

# 车市疲软 巨头抱团进军未来出行

全球新车销售市场的疲软，已让各大跨国汽车巨头向未来转型愈发迫切。

10月4日，丰田汽车和软银集团宣布将共同出资成立一家名为Monet(全称Mobility Network:移动网络)的新合资公司，专注于共享汽车服务以及自动驾驶技术的研究。而就在该公司成立的前一天，日本另一家跨国汽车巨头——本田公司与通用汽车达成一项协议，本田公司向通用汽车旗下的Cruise LLC注资7.5亿美元，双方将共同研发自动驾驶技术。

“两田”本轮斥资百亿日元投向“未来出行”，目的已非常明显，那就是确保公司在未来竞争中不被淘汰。

事实上，在全球汽车制造商竞相开发自动驾驶汽车、电动汽车和联网技术之际，传统汽车生产企业的盈利将更加困难，这进而或将影响企业在新技术和新产品上的继续投资。

值得注意的是，随着各大汽车企业抱团合作的方式越来越流行，一些新生的自动驾驶企业将迎来更为严峻的市场环境。

## 巨头结盟将成常态

这家名为Monet的移动出行公司，丰田与软银共同投入了20亿日元(1750万美元)的启动资金，并表示后续将增至100亿日元。其中，软银出资占比达到50.25%，丰田则为49.75%。

众所周知，“保守派”的代表丰田，对于自动驾驶态度一直非常谨慎。然而眼观全球汽车市场的急剧变化，以及竞争对手的纷纷入局，丰田要想继续保持目前全球领先的地位，势必要加速企业的转型。

“技术在汽车行业正迅速地发生变化，我们的竞争对手不再只是制造汽车，谷歌、苹果甚至Facebook这样的公司也是我们的竞争对手。”为此，丰田汽车社长丰田章男正计划把公司由一家纯汽车制造商实现向“移动出行公司”转型。

事实上，不仅仅是丰田，日本另外一家跨国汽车生产商本田，亦日益意识到转型的迫切性。就在丰田与软银联手的前一天，本田汽车与通用汽车联合宣布，本田汽车将向通用汽车子公司Cruise投资7.5亿美元，获得该公司57%的股权。本田汽车还承诺今后12年内陆续投入约20亿美元的资金。

众所周知，通用在两年前收购的自动驾驶公司Cruise，其开展的自动驾驶业务正如火如荼。据加州车管局今年早些时候发布



的《2017自动驾驶“脱离报告”》，谷歌的Waymo与通用的Cruise呈现出双雄争霸的局面。排在他俩身后的企业，无论是测试车队数量，还是测试里程等数据，都不在同一个竞争的维度上。

值得注意的是，今年5月，软银向Cruise投资了22.5亿美元，获得了Cruise近19.6%的股份。通用汽车总裁Dan Ammann表示，软银集团的Vision Fund的投资将使通用汽车能够“大规模”部署无人驾驶。

据汽车行业咨询机构IHS Automotive预测，至2035年全球自动驾驶汽车销售量将达到2100万辆。作为未来汽车市场一个新增的爆发点，自动驾驶的前景点燃了汽车行业的无限想象。然而在新车销售形势愈发疲软的情况下，高昂的研发成本又成为车企押宝未来的掣肘之一。因此，在这样的情势下，抱团或是结盟，则成为车企眼下最为热衷的手段。

有业内人士对时代周报记者分析，本田在自动驾驶方面的起步较迟，所以与其自身耗费大量的人力财力来投入研发，还不如寻找一家在这方面已具备规模的企业加盟，于是通用的Cruise则毫无疑问地成为首选。

另一方面，禾赛科技CEO李一帆对时代周报记者表示：“目前丰田、本田这次的合作效果仍有待观察，但车企做出行服务这个趋势总体来说是不会变的。此外，这些联盟未来若重新拆建重

组等，都将是越来越常见的行为。”

## 如何变现

有分析指出，在各大汽车巨头纷纷斥巨资投入出行服务的背后，看中的应该是自动驾驶为其带来的巨大盈利潜力。

据丰田集团早前发布的2018财年(2018年4月1日-2019年3月31日)预测，集团2018财年净营收为29万亿日元；营业利润将同比下滑42%，降至2.3万亿日元。值得注意的是，2017财年，丰田集团汽车在全球共售出896.4万辆，而到2018财年，丰田也不过预计集团汽车销量为895万辆，几乎没有增长。

事实上，不仅是丰田，像大众、通用等跨国汽车巨头目前都面临着盈利能力下降的局面。据通用7月25日发布的2018年第二季度财报，虽然其二季度净收入达368亿美元，但利润相比上一同期同期下滑2.8%。

“在智能网联汽车热潮来临之际，传统汽车企业的盈利将越来越困难已是共识。而在自动驾驶加持下出现的服务，未来最有可能落地的，将会从物流领域开始。”汽车分析师李仁对记者表示。根据国家物流与采购联合会数据，智慧物流市场规模将在2025年突破万亿。

例如丰田与软银成立的合资公司，未来也将从事共享出行、物流等方面进行运营。据福特预

计，到2030年，全世界60%的人口将生活在城市中。随着城市人口的增加，我们将面临城市及其周围人口的出行及物流交通问题越来越突出、成本也会越来越高的挑战。

因此，福特亦寄望其提出的城市解决方案对制造与销售汽车的业务产生助益。去年，福特还向自动驾驶初创公司Argo AI投资10亿美元。然而，面对现在传统汽车业绩下滑不止的局面，福特也不得不为这场转型施行大规模的全球性裁员和缩减开支。

最近，谷歌的Waymo对外宣布无人车在公共道路的行驶里程已突破1000万英里。此外，到本月底，Waymo模拟测试完成的里程将达到70亿英里。同时，年内Waymo也准备实现商业叫车服务，这项服务将覆盖25个城市，特别是亚利桑那州凤凰城和谷歌总部所在地——加州山景城。

有数据显示，截至2030年，欧美中三地区的共享出行市场价值将达到1.5万亿美元，其中，三者单独的共享出行市场价值分别为4580亿美元、4670亿美元和564亿美元。然而，上述分析师指出，如何更好地建立全球伙伴关系，打通软硬件、服务和资金流的命脉，加大研发和人才投入，搭建端到端的运营模式等，才是车企今后通过多模式出行服务获得盈利的关键。

(谭力峰)

## “金九银十”被终结 中国汽车市场 凛冬将至?

(上接B1版)

### 各家车企集体下滑

中国汽车工业协会相关专家表示，尽管市场在努力避免销量继续下滑，但今年总体增长将低于年初3%的全年预期。

伴随着10月12日中汽协公布的9月数据消息，10月15日股市早盘情况则是汽车股集体走弱，长安汽车大跌6%，上汽集团大跌5%，长城汽车、金龙汽车、海马汽车等多股下挫。

事实上，各家汽车企业股价下滑的原因并非单纯受到来自消息面的影响。

早已习惯连年增长的中国汽车市场，在“全球第一”的位置上蝉联数载，面对如今突如其来的下滑，多少显得有些难以适应。

以单一汽车企业为例，在销量排名前15名的企业当中，只有吉利、一汽丰田、广汽丰田、华晨宝马是同比增长的，其余11家企业尽管排名不错，但同比均为负增长。其中令人意外的是老牌合资品牌上汽大众，9月份销量同比下滑达140%。

根据10月11日，上汽集团公布最新销量数据显示，9月份上汽大众销售新车为188000辆，远低于去年同期的218613辆。

另一家老牌合资企业，福特汽车公布的销售数据显示，9月在华销量同比暴跌43%。其中，长安福特汽车同比下滑55%；江铃汽车销售同比下滑15%；进口福特汽车销售也环比下滑16%，仅有林肯一个品牌同比微增。

其余主流合资企业纷纷出现销量下滑局面，北京现代9月份销量为62962辆，销量同比下滑14.4%；上汽通用五菱9月份销量17.2万辆，同比下滑10%；上汽通用9月销量为183万辆，同比下滑22%；广汽本田9月份销量69660辆，同比下滑3.6%；东风本田9月份销量为67897辆，同比下滑8.3%，一向以营销见长的东风日产9月份销量也同比微跌0.4%。

虽然整体市场的走势增速出现下滑迹象，但是依然有部分企业出现同比增长的局面，因此可以理解为汽车市场的竞争正式从增量增长转向存量竞争，即此消彼长的局面会越来越明显。

根据业内消息人士透露，此前中国汽车流通协会已经向中国商务部和财政部提交建议，对2.0L及以下排量汽车购置税减半征收，希望再次以政策激励来扭转销售颓势。

对于该政策的最终效果，崔东树对时代周报记者表示，第四季度中国汽车市场走势继续下滑趋势明显，目前来说无法预计其最终效果。

中国汽车市场凛冬或即将到来。(倪佳)



## 电动汽车产业进入成长关键期

本报讯 10月10日，由国务院发展研究中心产业经济研究部、中国汽车工程学会和大众汽车集团(中国)联合编著的《2018年中国汽车产业发展报告》发布。报告指出，在中国，发展新能源汽车产业已上升为国家战略，新能源汽车市场规模迅速扩大，产业发展已经进入从导入期向成长期过渡的关键阶段。

“从世界范围来看，全球汽车产业正迎来电动化、智能化和共

享化的重大变革。”中国汽车工程学会名誉理事长付于武表示，在重大战略机遇下，中国新能源汽车产业取得了令人振奋的成就，同时产业从“补贴时代”过渡到“后补贴时代”也面临着市场培育、产业竞争力提升等重大挑战。总体来看，新能源汽车产业正处于从导入期向成长期过渡的关键阶段。逆水行舟，不进则退，需要各方协同努力，共同推动我国新能源汽车产业实现可持续、

高质量发展。

从2014年的数十万台，到今年销量有望升至160万台，全球汽车市场正在经历一场变革。由于全球能源紧缺、环境污染和驾驶安全挑战日益加大，全球汽车产业正朝着电动化、智能化、网联化、共享化方向发展。汽车制造商大众、戴姆勒、日产、沃尔沃和其他全球性汽车制造商都计划在未来10年内逐步停售传统燃油车。预计到2022年，电动汽车的

型号将从2017年底的155款增加到289款。

经过多年发展，我国电动汽车产业在国际市场上已占据相当重要的位置。彭博社日前发布的《2018电动汽车展望》报告预测，2018年全球电动汽车销量将突破160万辆，2025年将达1100万辆，2030年升至3000万辆。其中，中国将主导这一转变，到2025年中国电动汽车销售将占据全球市场近50%的份额。(刘瑾)