

# 苹果的劲敌是优步，而非特斯拉

## 投资了滴滴的苹果，还会造车吗？

本报记者 李修惠综合外媒

滴滴获得苹果公司10亿美元投资的新闻让汽车圈和科技圈的人同时沸腾了，这是滴滴迄今为止获得的单笔最大投资，也是苹果投资史上的最大动作。

所有人都在猜测这10亿美元背后的深意，也都在奇怪为什么苹果选择了大洋彼岸的滴滴而不是全球布局更广的优步。

优步的CEO特拉维斯·卡兰尼克的心里显然也没有答案。在滴滴官方证实了苹果投资的消息后，卡兰尼克在推特上发布推文：“我的女朋友持有苹果公司的股票，导致她现在直接变成了滴滴的投资人……#摇头#共享出行之战#家庭内战#真是谢谢你了蒂姆。”

众人尚未从卡兰尼克的幽默中回过神来，苹果公司CEO蒂姆·库克已经和滴滴总裁柳青一起出现在了北京的一辆滴滴专车上。

一直被传要造车的科技巨头，花了10亿美元投资了中国最大的共享出行平台，瞄准的到底是什么？

A. 苹果要和滴滴共同研发无人驾驶技术，

B. 苹果看上了滴滴背后的大数据，

C. 因为谷歌投资了优步，所以苹果要选择滴滴来抗衡，

D. 苹果需要滴滴在中国的人际关系，为其在华的未来发展铺路。

答案要等苹果和滴滴联手进行下一步动作的时候才能知道了。但他们的联手，让一篇一年前就发表过的“陈年旧稿”在美国知名科技博客Business Insider上火了一把，这篇发表于2015年7月的文章，在当时就预见到了苹果必定会和共享出行APP产生剪不断理还乱的关系：

科技和出行需求的融合趋势让科技公司和汽车制造商面临着新一轮洗牌。或许大部分人都认为埃隆·马斯克的特斯拉会在下一个汽车时代坐庄，但苹果和优步手里捏着的，才是牌桌上最好的牌。

### 苹果还会造车吗？

对于苹果要造车的坊间传闻，众人的态度分为两派。

第一拨人的态度，是坚决不相信苹果造车。尽管苹果从汽车企业挖走相关人才的消息一直断断续续地从硅谷传出，许多人仍不认为苹果会进军汽车领域，因为他们觉得苹果不一定造得出比特斯拉Model S更好的车。带有硅谷基因的Model S，是迄今为止最接近未来车型的量产车，口碑也是一等一的好。

第二拨人的态度和第一拨一样坚定，他们坚定地认为苹果一定会带来一辆惊世骇俗的汽车。问题是，苹果何时才能将这辆车带到我们眼前？毕竟，在汽车行业，时间不是一切，节奏才是。如果太早地发布一款前瞻性产品，消费者不会理解，也就不会购买。如果太晚发布一款产品，市场已被分食，消费者还是不会购买。

### 先驱者与颠覆者的区别

苹果若真的进军汽车领域，那它的对手也不会是大多数人认为的特斯拉，而是优步。

特斯拉归根结底还是制造企业，在资本需求量和企业扩张方式上与传统的汽车制造商没有太大的区别，故而无法完全颠覆现有的汽车产业。特斯拉的确是电动汽车领域的先锋，但汽车制造的形式太重了，可能会拖累特斯拉，让其只能成为先驱者而非颠覆者。

而优步这样的公司能够对传统汽车制造业造成摧枯拉朽式的毁灭。普通消费者只看到优步是全球最好的共享出行平台之一，但优步对汽车市场造成的影响更大、更深远，它让汽车的价值发生了变化，只有那些能够适应变化的传统汽车制造商才能保持住自己的竞争力。

优步让消费者重新认识到了汽车的本质——方便人们的出行。优步对汽车价值的重塑是福特Model T发明以来对汽车产业影响最为深远的事件。

### 百年前的“特斯拉”

对汽车历史不是很了解的人也许不知道Model T是什么。Model T可不是特斯拉的某款产品，而是1900年的一款福特汽车。

Model T出现以前，汽车这种个人交通工具是达官显贵才能享有的特权。

亨利·福特在发明Model T的时候，对它的构想很简单：希望造出一辆让人们想去哪儿就能去哪儿的车，让人们自由。于是，便宜、可靠、实用的Model T出现了。这辆车有多便宜呢？其当时的售价相当于今天的5000~10000美元，而今天的新车平均价格都要33000美元。

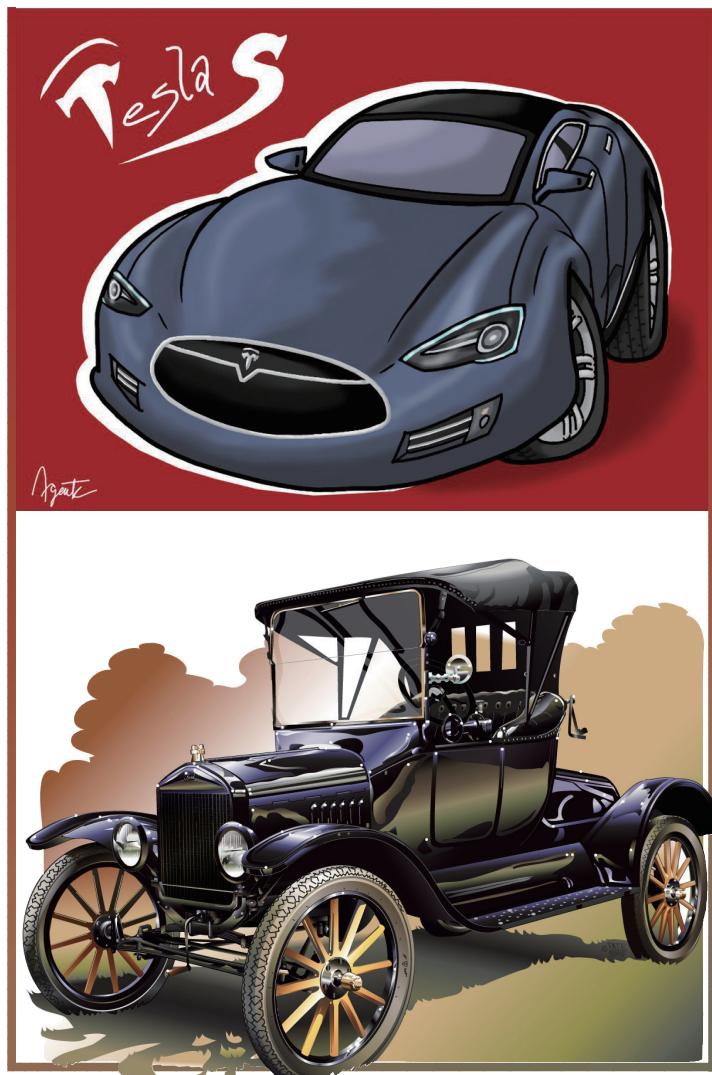
仅在1923年，福特就卖掉了200万辆Model T。路上一半的车都是Model T，福特也实现了他的梦想。当时看来，交通运输业的未来都能由福特说了算，但一件他没有料到的事情发生了。

雪佛兰带来了不同的车型，终结了福特雄霸汽车市场的局面。雪佛兰改变的不仅是福特汽车的霸主地位，改变的更是人们心中对汽车的定义和看法。人们买车的时候不仅关心它有没有把自己从A点移动到B点的运输能力，还要看它的外观是不是符合自己心意。在接下来的80多年里，这一看法愈演愈烈。

### 让人不愿考驾照的优步

优步出现以后，对汽车的定义和看法又开始改变了。《纽约时报》的一篇报道指出，以前的青少年最渴望的事是在16岁的时候可以考驾照。而现在不少青少年在吹灭16岁生日会上的蜡烛以后就迫不及待地注册了优步账号。他们已经不那么在乎去考驾照这件事了。他们都觉得，“优步很好用啊，就像是爸妈开车送我去和同学玩一样，但是我不需要和优步司机扯东扯西的。”

从Model T到Model S，对汽车的定义已经发生了多次变化



所以，消费者对汽车的定义已经产生了变化。那些既不会开车也没有车的人也能掌握把他们从A地运送到B地的工具——共享出行APP。此前，拥有一辆汽车的概念实在是太过诱惑了，但优步的出现让人们开始正视汽车拥有权的利弊。拥有一辆汽车还意味着停车费、保养费等一大笔支出，消费者需要的不是负债，也不是车，而是把他们从A地运送到B地的工具。

当然也有例外，比如性能车，能带给人无上的驾驶乐趣的性能车永远不会被淘汰。但使用性能车的只是一小部分群体，不足以撼动正在改变的大趋势。

### 分水岭上的汽车工业

我们很快又要回到Model T时代的汽车价值观——实用性上。消费者通过优步这样的软件正视自己的需求，而科技企业有能力通过软件让个人交通实现最大便利性和个性化。

这对汽车制造商来说无疑是个坏消息，他们花了几十年培育的市场就这样被搅乱了。这和当时手机市场被iPhone搅乱的情形一样。事实上，拿iWatch来举例会更好，因为智能手表目前尚未完全颠覆手表市场，但已经能够想象出不久以后人手一块智能手表的样子了。当然，那些高端精品表和性能车一样，依然会有自己的小众市场。

如果苹果按照前序产品的节奏，想要推出一款颠覆性的汽车产品，那么他们的选择只有一个——通过硬件、软件与服务的结合来打造个性化的驾乘体验。现在很多汽车产品也宣称自己是个性化，但都只是让消费者选择自己喜欢的座椅颜色、选择车载电脑的4G网络是包一年还是两年，这种“客制化”听起来就知道是厂家为了赚取更多利润而生的“利润最大化”。

未来汽车的个性化应该是这样的：你的座椅布局、座椅方向、后备箱大小、各类设施都可以调整，不管你是要带三个孩子短途郊游还是一个人开车上班，汽车都会根据你的要求来调整。

为了打造这样的汽车，苹果会寻找一个合作伙伴来替自己生产电动汽车。电动汽车只是苹果的花瓶，真正的鲜花是苹果打造的汽车生态系统：导航、智能车载功能、人机交互功能、自动驾驶功能、个性化定制功能，以及新材料的应用。

苹果目前只发布了CarPlay，如果认为苹果野心只限于把CarPlay放到传统汽车里，那就大错特错了。把CarPlay放到一辆不是由苹果打造的汽车里，就像把iTunes安装到摩托罗拉里一样不对劲。

现在，汽车行业已经站在了传统汽车和未来汽车的分水岭上，接下来的10年将会影响未来100年的汽车行业走向，在这样的时刻，苹果没有不出手的理由。

### 朝已新聞

#### 日产收购三菱

5月12日，日产汽车公司斥资2370亿日元（约合142亿元人民币）收购三菱汽车34%的股权，成为后者单一最大股东。

就在3周前，三菱的4款微型车被曝出燃油效率数据作弊，导致其4月份的微型车新车销量遭遇腰斩。而三菱汽车董事长益子修也已经在记者会上坦诚，自1991年起，三菱就使用了不符合日本政府规定的方法来“优化”产品油耗值，除了微型车，三菱的其他车型也有燃油效率数据造假行为。

有意思的是，3周前揭发三菱造假的正是日产汽车。雷诺-日产联盟总裁兼首席执行官戈恩把本次收购称为“双赢”，强调日产将三菱汽车收归旗下后，两家车企将共享平台、采购和技术。

### Bloomberg

#### 谷歌在美推拼车服务

谷歌宣布，旗下的导航应用Waze将在旧金山湾区推出名为“Waze Carpool”的拼车服务。

10个月前，谷歌在以色列第二大城市特拉维夫试点推出了Waze拼车服务。现在，谷歌将“邀请挑选出来的部分司机及海湾地区的乘客”进行测试。该拼车项目使用Waze的导航系统来获取司机的行驶路线，随后会将前往同一方向的乘客与司机进行匹配。

与优步以及Lyft等其他共享出行软件不同的是，Waze拼车服务只限于上下班高峰期间使用，而且不允许司机争取劳务费。司机每天只能在早晨和傍晚的高峰时段进行服务，并且只能向乘客收取油钱和车辆磨损费。

### CNBC

#### 超级高铁露天测试

超级高铁公司Hyperloop One在拉斯维加斯的沙漠测试场完成了超级高铁Hyperloop推进系统的首次户外测试。

超级高铁是特斯拉CEO埃隆·马斯克继特斯拉汽车、SpaceX和PayPal之后提出的又一大胆设想。超级高铁，也叫真空管道高速列车系统，使用磁悬浮列车在接近真空的管状轨道中行驶，最高时速可以超过1200km/h，而声音传播的速度也只有1236km/h。

如果超级高铁能够进入客运阶段，那就意味着从北京到上海只需1小时。

在此次露天测试中，3米长的实验车辆在铺设好的轨道上运行了2秒钟，仅用了1.1秒就达到了187km的时速。