

智能汽车与互联网主题论坛



3月30日下午消息，2014年中国IT领袖峰会30日在深圳五洲宾馆举行，图为宋立新、孙东升、王阳、杨洪和Yuval Binur出席智能汽车与互联网主题论坛。

以下为智能汽车与互联网主题论坛实录：

宋立新：各位嘉宾，大家下午好，我是英才杂志社社长宋立新，很高兴各位能来到2014中国(深圳)IT领袖峰会。特别感谢你们把你们宝贵时间给了我们这场论坛，因为我们知道今天精彩的论坛很多。我们这场论坛有一个很纠结的点，因为大家都知道互联网是小微多，但是汽车又是高大上，这两者怎么调和？无论是企业形态、文化以及产品的渠道，在以往在中国都是冰火两重天的，所以今天我们很高兴请到深圳创新投资集团总裁孙东升，IBM国际商业机器、IBM中国开发总经理王阳，深圳市航盛电子股份有限公司总裁杨洪，深圳赛格导航科技有限公司董事长张家同，安速顾问咨询公司总裁Yuval Binur。

第一个问题，我想扮演一下小白，在互联网世界里，小白就是什么都不懂的人。互联网的特征就是打破信息不对称，帮助小白迅速成为某一个行业的专家，比如搜索，我只要一搜索王阳，包括王阳在哪上中学、王阳的初恋，可能我们都能找到。但是互联网的思维这是今年争执最多的一个话题，比如说像传统产业的代表王健林认为没有互联网思维，雷军在很多地方讲过他认为小米的硬件能够迅速成为粉丝经济中的具体点，互联网思维对他的帮助很多。到底也没有护栏王思维。每个人一分钟时间谈一下你们对互联网思维了解和你们的理解。

王阳：互联网思维我从两个方面讲。第一，从对互联网认识上看，如果你有这么样一个认识，你做任何的设计和你的不管是技术上还是商业模式上都会有不同的看法。世界只有一个，天下只有一张网，按照这个来设计，所有东西都是不一样的互联网思维。第二，就是因为这张网把所有的人、把所有的事、把所有的物都联在上面，所以你可以非常迅速地拿到你该拿到的信息，这是大数据的概念。在这上面你进行加工优化，就会战无不胜。

宋立新：我们听听孙东升的看法。

孙东升：可能是有两种认识，但是也有人提出现在在互联网很流行的词汇，在过去都能找到一一对应。我同意刚才王总的观点，作为投资人来讲，互联网虽然是虚拟一张网，但是已经深入我们生活当中。用互联网思维来经营我们过去的传统产业这是必须采取的措施。

宋立新：你能不能说一下你的核心词？

孙东升：传统产业必须接受互联网思维。

杨洪：我是做汽车电子、硬件和软件一起，互联网思维两个阶段，第一个阶段，我把互联网当做一个工具、方法，这几年发现互联网思维对整个传统产业应该互相融合，才能把传统产业真正转型升级，为客户创造价值。第二个对互联网的理解，我认为他两点很重要：1、从客户角度思考问题，为客户创造价值。2、互联网做法一定是开放、合作，靠资源整合合作共赢的理念来达到共赢。谢谢！

宋立新：杨洪的关键词就是客户体验。如何收获这样一个点，其实在互联网有人形容这个思维就是免费。因为免费，所以他所生的钱不是说在平台上的钱，而是把平台群体的注意力卖给客户，实际上收的比如说是广告、客户的体验，传统推销的费用，所以很多人说互联网，刚才你说是一个工具、渠道，而你现在说因为这样免费分享的精神所带来的良好的客户体验。有请张家同。

张家同：克林顿在90年代说过一句话，GPS的应用只受限于人们的想象力。比尔盖茨在CES展的时候，有一次现场也讲说他要让世界上一粒沙子都变成互联网上一个节点。今天智能汽车和互联网汽车成为深圳IT峰会一个专题。有现实验证了他们的预判是正确的。以位置服务作为支撑的基础，随着移动3G和4G传输技术的快速发展，汽车从一个信息孤岛转换为与环境、与后台、资源形成互动的状态，这是一种必然。所以我想移动互联网跟传统企业的关系，通过像赛格导航99年开始从事卫星导航产品到在深圳组建了第一张原生态的车联网就是以用户的被动的安全为需求，已经经过十几年发展，今天作为一个规模产业的前期，这个时代已经来临。但是与我们理论和投资界过度热衷于这个词有点差异的是在汽车互联网到来的时候，今天我们所思考和从事这个行业的人将绝大部分被这个浪潮卷走和消灭。这就是我想讲的。

宋立新：我请外国朋友分享之前，分享一下这些年这些关键词的演变，比如刚开始出现互联网的时候，华尔街专门有人乞讨，也作为资本主义文明一个点缀保留了这样一个自由。在地铁里面经常看到有人要零钱，当时来的时候大家教他说你什么都不用做，你就写一个乞讨.COM，收益就是旁边人的多少倍。互联网更多的成为一种噱头，成为一个旗帜。但是真正抗旗的人，是不是这个旗帜会给我们带来更多价值。请安速顾问咨询公司总裁先简单介绍一下自己公司。

Yuval Binur：非常荣幸来到这里，今天我向深圳市长表示我要是明年还来的话，我一定保证我要学会100个中国词。我作为一个风险投资家我是特别的关注创新和早期公司，因为我相信创新可以有很多价值。今天我听了这么多演讲，我觉得中国的IT行业已经非常成熟。从互联网思维来看，我觉得两个大的行业，一个是今天我们谈到的汽车行业，这是我非常关注的。第二个我认为是医疗行业。这两个行业我认为非常有趣的，他们的共通点是他们都是造福于人类的，跟生死有关的，还有都需要很大的数据。所以我非常相信我们中国企业可以在这两个行业也是变成全球的领先，而不是其他的跟全球的企业去竞争。我相信我们是需要有创新的精神来捕捉这个机会，这个市场的潜力就像中国这个国家一样这么大。

宋立新：谢谢。特别希望你能用你的语言念一下你的名字，因为我们不太知道这个发音什么是准确的。

Yuval Binur：我的名字yuval，西方是小溪的意思。姓是毕，所以起了中文名叫毕乐溪。

宋立新：今天我们谈到互联网汽车，我们都绕不开特斯拉。中国土豪的特征就是我订了一辆特斯拉，明年几月份到，我以到的先后顺序看他们土豪级别的大小。从王阳这里开始来谈一谈，你认为特斯拉互联网思维最大的体现是什么？

王阳：特斯拉车我坐过，非常震撼。

宋立新：你已经作为小土豪了。同意的人鼓个掌。

王阳：在加州、硅谷也是非常热门的。你坐上去感觉就是在计算机下面装了四个轱辘，他已经改变了人们对汽车的印象。什么东西都是一台计算机，只不过手机作为通讯拿来拿去，如果下面装四个轱辘，能坐上去，他就是特斯拉。不管比亚迪也好，很多企业也好，做汽车行业，都会以智能化的车子，而且是物联网。车联网其实是物联网一种，他是一个可以移动的计算平台，所有东西都往这方面靠。我们人也慢慢被数字化了，车子被数字化，家庭被数字化，所有东西都被数字化，汽车也不例外。这个车子对你有什么作用？刚才讲到地图、卫星导航等等，这些做到后，你不需要开。你可能站在街上看那些车子都是没有人开的。

如果到那一天的时候，你觉得汽车行业会变得什么样。当你去上班，到了公司后，车子自己会开回家，你太太不需

要在家里等着开另外一辆车。所以汽车，人们不会拥有，而是汽车制造商变成一个运营商，他把大家车子开上去，让大家使用。这是一个商业模式上的颠覆。我们还讲到其他行业的碰撞，比如石油行业。比如物流，所有路上跑的东西只是一个载体，到处都可以走。还有本地服务，你坐在车上，所有外面的变化，车上电脑都会告诉你。再比如说电网，如果车子全部停在外面停车场上，你看停了多少台电脑，是不是他当时就可以联网成为一个比较大的云计算的东西。当这些平台不断移动过程中，我们想象到可以做的哪一些服务，这是一个移动的计算。所以后面的所想象的空间相当之大。

我特别羡慕这些鼓掌的人，在我听完王阳的话，觉得就像一辆奥迪加了高德地图。高德地图现在也能实现告诉你周围的情况。特斯拉进入中国后，你觉得会带动中国现有哪些创业公司发展？

孙东升：特斯拉我也没有见过。但是中国人评价说内装差了点，塑料感太强。应该让日本人做一个内装修，可能会更好。实际上电动车我认为现在面临两个问题，第一个就是电池的成本问题。另外一个就是安全性的问题。特斯拉之所以这么成功，恰恰解决了这两个问题。电池采用了比较成熟的1860，笔记本电脑用的电池。而且量比较大，相对技术成熟、性能稳定。而且一个车选择7000、8000个电池，有很先进的电池管理系统，某一个电池出问题会断电，解决了电池非一致性问题，安全问题随之而解决。8000颗电池，有一颗爆炸，就像放一个鞭炮一样。这两个问题解决了，特斯拉就是非常成功的一点。

对国内来说，电动车还需要一个过程。相对来讲，我们电池制造水平偏差，尤其是一致性的问题。国内电池行业面临一个过剩，包括电池材料、包括电池制造，更关键包括一些电池添加剂，包括正极材料、负极材料，添加剂技术恰恰是我们不掌握的，专利基本上掌握在日本人手里。真正提高现有电池可靠性、一致性、性能，可能还需要我们原创技术。在现有技术基础上来提高，使现有产品提高性能与专有技术，还是有投资机会的。谢谢！

宋立新：孙东升特别诚恳，大家都说中国电池制造厂商因为有的太能吹了，他们这种精神阻碍了我们国家新能源汽车发展。杨洪，特斯拉这种软件和硬件的交互，人车的交互，也是给我们很多传统制造企业带来了很多的冲击，包括有人前一阵跟我谈一个项目，拖拉机变得更智能化，他们认为拖拉机智能化这个实验的天地是广阔的，不会撞死人。他忘了我们中国这么多农民还处于相对落后的地方。请你谈谈软件、硬件的交互对你们的启发是什么。

杨洪：特斯拉我去了两次，前年去了一次没有参观工厂，到他们4S店看了一下，当时股票是很低迷的。当时资本市场很追捧他。去年的时候，他股票已经翻了很多了。去年他的车已经开始卖了。刚才王总和孙总讲的两个观点我都赞成，第一，特斯拉从汽车的时尚或者未来的科技的方向以及通讯电子、计算技术和汽车文化的融合这应该是一个方向。它的不足，他现在成本确实比较高。在中国70、80万买一辆车，而且它的舒适性、内饰的精细跟奔驰宝马奥迪还不能比。如果我去买他，我是为了研究他的电子和汽车融合过程中我能做什么。如果我从享受角度，我不会买。因为从内饰、豪华、安全、可靠等等，跟传统汽车差距很大，精细程度差距很大。

这里带来一个问题，特斯拉的造车和传统汽车两个文化的融合至少还有很长的路要走。比如汽车的安全性、可靠性，他是在高温、低温、震动所有的恶劣环境下都要保证安全、可靠，尤其在电子方面，它的电池兼容。电极比较多的时候要防止它互相干扰，一干扰的话，软件出错，设计的方向就有问题了。这些安全的要素，纬度应该是二维、四维，保证安全是可靠的。第二，大批量。造一辆车跟100万辆它的质量是一致性，50PPM是我们汽车行业质量标准。这就要求所有的协同，汽车有1万多种零部件，有几百家、上千家供应商，同一时间交付，能使得他造出来的车都是质量非常好的。显然特斯拉现在跟汽车文化是完全在这方面有很大差距的。

特斯拉造车是用订单，个性化的要求，去年2万多辆，今年最多5万辆，这种数量跟全球现在每年8500万辆的造车它的比例，应该是千分之几，他要颠覆传统汽车产业应该要很长的路要走，但是他对汽车产业有很大推动作用，把电子通讯和汽车产业有机融合，让汽车更加智能化，就像一个智能手机一样，让人在这个领域里面真正贴近客户，为客户真正享受到便捷、安全、可靠，而且是节能、智能化很高的，特斯拉是一个方向。传统汽车、汽车电子占成本平均到30%左右，未来电动车可能60、70%，但是特斯拉的产生使这种融合更加快，会使电子、通讯在汽车产业里的比重越来越大。

当然还有汽车的后服务，买了一个汽车他是工具，但是将来怎么应用，在汽车后市场这些领域都会是很大产业，我认为特斯拉与传统产业就有点像马云的支付宝和传统四大银行，他们不应该颠覆或者是竞争，而是一个互补。由于特斯拉的产生，使汽车产业发展的更加健康，更加有利于为消费者的角度来考虑，而不是从造车的角度来考虑，从享受角度来考虑。两个产业应该融合，互相学习对方长处，最终让消费者生意。航盛电子就是在这个领域想把汽车电子、汽车文化有机融合起来。

王阳：我不同意这个观点，我认为阿里跟四大银行就是一种碰撞。特斯拉跟全球汽车行业也会有很大碰撞。现在成

本还比较高的情况下，试想一下他如果把特斯拉低端化后，送你一辆车子，他不在车子上赚钱，他是在平台上赚钱，他给你一个互联网入口端，抓住你这个入口端，在路上跑那么多车，如果他抓住就是这个入口，然后给你提供服务，这是一个互联网概念。他在别的上面赚钱。现在做汽车已经不赚钱了。他以成本价卖给你，但是你用了他的服务，有很多增值价值在上面。

宋立新：我刚才听了王阳说的，特斯拉我没有见过，没有开过，我比较土一点。我就是感觉把高德地图平常放在我们手机上，我们带在手上，现在把高德地图放在上面，屏幕更大一些、真震撼一些、音箱更好一些。张家同，你在这方面有什么看法？

张家同：特斯拉有两个给我非常深刻印象的东西，第一，刚才孙总谈了它的电池。从消费角度来讲，特斯拉更是一个时尚标签，昂贵的代价拿出到一个屌丝的偶像。开启了一个真正的电池汽车时代。再过五十年，做电池这个行业也会更有生命力。刚才这位王先生说在电脑下面加了一个轱辘，我再加一下，一个带通讯装置的电脑加了轱辘。我对特斯拉最深刻的印象是汽车智能化这个词用的过于狭隘，汽车的网络化是必然的趋势。

今天我们的小白说特斯拉就是一个高德地图加上一辆汽车，就像我们赛格导航搞一个车联网一样，是非常朴素的。以后有大量的实体的，实时动态的数，形成人、车、环境与背景资源的交互，特斯拉代表的就是这个趋势。王阳刚才说特斯拉会抢占移动互联网时代背景下信息的入口问题，这个实际上是受到现有汽车制造行业利益格局的制约，不太容易。为什么？再漂亮一颗纽扣，是镶嵌在别人衣服上，类似于上海通用、一汽大众，这个平台是我的，你再牛，也绕不开我的平台，我就是对平台入口有发言权乃至有控制权。我对特斯拉大概特别深的印象是这两点。谢谢！

宋立新：今天我在整个大会场听到最多的词就是入口，每一个人都在说为什么滴滴、快的他们竞争这么厉害，因为他们在抢占每一天用两次的APP入口。包括同洲电子做电视也是在争夺入口。我们注意力因为这些入口的出现变得更值钱了。

张家同：我今天也听到用互联网思维思考一切产业，但是移动互联网跟传统互联网也是有巨大差异，移动互联网使用碎片时间，不像传统互联网有连续的时间。在同一个旗帜下，可供开发的商业价值是存在巨大差异。所以从事移动互联网，特别是汽车和汽车用互联网的人思考问题一定要甩开跟传统互联网思考价值链的组成方式。对不起。

宋立新：我知道你这句话是对王阳说的。我们很难忘怀IBM给我们带来PC美好的岁月。这个时候问一下Yuval Binur您的感受？

Yuval Binur：我们都知道特斯拉在汽车行业把标准设的特别高。王总在特斯拉有投资，这是很好的投资，但是我们也要看将来会怎么样。我希望大家都不要忘记我们现在讲的特斯拉，我认为真正的是他的销售思路。我们不要听到特斯拉就觉得有一点头脑发热。我认为我们真正要看到的市场不是现在特斯拉要的市场，特斯拉最早的设计和销售的思维都是给硅谷这些富人用的玩具，这不应该是我们的事情。而且我不想特别讲电池，我觉得我们今天应该讲特斯拉和互联网这个关系。除了电池以外，这个车还有很多趋向是领先的，比如安全辅助驾驶，电子的显示仪，互联网在它上面的应用，这是我们应该关注的。

他这些功能能使我们车偏移了，车会给你警报。或者我们孩子以后学车的时候，我们可以定车速是多少。我认为我们中国人的思维不应该看到特斯拉现在很小的一个市场，而是要看到大众、主流的市场，这是我们中国企业真正能够领先的一个市场机会。当然刚才宋女士谈到这个APP，我也稍微谈一下。我同意我们车里面用的APP一定是跟手机的APP是要有很不同的功能的。所以我们知道我们今天的挑战实际上是要怎么样创造一个平台，而且这个平台是大众可以价格上能够接受的一个平台，这是我们应该做的。一旦我们有了平台后，外面的人会把很多APP做进来。这次我真的是在1分钟内讲完。

宋立新：谢谢。我们很羡慕以色列这些年的快速发展。杨洪，我不知道你的论据更充足了吗？我是同意王阳的说法所有互联网思维是把所有产品互联网化特征，就是变成免费平台，通过数据分析，总结出我们的需求，让机器更快速满足我们的需求，会思考的机器。

杨洪：我和王阳不矛盾，只是时间和空间上。我认为十年内他达不到这个要求。送一个手机3000、5000元，移动数据有价值，他可以送。如果送一个特斯拉汽车，70、80万，为了一个车的数据，有价值吗？我认为不现实。未来20、30年可能王阳这个想法是完全可以实现。但是我不排斥刚才说的特斯拉造车的智能化和他对车的电子通讯这些比重的增加，而且使成本进一步降低，在那个时候应该说全球汽车年产量一亿辆的，造车成本也会越来越低，资源整合能力越来越强，大家服务的方式已经慢慢改变了，所以我觉得王阳对大数据的价值放大了很大，对我们硬件制造这些内容也看到价值，但是这两年必须要相互借鉴、相互融合。

王阳：我讲的是成本价。当另外一个公司在这上面不牟利，他把汽车就做到了底线，然后把它卖出去。他做的是入口，做的是大数据。当你坐上这个车子，他会知道你要去吃饭，他帮你开到那个餐馆，或者你想买东西，跟汽车一对话就会把你带到哪，其实不是高德地图在上面，你已经不看地图了。坐上去就人机对话了。其他朋友也坐在车上，跟你视频对话。所以你生活空间的改变，在办公室、在家里、在路上全程的都在联网。

宋立新：我讲一个故事，这个故事也代表了我们的观点。去年7月、8月份，马云刚刚推出余额宝，当时他们很热衷于辅导我们在手机上装支付宝、余额宝，那个时候他刚刚推出一个月，一个月已经400亿了，我就觉得很惊讶。马上动员我周围的人一定要装上余额宝感受一下。然后大概在10月下旬，11月11日前后，当时说余额宝当时已经2000亿，超中国最大的基金。当时最大基金是华夏，等我说吴鹰在我年会论坛平台上说天弘基金将成为中国最大的货币基金，大家还是在争执一番，可能2000亿是一个顶。今天我们知道是8000亿，春节过后马上就是8000亿。这个速度就像黑客帝国所代表的互联网精神一样，病毒传播速度相当快。我想最后一个话题，我们还有20分钟时间，我就想跟各位探讨一下什么会阻碍这种革命性的创新在中国的推广和发展。我希望大家谈一下。我们首先请外国朋友分享一下革命性创新在中国发展的障碍。

Yuval Binur：刚才主持人说阿里巴巴这个故事的时候，我不觉得这个事情很吃惊。因为事情一发生的时候，我就已经预测到了。因为市场有没有得到服务的需求。所以我们在汽车行业思考的时候也要这样考虑，这个行业的需求真正是什么？然后我们有一个系统的方案来迎接这个需求。互联网的一些爆炸性数据在汽车行业也许不会一样的，我们现在还不知道。汽车行业我用三个字把它综合一下：

1、安全。中国每年有20万人因为车祸而身亡。2、开车人的亲身体验是怎样的。现在在中国开车应该觉得挺辛苦的。3、数据的应用。一旦车和互联网联上以后，我们有非常多的数据可以挖掘出来。如果我们可以把这三个需求用一个价格很能接受的一个系统产品，那我们中国这样的企业就会变成世界领先企业。我们需要把新的行业平台搭出来，需要有一个很好的生态环境，中国已经有这个环境。电子行业在座的已经建立了很好的平台，而且我们有一个非常活跃的资本市场可以来支持它的发展。也许有一个稍微需要改进的一点，就是我们的创新这一块，我很希望以后我们年轻人走出中国，在世界上真正学到创新精神，这几个因素一结合起来我相信我们中国企业可以变成世界级领先企业。我现在想强调我们是领先企业，而不是跟其他企业去竞争。我们一定会尽力的帮助中国企业。

宋立新：谢谢。听完Yuval Binur的话后我觉得第一个妨碍特斯拉在中国推广的点就是路况。我们有若干个标准，每个路况本身承载量和相对之复杂是世界少有的。我们从张家口开始，每个人两到三分钟说一下这种革命性创新的障碍。

张家同：刚才这位先生说到我们的生态环境，他认为不错，而且讲到我们资本环境不错。我们人文生态环境还有改善的地方。刚才王阳说的将来的开车情景，现在看还不行，比如开着车，小毛驴车突然出来，还有在马路上晒粮食的。所以我们要抢入口。我们对智能汽车所使用环境建设还需要一个时间。我们民族文明程度还有继续进步的空间。这是我认为是第一个障碍。一个企业创新能力总是跟他的个头成反比，我认为在智能汽车时代，它的领先者应该是大的，比如6个比较大的品牌汽车制造商。现在讨论智能汽车或者汽车互联网的企业都是在做后装的市场，未来的领导者不是他们，他们只是做一个方案的供应商，一个终端产品供应商，不是智能汽车或者移动互联汽车时代的领导者，我认为大的平台有点后知后觉。我们国家增值税政策跟我们国家支持创新政策有一些矛盾。同样一个高新技术企业纳税规模一定是传统企业2倍以上，如果在增值税环节能把它降下来，促进中小企业创新，给他留下更多盈利空间，同时也吸引资本市场投入更多创新企业来，我认为这是非常重要的。我就脱离产业本身讲一个我认为是的障碍。谢谢！

杨洪：我同意家同的看法，当年汽车产业在发达国家所占经济总量应该说是相当大的。德国是占GDP的40%，中国是占GDP的17%，整个全价值链加起来。它的传统模式，投资回报如果没有收回来，几年后就被颠覆的话，这对社会是不负责任的。你说是道德问题还是传统观念问题，都不去评价，但是我想这是事实摆在这里。家同讲的如果像奔驰宝马，大众、日产这些世界顶级企业都来参与玩这个游戏，主动朝这个方向发展，那应该速度很快。比如电动车谁都知道他是很好的，没有污染，但是有很成熟的方面，汽车厂会有节奏的推出。以前一辆汽车10年更新一代，现在是5年，将来再快也不会快到3年，为什么？就是为了安全性。你的软件、硬件必须经过所有道路试验、严寒试验等等，这是对消费者负责。整个产业格局利益形成后，去打破它，你目的是什么？是为了赚钱还是为了破坏社会秩序体系。这个有文化冲突的问题。直接的问题，就是特斯拉的车在现有产业里面他确实就是一个道路、充电站以及规划，我们一个城市要改变一个规划，你没有十年不可能扭转过来，你要重新从规划开始再建楼，停车场、道路以及道路的设施等等，方向肯定是这样，但是周期大家要耐心。王阳说的时代一定会到来，但是时间需要大家去努力。谢谢！

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_59489.html