

推进“平台+生态”战略 华为扩大智能汽车“朋友圈”

在12月21日举办的“2021华为智能汽车解决方案生态论坛”上,华为提出,将坚持“平台+生态”的发展战略,聚焦ICT(信息与通信技术),构建生态圈,将携手合作伙伴帮助车企造好车。过去一年,华为在智能汽车领域发展了约300家合作伙伴。

近期,智能驾驶行业成为热点。12月份以来,机构投资者密集调研德赛西威、华阳集团等产业链公司。智能网联汽车产业快速发展,对软件和订阅服务需求快速提升,智能驾驶产业将迎来加速拐点。

●本报记者 张兴旺



视觉中国图片

华为表示,华为坚持开放合作、共建生态,推动产业发展。此次论坛期间,共计57家合作伙伴获得“2021年度华为智能汽车解决方案优秀合作伙伴”奖项,合作伙伴包括宁德时代、光峰科技、福耀玻璃、德赛西威、中科创达等公司。

开展多场景试点与商用

智能驾驶成为本次论坛的热门话题。华为智能汽车解决方案BU MDC领域总经理李振亚认为,智能驾驶是一个全新的产业,平台化、标准化、协同创新并建立产业生态,可以让智能驾驶产业越走越宽、越走越快、越走越远。

据介绍,华为MDC智能驾驶计算平台为开发者提供全场景覆盖的工具链与丰富的SDK(软件开发工具包),支持软件开发和移植,同时满足智能驾驶应用对车规、安全的核心要求,目前已有70多家合作伙伴加入华为MDC生态圈,联合推进乘用车、港口、矿卡、园区等智能驾驶场景的试点与商用。

广汽集团正在加快向科技型企业转型。据广汽研究院智能驾驶技术部部长徐伟介绍:“广汽与华为从2017年开始合作,将在未来3年发布多款基于华为MDC

的战略车型。广汽与华为强强联合,广汽的智能驾驶汽车值得期待。”

华为积极探索智能驾驶在垂直行业落地。据华为介绍,天津港和华为一起,联合相关合作伙伴,基于车云协同的智能驾驶理念,全新研发了自动化码头2.0系统——智能水平运输系统。基于华为车云提供的高精度业务地图和云端“列车时刻表”式的统一调度,以及MDC智能驾驶计算平台,实现了港口运输全流程的自动化作业。

今年10月,天津港北疆港区C段智能化集装箱码头投产运营。天津港集团副总裁杨杰敏表示:“天津港集团将锚定世界一流智慧港口、绿色港口的目标,并联合华为等伙伴,持续摸索、创新、实践,加快建设‘智慧零碳’港口,继续引领世界港口智能化升级和低碳发展。”

机构密切关注

近期,机构投资者密切关注智能驾驶行业公司。德赛西威是A股智能驾驶概念龙头公司。12月以来,德赛西威接受了48家机构调研。其中,12月17日,睿远基金等22家机构调研了德赛西威。12月7日,德赛西威的电话会议吸引了高盛、景顺长城基

金等机构参与。

在机构调研中,德赛西威介绍,公司的全自动泊车、360度高清环视等ADAS产品持续获得国内主流车企的新项目订单,代客泊车产品即将在多家主流车企客户的新车型上配套量产。基于全面技术优势、融合高低速场景的自动驾驶辅助系统已获得项目定点,可实现L4级别功能的高级自动驾驶域控制器产品——IPU04已获多个项目定点。公司智能驾驶产品获得理想汽车、小鹏汽车、蔚来汽车、一汽红旗、吉利汽车、奇瑞汽车、广汽乘用车等客户的订单。

另一家智能驾驶概念公司华阳集团也备受机构投资者关注。12月16日,睿远基金、博时基金、前海开源基金、景顺长城基金、嘉实基金等128家机构调研华阳集团。华阳集团介绍,公司聚焦汽车智能化、轻量化,致力于成为领先的汽车电子产品及零部件系统供应商,主要业务为汽车电子及精密压铸。公司汽车电子业务新项目拓展情况良好,今年以来承接了长安福特、北京现代、东风本田、广汽、吉利、比亚迪、北汽等客户的新项目订单。

此外,华阳集团表示,公司已推出搭载高通、瑞萨、芯驰等多种芯片方案的座舱域控制器产品,获得多个项目定点。

轮胎企业成本压力上升

●本报记者 金一丹

12月以来,由于原材料价格居高不下,全球轮胎企业纷纷提价,下游车企成本压力加大。

轮胎企业提价

据悉,普利司通和旗下风驰通卡车和客车子午线轮胎、越野轮胎和农业机械轮胎将于2022年2月1日起提价,提价幅度为14%。这已是12月以来普利司通第二次宣布提价。同时,佳通轮胎(美国)有限公司宣布,将于2022年1月起对在美国销售的乘用车、轻型卡车和卡车/公共汽车子午线轮胎的价格提高10%,这是佳通今年以来在美国市场第三次提价。

12月以来,国内轮胎龙头企业也纷纷提价。12月10日,风神轮胎再发涨价通知,涉及工程机械轮胎的斜交以及全钢胎产品,涨幅在3%-5%;12月1日,贵州轮胎发布通知,自12月1日起,全系列产品价格上涨5%,并表示后续可能会对产品销售价格进一步调整;12月1日,中策橡胶表示,决定将在12月1日、12月16日连续两次上调产品价格。

下游需求改善

涨价潮来袭,下游车企成本压力增大,经销商和终端门店的利润空间也被进一步被挤压。业内人士指出,受海运价格居高不下、原材料价格持续上涨等因素影响,全球轮胎产业遭遇重创。

12月16日,米其林发布的11月份全球轮胎销售数据显示,乘用车胎方面,11月全球配套市场下滑17%,替换市场仅小幅上升2%。

浦林成山12月20日公告称,预计2021年营收同比增长约20%,净利润同比下降约50%。公司称,净利润降低主要是由于原材料价格维持高位,海运不畅且运费高企;国内轮胎市场需求疲弱及市场竞争激烈,上游原材料价格上涨未能及时传导至下游,导致毛利率降低。对于提价的原因,多家轮胎企业表示,主要由于原材料价格上涨。赛轮轮胎12月1日表示,决定再次对产品价格上调2%-3%,原因是由于近期原材料价格大幅上涨,工厂制造成本压力不断加大。

从需求端看,9月以来,随着缺芯供应逐步缓解,国内汽车市场销售环比持续改善。据中汽协数据,11月,汽车产销分别完成258.5万辆和252.2万辆,实际销量好于月初预测。从增速变化看,产销环比分别增长10.9%和18.1%。

2021年以来,中小轮胎企业逐步关停,龙头企业有望提升市场占有率。根据卓创资讯的数据,12月17日,山东半钢胎企业的开工率在63.6%,正常情况下的开工率在70%左右,山东全钢胎企业的开工率在63.3%,正常情况下的开工率在70%以上。

良好营商环境释放吸引力 宝马在华发展“马力十足”

今年是中国加入世贸组织20周年。在这20年中,中国持续改善的营商环境,是吸引各类市场主体投资兴业的“金字招牌”。

正如宝马集团负责企业财务和中国事务的董事彼得博士表示:“过去20年间,我们见证了全球贸易的快速增长,这使全球许多经济体受益,尤其是中国。加入世贸组织的明智决定使中国受益匪浅。宝马集团真心欢迎中国政府采取进一步开放市场,以及改善营商环境。对世界市场来说,这两点是非常鼓舞人心的信号。”

宝马集团作为一家植根中国市场的豪华汽车制造商,得益于中国融入全球经济的浪潮,宝马集团在中国的业务取得了快速发展和突出的业绩表现。数据显示,今年前9个月,宝马集团共向中国客户交付669,637辆BMW和MINI汽车,较2020年同期增长19.6%。

2020年以来,受到新冠疫情持续蔓延和全球经济衰退等多方面因素影响,全球外国直接投资总额有较大程度下跌,然而中国的外国直接投资不降反增。中国经济展现出的顽强韧性以及不断优化的营商“软”环境,持续提升着中

国发展“硬”实力,给诸多外资企业吃下了一颗“定心丸”。

贸易便利化和投资便利化,外商投资法的改革,多种创新激励举措等等,中国政府出台的营造公平竞争环境的系列政策,让宝马等优秀的跨国企业积极参与开放与创新。在中国创新发展的热土上,宝马凭借前沿的创新科技和强大的制造能力,不断提升产品竞争力,与中国庞大的消费群体建立密切关系,夯实外企全球竞争力的基础。

近日,宝马集团全新升级了中国战略,秉承“中国优先”原则,在新产品开发中优先考虑中国市场需求,不断强化与中国伙伴的共创共赢,加速推进电动化、数字化和可持续发展,并继续回馈中国社会。

驱动创新, 宝马寄望更广阔舞台

开放和创新,是中国“入世”后的关键词。在中国,科创企业拥有了越来越广阔的舞台。

在不断深化与中国科技企业的合作过程

中,宝马集团致力于推动科技创新的发展。早在2015年,宝马集团就建立了“宝马初创车库”,其主要职能是在全球寻找高潜力的初创公司,将其解决方案与宝马业务部门的需求相匹配,目标是成为一个帮助初创公司进入汽车市场、帮助宝马各业务板块接触前沿科技的桥梁门户。在中国,宝马通过系统的甄选和孵化工作,为中国初创公司提供汽车行业顶级的开发平台和一流的全球资源,帮助年轻的中国企业将先进的创新技术与汽车行业的未来发展需求结合起来,助推创新技术的商业化应用。

宝马还积极与中国本土科技企业开展跨界合作,今年5月,位于上海的联合创新基地已正式启动运营,通过赋能中国科创企业,进一步发展本土化创新。目前,已有20余家中国优秀的初创公司入驻联合创新基地,技术涵盖数字化、电动化、可持续发展等战略创新领域。

众所周知,当今中国已成为全球领先的创新先锋市场,尤其是在数字化和电动化领域。宝马集团积极在数字化领域快速布局,2019年,宝马集团率先在北京成立了集团内部的第一个数字化公司——领悦数字信息技术有限公司,

迈出了数字化转型的一大步。目前,由领悦和宝马研发部门共同开发的My BMW App,在中国的总用户数已经突破340万,月活用户超过140万。此外,为了打通线上线下的用户体验,宝马正在向全国约600家经销商推广“BMW网络领悦项目”,通过软硬件升级和数字化转型优化客户的品牌体验。目前已经有超过三分之一的经销商完成了这一升级。

2021年,宝马的创新布局拓展到南京。首先,合资成立了宝马诚迈信息技术有限公司,利用中国本土软件力量深耕车载软件开发;同时,宝马又在南京设立领悦南京分公司,旨在为宝马在中国运营企业的生产和服务提供敏捷、高效的IT研发及技术解决服务。

在生产领域,华晨宝马的数字化工厂是“工业4.0”科技应用的典范,大数据、人工智能等下一代生产技术被广泛应用,在全球率先实现5G网络全覆盖。

宝马将继续加快在中国的电动化步伐:2021年,BMW iX3在首个完整销售年预计销量可达2万辆。2022年,BMW品牌将为中国用户呈现5款纯电动车型,包括创新BMW iX、创新BMW i4,以及在沈阳生产的纯电动BMW 3系。此外,一款纯电动旗舰车型也将在明年年内亮相。到2023年底,宝马集团将在中国市场提供约13款纯电动产品。

搭建全新绿色物流渠道, 支持中国低碳发展

在今年进博会期间,从宝马集团德国丁格芬工厂出发的约120辆BMW汽车搭乘中欧班列,顺利抵达成都国际铁路港。这已经是今年10月以来的第三列“宝马专列”。未来三年,预计每年经由成都进口的BMW和MINI品牌汽车将达1.2万辆。

据估算,车辆从德国经中欧班列抵达成都到最终交付给客户,比海运快了30天。这意味着中国西部地区的宝马经销商将能更快收到新车,从而有利于客户更早地喜提爱车。同时,与远洋运输相比,铁路运输距离更短、用时更少,碳排放量也大幅降低。经由成都进口的每一



作为中国扩大对外开放的受益者,宝马集团心怀感恩之心,将继续以实际行动践行对中国市场和消费者的承诺。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示,宝马将积极响应中国政府的号召,为促进开放合作、实现互利共赢做出贡献,并继续回馈中国社会。此外,宝马将为中国消费者带来更丰富的产品、更优化的客户体验的同时,也将继续加大对中国市场的投资,坚定支持中国的低碳经济发展。

台BMW和MINI品牌汽车,在物流上将平均减少56%的碳排放。

作为一家与中国共同发展的跨国企业,宝马坚定执行可持续发展战略,践行为用户打造绿色的电动汽车的使命,以实际行动全力支持中国2060年实现碳中和。目前,宝马集团已经提出了相当严苛的减碳目标:到2030年平均单车全生命周期碳排放较2019年降低40%,减碳总额达2亿吨。

为了实现上述目标,宝马还确立了四大要务:加速技术创新驱动绿色转型;加强产业链上下游合作伙伴之间的协作;提供绿色、令人渴望的高档产品和体验;设立科学的、可衡量的可持续发展目标,并定期公开披露成果。

宝马长期以来将优化能源使用作为降低整体碳排放的重中之重。责任与可持续是未来豪华必不可少的属性,宝马在整个产业链中采取整体的可持续发展战略,以前沿技术及创新赋能可持续发展。



宝马集团参加第四届中国国际进口博览会