

车世界，在云上

车联网将会把互联网进行进一步的延伸，而这张网络网罗的“大数据”将会统归“云”进行计算和管理。

□ 撰稿 | 刘朝晖

特斯拉开放专利和谷歌无人驾驶车的面世，让传统汽车公司们忧心忡忡——因为这两家科技公司，正在将汽车作为整体进行研发和改造。未来的汽车究竟是什么样子？这对消费者也许只是一个选择问题，对汽车制造商们就是一个生死攸关的问题。到了互联网时代，如果没有互联网时代的思维，就只能等着被革命了。传统汽车厂家，面对的不仅是来自老对手的竞争，还有互联网巨头的强势挑战。

美国著名经济学家、未来学家、政治家杰里米·里夫金的《第三次工业革命》一书，提出以“能源互联网”为中心，推动新一轮创新经济的发展，造就人类社会第三次工业革命。包括无人驾驶技术在内的车联网技术，也许将是汽车行业把握自己命运的最后机会。

改变汽车 DNA

值得思考的是，百年来，数以亿计的汽车被制造出来，汽车产业的 DNA 却没有改变多少。

通用汽车前任研发和战略副总裁 Larry Burns 认为，在谷歌无人驾驶汽车到来之前，汽车界所谓的种种技术创新都没有从根本上改变汽车 DNA。而当车企们还在津津乐道发动机性能，以及内饰的奢华感的时候，谷歌这台带四个轮子的会跑的电脑，一下子用创新的手段对上了消费者的胃口。

每年全球因道路交通事故死亡的人数超过 120 万；每一工作日，人们平均花费 52 分钟在上下班路上。谷歌等科技巨头显然已经迫不及待要改变越来越令人沮丧的交通局面，雄心勃勃的目标是使这两项数字都减少 90%。谷歌博客上写道：“研发这套自动驾驶软件主要有三个作用：帮助预防交通事故，解放驾驶人，减少碳排放量。”

无人驾驶带来的改变不仅仅是安全，而且是人们生产方式和生活方式的改变，解放了人类在车中的一段时光。有业内专

家认为：“现在汽车行业是制造业，未来将是信息服务业。”对于无人驾驶技术的研发，从来没有像今天这么火热，对于车联网技术的拥抱，也是如此的迫切。汽车行业向终极智能汽车目标的不断努力，正是自我变革开始的体现。

长久以来，汽车制造商受到传统制造思维的禁锢，在致力于精密机械的同时，往往忽略对用户软性需求的关注。然而随着汽车的普及，消费者对车有了更深刻的认知，年轻的消费群体，对于移动互联网和智能科技元素的追求愈加强烈，这也是汽车行业主动向互联网靠拢的内生因素。

在专家们看来，车联网正在构筑智能汽车的主要 DNA。OnStar 提供汽车上实时交通咨询服务、丰田 G-Book 提供交通导航和道路救援服务，这些如今都一一实现在汽车上。而远程遥控启动汽车、打开车载空调也已得到实现，借助车联网收发邮件、查看信息，甚至刷刷微博几乎成为搭载车联网功能汽车的标配。随着车联网发展的深入，不断智能化的车载服务深刻改变着人们的交通生活。

拥抱大数据

事实上，智能化和电动化早已被公认为未来汽车的两大发展方向。特别是在马斯克成功打造特斯拉后，一下子引爆了本来就蠢蠢欲动打算进军汽车业的 IT 业巨头们的热情。国际范围内，苹果、谷歌等互联网巨头纷纷入侵智能互联行业。与此同时，汽车业也快速向互联网靠拢，双方展开越来越紧密的合作。

进入 2015 年后，国内车联网的热潮继续升温。3 月 23 日，北汽与乐视在香港签订战略合作协议，共同打造互联网智能汽车生态系统；3 月 13 日，上汽与阿里巴巴共同宣布：双方将共同打造“跑在互联网上的汽车”。在此之前，乐视公布“超级汽车”计划，奇瑞、易到用车、博泰电子三方宣布要“一起玩个大的”，打造下一代智能汽车。另外，东风、长安与华为联