

争夺高管，车企爆发“抢人大战”，有职位月薪开到11万元

当前，在智能电动汽车的风口下，入局造车的玩家日益增多，对造车人才的需求也随之高涨，形成了“僧多粥少”的局面。这也引发了新一轮的人才争夺大战。

造车赛道拥挤“抢人大战”开启

集度汽车是一家由百度和吉利共同成立的汽车公司。为了抢人，即便是周末，集度汽车首席执行官夏一平也会从早上9点开始，连续面试12个小时。

在出任集度汽车CEO的三个月中，夏一平的大部分精力都用在招聘上。在这家车企的招聘规划里，明年年底前，团队规模需要扩充至2500到3000人。紧随百度的脚步，小米造车也快速“抵达战场”。

近日，小米官方平台发布了大量自动驾驶领域相关职位，并全部做了加急处理。随着“造车大战”加速，人才再度成为最重要的核心资源。近期，小鹏汽车也发布了大量自动驾驶相关岗位，该公司今年的目标是：研发人员数量在年底前可以翻一倍。创始人何小鹏即便在路上，也在处理招聘相关的事件。

随着车企的“抢人大战”，汽车业人才大迁移乘风而起。某招聘平台的数据显示：新能源汽车已经成为新发职位增长最

快领域之一，同比增长103.53%。

比亚迪公司董事长王传福称，市场如战场。在目前的战役中，“高管争夺战”尤为显著。东风悦达起亚前总经理李峰，宣布加盟华人运通；百度智能汽车事业部前总经理顾维灏，加入长城汽车旗下的毫末智行；蔚来汽车联合创始人、前执行副总裁郑显聪加入富士康，任电动汽车平台首席执行官。高管们都在以前所未有的速度移动着。据不完全统计，今年截至6月15日，国内车企高层人事变动至少已发生近80起，共涉及车企高管75人。其中20人离职跳槽，半数加入新造车企业。

跨界车企“不差钱”行业抢人砸重金

为了获得“抢人大战”的胜利，各家车企开始比拼财力，开出高薪吸引人才。然而即便如此，整个行业依然面临着人才紧缺的情况。

今年3月底，雷军在小米发布会上宣布，正式进军智能电动汽车行业。同时也公开表示，小米今时不同往日，不差钱。

不差钱的小米预计未来10年，将投资100亿美元造车，约合人民币657亿元。据了解，小米汽车开出的现金工资比市面上同岗位高出二到三成。继雷军高调宣布造

车后，长城汽车董事长魏建军也表示，将加大对智能汽车领域的投入。

5月25日，长城汽车发布史上最大规模股权激励计划，授予对象占企业员工总人数的16.89%，以此来留住科研人才。

慷慨的不止小米和长城，财大气粗的车企们，在这场竞赛中加薪抢人毫不手软。小鹏汽车的资深算法工程师月薪超过3万元；理想汽车给智能驾驶舱高级系统工程师开出的月薪最高达6万元；蔚来招聘智能人机交互的首席系统架构师，月薪高达8到11万元。

数据显示，2015年，新能源汽车相关企业注册量首次突破1万家，2020年注册量达到7.3万家，增速高达40.5%。2021年上半年，已有7.4万家相关企业注册，同比增长183.4%。

当国内人才无法匹配这一需求时，“抢人大战”就延伸到了海外。德国慕尼黑是宝马和奔驰的总部所在地，有消息称，蔚来正在慕尼黑搭建数字架构实验室，大量招聘各类智能技术架构师。

小鹏汽车技术副总裁徐吉汉从96年开始在美国研发电动汽车，随着中国新能源汽车的快速发展，徐吉汉选择回国加

入小鹏汽车。

中国人才研究会汽车人才专业委员会理事长朱明荣：目前来说，国外比国内的情况好一些，但是人才流动也很频繁，因为智能化汽车是一个新兴、快速发展的产业，人才紧缺应该是全球现象。

“算法人”成车企的“心动嘉宾”

曾经，传统的汽车机械类毕业生是就业市场的香饽饽。如今，车企们纷纷向智能制造、软件算法等专业的人才抛出橄榄枝。人才需求的转变，反映出汽车产业的巨大变革。

面对众多车企高薪抢人的浪潮，传统汽车机械类的毕业生不再是车企最急需的人才。相比之下，新一代的“算法人”在当下的就业中变得炙手可热。数据显示：今年以来，在汽车行业，自动驾驶研发、智能座舱设计等岗位的需求同比增幅已经超过1.8倍。中国人才研究会汽车人才专业委员会理事长朱明荣：技术变革、产业重构之下，我们要重新定义汽车人才，行业需要更多跨学科、跨领域的复合型人才。在对传统机械专业毕业生的冷落和对算法等互联网人才追逐的背后，折射的正是汽车产业的颠覆性改变。

(上接第1246期)截至目前，百度、阿里、腾讯、华为等均展示了各自在汽车科技领域的投入和成果，差别在于，以什么身份、什么方式、什么节奏进行参与。

百度的设想是自动驾驶开放平台生态，由别人来开发自己的驾驶系统。百度2017年发布的Apollo计划，是面向汽车行业及自动驾驶领域的软件平台，旨在向合作伙伴提供一个开放、完整、安全的平台，帮助他们结合车辆和硬件系统，快速搭建一套属于自己的完整的自动驾驶系统。

截止到2021年6月，Apollo开放平台已经升级到了6.0版，平台拥有全球生态伙伴超过210家，汇聚开发者超过5万名，开源代码数达到70万行，与一汽、北汽、广汽等诸多车企形成了广泛的研发合作；同期，L4级Apollo自动驾驶路测里程也超过了1200万公里，是唯一一路测超过千万公里的中国公司。

不过，百度基本没有参与当下电动化方向上的布局，而是在共享无人车与自动驾驶巴士方向上进行探索，高度重视车路协同智能交通系统与高精地图、感知、算法等基础能力建设。

阿里自己开发了车载OS，并早早地联合厂家推出了上路车，引人注目。2015年，阿里成立了斑马智行，聚焦车载OS，随后，YunOS联合上汽推出的荣威RX5号称“世界第一款互联网SUV”(注意，并非真正意义上的新E/E架构与智能驾驶)，颇引人注目。

遗憾的是，荣威RX5并没有成为畅销、长销的爆款，营销动作的眼球无法换来由品质决定的口碑。与百度Apollo以开放平台的方式与所有类型车企开展生态合作不同，阿里更关注与自身业务相关的物流领域(比如菜鸟无人车)的自动驾驶与乘用车自动驾驶的前期研发。

腾讯秉持“不做硬件不造车”，希望凭借平台能力、工具链和迭代速度，融化在车企生态中，助力个性化定制。与阿里不同，腾讯相信有实力的车企未来都会自己做自动驾驶系统，一再强调“算法和数据都不是核心优势，闭环中的迭代速度才是”(从知识的公共属性、技术外溢与创新扩散的规律上说，这种看法很冷静)。

腾讯并非涉足汽车产业的某一具体领域，也不做大规模测试与运营，而是与车企等生态方合作，让主导权和控制权都握在车企手中，在开发云、模拟仿真、高精地图等工具和开发平台方向上投入精力，强调在车端和云端的闭环中对算法和体验进行快速迭代。

有趣的是，腾讯也强调“自主可控”，但他强调的内涵是“所有的接口和规范都灵活，可以根据客户需求去快速迭代和更改”。

华为提供了软硬一体化的高阶自动驾驶全栈解决方案，声称“不造车”，但对“华为牌”和消费者有强烈诉求。与上述互联网企业不同，作为一家制造业巨头，华为拥有任何人不会小觑的ICT软硬件配套实力；作为一家长期以来以战略驱动、危机感和奋斗著称的强大企业，在众所周知的战略情境

下，也不会有人怀疑华为从手机业务向系统软件和汽车领域进行转移的战略意图。

华为推出的ADS全栈解决方案，囊括了感知(毫米波雷达、激光雷达、摄像头)、算力(定制的ECU、能力突出的中央超算)、通信架构、算法与鸿蒙系统，展现出了“超级模块与神经网络”的实力。

截至目前，华为与四家车企形成了深度合作试点——与重庆小康工业是整体系统合作，因此小康赛力斯变成了华为智选赛力斯；与北汽、长安、广汽则是联合开发，强调Huawei Inside。

无论是已经上市的赛力斯，还是即将上市北汽极狐Arcfox，华为正在做的都是通过加速新架构与智能化的产业化进程，扩大市场教育和示范，抢占能够直通消费者心智的位置，毕竟，硬件和算力都将走向廉价，鸿蒙才是未来。

3. 新力量的生态之问

诚然，“开放平台”也罢，“不做硬件”也罢，“不造车”也罢，是上述新力量向在位者的立场宣誓，目的在友好合作。

然而，从创新生态竞争视角看，新产业力量能够快速形成关键生态规模、展现出在大众市场主流产品综合性能上的竞争力，这才是形成产业颠覆、重塑产业秩序的关键。换句话说，强调“不做什么”只有产业格局上的竞争意义，而为了产业更新，“做什么、做到什么程度”才是建设的重点。

长期以来，在时代机遇中，互联网企业依靠模式创新、产品创新盈利，并不以迈克尔·波特教授所说的运营效率、藤本隆宏教授所说的“能力构筑竞争”见长，是网络效应帮助胜出的搜索、电商、社交媒体企业建立了比特经济的长期护城河。

但是，车首先是一个物理存在，安全、载人、位移是它的基本属性，硬件的物理属性，使得它无法如比特般零边际成本的飘逸自在，效率是不可回避的话题。

汽车产业经历了百年的洗礼，在激烈的产业竞争中，全世界的汽车企业都认识到，精益制造与深度供应链合作才是盈利与生存的不二法门；即便是新势力的代表，特斯拉的产能提升以及连续的竞争性降价，也建立在从丰田习得的精益管理实力上。

2007年，藤本先生曾经点评，中国企业容易在具有“模块化”设计思想的产品上获得国际竞争力，而不善于“磨合型”(integral architecture)制造的组织力。

如此说来，面对必然，也必须要求磨合的电动化、智能化E/E架构，明明还有那么多需要深度合作才完成的创新任务，意欲跨界的互联网企业却“不、不、不”，难免有“吃惯了细粮的胃吃不了糙米”的嫌疑。

为了跑通一个关键规模生态，向顾客展现“已实现的综合性能”，“不、不、不”是显然不够的，大哥要有大哥的样子，生态的基石型(keystone)领导者需要多走几步。

2021年1月，百度宣布组建一家智能汽车公司，以整车制造商的身份进军汽车行业，而吉利将成为新公司的战略合作伙伴，这就是后来宣布的集度。

集度将AI、Apollo自动驾驶、小度车载、百度地图等核心技术全面应用于新车，双方还将基于吉利最新研发的浩瀚SEA纯电动智能化架构，共同打造下一代智能汽车。而在此前不久，阿里则已经宣布继续与上汽合作，联合开发全新架构的“智己”汽车。

在这样的背景下，再来看华为的解决方案与“灵魂”之问，应该能有更深入的理解。华为凭借自身的战略执行与效率优势，用“万事不求人”的方式，在创新的初始阶段，将大量需要跨组织沟通、协调、协同、磨合的环节内部化，形成了高度软硬一体化的ADS全栈方案，通过与小康工业这样的弱势企业合作推出新车，直接让市场和顾客感知到了“已实现的综合性能”。

所谓“内部闭环开发不墨迹”、“外部合作定位一致不龃龉”，确实是华为的文化，这种文化对看准了创新方向之后的军团攻坚战，确实是宝贵的财富。

只是，对华为来说，如何看待生态与建设生态，仍然是巨大的挑战。这是因为，鸿蒙系统的价值在于生态内容的枝繁叶茂，在完全网联化、共享化(即车不再是家庭资产)到来之前，车的销售仍然是消费者说了算，而消费者并不会因为一个几千元的鸿蒙手机而购买一部几十万的鸿蒙汽车，除非所有的汽车系统都可以变更成为鸿蒙。

考虑到所有的技术都会扩散，算法与数据也不是核心优势(运行中的快速迭代才是)，如何将更多的整车企业吸引到合作生态中来，各取所需，长期合作，这并不是“宁缺毋滥”这样的词语可以表述的。

为加速创新而形成的内部化，是否就全部都是自己的地盘?

2005年，为了推动双核64位架构的主板芯片组平台和双核奔腾处理器的销售，英特尔曾经推出过自有品牌的PCB主板，不过，当市场起飞后，英特尔退回到了自己的位置。还是那句话，“大哥要有大哥的样子”，也许，华为也需要在考虑利润前，多向伙伴迈几步。

有人说，将Huawei Inside与功能手机时代末期提供组合芯片的联发科联系起来，这是有趣的说法。在联发科的支持下，中国进入了“山寨机”时代，完成了功能手机的彻底普及。

但是，不要忘记，山寨机并没有影响诺基亚等主流大厂的市场地位。更何况，车与手机不可同日而语，智能车的时代才露端倪，若它是时尚与先锋，恐怕没有多少消费者愿意买山寨车，更没有像样的整车厂愿意做山寨车，再说，山寨谁呢?

在生态竞争视野中还有一个有趣的问题，那就是，为什么新力量要强调“不”?毕竟，如果一家企业有能力造了精品的硬件又造了划时代的车，改变了产业进程与面貌，会赢得一众的模仿，更会赢得全世界的尊敬……

三、长征不是难堪日，战锦方为大问题聊完了新力量再来谈传统势力，话题简单得多，但实践沉重得多。

因为，传统产业力量的挑战在于如何在

与新技术要素的结合中找到拓展、改造、升级的空间，保持“大主顾”的忠诚。这话听起来轻松，方向也确实清晰，但若超越庞大的沉淀资产和组织的路径依赖，做根本性的二次创业与第二曲线，这是正确而又极难的事。

长期以来，以三大三小(三大：上汽、一汽、东风；三小：北汽、广汽、天津)为代表的国有汽车产业主力一直走在“以市场换技术”的长征路上，30年里，掌握了静态、例行性的制造能力，但没有发展出动态、创造性的进化能力，发动机、变速箱等燃油车时代的核心技术也没有真正掌握，广为人诟病。

与之对应的是，以吉利、比亚迪等为代表的民营汽车力量，在20年不到的时间里实现了从筚路蓝缕到熠熠生辉的成长，就算是近年来涌现的蔚来、小鹏、理想等新物种，尽管饱受争议，但也扛起了旗帜，做出了特色。

本文多次引述了藤本隆宏先生的思想，因为他是日本精益制造理论之父、“模块化”理论的共同提出者。

按照他的理论，产品制造组织能力分成：1. 例行性的产品制造；2. 例行性的改进优化；3. 进化性质的创发演化，只有第三点才能称之为“能力构筑能力”，即顾客感知不到的精益效率(相对照，本文生态竞争框架的纵轴强调的是顾客可感知的价值)。

以丰田生产方式为代表的“能力构筑能力”有效的前提是产品架构稳定、不发生重大范式转变，因为一旦发生重大架构转变，过往高度的磨合专业化水平将作废失效，重新回到制造能力的出发点。

如果说，燃油车时代中国是后来者，引进-消化-吸收这条长征路上的难堪尚情有可原的话，那么，如今，在新能源、智能化浪潮中，中国至少与世界产业创新进程同步，还有世界第一的超大市场规模做坚强的支撑，这个起点很奢侈。

既然燃油车时代的核心技术与“能力构筑能力”将在新时代作废、失效，重新洗牌，那么，新架构、新起点之下，没有历史资产就变成没有历史包袱，中国的汽车传统力量们若不撸起袖子加油干，就实在说不过去了。

这样来理解上汽陈董事长的发言，相信更符合大视野下的产业实际。

具体来说，上汽早在2013年就启动了智能驾驶系统关键技术的自主研究，在自动驾驶领域持有多项专利，在高速及城区智能驾驶技术、智能驾驶控制器技术、V2X整车应用关键技术、高精地图技术等方面形成了一定的积累。

2018年，上汽就被授予国内了第一张智能网联汽车道路测试牌照，到目前，其整车测试累计里程已超过5万公里。

除了上汽等国有汽车力量，吉利、比亚迪等民营体系的新能源、智能驾驶布局早已有声有色，笔者今后再做梳理，此处不再赘言。

总之，新能源与智能驾驶的架构之争，就是中国汽车产业传统力量的锦州之战，只有赢下它，才能真正领导面向未来的汽车生态。(完)