

2 热点透析 Hot Dialysis

苹果造车或将引发汽车面世以来最大的行业变革

根据英国《金融时报》报道,苹果正在全世界招揽汽车专家研发电动车。而《华尔街日报》则表示,苹果已经组建了一个近 1000 人的团队汽车研发团队,其代号为泰坦“Titan”,研发的首款车型为 MPV。据路透社报道,梅赛德斯奔驰北美研发中心主管 Johann Jungwirth 已经在 2014 年 9 月跳槽苹果,并指出苹果打算研发自动驾驶汽车。目前已有媒体多次曝出在美国发现苹果的“神秘测试车”——装配了各种摄像头和传感器的 MPV,这款非典型苹果风格的测试车有可能是在为苹果地图系统收集数据,也有可能是在为自动驾驶测试做准备,如之前 Google 所做的那样。

如果这个消息属实,那么 Apple Car 的“上路”将不会遥远。苹果现正敦促该团队最早 2020 年开始生产电动汽车。过去几个月苹果开始增加招募人手,寻找电池和机器人方面的技术专家。

此外,《商业内部》透露,曾有苹果员工给报社发来电子邮件时称,“是的,这个激动人心的项目并不是梦,苹果汽车将会改变这个世界。”

谷歌也蓄势待发

有关苹果汽车,目前的消息还比较零碎,只知道该项目由曾经在福特担任高管的苹果 iPod 和 iPhone 设计师、苹果产品设计副总裁史蒂夫·扎德斯基(Steve Zadesky)负责领导。同时,包括奔驰北美研发中心总裁兼首席执行官约翰·诸维尔特(Johann Jungwirth)以及曾为福特设计概念车的知名工业设计师马克·纽森(Marc Newson)等人才也都在近期正式加盟了苹果。

但当苹果这个成功占领个人电脑、智能手机、手表市场的电子巨头做出举动显示将要进军汽车领域的时候还是引起了世界不小的骚动。

苹果汽车强大的竞争对手谷歌 1 月就表示,将在五年内推出自动驾驶汽车。谷歌公司正在寻找合作伙伴,以实现联合创始人谢尔盖·布林(Sergey Brin)的理想,即开发出更加安全、更加节能的汽车。

据称,谷歌早已开始着手研发自主品牌的汽车,并秘密聘请了汽车领域的专家。同时,谷歌抢先一步于今年 1 月成功地研发出小型白色发动机吊舱以代替先前的 Lexus RX 型载货齿轮,让一切都不只停留在科学幻想中。

苹果的造车底气

苹果规模之大让车企高层备感威胁。苹果市值高达 7500 亿美元,比戴姆勒、福特、雷诺、标致、福特、通用与菲亚特克莱斯勒七大车企加起来还高。

上个季度苹果创造了 180 亿美元的净利润,坐拥 1780 亿美元的现金储备,公司 CEO 蒂姆·库克(Tim Cook)也在推动这家 iPhone

生产商进入新的市场,进一步用苹果产品和服务覆盖用户的数字生活。

“汽车行业的传统思维不适用于利用互联网领域的机遇,”捷豹路虎公司工程主管沃尔夫冈·齐耶巴特(Wolfgang Ziebart)在接受采访时称,“如果你还需要一个委员会来做出决策,那么竞争还未开始你就输了。”

苹果正以自己打破其他行业的方式进军汽车领域。苹果不是第一家生产数字音乐播放器或智能手机的公司,但它一定要研发出极具吸引力的产品后才进入一个新市场。

科技巨头巨大的潜力

目前,我们还不清楚这位硅谷巨头会以何种方式切入汽车行业。不过可以肯定的是,只要苹果对任何一个行业感兴趣,都会对原有商业格局产生重大冲击。

现在,感到威胁的是宝马、奔驰、大众以及奥迪等德国工业的骄傲,它们直接或间接地创造了近 500 万个工作岗位,却面临被颠覆的危险。“谷歌和苹果有极大潜力”,德国汽车管理研究中心(CAM)负责人 Bratzel 说道。大众集团 CEO 文德恩曾表示“汽车行业在未来数年内面临自汽车面世以来前所未有的大变革”。福特 CEO 马克·菲尔兹也表示“有些行业外公司正对汽车行业虎视眈眈”,他认为汽车行业需要变得更具创新性。

业内还有声音评论说,苹果和谷歌涉足汽车行业,表明他们并不满足于汽车信息技术服务的供应商角色,他们进入汽车行业至少有以下四大目的:一、获取收集驾驶员在行车过程中产生的数据,并据此开创新商业模式;二、为汽车提供信息及通讯服务,抢占它们未涉及的最后一块生活空间;三、通过自动驾驶汽车切入大城市交通系统,革新人们出行方式;四、尽可能地取代汽车厂商,与消费者直接沟通,把传统汽车厂商变成其代工厂。

事实上,这并非危言耸听,据透露,苹果研发汽车以及建设配套生产线的费用仅需 50 亿美元左右,只是其先进储备的零头。凭借超人的财力,科技巨头可以随意收购整车厂商或者零配件厂商为其生产汽车。“传统汽车厂商面临最大的危险是在汽车价值链中不断退后”,Bratzel 说道。高德纳(Gartner)咨询公司分析师 Koslowski 认为未来的汽车会变得

通过软件来定义,即以后的汽车有可能是安卓汽车还是苹果汽车之分,而不是宝马还是奔驰。

老牌车商的反应

如果说特斯拉在传统汽车业撕开了一道口子,那么苹果和谷歌对于驾驶系统的改造可能给汽车业带来颠覆性的变革。

3 月 4 日,2015 年日内瓦国际车展周二正式开幕,多位汽车行业高管表态称,一方面他们非常重视苹果和谷歌带来的潜在竞争,另一方面他们也考虑与这两家美国科技巨头进行一些合作。

“我们从不低估任何竞争,”宝马汽车销售总监伊恩·罗伯森(Ian Robertson)表示,“过去看起来,入门门槛似乎很难跨越,但现在门槛已经低多了。与此同时,汽车行业的复杂性并没有太大变化。”

通常,一家资深汽车生产商需要五到七年时间来从头研发新款汽车,仅获得监管批准必要的测试阶段就需要三年。分析人士预计,一家外部公司进入汽车行业,研发汽车可能需要十年时间。而苹果和谷歌制定的时间表凸显了这两家科技巨头的宏伟目标,并且为争夺用户摆下了擂台。特斯拉和通用汽车都计划在 2017 年推出单次充电行驶里程超过 200 英里、售价 4 万美元以下的电动汽车。

“这正是这个行业所需:一家破坏性的外来者,”菲亚特克莱斯勒汽车生产公司 CEO 塞尔吉奥·马尔乔内(Sergio Marchionne)表示,“这是一件好事,但如果你正是那个生活即将受到破坏的人之一,那么你一定不会对此充满期待。”

“如果两家公司想要独立生产电动汽车,他们肯定会非常迅速,”大众汽车公司 CEO 马丁·文德恩(Martin Winterkorn)表示,“我们对谷歌和苹果的技术也非常感兴趣,我认为作为大众汽车,我们可以把数字和移动世界结合起来。”

“这种竞争当然需要认真对待,”位于德国贝尔吉施格拉格拉德巴赫的应用科学大学汽车管理中心主管史蒂芬·布拉泽尔(Stefan Bratzel)表示,“我们距离自动驾驶越接近,用户与汽车之间的联系越弱。谷歌和苹果没有旧技术的负担,完全可以从头开始。”



颠覆汽车产业的或许是苹果的服务

最近大量媒体报道都表明,苹果在开发与汽车有关的产品。笔者认为苹果不会生产汽车挑战特斯拉,可能在开发更有趣、更具颠覆性的产品。

苹果销售打车服务而非汽车?

苹果在开发无人驾驶汽车,但不会销售汽车?是的,苹果也许在开发由无人驾驶汽车提供的打车服务,而非主流的汽车。

Uber 和 Lyft 等打车服务很流行,苹果可能再前进一步:利用无人驾驶汽车的打车服务。

用户只需支付月租费,即可获得苹果质量的效能服务,而无需承担拥有汽车的成本和不便:无需加油、没有维修费、无需驾车、没有停车费。

目前外界对苹果汽车项目了解不多,以上只是猜测。但是,《华尔街日报》有关苹果

汽车的报道中的一个细节,让笔者发现了苹果汽车项目的蛛丝马迹:即苹果汽车看起来像面包车。

一款面包车不足以挑战特斯拉的 Model S 或其他任何汽车厂商。面包车并非“必需品”,但是,如果设计重点在于乘坐者的体验,面包车就是合理的了。

这可能是对苹果有吸引力的业务类型——不同于面向消费者的电动汽车,而是能真正颠覆汽车产业的一款产品。

如何颠覆汽车产业?

汽车产业已经存在逾 100 年,各大汽车厂商都是巨无霸级别的跨国公司。汽车业进入门槛非常高,因为开发一款汽车和建设汽车生产工厂都需要巨额资金,而利润率却薄如蝉翼。

这不是造成颠覆汽车产业非常困难的

唯一原因。与安全 and 环保有关的监管,意味着从一开始汽车的形状和结构就受到外力左右。结构性要求更甚:汽车必须能在已有的道路上行驶(能颠覆道路和无数依赖道路的企业?)。

通过向消费者提供有吸引力的解决方案,解决大牌厂商没有能解决的问题,一家公司才能颠覆一个产业。考虑下这个问题:人们对汽车有哪些不满?

现代汽车安全、可靠,驾驶有趣,非常舒适。汽车公司精于制造汽车,而且越来越熟练。那么,人们对拥有汽车有哪些不满?显而易见的有停车、维修、拥堵。

设计良好的汽车服务将使前两个问题迎刃而解。苹果的汽车服务也无法解决交通拥堵问题,但是,舒服地坐在由苹果生产的汽车中,堵车也许也没有那么烦心了。

笔者认为许多人愿意为此放弃拥有汽车。如果苹果的服务大面积普及,社会效益将是巨大的。

一、苹果发展步入瓶颈期。从 iPod 到 iPhone,每一件苹果产品的问世都会造成整个产品的变革,随之而来的是行业的变革,可以说,苹果通过产品改变了世界。然而,苹果的主营产品正面临着难以变革的瓶颈期,陷入了难以超越的境地,不得不寻找新的挑战。

二、汽车行业存在巨大的改革潜力。苹果目前的实力,比美国所有汽车制造商都要强大,再加上苹果领先这个世界的改造能力,iCar 将明显超出传统汽车制造商所能提供给用户的体验。



“我们对于与他们合作持非常开放的态度,关键因素在于确保我们之间的合作能够实现真正的双赢,”丰田汽车欧洲公司 CEO 迪迪尔·莱罗伊(Didier Leroy)表示,“汽车生产商不希望自己仅仅是提供一个空盒子,然后由其他人在盒子里填充真正的价值。”

雷诺-日产联盟董事长兼首席执行官、欧洲汽车工业协会会长卡洛斯·戈恩表示非常欢迎苹果入局。戈恩称,苹果的入局会大大提高人们对于电动汽车的认知和接受程度,因此会间接提振包括日产 Leaf 这些车型的销量。

也有人不以为然

戴姆勒 AG 和梅赛德斯奔驰公司董事长蔡澈(Dieter Zetsche)博士似乎对苹果造车这一消息有着截然不同的看法。蔡澈认为苹果制造一款汽车产品的消息完全是无中生有。

“如果现在有传言称戴姆勒或者奔驰计划开发一款智能手机产品的话,苹果恐怕不会因此而感到寝食难安,而现在的情况便是如此。”蔡澈博士说道。

在随后接受《路透社》采访时,蔡澈又补充称自己不认为诸如苹果和谷歌这样的企业会对生产一款多功能汽车有太大兴趣。因为他们的目标很可能是希望更好地理解用户,是如何使用的,而并非自身成为真正的汽车制造商。

“谷歌和类似企业近年来研发了包括自动驾驶技术在内的多种先进汽车技术,这将使得汽车工业的发展方向发生改变。但是由于谷歌等科技公司并没有独自生产汽车的能力,他们势必会与传统厂商进行合作。此外这些科技公司在设计汽车方面也没有太多经验。因此这不会对传统汽车厂商造成根本性的影响。所以我们必须找准自己的定位,并清晰的认识到我们之间亦合作、亦竞争的关系。”蔡澈在接受采访时说道。

(本报综合报道)

特斯拉不是真正的颠覆者,但苹果的服务可能是。

部分投资者把特斯拉称作是一支颠覆性力量。特斯拉已经取得了巨大成就:成功地进入汽车产业。但它并未未能颠覆汽车产业,尽管特斯拉销售大幅增长,成为汽车巨头,笔者依然认为特斯拉没有真正颠覆汽车产业。在特斯拉与汽车产业的互动中,特斯拉越来越像汽车厂商了。

苹果资金远比特斯拉雄厚。在有关苹果汽车的媒体报道首次出炉时,笔者曾指出,雄厚的资金和设计队伍使得苹果成为汽车产业可怕的竞争对手(笔者认为苹果不可能收购特斯拉)。

但是,生产和销售汽车对苹果来说是一个高成本、低利润的大麻烦。能提供苹果体验(能提供苹果一贯的利润率)的打车服务更有意义,可能以一种意义深远的方式颠覆长期以来拥有汽车的理念,以及所有环保和安全问题。

(刘彦青)

对于传统汽车行业,特斯拉的热卖给了汽车巨头们重重的一击,汽车行业的弊端宛如阿喀琉斯之踵显现出来:风格单一,与互联网格格不入,很少拥有忠实用户。虽然不少汽车品牌已经开发并推出了自主研发的车载互联系统,但是实际体验效果并不出色,甚至有些鸡肋。对于擅长整合资源并推陈出新的苹果来说,汽车领域是一块尚未开垦的处女地,值得一系列地研发改革。

(猫哥)

苹果造车的难度:传统汽车巨头得帮忙才行

苹果以前是一家电脑公司,在 2007 年推出 iPhone 时,当时的业界巨头诺基亚嘲笑过它。如今 iPhone 一个季度在手机上赚 180 亿美元,超过世界其他手机厂商利润总和,而诺基亚手机已经不复存在,历史会重演吗?

种种迹象表明,苹果这次造车是玩真的,苹果抽调了精兵强将,设置了一个很大的部门,挖掘行业人才,这不是简单的预研或者意向,怕是真的想要造车。

相比智能手机,汽车工业是一个非常复杂的工业,经过 100 多年的发展,各种利益盘根错节。

苹果当年制造 iPhone,它可以购买三星的 CPU、内存、闪存,购买日本的精密电子元件,购买英飞凌或者高通的基带芯片,购买欧胜或者水晶的 Codec 芯片,购买三星或者 LG、JDI 的屏幕,购买康宁的盖板玻璃……

在产品上,苹果自己只要做好开发工作,把自己的 MAC OS 修改成 IOS 装到手机上,调试成熟就可以了。

2007 年,富士康、比亚迪已经给诺基亚这类巨头代工了多年,制造产业链非常成熟。在制造上,苹果只要试制成功,提出要求签订单就可以了。

手机产业链的成熟,让苹果可以专注于设计、营销、售后,供应链管理,快速的推出产品。所以 iPhone 成功了。

而汽车工业要复杂的多,目前汽车工业的技术在上游的巨头手中把持着,后来者需要长时间的积累才能达到比较高的技术水平。

虽然现在有麦格纳国际公司这种巨头做类似富士康之类的代工,但是汽车行业的关系要复杂的多。

日本的爱信、电装与丰田,德国的 ZF、博世与奔驰、宝马都有非常密切的关系。汽车的供应链远比手机复杂,手机的零件数量只相当于汽车里面小小的车机,与整个汽车不可同日而语。而更麻烦的汽车的供应商与整车厂商关系密切,交叉持股。

手机供应链成熟开放,不用说苹果,连罗永浩都能造出来手机来。而汽车行业苹果如果侵犯到传统巨头的利益,供应链未必那么容易解决了。至少现在中国汽车企业在供应商是吃足了苦头的。

目前的说法是苹果要做电动车。电动车比汽车要简单一点,因为汽车三大件中,发动机变速箱都被替换掉了,只要解决底盘,搞定各种各样的车身小零件和电子设备就行。

不过即使是电动车,特斯拉也是在奔驰的大力协助下才造出来 Model S。特斯拉的大量零件来自于奔驰的供应体系。而且特斯拉在美国有通用、福特的产业链根基,特斯拉还要了丰田的工厂。

更重要的是,特斯拉学习了丰田的质量控制和问题追溯体系(丰田的精益生产可以称为一门独立的科学),学习了奔驰的测试流程(汽车的各种测试远远比手机复杂),没有这些传统汽车行业企业的帮助,特斯拉是造不出 Model S 的。

苹果如果要造车,即使是难度较低的电动车,这个关口也是要过的。所以苹果挖了奔驰和特斯拉的人才,去找了麦格纳国际公司,解决供应商和制造的问题,苹果只是负责研究和设计。

苹果看来是想用手机的模式,苹果负责产品的设计、测试、销售,设计出一辆用户体验出色的电动车,用苹果的品牌和渠道把它卖出去,至于制造,类似手机交给富士康一样,把汽车的制造交给麦格纳。

不过,因为汽车行业的复杂性,苹果这方面需要做的还很多。通用 CEO Dan Akerson 说苹果低估了研发汽车将可能遇到的挑战,可能就是指的这个方面。(maomabear)