

# 汽车市场每周热点汇编

2024.04.29-05.03



# Contents

专家观点   长安汽车2023年净利润同比增长45%至113.3亿元 .....	3
【主机厂亮点】 中国华为推出面向智能驾驶的软件品牌.....	5
【主机厂亮点】 小米宣布SU7锁单量达到7万辆 .....	5
【科技和移动性亮点】 中德签署自动驾驶和网联驾驶合作联合声明 .....	7
【科技和移动性亮点】 奥迪与Applied Intuition合作开发面向自动驾驶的统一解决方案 .....	8
【电动车和能效亮点】 沃尔沃汽车与宁德时代在中国大陆达成电池回收合作.....	9
【电动车和能效亮点】 Tozero首批从废旧电池中回收的锂材料完成交付 .....	10
【供应商亮点】 科思创携手汽车制造商和供应商，建立针对报废车辆的塑料闭环回收体系.....	11
【供应商亮点】 倍耐力在2024德国科隆国际轮胎展上展示新产品，重点关注可持续性 .....	12
【VIP专属文章】 美国轻型汽车销量增长的同时，豪华汽车的市场份额增速放缓 .....	14
【VIP专属文章】 科大讯飞专访   向软件定义汽车的转变.....	17
【即刻报名】 解决方案在线研讨会   中国轻型车市场预测 .....	20



## 专家观点 | 长安汽车2023年净利润同比增长45%至113.3亿元

2024年4月29日

**意义：**重庆长安汽车2023年年报显示，公司2023年全年营收达到1,513亿元人民币（约合209亿美元），同比增长24.8%。长安汽车2023年归属于上市公司股东的净利润为113.3亿元，同比增长45.3%。

**展望：**S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计，2024年包括启源系列在内的长安品牌乘用车销量将同比增长14%，达到128万辆。得益于G318 SUV等新款新能源车型的推出，2024年深蓝品牌的销量预计将同比增长70%，至223,155辆。



Source: GettyImages

重庆长安汽车2023年年报显示，公司2023年全年营收达到1,513亿元人民币（约合209亿美元），同比增长24.8%。长安汽车2023年归属于上市公司股东的净利润为113.3亿元，同比增长45.3%。

长安汽车2023年国内业务收入同比增长21.3%，至1,308亿元人民币，海外业务收入同比增长53.1%至205.4亿元。2023年，长安汽车（包括长安福特和合资企业长安马自达）的销量同比增长8.8%，达到255万辆。2023年，长安汽车出口量为35.8万辆，同比增长44%。

2023年，长安汽车毛利率达到了18.4%。长安汽车在其2023年年报中披露了旗下两个新能源汽车（NEV）品牌深蓝汽车和阿维塔的财务业绩。长安汽车持有子公司深蓝汽车51%的股份。深蓝汽车2023年营收258.8亿元，净亏损29.99亿元。阿维塔2023年营收56.4亿元，净亏损36.9亿元。长安汽车持有阿维塔40.99%的股权。两家公司都于2023年在市场上推出了新车型，并增加了营销、销售和品牌方面的支出，以推广新产品。深蓝汽车目前有两款车型SL03和S7在售，2023年销量达到128,865辆。高端电动汽车（EV）品牌阿维塔在2023年的销量为26,407辆。

### 分析观点深度解析



长安汽车2023年在新能源汽车市场实现了强劲增长。去年，长安汽车自主研发的新能源汽车品牌（包括长安、深蓝和长安启源），销量同比增长75%，达到47.4万辆。深蓝汽车基于EPA平台开发的两款新能源车型使长安汽车能够在13万至20万元（约合17,950-27,620美元）价格区间与比亚迪展开竞争。深蓝S7和深蓝SL03两款车型均提供纯电版或增程版动力系统选择，有助于两款车型吸引更多广泛的消费者群体。

2024年，长安汽车的新能源汽车产品阵容将进一步扩展，包括基于EPA平台开发的马自达和福特品牌车型。这两家与长安汽车合资经营的全球汽车制造商计划利用中国汽车制造商的供应链和电动汽车平台，在中国市场推出具有竞争力的新车型。首款基于长安平台开发的马自达车型将于4月25日在北京举行的2024北京国际车展上首发亮相。深蓝品牌也将在车展上公布其全新越野运动型多用途车（SUV）G318的定价。长安汽车表示，公司还将通过全新动力系统技术和高级驾驶辅助系统来改善其燃油车产品阵容。2023年，长安汽车的销量仍以燃油车产品为主。长安CS75 Plus SUV、长安逸动轿车和Uni-V轿车是公司2023年最畅销的三款车型。S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计，2024年包括启源系列在内的长安品牌乘用车销量将同比增长14%，达到128万辆。得益于G318 SUV等新款新能源车型的推出，2024年深蓝品牌的销量预计将同比增长70%，至223,155辆。

作者：Abby Chun Tu Principal Research Analyst



更多轻型汽车预测内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



## 【主机厂亮点】中国华为推出面向智能驾驶的软件品牌

2024年4月30日

据路透社报道，中国科技公司华为推出了一个名为乾崮的全新智能驾驶软件品牌。乾崮旨在提供包括驾驶底盘、音响和驾驶座椅在内的自动驾驶汽车系统。华为智能汽车解决方案（IAS）业务部门首席执行官靳玉志表示，到2024年底，将有超过50万辆搭载华为自动驾驶系统的车辆上路。此外，华为预计在一年内将有超过10款搭载乾崮系统的车型上市。



Source: Getty Images

### 分析观点深度解析

华于2019年成立了智能汽车解决方案业务部，旨在寻求成为智能电动汽车时代领先的软件和零部件供应商。公司已与中国汽车制造商合作推出了七款电动车型，包括与赛力斯合作打造的三款问界品牌车型、与奇瑞合作开发的智界S7轿车、与长安汽车旗下阿维塔合作的两款车型，以及与北汽极狐合作打造的一款车型。2023年11月，华为表示会剥离其智能汽车解决方案业务部门，据报道该业务部门的估值在280亿至350亿美元之间。

作者: Surabhi Rajpal Senior Research Analyst

## 【主机厂亮点】小米宣布SU7锁单量达到7万辆

2024年4月30日



路透社援引小米创始人兼首席执行官雷军的说法报道称，小米 SU7 电动轿车的锁单量已经超过 7 万辆。锁定订单是指买家已选择支付不可退款的定金。雷军表示，小米计划在 2024 年实现 SU7 超过 10 万辆的交付目标。他还预计小米 SU7 的毛利率约在 5%-10%之间。



Source: Getty Images

## 分析观点深度解析

小米预计将在 2025 年推出一款运动型多用途车（SUV），并于 2026 年推出第三款车型。SU7 的定价在 21.59 万元至 29.99 万元不等，过去几周的订单量非常旺盛。不过，该车型大量的积压订单也给小米的生产扩张、交付速度和客户服务带来了压力。雷军表示，公司将在 4 月 25 日至 5 月 4 日举行的 2024 北京车展上介绍有关小米生产和交付计划的最新消息。4 月 23 日，雷军在中国社交媒体平台微博上发布的一篇帖子中表示，公司已经从 4 月 18 日开始向客户交付 SU7 标准版和 Max 顶配版车型。根据公司最初制定的交付时间表，这两款车原本计划于 4 月底开始交付。

作者: Abby Chun Tu Principal Research Analyst



## 【科技和移动性亮点】中德签署自动驾驶和网联驾驶合作联合声明

2024年5月1日

据路透社报道，德国和中国日前已签署了一份联合声明，双方将共同在自动驾驶和网联驾驶领域开展合作，重点是实现从中国向德国的数据传输。两国旨在建立一套共同的标准和规则，以管理自动驾驶技术开发过程中产生的数据。德国汽车工业协会认为，此次合作将有助于节省车辆开发和生产中的资源。



Source: Getty Images

### 分析观点深度解析

自动驾驶汽车（AV）通过激光雷达和其他传感器收集与乘客和驾驶员行为相关的大量数据，以及车辆周围环境的信息。此外，汽车越来越多地通过相连的手机和其他设备来收集有关驾驶员的数据。中德两国就自动驾驶和网联驾驶发表联合声明之时，正值欧盟和美国对中国技术进入其市场并在本地收集数据所带来的安全风险表示担忧之际。与此同时，中国已经加强了对数据管理的监管，并要求大多数行业在将数据转移到国外之前需事先获得许可。起初，中国监管部门提议不得将智能车辆的数据转移到国外，不过在车企提出意见后，监管部门表示愿意放松立场。

作者：Surabhi Rajpal Senior Research Analyst



更多电气化、动力系统和合规内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



# 【科技和移动性亮点】 奥迪与Applied Intuition合作开发面向自动驾驶的统一解决方案

2024年5月1日

Applied Intuition 和奥迪日前达成合作，双方将共同开发一套统一解决方案，用于支持奥迪集团汽车自动驾驶（AD）系统的开发、验证、认证和部署。根据公司发布的一份声明，此次合作旨在为更广泛的运行设计域中自动驾驶功能的高效安全验证和发布树立新的标准。通过利用 Applied Intuition 的仿真和数据管理解决方案，以及两家公司共同开发的专业应用程序，这一合作旨在克服自动驾驶复杂性带来的挑战，通常会导致开发进程缓慢。由此开发的统一框架结合了奥迪在基于场景的系统工程领域以及 Applied Intuition 在软件工程领域专业知识，打造了一个独特的自动驾驶功能发布和生命周期管理解决方案，能够满足当前和未来的监管要求。该框架也可能在未来被其他汽车制造商采用。



Source: Getty Images

## 分析观点深度解析

Applied Intuition 成立于 2017 年，是一家服务于汽车、卡车运输、建筑、采矿、农业和国防行业的车辆软件供应商。该公司在过去几年中稳定实现了三位数百分比增长，并与全球排名前 20 中的 18 家汽车制造商有业务合作。2023 年，Applied Intuition 通过全部现金交易方式，以约 7,100 万美元的价格收购了自动驾驶卡车公司 Embark Technology。上个月，Applied Intuition 在 E 轮融资中筹集了 2.5 亿美元，估值达到 60 亿美元。

作者：Surabhi Rajpal Senior Research Analyst



更多电气化、动力系统和合规内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载





# 【电动车和能效亮点】 沃尔沃汽车与宁德时代在中国大陆达成电池回收合作

2024年5月2日

这一战略伙伴关系旨在推动电池材料的循环利用，并减少电动汽车在其全生命周期中的碳足迹



Source: Getty Images/Bet\_Noire

据 CnEVPost 于 4 月 18 日发布的一篇新闻报道，沃尔沃汽车已与全球最大的电池制造商宁德时代（CATL）签署了一份战略合作协议，重点关注电动汽车电池的回收。

报道援引这家汽车制造商的话称，沃尔沃汽车与宁德时代达成的战略合作伙伴关系旨在推动电池材料的循环利用，并减少电动汽车在其全生命周期中的碳足迹。

众所周知，电池由众多不可再生的金属材料制成，这些材料在开采和加工过程中的碳排在电池供应链总碳排放中占到了很大比例。沃尔沃汽车和宁德时代计划通过废旧电池的拆解、回收和再利用来减少电动汽车全生命周期的碳排放。

据报道，这家吉利旗下的瑞典汽车制造商计划回收其电动汽车上的退役电池以及工厂生产过程中报废的电池。这些电池将由沃尔沃认证的供应商进行拆解，提取超过 90% 的镍、钴、锂等重要材料。这些材料将供应给宁德时代，后者将对其进行回收利用，生产的新电池将搭载于沃尔沃的电动汽车。

这两家公司之间达成的协议被认为是在中国大陆构建电池回收闭环商业模式的重要里程碑。

沃尔沃汽车回收电池材料的努力与其实现 2040 年净零温室气体排放的计划相一致，这需要价值链各个环节供应商的共同努力。

作者: Amit Panday Senior Research Analyst



更多电气化、动力系统和合规内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载

## 【电动车和能效亮点】Tozero首批从废旧电池中回收的锂材料完成交付

2024年5月2日

Tozero的目标是为缓解欧洲面临的关键原材料供应挑战做出贡献，计划到2026年将回收电池材料的生产规模扩大到数百吨



Source: Getty Images/D3Damon

4月23日，总部位于慕尼黑的电池材料回收初创公司Tozero宣布，公司已利用其专有的湿法冶金工艺从废旧电池中提取回收锂材料，并将其交付给欧洲客户。

这是其回收锂材料首次实现商业交付，标志着这家初创企业迎来了重大突破。

Tozero于2023年7月开始在慕尼黑的一座工厂中开展试点运营。公司表示，其先进的湿法冶金工艺可以最大限度地从废旧电池中回收锂和石墨等有价值的材料。这些关键的电池材料回收后将重新投入供应链，大大减少了对新材料提取和加工的需求，与传统的锂矿开采和加工技术相比，可减少高达70%的二氧化碳排放。

Tozero在星期二发布的一份声明中表示：“该技术与《欧洲绿色协议》的目标一致，有助于提前实现欧盟电池指令中提到的2031年电池回收率达到80%的目标。”

这家初创企业的目标是缓解欧洲面临的关键原材料供应挑战，计划到2026年将回收电池材料的生产规模扩大到数百吨，并构建起本地的电池供应链。



Tozero 联合创始人兼首席执行官 Sarah Fleischer 表示：“我们的使命是真正将锂离子电池产生的废料降至零，每吨回收生产的锂材料都意味着我们朝着减少生态足迹以及实现净零排放未来的目标迈出了重要一步。”

作者: Amit Panday Senior Research Analyst



更多电气化、动力系统和合规内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载

## 【供应商亮点】科思创携手汽车制造商和供应商，建立针对报废车辆的塑料闭环回收体系

2024年5月3日

主要合作伙伴包括中国的蔚来汽车和大众汽车，中国回收企业格林美以及 TÜV 莱茵等第三方认证机构



Source: Getty Images/petovarga

随着全球对可持续发展的日益关注以及监管要求的日趋严格，汽车行业意识到塑料回收对于可持续发展的必要性。为了应对这一变化，德国供应商科思创日前宣布与汽车价值链合作伙伴携手合作，并率先提出车用塑料闭环回收的概念，这一解决方案有望解决汽车行业塑料废物管理方面面临的挑战。

根据该公司于 4 月 23 日发布的一篇新闻稿，在德国联邦企业 GIZ（德国国际合作机构）发起的联合试点项目下，科思创及合作伙伴将合作建立报废车辆中高价值塑料的闭环回收路径。目标是创建一个高效、可持续的车用塑料回收体系，从而推动更可持续的“行业转型”。

科思创在上海举办的 2024 中国国际橡塑展上宣布了这一试点项目。主要合作伙伴包括中国的蔚来汽车和大众汽车等领先汽车品牌所有者、中国回收企业格林美以及 TÜV 莱茵等第三方认证机构。

作为试点项目的一部分，专家团队将探索将废旧聚碳酸酯零部件（如报废车辆车灯）回收再加工成消费后回收（PCR）聚碳酸酯。随后，这些回收再生材料将重新用于生产车辆内外饰，从而有助于节约资源并减少碳排放。



该项目将为汽车制造业提供急需的长期解决方案，随着相关法规日趋严格，汽车行业正在寻求合规且高性能的优质 PCR 材料。例如，欧盟委员会在 2023 年提出了一项新规定，为了提高汽车行业的循环利用水平，规定新车中使用的塑料有 25% 必须来自回收利用，这其中 25% 必须回收自报废车辆。

科思创工程塑料事业部全球负责人王丽表示：“我们很荣幸能与志同道合的汽车价值链伙伴携手合作，率先在汽车行业实现塑料闭环回收。借助我们各方优势和资源，我们有信心建立车用塑料回收闭环体系，从而在源头上减少废弃物和碳排放，同时提高资源利用效率。通过这项联合项目，我们旨在推动汽车行业向更气候中性、更可持续的未来转变。”

此外，GIZ 负责气候、能源、环境和生物多样性领域的区域负责人 Martin Hofmann 表示：“汽车行业是全球资源消耗最严重的行业之一，但报废车辆中高价值塑料的回收潜力仍未被充分利用。GIZ 正在引领一项创新工作，积极探索报废车辆中高价值塑料的闭环路径。我十分相信，GIZ 和我们的合作伙伴可以为向可持续循环经济转型铺平道路。”

科思创计划在 2024 中国国际橡塑展上推出更多面向汽车行业的解决方案，例如智能前格栅和单材料聚碳酸酯大灯，这些产品专为智能网联汽车和循环经济的未来而设计。

作者：Kiran Bajad Senior Research Analyst



更多汽车供应链及技术洞见，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载

## 【供应商亮点】倍耐力在2024德国科隆国际轮胎展上展示新产品，重点关注可持续性

2024年5月3日

公司展台上展示的产品将特别关注可持续性



Source: Getty Images/Galina Shafran

倍耐力将于 4 月 22 日至 25 日在米兰举办的 2024 德国科隆国际轮胎展上展示其面向高性能汽车和摩托车的新产品和新技术。

公司首席执行官 Wolfgang Meier 着重强调了倍耐力作为汽车行业高端和豪华车市场领先合作伙伴的地位。公司展台上展示的产品将特别关注可持续性，并提供有关公司致力于可持续转型和打造面向未来产品的相关信息。

倍耐力即将推出的新产品包括 P Zero E 夏季轮胎，该轮胎结合了倍耐力最新的技术创新，能够满足电动汽车和可持续移动出行的最高需求。P Zero E 轮胎采用了全新的 RUNFORWARD 技术，即使在爆胎情况下，依然可以在 80 公里/小时的速度下继续行驶 40 公里。P Zero E 是首款使用 55% 以上生物基和回收材料制成的高性能轮胎，也是唯一通过第三方认证的轮胎。

此外，倍耐力还将展出适用于中型和紧凑型汽车的 Cinturato All Season SF3 轮胎。这款全季节轮胎在所有尺寸的欧盟轮胎标签认证中均获得了最高的 A 级湿地抓地力评级，并具有出色的稳定性、低噪音和低滚动阻力。第三方独立测试也称赞了这款轮胎在干燥、潮湿和雪地路面上的出色制动性能。

倍耐力商用子公司 DRIVER 也将在展会上展示其面向独立轮胎经销商和汽车修理厂的高端零售概念“DRIVER Tyres & Service”的产品优势。

- 根据轮胎尺寸不同，P Zero E 轮胎的生物基和回收材料含量范围为 29-31% 和 25-27% 之间。所使用的生物基材料包括天然橡胶、纤维补强材料、生物基化学品、生物基树脂和木质素，回收材料包括金属补强材料、化学品以及通过质量平衡-合成橡胶、二氧化硅和碳黑。
- Dekra 测试中心在 2023 年 12 月和 2024 年 1 月对尺寸为 225/40 R18 的 P Zero E 轮胎进行了比较测试，报告编号为 23CPCEXT-175-2。

作者：ATI News Team



更多汽车供应链及技术洞见，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载

## 【VIP专属文章】美国轻型汽车销量增长的同时，豪华汽车的市场份额增速放缓

2024年4月29日

**意义：**随着美国2024年1月和2月轻型汽车注册数据出炉，我们研究了2019年至2024年间每年前两个月豪华汽车和非豪华汽车注册量之间的相互影响。

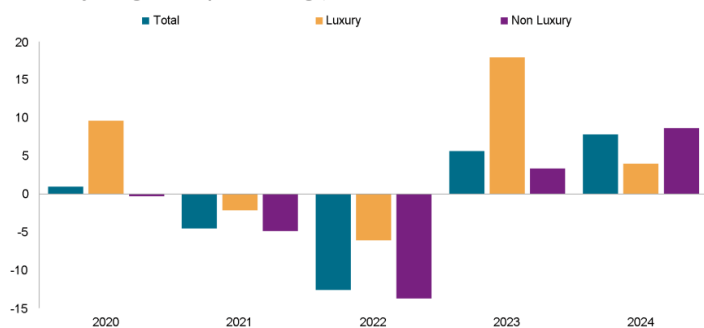
**展望：**随着2023年和2024年有更多的购车者回归市场，2024年初数据反映出这些购车者中更多的是非豪华车买家。近几年来，豪华汽车注册量的增速始终要超过整体汽车行业，但2024年前两个月的情况有所不同。汽车生产和库存逐渐接近正常水平，非豪华汽车购车者似乎正在回归市场。这促使车企更加关注通过提供更多价格更实惠的车型来满足更广泛消费者群体的需求。2023年美国轻型汽车销量同比增长约12%，S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计，2024年美国轻型汽车销量将同比增长约2.5%，达到1,600万辆。为了推动销量的持续增长，市场确实需要更多平价车型，豪华汽车的市场份额可能会继续发生变化。



Source: Getty Images

随着美国 2024 年 1 月和 2 月轻型汽车注册数据出炉，我们研究了 2019 年至 2024 年间每年前两个月豪华汽车和非豪华汽车注册量之间的相互影响。2023 年和 2024 年有更多的购车者回归市场，但初步数据反映出这些购车者中更多的是非豪华车买家。

Year over year registration percent change, Jan-Feb



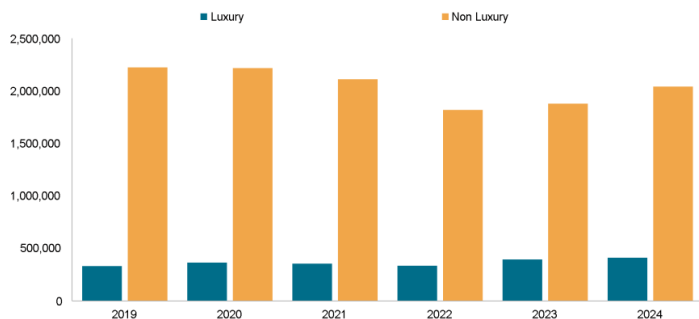
As of Feb. 29, 2024.  
Source: S&P Global Mobility.  
© 2024 S&P Global.

2020 年 1 月至 2 月，美国轻型汽车注册量同比增长不到 1%。然而，豪华汽车注册量同期增长了 9.6%，非豪华汽车注册量则下降了 0.3%。在新冠疫情期间及疫情之后，豪华汽车注册量的表现通常优于整体市场和非豪华车市场。2021 年，当汽车市场受到库存有限的影响时，整体销量同比下降了 4.5%；豪华汽车注册量下降 2.2%，非豪华汽车注册量下降 4.9%。2024 年 1 月至 2 月，整体注册量同比增长了 7.8%，但豪华汽车注册量仅同比增长 4%，非豪华汽车注册量则同比增长 8.6%。这一结果较 2020 年以来的情况发生了一定的变化，此前汽车市场的增长趋势倾向于豪华汽车。最显著的是 2023 年，当时豪华汽车注册量同比增长略低于 18%；而市场总注册量仅增长了 5.6%，非豪华汽车注册量仅增长 3.3%。然而，在一年之后，2024 年前两个月却呈现出相反的结果。轻型汽车市场总注册量同比增长 7.8%，其中非豪华汽车注册量增长 8.6%，豪华汽车注册量仅增长 4.0%。





Registrations, Jan-Feb



As of Feb. 29, 2024.  
Source: S&P Global Mobility.  
© 2024 S&P Global.

在市场份额方面，豪华汽车注册量在2023年前两个月也占据了最高的份额，达到了17.4%。至少自2019年以来，豪华汽车注册量的市场份额一直在稳步增长，2023年其市场份额同比增长1.8%，这也是过去五年来最大的百分比增长。2024年前两个月，豪华汽车的市场份额略低于17%。尽管这一数字仍处于历史高位，但也显示出自2019年以来市场份额出现首次收缩。

也许，推动豪华汽车注册量增长的最重要因素可能也有助于解释为何此前豪华汽车注册量飙升以及2024年前两个月增长为何放缓。注册量仍在持续增加；豪华汽车注册量在减少的表述是不准确的。2019年前两个月，豪华汽车注册量为333,324辆；2024年，这一数字为411,507辆。尽管特斯拉并不是唯一一个注册量增长的豪华车品牌，但豪华汽车注册量的增长很大程度上得益于Model 3和Model Y产能的增加。2019年前两个月和2024年前两个月的注册量差异为78,278辆。特斯拉是注册量最多的豪华汽车品牌，2024年前两个月的注册量为85,454辆，相比之下，2019年前两个月的注册量为32,319辆。在这五年间，特斯拉的注册量增长了164%，整体豪华汽车的注册量增长了23.5%。在2024年前两个月，特斯拉的注册量领先第二名雷克萨斯超过3万辆，尽管特斯拉的注册量同比下降了6.7%，而雷克萨斯增长了23.5%。如果特斯拉除外，2024年前两个月豪华汽车注册量同比增长7.2%，较2019年同期增长8.4%。2019年前两个月，特斯拉占豪华汽车注册量的9.7%；2024年同期，特斯拉在豪华汽车注册量中所占份额为20.8%，低于2023年前两个月的23.2%。

考虑到特斯拉对需求增长的影响，特斯拉注册量的下滑同样也可能带来巨大影响。2024年前两个月，特斯拉在美国的注册量下降了6.7%，而豪华汽车注册量总体增长了4.0%。特斯拉并非唯一一个2024年前两个月注册量同比下降的豪华汽车品牌，但其注册量减少了6,174辆。其他注册量下滑的品牌包括保时捷，同比下降27%，至8,487辆；奥迪同比下滑2.1%，至31,463辆；Lucid同比下滑33%，至691辆；由于极星正转向新车型，其注册量同比下滑68%，至632辆。特斯拉注册量减少6,174辆，这一数字要高于其他品牌注册量下滑的总和。

以下为VIP专属内容





作者: Stephanie Brinley Associate Director



更多轻型汽车预测内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载

欢迎添加客服 (SPGlobalMobility)，加入VIP群，获取完整文章

## 【VIP专属文章】科大讯飞专访 | 向软件定义汽车的转变

2024年4月30日

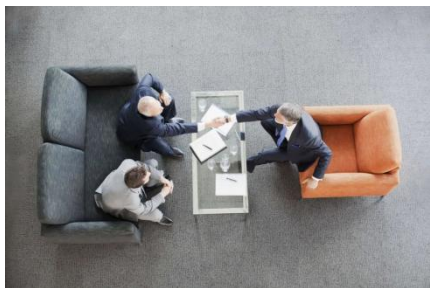
软件定义汽车 (SDV) 通过软件管理运行汽车、不断集成新功能优化汽车体验，改变整车价值。

软件定义汽车在发展过程中采取了类似智能手机的方式，将软硬件开发分离。汽车制造商为应用程序创建了“封闭花园”，这涉及持续的敏捷软件开发、增加的数据处理计算需求、模块化的面向服务架构以及针对网络威胁的增强安全措施。

汽车行业正迅速向软件定义汽车发展，软件定义汽车有望增强舒适性、安全性和定制化。随着汽车制造商和科技公司之间的合作如火如荼进行，软件定义汽车带来了额外的挑战，包括网络安全风险和复杂的设计。

从域架构到集中式架构的转变正在进行，汽车将逐步成为移动数据中心。在这一转型过程中，标准、协作和数字孪生技术是其中的关键因素，这预示着一个由软件塑造驾驶体验的未来。

为了更深入地了解这一转型，S&P Global Mobility[标普全球汽车]与包括科大讯飞在内的中国市场软件定义汽车的主要参与者进行了讨论。



Source: Getty Images

## 关键内容

- 分布式和集中式架构各有利弊，分布式架构具有更低的维护成本，而集中式架构则具有出色的灵活性以及集成新功能的能力。
- 由于高分辨率摄像头的使用，通信速度已从千比特每秒（Kbit/s）提高到千兆比特每秒（Gbps），车载娱乐系统需要大带宽，自动驾驶系统则需要实时数据通信和低延迟。
- 软件定义汽车建立在汽车硬件基础之上，随着移动互联网的进步，座舱域得到改进，实现了高阶智驾，汽车变成了一个多功能空间。
- 汽车行业的软件开发遵循Automotive ASPICE和IATF 16949等标准，每个领域都有不同的软件需求，并且中央计算机具有复杂的软件架构。
- 法律实施和可追溯性对于网联汽车的安全性至关重要，网络和网关的软件保护在防止未经授权的访问和恶意攻击方面发挥着关键作用。
- 在传统合作中，由于软件规格不确定，因此需要各方合作创造和开发，有效的软件开发需要合作伙伴关系、框架和不同软件模块的集成。自然语言理解（NLU）和大语言模型（LLM）改善了用户体验，而自动驾驶涉及训练算法，大语言模型还能促进了汽车设计并生成视觉效果，制造规划优化了生产流程，同时，大语言模型也在销售和市场营销过程中得到了应用。汽车手册提供了维修指导，销售人员则与客户建立情感联系。

雷琴辉

科大讯飞智能汽车CTO、副总经理



## 关于科大讯飞

科大讯飞是亚太地区知名的智能语音与人工智能上市公司。公司在语音识别与合成领域，处于全球领先地位，是中国人工智能领域的核心骨干企业。科大讯飞汽车行业产品覆盖了汽车智能座舱、智能音效、智能驾驶和汽车企业智能服务。截至 2024 年 3 月，其汽车智能产品和技术已嵌入并积累到 5700 万辆汽车中，在线互动次数达 100 亿次，月活跃用户达 2500 万。

采访内容是经过编辑的谈话实录。

作者:

Matthew Beecham, AutoTechInsight Research Manager, Supply Chain & Technology, S&P Global Mobility

Fanni Li, Principal Research Analyst, Automotive Supply Chain & Technology, S&P Global Mobility

欢迎添加客服 (SPGlobalMobility) , 加入VIP群, 获取完整文章



## 【即刻报名】解决方案在线研讨会 | 中国轻型车市场预测

2024年4月30日



### 中国轻型车市场预测

日期：2024年5月10日(星期五)

时间：北京时间下午3点

时长：1小时

语言：中文

#### 演讲亮点

这次网络研讨会将对中国轻型汽车市场预测进行全面分析，重点关注轻型汽车生产、销售表现、趋势，以及乘用车市场的竞争格局。标普全球汽车分析师团队将对中国最近的轻型汽车市场表现进行总结，向与会者提供最近市场发展及对汽车行业影响的深入见解，为理解市场当前状态提供坚实的基础。此外，网络研讨会还将深入探讨短期和长期市场趋势预期。参会者将全面了解驱动这些趋势的因素以及市场变化对汽车行业的潜在影响，欢迎注册收看。

#### 演讲嘉宾

徐捷 (Jerry Xu)

中国轻型汽车销售预测分析师，S&P Global Mobility



徐捷先生目前是 S&P Global Mobility 中国轻型车销量预测团队的分析师，主要负责中国乘用车销量研究与预测。在加入 S&P Global 之前，徐先生在上汽大众负责营销策略工作。徐先生拥有上海外国语大学国际贸易学硕士学位。

### 何珏 (Alison He)

#### 大中华区轻型车生产预测分析师，S&P Global Mobility

何钰女士目前担任 S&P Global Mobility 大中华区轻型车生产预测分析师，主要负责中国以及台湾地区轻型车辆产量预测，包括行业政策、市场趋势、OEM 战略、平台规划、产品生命周期以及中长期产量规划的预测以及分析工作，并着重研究中国品牌以及新兴品牌。加入 S&P Global 之前，何女士拥有超过 7 年汽车行业经验，先后服务于国内顶级汽车经销商集团以及 Top3 汽车零部件公司，担任销售运营分析及商业分析等职务。何女士拥有大连海事大学工学学士学位。

### 会议报名

**欢迎您预留时间，扫描以下二维码注册2024年汽车网络研讨会系列，提前锁定席位！**



###



## Email

[AskMobility@spglobal.com](mailto:AskMobility@spglobal.com)

## Local Automotive Site

中国 (中文) : [SPGlobal.com/China Automotive](https://SPGlobal.com/China_Automotive)

日本 (日文) : [SPGlobal.com/Japan Automotive](https://SPGlobal.com/Japan_Automotive)

韩国 (韩文) : [SPGlobal.com/Korea Automotive](https://SPGlobal.com/Korea_Automotive)

---

## Disclaimer

The information contained in this report is confidential. Any copying, reproduction, reverse-engineering, modification, distribution, transmission or disclosure of the Property, in any form or by any means, is strictly prohibited without the prior written consent of S&P Global Mobility. S&P Global Mobility owns all S&P Global Mobility logos and trade names contained in this report that are subject to license. The information is provided on an "as is" basis and there is no obligation on S&P Global Mobility to update the foregoing or any other element of the information. S&P Global Mobility makes no warranty, expressed or implied, as to the accuracy, completeness, or timeliness of any information in this report, and shall not in any way be liable to any recipient for any inaccuracies or omissions. Without limiting the foregoing, S&P Global Mobility shall have no liability whatsoever to any recipient, whether in contract, in tort (including negligence), under warranty, under statute or otherwise, in respect of any loss or damage suffered by any recipient as a result of or in connection with any information provided, or any course of action determined, by it or any third party, whether or not based on any information provided. The inclusion of a link to an external website by S&P Global Mobility should not be understood to be an endorsement of that website or the site's owners (or their products/services). S&P Global Mobility is not responsible for either the content or output of external websites. Copyright © 2024, S&P Global Mobility®. All rights reserved and all intellectual property rights are retained by S&P Global Mobility.