

麦肯锡：OTA 收费该怎么解？

本报记者 王伟

4月9日，全球管理咨询公司麦肯锡发布“2021 麦肯锡汽车消费者洞察”——《趋势引领 破浪前行：加速全面转型，领跑后疫情时

代》及《麦肯锡中国汽车行业 CEO 特刊》。麦肯锡全球资深董事合伙人高旭、麦肯锡全球董事合伙人管鸣宇和彭波在麦肯锡上海办公室与记者分享了他们对当前车界一些热点问题的看法。

OTA，车企该怎么操作

彭波说道，有70%的受访者认为OTA很重要，你今天说“我是智能汽车”，但如果做不到OTA，那么就不要说你是一家科技公司。针对这些OTA，60%的人愿意付费，占车价的比例为1%到5%；50%的人认为，只要OTA给我增加新的功能，我就愿意为一辆售价10万元的汽车付费5000元。大家想一下，今后我们的汽车产品是按成本价卖出去，只要通过OTA就可以赚回5%的利润。如果功能好的话，消费者就愿意额外花5%、10%到15%的费用。如果做好OTA，让消费者的车辆常用常新的话，这对我们车企来讲，就有一个很大的收入来源和利润来源，这个拐点是重要的。我们看一下自动驾驶。对自动驾驶来讲，74%的人认为，尤其是电动车消费者，他们说只要不包含在车价

内，就可以让他们选择。他们愿意怎么付费？一是订阅，就是每个月花多少钱；二是是一次性买断；还有就是用多少次车付多少次钱。对厂家来讲，这三种方式都可以实现。

关于OTA付费，难免说到特斯拉的软件收费了。管鸣宇指出，现在车企都处于一个探索的阶段，有一些车企是走得靠前一点，整个电子电气架构可以支持；很多车企在跟进，他们希望寻找到这样一个盈利模式。大家意识到一辆车在整个生命周期内的盈利模式将面临很大的挑战。大家都希望探索一条新的路，不是说第一笔钱收完就结束了，而是希望有一个先进的电子电气架构，确保后续增加新的功能还可以持续收费，我怎么样预埋一些智能硬件？我现在可以不激活，以后通过软件激活，还可

通过软件实现先进的功能。现在到了大家都探索这个模式的时候了，无论是收费模式还是功能模式，或者说有哪些功能是客户愿意埋单的。有一些功能，客户可能不愿意为其埋单，这是很有意思的新的探索。

高旭举了一个例子，以前审批整车项目的时候，我们要看这个

六大特点应当重视

手机远程控制车辆？汽车厂商最好将类似的功能列在高配版车型配置目录中，因为大多数消费者对此不感兴趣，但感兴趣的人又愿意额外多付金额较大的费用。在自动驾驶这一块，消费者认为重要且付费意愿较强的功能有自动泊车和拥堵路段自动跟车，而转向灯控制变道并不重要。有购车意愿的消费者首次去4S店时，初始品牌选单通常只包括2-3个品牌，有近50%消费者最终购买的品牌来自初始品牌选单。谁在购买新能源汽车？收入越高的消费者，可能性越大。因此，我们可以看到，新势力造车往高端走是容易成功的，往低端走压力是比较大的。

项目是不是赚钱。怎么看赚钱不赚钱？我们的销售价格是多少？车辆的成本是多少？按照传统的计算方式计算，有很多现在生产的智能汽车会被砍掉。现在有很多预埋的计算能力在车里，预埋的成本加起来远远超过第一次销售的价格，就意味着我们卖一辆新车可能会出现亏损。

麦肯锡观察到中国车市和消费者行为在品牌选择、购车旅程、新能源汽车偏好、智能科技呼声等方面呈现出六大关键特征：一、客户经营刻不容缓，产品升级势在必行。二、品牌建设已成为主战场。三、构建数字化全渠道营销迫在眉睫。四、加速布局新能源汽车，迎接市场拐点。五、拓展智能科技盈利模式成为新的考验。六、探索MaaS“出行即服务”的新业务模式。

高旭总结道：“很多人认为汽车业是夕阳产业。但我们认为，汽车行业正面临许多全新的机遇与挑战。从投资者角度、用户角度来讲，汽车业会成为朝阳产业。”

探索新周期、新汽车、新生态

新能源和智能网联汽车创新论坛召开

4月13日，2021第六届国际新能源和智能网联汽车创新发展论坛成功召开。论坛由中国汽车工程研究院、慕尼黑博览集团和罗兰贝格管理咨询领衔，汽车评价研究院、美中汽车交流协会联合主办。

本届论坛聚焦研讨新能源与智能网联汽车产业的新周期、新汽车和新生态，围绕智能电动、车联网安全等重点领域平行交融展开议题，与行业组织、中外院士、头部机构以及产

业链整零企业一起交流分享，共同探索中国汽车行业的创新发展。

论坛上，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟、国家信息中心经济咨询中心副主任李伟利、汽车评价研究院院长李庆文等多位车界人士就中国汽车产业变革、经济形势、创新格局、技术发展态势等主题发表主旨演讲；中国汽研联合罗兰贝格管理咨询共同发布汽车行业颠覆性指数等多项研究成果。（卓然）

一汽丰田全新TNGA架构亚洲狮上市



4月10日，一汽丰田发布全新TNGA越级轿车亚洲狮，新车共推出5个配置版本车型，售价区间为14.28万~17.98万元。一汽丰田同时为消费者送上购车福利：购车即可享至高两年零利率，置换购车可享最高3000元补贴，4月底前预订并于5月底前购买即可获得2888元大礼包，老客户置换尊享一年代步车服务、一年延保服务，同时加入丰享汇最高可获得13000积分。

亚洲狮车辆轴距达到2750mm，后排最大距离达到了980mm。其采用了亚洲龙同款TNGA 2.0L Dynamic Force Engine 动力组

合，最大功率达126kW，最大扭矩达205Nm，匹配10速双传动CVT变速箱，并实现5.7L/100km的超低油耗。一汽丰田为亚洲狮专门开发出简约、时尚的全新12.3英寸全液晶仪表盘，搭配9英寸中控屏导航、倒车影像，在功能使用、视觉效果上极富科技感。此外，亚洲狮还搭载了丰田智行互联系统、语音识别控制系统等智能科技。亚洲狮全系标配TSS 2.0丰田智行安全系统，配置了低速行驶中的驻车防撞辅助系统等，采用丰田GOA高刚性车身碰撞吸能结构，全系标配7个安全气囊。（行成）

普华永道：打造软件驱动的汽车企业

4月14日，普华永道发布《2020年数字化汽车报告》的第三篇——《打造软件驱动的汽车企业》。该报告显示，汽车产品和服务将随着智能和互联功能方面的需求增加迎来重大改变，软件开发成本将在未来十年内增长83%，软件已成为现代车辆差异化竞争的核心。

普华永道思路特从技术、消费者、法规、经济和能力视角，多元解析数字化汽车的发展现状和走

势，撰写了第九年度《2020年数字化汽车报告》。今年的报告主要聚焦美国、欧盟和亚洲的全球消费者市场并开展调研。本次调研共采样3000余人，并对60余位车企和供应商的高管、资深专业学者及行业分析师开展访谈，基于详细的研究做出量化的市场预测（2020-2035年）。

普华永道中国汽车行业主管合伙人金军认为：“软件已成为现代车辆差

异化竞争的核心，软件开发成本将近乎翻倍。只有打造软件驱动的车企才能在复杂多变的市场中持续捕获价值。”报告指出，到2030年，软件在消费者感知价值中的占比将达60%。未来10年，随着用户期望提升和新功能涌现，软件开发成本将增长83%。

普华永道思路特中国汽车咨询业务合伙人蒋逸明表示：“车企和供应商需选择适合自己的价值创

造领域。投资哪些领域和什么时候投资的战略决策取决于三个因素，即产品差异化水平、产品和相关技术的复杂性，以及差异化优势的可持续性。从无人驾驶的分析示例来看，大部分功能和组件应采取协作开发的模式。”报告显示，与竞争对手、供应商和技术公司建立平等的合作伙伴关系能够降低技术复杂性、填补人才缺口和减少35%-60%的项目开支。（伟文）