扩大和市场对于转型逻辑的认可,募资上市也被提上日程。享道出行方面在接受记者采访时表示:“2023年,享道出行将深度契入上汽集团庞大的产业链,助力上汽新四化战略目标的实现。在坚持合规前提下,享道出行还将推动全场景业务持续爆发式增长,力争合规率、市占率双第一的发展目标,适时启动IPO,争做‘全场景出行平台第一股’。”

而此前市场也多次传出曹操出行拟赴港IPO的消息。据悉,目前曹操出行全国运营62座城市,投放超过6万台纯电动汽车,累计注册司机超350万,累计服务用户超1.5亿。对于IPO的相关传闻,曹操出行方面回应记者表示:“不予置评。”

跨界入局新能源汽车赛道 均瑶“牵手”云度构建大出行生态圈

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“均瑶此时进入新能源汽车领域,是恰逢其时、趁势而上的。”2月21日,在“吉祥大出行”战略媒体沟通会上,均瑶集团董事长王均金向《中国经营报》等媒体记者如是说道。

在沟通会当天,均瑶集团正式发布“吉祥大出行”战略构想,意在通过吉祥航空以及云度汽车,从硬件、软件和服务三个维度,为用户的航空及陆地出行提

均瑶集团造车棋局终显

实际上,面对火热的新能源汽车赛道,均瑶集团早已进行了多方布局。

记者了解到,作为出行行业的早期参与者,均瑶集团早在2006年就创办了吉祥航空,提出了“吉祥航空、如意到家”的品牌承诺。多年以来,凭借高品质的服务,吉祥航空已然树立了航空出行领域服务标杆,向众多消费者传递了均瑶集团高品质服务的品牌形象。

为了更好践行国家“双碳”战略,满足广大消费者个性化的百变需求,均瑶集团通过吉祥航空和云度汽车,联手出击,从陆地到天空,为用户提供一站式全链路的出行服务体验。

在竞争已日趋白热化的当下,外界对于均瑶集团此时入局新能源汽车也有诸多担忧。但在王均金看来,均瑶现阶段进入新能源汽车领域的时机并不晚。

王均金向记者直言:“这几

供更好的一体化服务体验。

对于构建大出行生态圈的初衷,王均金告诉记者,“均瑶集团作为国内首家同时拥有航空公司和汽车公司的集团企业,有责任、更有义务去促进出行大生态的融合,提升社会整体出行的效率,为老百姓带来更多的定制化出行服务和更加愉悦的出行体验。”

不过,王均金也强调,“吉祥大出行”不是造车新势力,要做新能源汽车的2.0版模式,有自己独特的商业模式和发展定位。“通过

吉祥航空和云度汽车,联手出击,‘天上吉祥,地上云度’,为我们的用户提供一站式全链路的出行服务体验。”

王均金告诉记者:“均瑶集团此次联手云度汽车,也是要打造属于自己的百年老店。在汽车这个行业,唯有求真务实,方能百炼成金。我们不是比谁烧钱多,而是要比怎么样活得久,活得久就是对用户最大的服务保障,我们不烧钱也不用烧钱,比起烧钱我们更需要靠产品质量,靠服务和用户体验。”

有了一定的产业基础和技术、人才储备。“几年前,我们就开始启动我们汽车板块和研发中心的组建。在整车、三电、全域安全、智能座舱和自动驾驶等技术领域均有不同程度的深耕。”

不仅如此,王均金还表示:“造车新势力这些年风起云涌,竞争相对来说很激烈,但我们相信伴随着资本市场理性和用户的观念的成熟,烧钱的模式行不通了,所以大家对市场的打法要逐步趋于理性,回归电动汽车本源和可持续发展的商业模式当中来。”

王均金指出,均瑶集团要做新能源汽车的2.0版模式,这个模式是要有盈利、有毛利的模式,而不是一年一台车要亏几万元钱去发展。“我们不是靠资本市场不断滚大的模式去发展,而是靠自身造血、靠技术、靠产品体验,靠产品的竞争优势去可持续发展。所以‘吉祥大出行’不是造车新势力,因为我们有自己独特的商业模式定位。”

首款纯电产品月底发布

均瑶集团此番联手的云度汽车成立于2015年,算是国内“造车新势力”早期的代表公司之一。在公司成立后的两年时间内,云度汽车快速完善产品布局,并推出了云度π1、π3两款车型,且在2018年克服量产和交付两大难关,全年完成9300辆销量并100%实现交付,被业内称为“交付最早”“走得最稳”的“造车新势力”企业。

不过,云度汽车此后开始陷入发展困境。2022年4月13日,海源复材发布公告称,公司拟将持有的云度汽车11%股份转让给珠海宇诚,转让价款为0.22亿元。在上述交易完成后,海源复材将不再持有云度汽车股权。

上述公告显示,截至2022年3月31日(未经审计),云度汽车的资产总额为16.52亿元,负债总额为16.82亿

构建大出行生态圈

“均瑶打造‘吉祥大出行’是为了解决用户在出行中的现实痛点。以日常的都市出行为例,出行的痛点并不在于驾车是否别扭、航空出行是否愉快,在目前阶段,我认为大部分车企和航司都能做到非常好的服务和体验,但用户依然感受不到出行的愉悦。”王均金说道。

“‘吉祥大出行’设计的初衷,是希望能够贯通生活出行的每一个环节,让用户能够享受到更加高效的出行,真正做到拉近人与人之间的距离、缩短出行的时间,而不是简简单单地从A地到达B地。”王均金表示,均瑶要做的是打造出行的闭环和更加完善、愉悦的全场景出行解决方案,打造吉祥大出行生态。

王均金告诉记者:“其实均瑶很早以前就涉足了出行行业,并通

元,净资产则为-3079.64万元。

在云度汽车总经理韦勇看来,云度虽说发展道路坎坷,甚至一度面临至暗时刻,但其在新能源汽车行业已深耕多年,拥有研发、验证、制造、营销等技术和人才层面的优势。“去年在福建省和莆田市各级政府的支持推动下,我们重新招揽整合了各方面人才,以及产业链上下游优秀的经销商、供应商资源。”

“福建省、莆田市两级党委和政府对于云度汽车的项目给予了大力支持,他们也希望通过本次合作,能够重新焕发福建省汽车产业的活力。”王均金也表示,“我们正在与各地政府和我们的浙商伙伴等开展多项产业合作项目,融合社会资源,聚焦产业发展,使云度汽车能更好

地重新成为新能源汽车赛道的重要参与者。”

记者了解到,均瑶联手云度的首款产品为灵动百变纯电SUV云兔,续航包括320km和415km两种,该车型已经通过工信部的申报,将在2月28日正式迎来上市发布。据悉,云兔拥有灵动的兔式跃动外观,星瀚灰、疏影粉、望舒白、碧落蓝、翠微绿5种时尚的车身配色,以及赛博幻境、梦旅生花、暗夜皓影3款主题内饰。其中,“梦旅生花”与吉祥航空的梦旅生花787飞机联动,赋予了同样的粉色主题,为用户营造了车内“吉祥787头等舱”的感受。

云兔瞄准的是十万级别的纯电市场。韦勇告诉记者,均瑶联手云度的第二款产品也一直在研发当中,预计会在明年年初上市。

过吉祥航空给用户带来了精品服务,我们也想把这种高品质的出行体验,带到陆上出行领域,带给用户更丰富的出行服务和体验,因此我们进入了新能源汽车行业,通过我们的吉祥航空和云度汽车两大业务单元,陆空打通,为用户的航空及陆地出行提供更好的一体化服务体验。”

而云度汽车则是均瑶集团实现“吉祥大出行”战略构想的基础。王均金表示,作为“吉祥大出行”最重要的组成部分之一,均瑶集团未来将赋予云度汽车更多的资源,来支持云度汽车为广大消费者带来更多优秀的产品和服务体验。“在明年上市的新车型当中,将展现均瑶在‘自动驾驶’领域的最新研发成果,为用户带来出行第三空间的更好体验。”

记者了解到,在航空领域,吉

祥航空也将充分响应“吉祥大出行”战略,以现有“如意俱乐部”常旅客计划为基础,协同开展“吉祥大出行”会员体系建设。据悉,未来不论是吉祥航空的旅客还是云度汽车的车主,都能够借助“吉祥大出行”会员体系,尊享航空出行与汽车生活的各项互惠权益与一体化服务体验,实现“1+1>2”的全社会出行方式创新变革。

王均金告诉记者,均瑶做陆上出行,同样也是想提升用户的陆上出行体验,因此选择从产品端着手,通过云度汽车,给用户不同的个性化产品选择。“这是均瑶‘吉祥大出行’战略的新起点,后续我们还将在更多出行领域,例如专车服务、短租服务、分时租赁等领域,不断延续我们吉祥标准的服务承诺,贯通‘吉祥大出行’的每一个环节。”