

专题访谈：OPPO

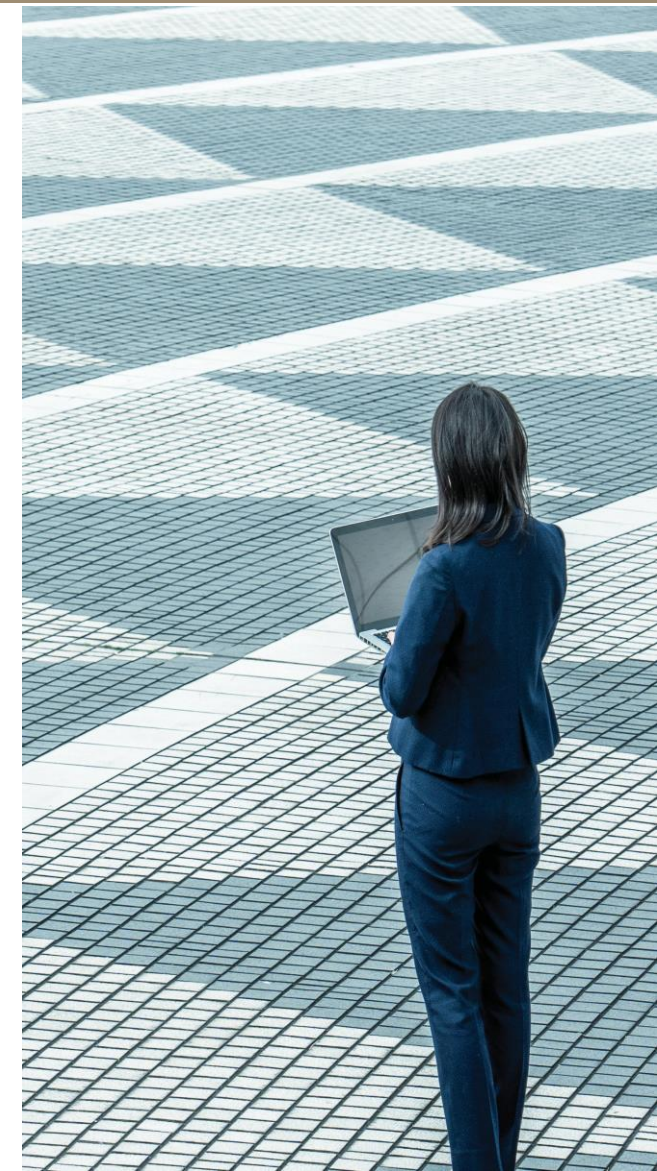
智能手机作为汽车的第六域

2024年5月



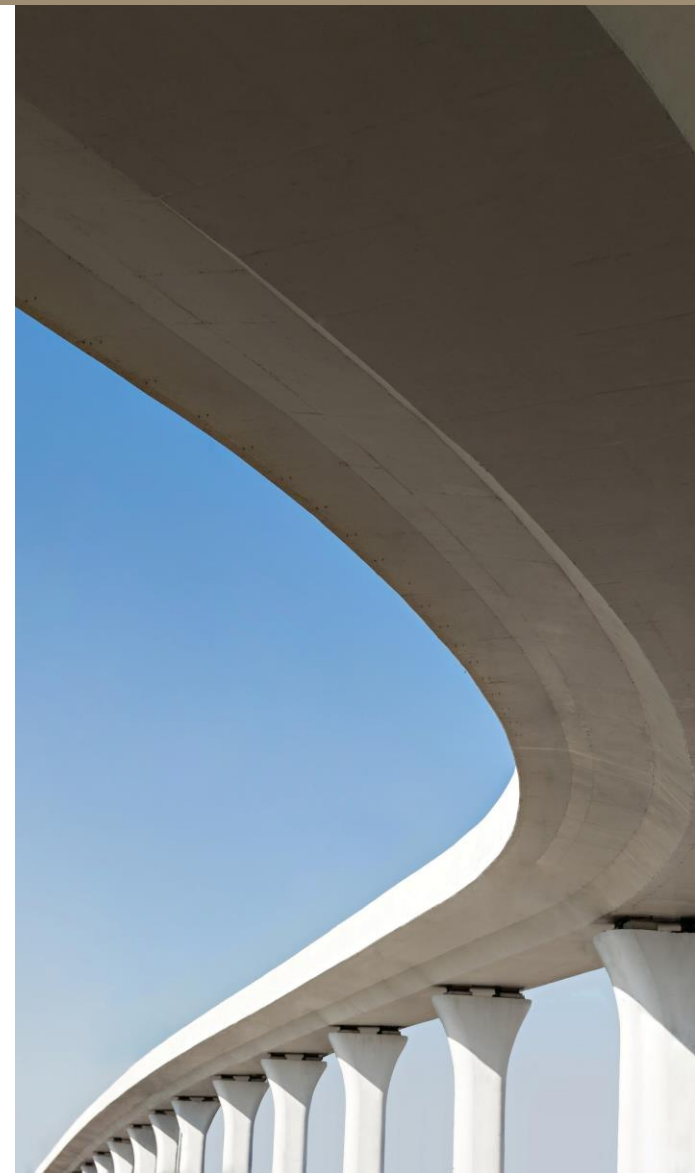
软件定义车辆（SDV）的出现意味着汽车行业和更广泛的移动生态系统的巨大变革。软件定义车辆不仅仅是传统车辆，还可以作为互联互通、数据生成、个性化和实现盈利的平台。它有可能颠覆现有的商业模式，推动创新，重塑我们对车辆的认知。软件定义车辆的影响不仅限于汽车行业，还影响了公共交通、城市规划和能源行业。但在消费者接受度、监管适应性以及在“车轮上的计算机”这个新时代，传统汽车制造商与科技巨头争夺主导权等方面，仍有一些悬而未决的问题。

OPPO是一家中国的消费电子和移动通信公司。该公司专注于生产智能手机以及其他电子设备，如音频设备、智能手表，目前正在进军汽车领域。例如，OPPO已与上汽合作开发网联汽车与手机的车机互融体验。上汽旨在将其车辆与智能手机和其他智能设备配对，从而实现无缝智能的用户体验。OPPO将在合作中提供软件专业知识，以实现这一愿景。上汽的设想是未来驾驶者进入车辆时，其智能手机可与车辆自动连接并对车辆进行配置，并采用面向服务的通用用户界面，可适应任何仪表盘屏幕。为了了解更多关于OPPO的信息以及它如何在汽车行业加强业务布局，我们专门采访了OPPO智行总经理章欣先生。



智能手机能否成为第六大汽车领域？

- OPPO在建立智慧车联开放联盟方面发挥了重要作用，该联盟旨在整合智能手机和网联汽车。
- OPPO与汽车制造商合作，将智能手机功能与车辆功能整合在一起，并展望充分利用车辆传感器的算力和感知能力这一重大机会。
- 对于更高级别的自动驾驶，责任划分是汽车共享面临的一个关键问题，目前尚不明确事故发生时谁将被追究责任。与汽车制造商的合作非常重要，这将在智能手机和车载娱乐系统之间创建无缝连接，尽管在连接规则和限制方面仍存在不确定性。



标普全球汽车:

您能简要分享一下OPPO进军汽车行业的领域及动机，特别是关于云端、驾驶体验和自动驾驶领域的情况吗？

OPPO:

在汽车行业，我们专注于各种组件。首先，我们正在开发可以为汽车智能手机充电的硬件。OPPO拥有知识产权并向一级供应商提供这项技术。通常，车载无线充电智能手机的功率约为15瓦，但是通过我们的知识产权，无线充电功率可以提高至50瓦。我们还参与开发各种组件，如智能手机生态系统、软件、互联网和电子连接。

自2019年以来，我们与中国汽车制造商长安和比亚迪合作开发数字钥匙。多年来，这种合作促成了智慧车联开放联盟（ICCOA）的成立，目前已有200多家成员单位。该联盟的目标是创建一个无缝集成智能手机和网联汽车的生态系统，从而更快地实现智能手机应用与网联汽车应用的融合。

我们还在开发一个人工智能模型，这是一个大型语言模型。这个模型背后的想法是将目前包括数字座舱、高级驾驶辅助系统（ADAS）、车身、底盘和动力系统在内的车辆域进一步扩展，将智能手机作为汽车的第六域。目的是摆脱智能手机与车辆的单向投屏，实现智能手机和车辆之间的双向交互。

标普全球汽车:

OPPO与汽车客户之间的合作性质 与其他行业有何不同?

OPPO:

在汽车行业，OPPO与汽车制造商之间是生态系统合作伙伴关系。OPPO在汽车行业充当客户的角色，与汽车制造商合作从消费者的角度获取洞见。基于他们的经验，OPPO了解到年轻消费者更喜欢使用不同的应用，并寻求快速获取问题的答案。因此，OPPO认为将智能手机功能与车辆功能整合变得至关重要。

在网联汽车领域，车辆拥有可以感知外部环境的传感器。OPPO认为这种整合类似于在车辆内部配备智能手机和智能办公设备。虽然智能家居和办公室拥有众多的联网设备，但汽车场景通常涉及两个主要设备：智能手机和智能车辆。OPPO认为，提供不同的应用来满足消费者的需求，并将智能手机功能与车辆传感器融合很重要。目前，车辆传感器具有更强的算力和更好的传感器感知能力，这对OPPO来说是一个重要的机会。

标普全球汽车:

考虑到汽车逐步向完全自动驾驶发展，您预测汽车所有权、汽车共享和车内娱乐系统将会有何变化，特别是随着电动汽车中流媒体和游戏服务的出现？

OPPO:

对于L3级和L4级自动驾驶，OPPO尚未在高级驾驶辅助系统（ADAS）领域推出相关产品。在中国，重点聚焦在软件方面，推动了许多创造性和创新性应用的开发和发展。在汽车场景中涉及游戏、视频会议的例子，甚至还有在车内舒适的座椅和车内环境中午休的情况。

明确责任这一点很重要，特别是在L3级和L4级汽车共享中。一旦发生车祸，责任应由高级驾驶辅助系统服务提供商还是由实际驾驶者承担目前还尚不清楚。责任缺乏明确性影响了不同国家的法律。然而，随着更高级别的自动化变得更加普遍，车内的娱乐和生活类应用将有更多的可能性。

从OPPO的角度来看，与汽车制造商合作开发智能手机投屏和应用对于建立智能手机与车载娱乐系统之间的无缝连接至关重要。目前已经制定了一些规则，例如限制在驾驶时访问车辆视频应用，但目前尚不确定这些规则是否合适。

标普全球汽车:

随着自动驾驶和软件定义汽车的出现，贵公司在确保汽车行业重要市场份额方面的长期目标是什么？

OPPO:

我给你举个例子，我们已经为大众市场生产的一款车载应用。我们有一个名为“Desktop”的应用，它是OPPO智行的产品集。当你点击该应用时，会显示全部智能手机应用。这为智能手机应用快速无缝地集成到车载信息娱乐系统提供了便利。

在智慧车联开放联盟中，有14个不同品牌使用相同的协议，可快速为网联汽车配备智能手机应用。这允许汽车制造商开发自主应用以及与智能手机相关联的应用。它在中国市场创造了一个丰富的生态系统。

未来，将会出现可以个性化并投屏至汽车的智能手机应用链接。这将使用户在车内也能够拥有相同的消费习惯，并创建一个可以将智能手机应用投屏到车载信息娱乐系统的小部件。

问题 5

标普全球汽车:

随着车辆发展趋向于软件定义，就有可能产生经常性软件收入。贵公司计划如何利用这个机会，你们在汽车软件市场上考虑采取什么盈利策略？

OPPO:

我推动建立了智慧车联开放联盟，将智能手机生态系统与智能汽车生态系统整合为一个创新中心。这一点非常重要，因为软件定义车辆的汽车制造商需要提供SOA[面向服务架构]框架，这框架允许智能手机和智能汽车应用的融合。这是实现软件定义车辆的第一步。

第二点是有可能产生服务收入。在我看来，服务提供商有机会通过提供服务来产生收入。例如，当我们开车到达办公室并需要寻找附近的商店点一杯咖啡时，该服务可以基于位置的服务自动完成。咖啡供应商可以了解消费者的行为并提供个性化服务。这一切的基础是一个无缝的数字体验。

标普全球汽车:

随着中国供应商的涌现以及科技公司与汽车制造商之间合作的增加，您预计未来的合作格局将如何演变？

这会为进一步的合作和创新创造什么机会？

OPPO:

智慧车联开放联盟正在建设一个平台，这就像建设一条高速公路。正如高速公路布设有加油站一样，这个平台提供了无数的机会。该联盟的目标是创建一个平台，推动汽车制造商创新和开发新技术。

目前在中国市场上有200多个汽车品牌 and 10多个智能手机品牌。如果智能手机行业的开发者要为车辆平台开发不同的应用，一个标准协议是必要的。该标准协议允许物联网设备连接到汽车，从而支持在这种商业模式下开发各种应用。

规模化很重要，因为一个应用不能满足所有用户的需求。因此，需要一个标准协议来服务成千上万的最终用户。标准协议是将物联网设备与网联汽车连接起来的关键。

智慧车联开放联盟正在努力推动该平台标准化，以确保所有生态系统合作伙伴均使用相同的系统协议。



Matthew Beecham

AutoTechInsight 研究经理
供应链与技术部
标普全球汽车

Matthew Beecham 是标普全球汽车的 AutoTechInsight 平台的研究经理。

Beecham先生拥有近三十年的行业知识和广泛的人际网络。他的专长横跨 ATI 领域，提供车间见解并进行高层访谈。

他曾就职于 GlobalData plc、Just Auto、HORIBA MIRA、Economist Intelligence Unit (EIU)、麦肯锡、AT Kearney 和 ATI 的前身 Supplier Business。

Beecham先生拥有克兰菲尔德大学汽车技术转让博士学位。



李凡妮 (Fanni Li)

车联网首席分析师
汽车供应链与汽车技术预测
标普全球汽车

李凡妮女士是标普全球汽车车联网以及用户体验团队首席分析师, 负责全球市场车载影音娱乐应用商城, 车联网, 整车空中升级等技术趋势预测, 带领团队对整车软件功能, 车联网服务等新型商业模式进行市场分析以及预测。

李女士拥有10年以上汽车行业经验, 加入公司前, 她负责法资整车厂车载影音娱乐及车联网相关产品开发工作。

李女士拥有法国贡比涅技术大学的机电一体化工程硕士学位以及澳大利亚堪培拉大学的MBA学位。



章欣

OPPO智行总经理

TMT行业16年工作经验，曾主导OPPO在AI游戏，数字孪生领域从0到1的产品技术创新，现任OPPO智行总经理



标普全球汽车

标普全球汽车助力客户能够预测变化并坚定地做出决定。我们的专业知识有助优化客户的业务，寻找合适的消费者并塑造汽车移动出行市场的未来。利用技术和数据科学提供独到见解、预测和咨询服务，涵盖每个主要市场和整个汽车价值链——从产品规划到市场营销、销售及售后市场。

我们解决方案的历史可追溯到20世纪20年代，当时R. L. Polk发布了第一份车辆登记报告，如今，几乎所有汽车制造商、95%以上的一级供应商、媒体机构、政府、保险公司和金融利益相关者都在使用我们的解决方案，以提供可操作洞见，从而实现更好的决策和更好的结果。

oppo OPPO智行

“科技为人，以善天下”的品牌使命是OPPO 创新和技术发展的源动力。它也意味着 OPPO 致力于帮助每一个拥有进取精神和创新精神的个人获得持续发展，也帮助企业所在地区的科技、经济、文化得以发展，同时践行本分美善文化，助力人类超越恶性竞争，构建互利共赢、包容共进的美善社会，推动人类文明的进步。

联系我们

美洲地区 +1 800 447 2273
欧洲、中东和非洲 +44 1344 328 300
亚太地区 +604 291 3600
日本地区 +81 3 6262 1887

AskMobility@spglobal.com

汽车网站

[JP](#)

[CN](#)

[KR](#)

[EN](#)

[汽车活动日历](#) | [新闻与资料社群\(MNAC\)](#) | [汽车讨论](#)



汽车领英群组



汽车微信客服



汽车客户公告



汽车YouTube

版权所有©2024 S&P Global Inc. 保留所有权利。

本材料，包括任何软件、数据、处理技术、指数数据、评级、信用相关分析、研究、模型、软件或其他应用程序或由此得出的内容，或其任何部分内容（统称为“有关内容”）构成S&P Global Inc及其关联方（合称“S&P Global”）和/或其第三方提供商及许可方的专有和保密信息。S&P Global代表自身及其第三方许可方保留对有关内容的所有权利。本材料根据一般公众可用信息及可靠来源，仅为提供信息而编制。

未经S&P Global的事先书面许可，严禁以任何形式或任何方式对有关内容进行复制、翻印、逆向工程、修改、分发、传播或披露。有关内容不得用作任何未经授权或非法用途。S&P Global的意见、声明、估计、预测、报价以及信用相关分析和其他分析均为截至发表之日的意见陈述，并非事实陈述，不作为购买、持有或出售任何证券或进行任何投资的建议，也不代表任何证券的适宜性，且S&P Global没有义务更新上述内容或有关内容的任何其他内容。有关内容及其构成如有变更，恕不另行通知。

有关内容“按原状”提供。S&P Global或任何第三方提供商（统称“S&P Global各方”）概不作任何明示或暗示的保证，包括但不限于保证用作特定用途的适销性或合适性；保证不存在漏洞、软件故障或瑕疵；保证有关内容的运行不会中断；或保证有关内容可在任何软件或硬件配置下运行，且不对有关内容的准确性、可用性、完整性或及时性，或通过使用有关内容而获得的结果作任何明示或暗示的保证。对于任何不准确、错误或遗漏（无论出于何种原因），S&P Global各方概不以任何形式对任何接收方承担责任。除非另有限制，对于任何接收方因有关内容而遭受的，或与有关内容有关的任何损失或损害，或因其自身或任何第三方确定的任何行动而遭受的任何损失或损害，无论是否基于有关内容或与有关内容有关，S&P Global各方均不对任何接收方承担任何责任，无论是合同责任、侵权责任（包括疏忽）、保证责任、法规责任还是其他责任。在任何情况下，S&P Global概不对任何一方因使用有关内容而造成的任何直接、间接、附带、惩戒性、补偿性、惩罚性、特殊或相应而生的损害、成本、开支、法律费用或损失（包括但不限于因疏忽造成的收入损失或利润损失以及机会成本或损失）承担责任，即使在已获悉可能发生该等损失情况下亦然。在进行投资和其他业务决策时，不应依赖有关内容，有关内容也无法取代用户、其管理层、员工、顾问和/或客户的技能、判断和经验。

S&P Global徽标是S&P Global的注册商标，本文档或材料中使用的S&P Global商标受国际法律保护。任何其他名称可能是其他所有者各自的商标。

S&P Global在本材料中提供的外部网站链接，不应被理解为对该网站或网站所有者（或其产品/服务）的认可。S&P Global不对外部网站的内容或输出负责。S&P Global把其业务单位的若干活动相互隔离，以保持其各自活动的独立性和客观性。因此，S&P Global的部分业务单位可能拥有其他业务单位缺乏的信息。S&P Global已制定政策及流程，对所获取的与各项分析流程相关的特定非公开资料进行保密。S&P Global可能会就其评级和某些分析收取费用，通常向证券发行人、经纪商或义务人收取。S&P Global保留传播其意见和分析的权利。