

车内“无人化”商业运营落地在即 华为、腾讯等跨界逐鹿自动驾驶

◎记者 俞立严 温婷

8月22日,北京亦庄,一辆正在行驶的车辆前排驾驶和副驾驶位空无一人,而后排的乘客却神情淡定。作为国内首个试点区域,北京“车内无人”自动驾驶试验区商业化落地在即,百度、小马智行等企业正在抓紧调试,在北京亦庄区域即将可以召唤到驾驶座没有安全专员即彻底无人

的Robotaxi(自动驾驶出行)智能车,付费完成出行全过程。上海证券报记者近日采访获悉,“无人化”自动驾驶新技术正从实验室走进人们的真实生活,伴随主管部门和多地政府的鼓励以及用户接受度的提升,华为、腾讯等巨头正积极跨界押注自动驾驶,提前布局汽车智能化未来新一轮发展。

无人化让安全员“远离”方向盘

28岁的张超,是小马智行的远程安全员。此前,张超担任过自动驾驶测试车的主驾安全员、副驾安全员和后排安全员,伴随技术进步和商业化运营的加速,张超的角色一步步离汽车的方向盘越来越远,直到坐到远程协助平台的电脑前,继续负责车辆安全。

“某种程度上说,有些像玩遥控游戏。”张超称,如今自己和不少同龄人一样过上了朝九晚五的规律生活,但和一般白领不同的是,他需要一直盯着屏幕,时时关注路况车况,并在车辆系统请求帮助时及时做出反应。“主要是在遇到封路等突发情况时改变路线,如果是恶劣天气就靠边停车。”张超等远程安全员需要做的主要是重新选择路线和车辆维护等后续工作。

作为“无人化”车辆测试阶段首批尝鲜乘客,北京市民陶先生向记者介绍,他已是每周“试车”七八次的高频用户,主要是满足在亦庄上班的通勤需要。陶先生表示,相比网约车和传统出租车,无人化的Robotaxi乘坐体验感更好,车里没其他人感觉更自在,而且打车流程不复杂,但优惠更多。

“自动驾驶是我的梦想。因为我自己不爱开车。特别是后排坐着两个小朋友的时候,还要照顾他们。”百度智能驾驶运营管理部资深高级专家吴琼称。在她看来,不断提升的自动驾驶技术可以“释放”很多不爱开车或者不方便开车人群的时间,意义重大。

吴琼表示,未来的“无人化”自动驾驶可以让人们享受到更便利的出行服务,同时提供更私密

的出行空间。在商业化方面,吴琼透露,自动驾驶还有一个亮点就是“不挑单”,在传统出行行业里,会有针对长单短单的“挑单”现象,对于不同订单,百度的自动驾驶系统都是一视同仁地给予相应服务。对于“无人化”自动驾驶车辆的收费,百度目前希望更多的潜在消费者来体验和尝试自动驾驶,所以具体费用肯定不高。

对于体验乘客吐槽的车速不够快的问题(“无人化”车辆城区限速60公里/小时),吴琼解释称,百度的这批车辆本身速度其实并不受限制,只是在路上行驶时,百度是以遵守交规和安全行驶为第一原则。“没有安全就没有一切。交通行驶中有将近96%的事故,是由于不按规定车速行驶或超



小马智行的自动驾驶车队

速引起的,所以百度对于自动驾驶严格遵守限速的规则。”

小马智行副总裁、北京研发中心负责人张宇表示,小马智行在北京亦庄的“无人化”测试已经进行了7个月,单车一天有二十几单,没有发生一起安全事故,安全系数已经达到人类驾驶员的10倍以上,可以应对一些突发事件,比如突然出现的小猫小狗等动物、水桶和垃圾等异物,以及其他车辆的鲁莽驾驶行为。

费用方面,小马智行有关人士介绍,“无人化”收费标准与此前“主驾安全员”和“主驾无安全员、副驾有安全员”阶段的收费一致——高峰时段3元/公里,非高峰时段2.6元/公里,实际运营时还有折扣优惠。

华为、腾讯等跨界布局自动驾驶

除本次获得牌照的百度和小马智行,华为、腾讯等巨头也渴望获得汽车智能化的市场新“蛋糕”,主动跨界加大对自动驾驶的投入。7月31日,华为有关人士向记者透露,当前华为汽车BU研发人员有7000多人,其中的70%至80%已经投入自动驾驶的多方面研发中,华为智能汽车BU智能化部件发货量已经超过200万辆。

坚称“不造车”的华为目前确认的智能汽车业务主要有三种模式,分别是零部件供应模式、HI模式和华为智选模式,此前只有HI模式搭载华为智能驾驶系统,但从华为近期对外释放的信息看,如今智选车也将加入,采用华为智能驾驶系统。

华为常务董事、智能汽车解决方案BU CEO余承东日前表示,HUAWEI ADS 2.0在和赛力斯合作的AITO问界M5华为高阶智能驾驶版新车型上首发后,后续在长安汽车旗下的阿维塔11、北汽蓝谷旗下的极狐阿尔法S·HI版将升级,未来将有更多车企的车型搭载。

另外,华为云近期发布了盘古大模型3.0,可以快速适配、满足行业的多变需求。近期,多家自动驾驶算法公司已将盘古大模型应用于场景生成、场景理解、预标注、多模态检索等场景中,大幅提升数据处理效率。

腾讯也在积极跨界自动驾驶。“在自动驾驶方面,腾讯不做自动驾驶全栈算法、不做Robotaxi,核心为企业

提供自动驾驶研发、运营所需要的数字技术,基础设施,包括云、高精地图等。”腾讯相关负责人表示。以“云计算”为切入口,腾讯已在上海开设了行业首个专为智能汽车行业打造的云专区,从硬件选型到云上工具链都是专为自动驾驶、智能汽车特殊需求定向优化的,兼顾行业对数据合规、成本可控和技术先进的需求。

6月20日,腾讯宣布基于全真互联技术打造的首个自动驾驶综合创新实践项目在北京完成全闭环运行,未来将在腾讯全球总部企鵝岛进行工程部署。该项目以腾讯北京总部园区为实验基地,运用单车智能、车路协同、实时数字孪生、5G超控等全链条能力,实现车路云一体化全面创新。

“我们将利用多模态大模型推动自动驾驶技术。比如,通过AIGC(生成式人工智能)去产生大量的困难样本,用环视感知和多模态数据实现感知和决策一体化的集成,更接近人类的驾驶行为。”商汤科技首席科学家、绝影智能汽车事业群总裁王骁刚表示,基于商汤大装置的软硬件以及日日新大模型体系,绝影提出“驾、舱、云”三位一体战略,希望赋能智能座舱、自动驾驶和车路云的协同。

自动驾驶已至商业化前夕

“国内多个地区的自动驾驶商业化尝试近期都在提速。”罗兰贝格合伙人吴钊分析称,华为、腾讯等跨界押注自动驾驶的背景是,从中央到地方对自动驾驶探索的鼓励和用户

接受度的提升,自动驾驶商业化提速将对整个产业链起到明显的拉动作用。罗兰贝格分析报告认为,Robotaxi有望在远期变革人们的出行方式,现在已经临近商业化前夕,痛点问题的渐进式解决会推动商业化的落地。

6月21日,工业和信息化部副部长辛国斌表示,将启动智能网联汽车准入和上路通行试点,组织开展城市级“车路云一体化”示范应用,支持L3级及更高级别的自动驾驶功能商业化应用。

据不完全统计,2023年上半年,国内各级各部门已经公布了近30条自动驾驶产业相关政策和规定,从产业结构、技术创新、网联基础设施等多方面鼓励自动驾驶行业发展。其中,北京市自动驾驶办公室发布了全国首个数据分类分级管理细则和数据安全管理办

法,上海市发布了高快速路测试与示范实施方案和无人驾驶智能网联汽车创新应用规定,《深圳经济特区智能网联汽车管理条例》首次对智能网联汽车的准入登记、上路行驶等事项作出具体规定,更加明确责任判定标准。

用户接受度方面,中信证券在近期发布的研报中表示,乘用车智能驾驶的核心价值在于为驾驶员减轻驾驶疲劳,后期L3国家标准出台后,驾驶员可实现脱手、脱脚乃至脱眼驾驶,同时与主机厂分担事故责任,消费者的高阶智驾体验将得到显著提升,这对强化消费者认知、培养消费者需求将有助力,进而推动自动驾驶汽车产业链的整体发展。

“混合派单的共享出行网络,是自动驾驶技术走进人们生活的最佳路径。”滴滴出行CTO兼滴滴自动驾驶CEO张博表示,随着运营区域逐渐扩大,自动驾驶开始进入深水区。作为网约车领域的“老运动员”,滴滴自动驾驶已经在广州、上海、北京、苏州等城市共拥有超200辆自动驾驶车,团队规模超900人,正持续推进自动驾驶商业化发展。

乐园经济再成香饽饽 “文旅+”模式渐成趋势

◎记者 罗茂林 郭成林

伴随旅游产业的强劲复苏,曾经作为“文旅+”重要业态的主题乐园再次成为“香饽饽”。日前,知名潮玩品牌泡泡玛特透露了旗下主题乐园的最新近况。

迪士尼和环球影城的成功,让业内看到“IP+旅游”模式的强大。经历了地产商主导的初期阶段,如今国内的主题乐园产业日渐成熟,内容价值不断彰显。上海证券报记者注意到,随着今年旅游市场的快速回暖,主题乐园类上市公司业绩也透出暖意。

IP 主导城市乐园

颇受年轻人喜爱的潮玩品牌泡泡玛特最近透露了旗下主题乐园的新动态。8月18日,泡泡玛特城市乐园总经理胡健对外阐述做泡泡玛特城市乐园正处于心路历程时表示,目前泡泡玛特城市乐园正处于最后收尾阶段,“将于9月下旬正式开业”。

胡健还谈了他对于主题乐园的一些思考。在他看来,并不只是那些有旋转木马、过山车等项目的才是乐园,凡是能让人从现实生活中逃离焦虑和烦恼获得美好体验的地方都是乐园,“我们的乐园就是设在快节奏的城市中,为人们提供短暂精神休憩的空间。”胡健说。

泡泡玛特的“乐园梦”,最早可追溯至2021年初。彼时,乘着“潮玩”东风,泡泡玛特董事长兼CEO王宁在当年分析师会议上首次公开透露,公司正计划逐步发展主题公园,但当时“只是个概念阶段”。2021年9月,泡泡玛特首家全球概念店在环球影城开业,被业界认为实际是“乐园初探水”。

此后,泡泡玛特与北京朝阳公园达成合作,朝阳公园授权泡泡玛特使用园区内“欧陆风韵”项目及其周边街道、森林。

“泡泡玛特的选择非常精巧,它与当下城市公共文化空间的趋势相呼应。”一位业内人士说,“在潮流文化、城市更新等多维度的加持下,对于泡泡玛特而言,朝阳公园只是第一步。”

从2021年开始,泡泡玛特尝试赋予门店更多体验,先后开设了上海迪士尼店、北京环球影城店、全球旗舰店、泡泡玛特壹号店等特色门店,让消费者能够在门店获取更多快乐。泡泡玛特城市乐园同样源于泡泡玛特对线下体验的思考,更多承担了“品牌朝圣地”的功能,希望通过乐园让消费者更深入地感受泡泡玛特的品牌文化。

此次泡泡玛特对于主题乐园的尝试在业内人士看来颇为“标新立异”。上述业内人士表示,公园拓展的文化内涵丰富了城市的文化元素,也展示了城市的文化风貌。公共空间的改造升级,提升了城市公共空间的文化活力,也塑造了市民游客的生活方式。

泡泡玛特日前发布的财报显示,公司上半年实现营收28.14亿元,同比增长19.3%;经调整净利润为5.35亿元,同比增长42.3%;净利润为4.77亿元,超过去年全年水平。

乐园经济重燃希望

今年以来,旅游业快速复苏,乐园经济亦从中受益。从携程门票数据来看,今年暑期,上海水上乐园门票的订单量同比增长近80%。上海玛雅海滩水公园、深坑海洋水世界、逸景冲浪水上嘉年华等景区人流量较高。

行业复苏的直接表现是上市公司业绩的修复。华强方特日前披露的财报显示,上半年公司实现营业收入28.7亿元,同比增长43%;净利润2.9亿元,同比大幅扭亏为盈,打破了2021年以来持续亏损的态势。华强方特表示,文旅行业正在快速恢复,运行态势逐步向好。

对于上半年收入较大幅度的增长,华强方特称,主要原因是主题公园运营恢复正常,收入增加。半年报显示,华强方特上半年来自文化科技主题公园的收入合计为24.9亿元,其中主题公园运营的收入为19.8亿元。

此外,宋城演艺一季报显示,春节黄金周期间旗下景区演出场次较2022年同期增长70%,可比口径下恢复至2019年的85%;游客接待量达到2022年的近3倍,可比口径下恢复至2019年的近90%。有迪士尼和环球影城在前,乐园经济一度被业内所看好。目前中国主题乐园市场规模已位居全球第二。

数据显示,从市场规模来看,我国主题乐园行业2019年市场规模已达到469.97亿元,过去10年CAGR(年复合增长率)为11.19%。预计2025年市场规模将达603.83亿元,2020年至2025年CAGR将达15.88%。

但另一方面,行业竞争较为激烈。有数据显示,我国已累计开发的主题公园旅游点有近3000个,规模性主题公园300余家,总占地面积600亩及以上或总投资15亿元及以上的大型和特大型主题公园93家。

主题乐园自然离不开“主题”,因而天然对内容IP有着强需求。回顾中国主题乐园发展的轨迹,除去最早一批地产商主导的“文旅+居住”项目外,影视公司无疑是最早一批“吃螃蟹”的人。

2018年7月,华谊兄弟投资35亿元的苏州电影世界投营,成为国内首个华语电影IP主题乐园。

近年来,随着中国电影产业的转型升级,“影视”与“乐园”的联动日益紧密。由于电影《流浪地球》的爆发,中国电影方面在2022年业绩说明会上透露,其正在筹建中国科幻电影乐园,以《流浪地球》系列科幻电影IP为核心,打造一个充满奇幻、冒险、体验和互动的旅游娱乐园区。据悉,该项目计划落地北京市怀柔区,毗邻国家中影数字制作基地。

■董事长专访

众辰科技张建军：紧跟自动化浪潮 勇夺行业定价权

◎孙小程

“希望众辰科技能够成为一家有行业定价权的企业。”近日,众辰科技董事长、总经理张建军在接受上海证券报记者采访时道出了对公司的期许。

8月23日,众辰科技在上交所主板挂牌上市。公司是专业从事工业自动化领域产品研发、生产、销售及服务的高新技术企业,主要产品为低压变频器和伺服系统等。而几乎所有需要自动化的工业场景,都离不开变频器和伺服系统。

变频器和伺服系统相关市场曾长期被国际品牌占据,近年来在国家的大力支持下,本土品牌逐渐打破垄断,与国际品牌掰起了手腕。不过,海外品牌目前仍然占据着绝大部分市场。在浩浩荡荡的工业自动化浪潮下,张建军坚信,众辰科技大有可为、大可作为。

销冠、劳模、创业者

1997年,在国企里做了两年的设备管理后,张建军决意离开土生土长的甘肃,怀揣着朴素的梦想奔赴上海。

初来上海,工业自动化专业出身的张建军,转身做起了销售。好在销售的产品是他熟悉的,也是他未来会打几十年交道的——变频器和伺服系统。

变频器是一种电力控制设备,通过改变电机工作电源频率方式来控制交流电动机。伺服系统又称随地系统,是用来精确地跟随或复现

某个过程的反馈控制系统。二者常常协同配合,应用于工业自动化的控制系统中。

在国企时安于一隅,做销售却要走南闯北。好在张建军很快适应了工作节奏的转变,还越干越有劲。他曾说:“像我这样一个普通人,要打拼出一个未来,就要像劳模一样努力工作。”

但一年过去,张建军为公司拉来了不菲的业绩,老板却抹掉了许诺的业绩提成,理由是“今年亏了,明年再说”。

张建军没有吃下这个“饼”,他心知老板明年还会用同样的理由来搪塞他,于是心一横:单干!开始给自己打工之后,张建军的“劳模精神”有增无减,他曾获得过上海市五一劳动奖章。在“996”这个词还没有诞生前,张建军已经连续二十多年坚持每周六上班。他的家和公司间有40多分钟的车程,但他每天都在7点前到公司,他是每天第一个到公司的人,也几乎是每天最后一个离开公司的人。

技术为要、成本领先

创业前几年,张建军的公司还是以销售国际品牌为主,彼时变频器和伺服系统是一个被海外品牌垄断的领域,国产品牌还未诞生。

随着在工业自动化领域的持续深耕,张建军坚信,自动化的发展潜力不可限量。因

此,他有了自己研发、生产产品的念头,这一想法在2005年开始落地,随即开始招兵买马,组建研发团队。

事后来看,张建军当时的选择极其正确,也为众辰科技后续发展找对了方向。目前,众辰科技自主研发和生产的“众辰”品牌低压变频器、伺服系统等产品的功率范围覆盖0.4kW至1200kW,广泛应用于空压机、塑料机械、工程机械、供水设备、冶金设备等行业。

自此构建起的技术优势,也被张建军视为众辰科技的底气所在。截至2022年12月31日,众辰科技拥有各类技术研发人员99人,研发团队稳定,对前沿技术的跟踪能力较强。在研发团队的努力下,公司在低压变频器和伺服系统等领域,均具有核心技术和自主知识产权。

“成本领先战略”也是众辰科技的制胜关键。张建军说,众辰科技的初心,就是制造性价比最高的产品。为此,众辰科技推行了全员质量成本控制和精益生产等方式,在日常管理中对内通过扁平化管理模式来降低管理费用,对外通过采取“工厂配套、行业专注”的经营理念来提升客户黏性。通过“多管齐下”,众辰科技有效控制了整体生产和管理成本。

成为有行业定价权的企业

近年来,人工智能、机器人、电子信息技