

# 百度造車，一場與車企的「話語權」角逐

從「集度」到「極越」，一場改名，引起了車圈的一場躁動。

作為百度和吉利聯合開發、推出的一個智能汽車品牌，「集度」的一舉一動，似乎都牽動著大眾對百度造車的敏感神經。

2021年1月11日，百度宣佈正式組建集度智能汽車公司，以整車製造商的身份進軍汽車行業，吉利控股集團成為新公司的戰略合作夥伴。

彼時，全球範圍內第二波造車勢力正蠢蠢欲動，而互聯網巨頭+車企的思路是主流玩法，阿里+上汽、360+哪吒、滴滴+比亞迪都是這一玩法的參與者。

當時百度方面表示，未來，百度汽車公司獨立於母公司體系，保持自主運營；同時百度將人工智能、Apollo自動駕駛、小度車載、百度地圖等核心技術全面賦能汽車公司，支持其快速成長。

2022年5月，集度曾在官方微博宣佈正式啟動量產準備。百度CEO李彥宏也在當月財報發佈後的業績交流會上表示，集度汽車首款量產車將在當年下半年接受訂單，並預計2023年開始交付車輛。

但如今2023年已過半，百度的「造車夢」似乎進展並不順利，改名之後的「極越」，會有哪些新變化？

**出讓股權換「資質」**

綜合各方資料來看，從集度到極越不是一次簡單的改名。

極越背後的公司主體「杭州極與越汽車科技有限公司」成立於今年8月9日，經營範圍包括新能源汽車整車銷售、汽車銷售、汽車裝飾用品銷售、汽車零配件批發、汽車零配件零售、新能源汽車電附件銷售、新能源汽車換電設施銷售、機動車修理和維護等。

另據企查查顯示，杭州極與越汽車科技有限公司由吉利持股65%、百度持股35%，法人及執行董事為吉利控股集團高級副總裁兼CFO張權，總經理為集度總經理、CEO夏一平。

而曾經由百度和吉利共同出資成立的集度，百度持股55%、吉利持股45%。

杭州極與越汽車科技有限公司股權結構。圖源：企查查

從集度到極越，百度與吉利的合作關係發生了變化，主導權已被吉利掌握。百度



也從造車的牽頭者，變為了提供技術的參與者。

8月14日，「極越」品牌正式發佈後，首款車型「極越01」也露出真面目。工信部《道路機動車輛生產企業及產品公告》（第374批）就公佈了極越01的申報信息，這款車與此前集度汽車發佈的汽車機器人產品有著幾乎相同的Logo、外觀設計和產品參數。

業內人士分析認為，極越01的亮相表明雙方整車項目終於解決了「卡脖子」的造車資質問題，邁出實質性的一步。此前集度汽車雖已進入造車賽道多年，但卻遲遲難以落地，可能與造車資質問題直接相關。

其實受困資質難題的造車新勢力不止集

度。2022年小牛創始人李一男創立的自游家宣佈首款車型上市，並計劃於當年12月起陸續交付。然而就在短短2個月後，自游家卻在官方微博宣佈，因為短期內無法交付車輛將在48小時內為已下單用戶全額退款。在不少行業人士看來，自游家彼時的短暫夭折背後，造車資質「難產」正是一大助推因素。

更早前「蔚小理」也曾為資質問題苦惱不已，後來蔚來通過江淮代工拿到生產資質、小鵬率先通過海馬代工後購買福迪的生產資質、理想則購買力帆的生產資質。

如今百度雖然在新公司裡失去了「大股東」的權利，但是極越作為吉利旗下品牌，也不會再被資質問題困擾。

**新車，變了又沒變**

隨著申報信息的曝光，極越01各項參數也公之於眾。而從車型本身來看，與此前公佈的集度ROBO-01存在諸多相似。

從外形來看，車身整體有一種很強的科技感。前臉部分配有呈弧形的貫穿式LED燈帶，左右兩側配有異形燈組，梯形下格柵做了鏤空處理，增強層次感。車尾設計簡潔，貫穿式LED尾燈獨具特色。車身側面側裙和輪眉均採用黑色。

車內的設計其實也基本沿用了此前集度ROBO-01的樣式，搭載3D無界一體化超清大屏、U型方向盤。車機標配高通第四代8295芯片，AI算力30TOPS，支持沉浸式3D交互。

動力方面，極越01基於SEA浩瀚架構打造，搭載了和極氪001相同型號的TZ220XSA01電機，匹配三元鋰電池，最大功率200kW，最高時速200km/h；提供單/雙電機2種版本，雙電機版型號與單電機版相同，匹配三元鋰電池，最大功率400kW。

此外，據悉極越01將與極氪001、smart共線生產。極氪、smart是吉利控股旗下的高端品牌，也就是說，從品牌定位上來看，極越品牌定位是「高端智能」的細分市場。

有汽車自媒體推測，極越01的定價應該在30萬元左右。

但這個價位段一直是兵家必爭之地，「蔚小理」、特斯拉都是直接對手，與比亞迪、北汽新能源、上汽等部分車型售價區間也有重合。

根據乘聯會的統計數據，上半年，售價30萬元及以上的車型累積零售銷量突破百萬，約131萬輛，30萬元以上新能源車零售銷量為41.8萬輛，佔這一價位總銷量的31.9%。可見行業競爭之激烈。

**還能容下一個「極越」嗎**

根據中汽協數據，我國新能源車7月產銷同比持續提升，產量方面7月國內新能源汽車實現產量80.5萬輛，同環比分別上升30.6%、2.7%；2023年1月-7月，國內新能源汽車實現產量459.1萬輛，同比上升40%。銷量方面，7月國內新能源汽車實現銷量78.0萬輛，同環比分別上升31.6%、下降3.2%；1月-7月，國內新能源汽車實現銷量452.6萬輛，同比上升41.7%。

同時，中國新能源車滲透率也逐步提升。據中汽協數據，2023年7月國內新能源汽車銷量滲透率達32.7%，同環比分別提升8.2百分點和2.0個百分點。

高增速的背後，是國內整個新能源汽車產業鏈的巨大機會。

以相關車企為例，「蔚小理」、零跑這些完全從0開始造車的企業，被業內稱為造車新勢力1.0；極氪、智己、長安深藍這些有傳統車企背景，又選擇獨立運營的品牌是造車新勢力2.0；而由科技企業主導（或賦能）的「合資車企」被稱為造車新勢力3.0，典型的如華為問界和小米汽車。

僅從這個角度來看，極越更像是新造車3.0時代的產物，因為雖然吉利佔據了更多股權，但是百度輸出的技術絕對是車輛未來主

打的賣點之一。

2022年百度Q1業績電話會上，百度創始人李彥宏稱集度汽車將搭載百度最新的自動駕駛技術，「我們有信心在電車市場爭得一席之地。」同年8月，他在汽車機器人生態大會上再次放下豪言，「就自動駕駛技術而言，集度將領先特斯拉一代。」

的確，百度有放狠話的基礎。早在2013年，百度就成立了自動駕駛團隊，是國內最早佈局這一領域的企業。據百度自動駕駛官網數據，截至8月11日，百度L4級自動駕駛運營測里程累計超過6000萬公里，擁有自動駕駛專利族超4600件，其中高級別自動駕駛專利族數全球第一。

美國知名諮詢機構Guidehouse Insights發佈的一份全球自動駕駛公司排行榜中，將榜單中公司自動駕駛能力分為領導者、競爭者、挑戰者和跟隨者。其中，百度已連續3年躋身「領導者」行列，是近幾年唯一進入這一代表自動駕駛最高水平的中國公司。而特斯拉在榜單中排名墊底，被評級為「追隨者」。

李彥宏早前也表示，「集度汽車存在的目的，就是要把百度多年的自動駕駛技術、智能座艙技術第一時間推廣到市場上。」

而隨著集度更名以及極越上市計劃的推進，百度正走在將技術落地的路上，也正在將角色由整車製造商向智能化方案提供商的方向演進。

「其實現在的結果對百度來說是最好的，親自下場造車需要大量的資金儲備，而且最終結果也不一定如人意，拜騰、奇點、恆大汽車都曾風光一時，但是結果泯然眾人矣。現在百度負責技術、吉利負責造車，1+1>2，大家各取所需能降低很多風險。在新能源汽車市場競爭日趨激烈的當下，智能化水平和差異化是企業競爭的焦點，是突出重圍的關鍵。」一位汽車博主表示。

不過雖然集齊了百度和吉利兩個Buff，但是擺在極越面前的壓力也很大。

Counter Point高級研究分析師Soumen Mandal在評論市場動態時表示：「2023年新能源汽車（NEV）購買補貼的終止，加上特斯拉引發的價格戰，對中國電動汽車初創企業產生了不利影響。特別是蔚來、小鵬、網達等智能電動汽車品牌的銷售數據與上一季度相比令人失望。大眾、寶馬、奔馳、特斯拉、現代和日產等外國品牌的市場份額與去年同期相比共下降了4%。」

Counter Point數據顯示，2023年第一季度，國內十大最暢銷電動汽車車型中有8款是中國產的。而前十大最暢銷車型中，有6款出自比亞迪。

在這樣的市場格局下，新品牌很難快速起量。

另一方面，白熱化的競爭也不利於新品牌成長。根據中國汽車流通協會發佈的最新一期「中國汽車經銷商庫存預警指數調查」VIA（Vehicle Inventory Alert Index）顯示，2023年6月中國汽車經銷商庫存預警指數為54.0%，同比上升4.5個百分點，處於較高水平。

這表明汽車流通行業仍然處於不景氣區間，也反映出汽車市場供需關係的緊張狀態。庫存量依舊居高不下，將給車企和經銷商帶來更多壓力，於是近幾個月降價、打折就成為拉動銷售的主要手段，另外各種營銷宣傳、冠名植入力度也在加強。

對於消費者而言，目前市面上以智能駕駛為宣傳賣點的產品不少，但真正能做到「好用」「安全」的並不多，極越01背靠百度和吉利，有望能帶來更好的智能體驗；對於百度來說，極越01是一個展示自身技術實力的最佳案例，也將決定著百度未來在汽車市場的新地位。

## 《達圖爾傳》

### 第一部《菲國往事》

奧羅拉用三天的時間，辭去鷹王之位。長老們也選出了新一代鷹王，卡諾的長子。吃完晚飯後，在和兒子平靜的聊了3個小時後，她說累了要休息一下，讓所有的人都退下休息吧。

當第二天早上，孫子跑來叫她時，發現她衣著整潔的斜靠在寬大的沙發上，面前的几案上擺著那枚卡諾母親留下來的戒指。她面容慈祥但早已沒了呼吸。

幾天後她和卡諾下葬的時候，一對雄鷹在天際間翱翔。

從山峰頂上神鷹聖殿蜿蜒而下的路上，平原小鎮的街道上站滿了人群，無法趕來的人們彙集的奧羅拉小鎮上，包括從小鎮放射出去的驛路莊園裡，已經是那雪白的花朵和淚花的海洋……

靠著家族掌握的巨額財富和後輩中不斷湧現的人才，在西班牙殖民時代，科爾斯特行省的封君位置牢牢地掌握在達圖爾家族手中。

伴隨著天際間雄鷹的一聲鳴叫，轉眼間已是滄海桑田300年……

### 第21章 題外話：血腥骯髒的歐洲資本三百年（第1節）

#### 一、大西洋航線

十六世紀，亞洲出產的香料、絲綢、茶葉、瓷器等商品大多被葡萄牙商人壟斷。運往里斯本的貨物都由和葡萄牙王室簽有協議的商人銷售。出於宗教立場，葡萄牙王室只跟信奉天主教的意大利、西班牙等商人做生意。這讓英格蘭荷蘭的商人眼紅的不得了。既然明著買賣沒機會，那就來暗的搶奪吧！

英格蘭荷蘭的海盜開始頻繁出現在大西洋航線上，這可比做買賣來的快多了。於是英格蘭和荷蘭的王室從「睜一隻眼閉一隻眼」，到給海盜頭子頒發「特許狀」。海盜船也變成了「掠私船」。這讓大西洋商貿航線充滿了風險，其後果是導致香料價格的直線飆升，反而影響了本國王室貴族的奢靡生活。既然葡萄牙人能去亞洲搞香料茶葉，我為什麼不能去？大西洋印度洋又不是誰家的。

1595年4月，一支裝備了100多門大炮，由四艘船240人組成的荷蘭船隊從阿姆斯特丹出發，踏上了前往亞洲尋找香料的航程。兩年後只剩下87人的船隊返航，雖然付出了極大的代價，但也獲得了將近四倍的淨利潤，船隊的投資商發了大財。這極大的刺激了貴族富豪，他們紛紛把錢投



給荷蘭船隊。暴利之下必有勇夫，哪個時代都不缺亡命徒。到1602年荷蘭人共派出了15支船隊共65艘船前往亞洲，規模數量遠超同期的葡萄牙商船數量。

#### 二、英格蘭東印度公司

荷蘭的成功讓英格蘭人分外眼紅，1601年英國女王伊麗莎白一世頒發「特許狀」成立了對亞洲影響巨大的「英格蘭東印度公司」。英格蘭東印度公司成立後，迅速派遣了一支裝備120門大炮的船隊前往亞洲。這次航行同樣獲得了巨大的回報。

#### 三、荷蘭東印度公司

英格蘭東印度公司成功的消息傳到荷蘭，阿姆斯特丹、鹿特丹等六個地區的金融寡頭坐不住了，這明擺著是來搶生意的啊！於是他們決定共同組建一家類似的壟斷貿易公司。

1602年3月，荷蘭東印度公司成立。

因為出資人和公司發起人分散在荷蘭各省，為了方便募集資金荷蘭人發明了---股票。荷蘭政府、富商甚至普通民眾積極入股荷蘭東印度公司---這個回報巨大但也充滿風險的全新經濟組織。因為荷蘭政府也是公司股東，所以荷蘭東印度公司被賦予了很多政府性質的特殊職能。

1613年，阿姆斯特丹成立了人類歷史上第一家證券交易所，並改革了銀行制度。阿姆斯特丹等六個地區76名代表組成了公司董事會，並選舉17個寡頭組成董事會的常設會議，史稱「十七人會議」。

#### 四、亞洲人的噩夢

1610年，荷蘭東印度公司在巴達維亞（現在的印尼雅加達）設立《印度委員會》。