

# 人车网络交互顺畅结合 车联网市场开启互联新时代

□本报记者 刘杨

## 年初迈出实质步伐

智能交通管理系统(ITS)一词的发源地是美国。该系统是指将先进的信息技术、数据通讯传输技术、电子传感与控制技术以及计算机处理技术等有效的集成于整个交通运输管理系统中。

车联网,简而言之就是汽车行业的物联网。其借助于装在车辆上的车载终端、传感器、无线射频等设备,通过GPS、无线传输、汽车电子和互联网等技术实现车与人、车与车、车与环境的信息共享,通过服务平台为驾驶者及乘客提供服务,通过专业系统为政府和行业提供有效的监管手段。

汽车在智能化、信息化的发展趋势下催生了汽车电子的发展。业内人士指出,车联网发展的目的在于为出行者服务,实现人、车、路都“聪明”起来的目标,不仅能够减少交通事故、提高出行效率还能最终实现降低能耗、保护环境的目的。

1月9日落下帷幕的国际消费电子展(CES)是全球消费电子变革风向标。与往年

## 未来或成蓝海市场

车联网借助装在汽车上的传感设备,收集车辆和车内乘客的信息,通过网络共享技术,实现驾驶员、车、行人、车联网平台、城市网络的互联,从而实现智能、安全驾驶。分析人士指出,汽车将是继智能手机后又一个无线设备及业务快速增长的市场,是下一个移动互联的“蓝海”。

在过去的一年,车联网已取得不小进步。自动驾驶、谷歌和苹果的车载操作系统,车对车通讯等,都是车联网领域的突破性进展。

本届CES上,谷歌公司、奔驰、宝马和奥迪分别推出了各自的自动驾驶概念车;此外,一些零部件供应商和后装企业也展示了其在安全辅助领域的新技术。例如,宝丽莱展示了其最新的车载行车记录仪,该摄像头内自带加速度传感器和GPS定位仪,在车辆发生事故时,会自动保存视频;现代展示了兼容苹果Carplay和谷歌AndroidAuto的DisplayAudio操作系统等等。

## 产业链存投资良机

从车联网的产业链方面来看,在其前装市场,整车厂商位于产业链的中游,上接设备及服务提供商,下接用户,在前装市场中整车厂商拥有较强的话语权。

在后装市场中,后装设备商和云服务平台商位于产业链上游,上接运维支持商、服务提供商和内容提供商,下接用户,在后装设备中,用户具有较强的话语权,其可以根据其需求选择不同的平台运营商获取最优体验。

有行业分析师指出,2015年全球预计将有超过20%的汽车会配备嵌入式(前装)车联网设备,超过50%以上的汽车将通过手机设备联网,2018年该行业市场空间达400亿欧元,到2025年每一辆新出厂的汽车都会实现联网。

美车联 监视设备 Digital Ally(DGLY)在去年7月因收到美国Vulink公司的大额车内摄像头订单,而以64.15%的周涨幅领涨美股。该公司CEO罗斯称,此项订单是该公司新款车内摄像头获得的首个重大订

不同的是,车联网这个概念从舞台边缘渐渐走向了舞台中央,传统车企发布的互联概念车、高科技巨头发布的车载系统和解决方案、发布车联网芯片的半导体供应商、零部件供应商等都在力求从多方位切入互联汽车行业,并借力车联网实现转型升级。

在此之前,美国交通部已经于2014年12月19日发布了一项关于启动互联汽车项目的计划。根据该计划,美国交通运输部主导的互联汽车项目发展主要分为三个发展阶段,分别为第一阶段:概念车发展阶段;第二阶段:设计制造测试阶段;第三阶段:维护和运营阶段。

美国交通运输部表示,互联汽车项目合约的唯一考量标准就是第一阶段的表现。只有顺利通过第一阶段并获得一定荣誉的合约竞争者才有资格继续竞争第二和第三阶段的发展合约。美国交通部表示,概念车研发阶段将不晚于2015年1月15日正式启动;其中,第一阶段的发展周期预计不会超过12个月的时间。

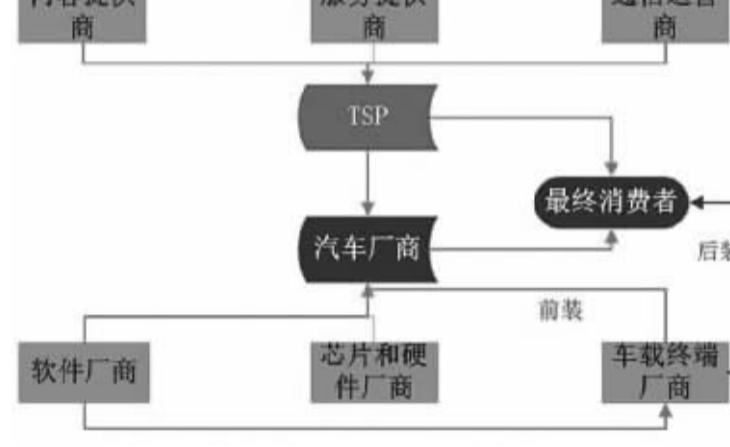
继美国交通部于去年底推出启动互联汽车项目的计划之后,今年初在拉斯维加斯召开的国际消费电子展(CES)进一步将互联汽车这一新概念推向前台,令车联网近期再次成为市场关注的热点。

不少整车、零部件及电信运营商正纷纷从各自领域切入车联网。分析人士指出,互联网和移动互联网对汽车行业具有深刻影响,作为两者结合产物的车联网,此前在相当程度上仅依靠概念来抓人眼球,目前却加速驶入实质发展阶段,使得人、车、网络的交互落实为可以触及的消费者生活组成部分。



新华社图片

## 车联网技术体系简介



资料来源:中万研究

## 车联网技术体系简介



资料来源:中万研究

## 美欧日大力支持车联网发展

2010年以来,美国的车联网产业进入快速发展阶段,主要体现在三个方面。第一,硬件价格大幅度下降,达到大部分用户接受的范围内。第二,需求增加。美国的车联网产业已迈过市场认知阶段,大部分消费者对车联网业务已比较认同。北美市场的新能源车开始借助车联网突显信息需求。第三,美国市场的车联网服务(telematics)系统已可全方位地为汽车用户服务,服务内容包括信息服务、安全监控、即时通讯、多媒体娱乐等方面。

在美国,最具代表性的步入车联网的企业是通用汽车公司。通用OnStar系统自1996年就迎来了第一批客户,近年来其在美用户数已经超过500万,占据北美车联网市场的主流地位。根据美国一项汽车专业调查,超过四分之三的OnStar用户表示愿意在他们的下一部车上继续安装该系统,并有近90%的用户会愿意将其推荐给他人。

### 日企核心竞争力强

比较起美国汽车工业,日本则无疑是该行业的后起之秀。汽车厂商电子化则是其最为有力的竞争法宝,日本车联网的发展初期主要由丰田、本田和日产三大汽车巨头推动,其目的是依托整车来提升汽车用户的体验和增强用户黏性。此后伴随着高速移动通信4G的普及和汽车大数据云服务的兴起,NEC、日立等日本IT巨头也相继涌入车联网的阵营。

值得一提的是,日本的道路交通信息通讯系

(VICS)是最典型的在本土普遍开展具有较高层次的车联网信息系统。该系统于1996年正式提供信息服务,2003年已基本覆盖全日本,日本VICS是一种将道路拥挤、交通限制等的道路交通情报即时地向车载导航器发送的系统。截至2013年末,日本安装该系统的车辆已超3000万辆(2010年日本的汽车保有量约7500万辆)。

日本最具代表性的步入车联网的企业是本田汽车公司。早在1981年该公司与日本消费电子厂商阿尔派合作共同研发,推出了世界第一款陀螺仪车载导航系统,并将其嵌入在销量火爆的雅阁汽车上,开启了车联网之门。1997年,本田公司又率先推出了车联网服务internavi,与移动互联网相融合,增强了汽车用户的黏性。此后,丰田和日产两大车企也相继开启车联网服务G-Book和CarWings。

此外,在欧洲方面,“以项目促发展”是欧洲车联网产业的一个显著特点,欧洲的telematics把交通信息和安全作为主要攻坚方向。

2009年8月,欧盟通过一份政策文件,该文件要求欧盟27个成员国的政府及相关行业落实eCall计划。eCall计划是指在车辆内安装一个黑匣子,当汽车发生重大交通事故时,系统能自动拨打欧盟国家统一急救电话112。欧盟要求其各成员国从2011年开始推行这项计划,并于2014年全部车辆必须安装完毕。各大汽车制造商和运营商也同时利用这个机会提供其他在线服务。

# 深圳国际 综合物流港成业务新看点

## 物流业务机遇挑战并存

资料显示,深国际在百慕大注册成立,并在香港联合交易所主板上市,交易代码为00152。深国际的控股股东深圳市投资控股有限公司为深圳市国资委的全资附属企业。

李景奇介绍称,深国际有三类业务,即高速公路、物流以及持有深圳航空49%股权和上市公司南玻集团A股已发行股本约6.55%持股等其他投资,前两项为主要业务。公司目前拥有共17个高速公路项目,总收费里程超过500公里;拥有6个物流园区共130万平方米土地面积,物流中心的营运面积共67万平方米,包括位于深圳前海的38万平方米土地面积的西部物流园。

他还强调,从2014年上半年的收入贡献来看,高速公路收费的贡献率达到83%,而物流业务贡献率为17%。高速公路业务目前处于成熟和稳定发展的阶段,为公司提供了稳定的现金流。在中国互联网发展迅猛、经济保持高速增长的背景下,中国的物流行业基础设施投资却是远远不够的,但从侧面也反映出该行业具有更强的潜力,因此也是未来深国际更为看重的业务之一。

物流行业业内人士对中国证券报记者表示,目前中国互联网网购发展非常迅速,相关的物流市场存在很大商机,但目前物流行业基本

还停留在仓库、集装箱堆放以及停车场等传统阶段,实际上仍仅仅只是快递行业的中转站,行业本身并未达到高端化和网络化。传统的物流园区下一步的发展瓶颈非常明显,如果不进行创新很有可能面临淘汰。对于目前的物流企业而言,可谓机遇与挑战并存。

## 将创新发展综合物流港

对于上述担忧,深国际也表示认同,其解决良方是今后在维持传统物流园较好运营的前提下,着重发展集多种服务于一身的“城市综合物流港”。李景奇指出,物流企业最终能否成功实际上取决于其能否为生产制造商、电商企业以及消费使用者提供全方位的综合服务。虽然传统物流园区的仓储等功能仍是绝不可缺少的,但如果仅拥有这些在当前环境下却是不够的。若一个大型网络下的综合物流港能够依托拥有的基础设施及信息服务平台向客户提供各类物流增值服务,无疑将充满竞争力。例如为电商企业配高端写字楼和城市分拨配送中心等,方便其直接与生产企业交割;建立结算中心和交易中心等提供物流金融服务;建立一些大型商业中心,包括永久性的展示和体验中心等,直接吸引消费者的同时也可以让商场直接从物流港选用相关产品。

“这种物流港的选址通常要在近郊地区,

既可以避免市中心过于昂贵的地价,又不至于离市区过远,由于其各种设施完善,加之未来城市化进程加速,即使将来不再作为物流之用,地价升值以及商业发展也可以保证物流企业继续盈利。”

据介绍,自2012年全国布局计划正式启动,深国际已经签订了七个城市建设综合物流港项目投资协议,分别是东北地区沈阳项目、华东地区无锡项目、华中地区武汉项目、华北地区石家庄项目和天津滨海新区项目,以及去年下半年新签的长沙项目、南昌项目,规划土地面积分别达到70万、35万、13万、33万、30万、35万和27万平方米。其中沈阳项目首期24万平米项目建设已有序开展,预计将于今年下半年投入运营,其他项目已开展功能定位和项目设计,初步预计于2016—2017年陆续落成。深国际计划3—5年在全国建成12—15个“城市综合物流港”,从而长远看,未来8—10年有望建成20—30个项目。

中国证券报记者在走访深国际位于龙华新区的华南物流园时发现,虽然仍不算深国际目前规划的城市综合物流港,但已经可见一些“雏形”。除传统物流服务外,园内建有大型的名车广场以及奥特莱斯购物中心,前者还包括有著名的特斯拉汽车体验专卖店,附近居民小到吃喝玩乐,大到选购汽车都可以到物流园解决。

业内人士表示,一些需要占地面积较大的

商家如果选址在近郊的物流园既可以降低地租又可以降低物流成本,对于物流园而言,吸引综合商业既丰富了其客户,也可以助其未来更好地转型。

## 深化电商合作

深国际相关负责人还对中国证券报记者表示,深化和电商企业的合作对于物流行业而言至关重要。“换一种说法,其实深国际这样的企业本身并不做物流,而是为电商等物流相关企业提供服务,后者大环境好、发展得好,深国际这种企业才会更加受益。”

去年,深国际和申通快递有限公司签订了战略合作协议,双方开始在跨境电商等业务上开展多层次的互惠合作。申通快递是中国最具影响力的快递企业之一。申通快递计划将旗下的申通国际快件总部、申通快件信息中心、申通深圳总部设于深国际正在推进的前海项目。在跨境电商服务领域,深国际将和申通快递共同探索电子商务国际快件业务领域的合作,提高广大消费者和企业利用电子商务在境外购物的效率。

深国际表示,在申通之后,其还将推进和更多电商企业的进一步合作。深圳52家跨境电商龙头企业去年牵头成立了深圳市跨境电商协会,这为包括深国际在内的物流企业提供了很多机遇。

□本报记者 张枕河 深圳报道

中国证券报记者日前走访调研了深圳国际控股有限公司(以下简称:深国际),并专访了国际总裁兼执行董事李景奇。

据深国际方面介绍,虽然目前其业务板块占比最大的仍是高速公路,但在电商行业快速发展的背景下,未来最有潜力的业务却可能是物流业务。面对来自各方的激烈竞争,深国际希望通过打造一个既有传统的仓储等功能,又包含为电商配套的写字楼、城市配送中心、金融结算中心以及商业中心为一体的综合物流港来提高竞争力,尽管这种新型模式也充满挑战,但无疑可以突破物流行业的传统瓶颈,带来行业性的借鉴意义。

物流行业业内人士对中国证券报记者表示,目前中国互联网网购发展非常迅速,相关的物流市场存在很大商机,但目前物流行业基本