

冲向“高”点

上汽创新“一号工程”定名智己汽车, 初创融资金额达百亿元

(上接3版)

要打造“高端”自主品牌, 上汽需要拿出让资本青睐的“资本”。

“‘软件定义汽车’已经成为产业链头部企业的战略共识, 软件将是未来汽车智能化的基础和核心。”上汽集团党委书记、董事长陈虹多次表示。在上汽看来, 软件能力正在成为车企树立差异化竞争力的核心。

谋划“智己”, 上汽精锐尽出。李君是智己汽车筹备组副组长, 这位技术带头人现任上汽零束软件分公司总经理。零束的成立, 是上汽在智能网联化发展过程中落下的关键一子。

“零束目前做的大量工作, 其实都是在为智己汽车服务。”一位上汽高层透露。在产品方面, 智己汽车将打造“车轮上的超级中央计算机”, 同时, 通过与用户之间的交互达到不断进化的目的。“目前, A款车的内饰设计是三联屏。当阿里加入后, 会出现更多有趣的软件。这是一辆常开常新的车。”

智己汽车正在各大高校吸纳年轻人才。目前, 智己汽车成员数超过200人, 其中, 有一半来自上汽内部; 另一部分来自跨界行业。预计到今年年底, 项目人数将达到300人, 到明年年底更将成倍增长。

蜕变

一周前, 上海摘得“世界智慧城市大奖”(WSCA) 桂冠。这是中国城市首次获得这一全球智慧城市领域的“奥斯卡奖”。

当“智慧城市”的光影落在上汽身上, 它就变成了一辆清晰可见的“智慧汽车”。

早在2014年, 刚刚步入《财富》世界500强前100强的上汽, 就向人们展现了其创新进取的一面。“我们有一个清醒的认识, 重新定义汽车的时

代即将到来。”陈虹说。

在一场“对话上海国企领导”访谈中, 陈虹的表述则更为强烈, “对汽车行业来说, 必须正视互联网经济带来的机遇和挑战, 如果不能很好地进行融合, 那么既满足不了消费者的需求, 也不能顺应科技发展的方向。抓不住这个机遇, 就会被淘汰。”

2016年, 上汽联手阿里推出互联网汽车荣威RX5, 让上汽尝到了创新的甜头。荣威RX5不仅创造了互联网汽车新品类, 更为中国车企增强了参与全球市场竞争的底气。数据显示, 上汽在海外市场的销售中, 互联网汽车销量已达到100万辆。

在消费需求飞速变化的时代下, 想要保持这种先发优势, 上汽就必须拿出更大的杀手锏, 这是陈虹挂帅智己汽车筹备项目的主因。

在上汽内部, 智己汽车被看成串起珍珠的绳子。智能制造的高精工艺、“三电”技术的核心实力以及智能网联的开拓创新都成为智己汽车横空出世的底气。“如果没有这些年做自主品牌、做互联网汽车的积累, 智己汽车就无法构建起快速推出新车的能力。”智己汽车筹备组副组长刘涛说。据他透露, 目前智己汽车的首款车型定位为轿车。“预计今年年底将进行冬季测试, 明年就能在路上看见大批量跑的新车了。”

仅有一款车型, 是不足以“打天下”的。“我们同时规划了SUV、概念车等, 它们都将由世界著名设计师打造, 后年将持续推出。”刘涛说。

有业内专家评论: 对这个品牌纷杂的时代来说, “以用户为本”不再是简单的说辞。消费者终将拨开“宣传迷雾”, 看到产品和服务的本质。只有做好产品和服务, 才是给品牌增值的唯一途径。

可以预见, 上汽厚积薄发的背后, 将实现品牌成色的蜕变。

改革

上汽与浦东签约, 透露出坚定的改革决心。

当前, 上海发展正处在一个新的重要历史关头。“十三五”收官在即, “十四五”开局在望, 如何进一步构筑战略新优势, 将是影响未来数十年的重大命题。

对上汽来说, 如何开启下一个“五年”, 是摆在面前最直接的挑战。

“不搞自主品牌, 中国企业永远无法走到汽车产业价值链的高端, 中国汽车必须要进行自主开发, 进行原始创新。”陈虹曾不止一次强调发展自主品牌的重要性。

上任至今, 陈虹一直积极推进自主技术创新。今年, 荣威新狮亮相。随后, 上汽R标屹立于黄浦江畔。但做强自主品牌, 这些还远远不够。

外界传闻, 智己汽车筹备于两年前, 但事实上, 大约在三四年前, 陈虹就已批准启动了智己汽车整体技术架构规划。同时起步的, 还有一系列核心技术的研发和布局。

2017年, 专注于互联网汽车操控系统的斑马公

司开始走向市场。此后, 上汽人工智能实验室挂牌成立、云计算公司落户浦东金桥。2019年, 上汽5G+L4级无人驾驶智能重卡驶上东海大桥, 上汽已经在人工智能方面实现了芯片、雷达、电子底盘、智能座舱等全面布局。

在浦东开发开放之初, “何以解忧? 唯有改革。”这句话曾传遍中华大地。重压之下, 浦东作为一枚打开局面的关键落子, 展现出破釜沉舟推进改革的意志。正如习近平总书记所言, 浦东开发开放30年的历程, 走的是一条解放思想、深化改革之路, 是一条面向世界、扩大开放之路, 是一条打破常规、创新突破之路。

浦东的这些“改革”精神正是上汽高层所希望寄予智己汽车的。“改革”的意志体现在何处? 上汽诸多科技项目的布局, 早已走上机制创新的道路。上汽旗下斑马、联创等企业都已经开始尝试采用基金多方持股、员工持股的灵活激励机制。

而“智己”的步伐可能会迈得更大。在上汽与浦东新区政府签约后, 一项专门为智己汽车而成立的产业基金将同步面世。

该项基金初始阶段投资总额为72亿元。其中, 上汽出资54亿元, 浦东张江高科出资18亿元。同步引入战略投资者阿里集团和员工持股平台, 最终达成百亿规模。“阿里已明确表示, 加入这个电动车项目。”上汽高层表示。

同时, 上汽也将加大在浦东已有项目上的投资, 包括上汽通用、泛亚技术中心、上汽乘用车临港基地、上汽国际等企业。浦东作为合作方, 将给予上汽在人才引进等方面的全方位支持。

从前期规划来看, 智己汽车的运作模式已完全脱离传统国企模式, 将采用轻资产重研发、市场化资本运作模式。“作为上汽孵化出的首家整车创业公司, 我们希望从根本上走出一条颠覆式的创新道路。”上汽高层说。

历史总是惊人地巧合, 同样是11月26日, 中国移动在多年前的这一天, 成为全球最大的移动通信运营商。告别传呼机时代, 移动通信开始发挥出它独特的魅力。而今, 上汽正带着使命感、紧迫感, 向更高端、更智慧的汽车生活迈进, 发力冲向世界汽车工业的新高度。

观点

上汽高端自主品牌来了

上汽高端自主品牌L项目有名字了, 叫做智己。它的诞生是行业发展到一定阶段后的必然产物。

此前, 中国市场处于高速增长期, 主要解决汽车的有无问题, 自主品牌长期聚集在中低端产品阵营。在国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下, 我国汽车产业发展的重心将发生质的变化, 量不再是唯一追求。接下来, 汽车会向着中高端, 以及智能化、电动化等有“温度”的方向发展。中国汽车产

业发展到今天, 只有走出高质量发展之路, 才能在市场上走下去和走出去。这是中国汽车产业发展的必由之路, 是我们必须做出的选择。

自主品牌高端化不是在原来的思维基础上填填补补, 而是要有新的思维、新的打法, 常规做法是打不出高端品牌的。智己已经在尝试打破原有的国有体制框架, 通过市场化运作激活市场主体活力。

自主品牌高端化不是把产品定价提高了就行。品牌要有产品支撑, 而产

品一定要有技术支撑。未来, 汽车产品将朝着“在线”的方向发展。上汽正全力拓展新的发展路径, 那就是“电+互联网+人工智能+汽车=更美好的汽车生活”。“四位一体”是智己突围的机会所在。

在以互联网为代表的第三次工业革命中, 荣威RX5以世界首款互联网汽车概念风靡一时, 至今热度不减。如今, 智己来了。借助于人工智能的赋能, 上汽在第四次工业革命中, 全力冲向新高度。

(廿一)

