

牵手八大国有车企 华为“车友圈”扩容

近日，随着一汽红旗与华为达成合作，中国八大国有车企已全部与华为建立合作关系，加之德系豪华品牌奥迪等纷纷拥抱华为，华为在汽车板块的布局已日渐成熟。

尊界 S800

享界 S9T



享界 S9T

阿维塔 06



近日，鸿蒙智行累计交付突破90万台。其中，尊界S800上市87天大定突破1.2万台，问界品牌累计交付突破75万台，智界R7/S7已累计交付11万台。“智界品牌开始驶入发展快车道。”余承东表示。

奇瑞集团董事长尹同跃近日表示，华为与奇瑞集团将投入专项资金超百亿元、研发人力超5000名，共同打造智界汽车，“智界品牌已开启2.0时代。”

鸿蒙智行旗下其他品牌车型已在路上。余承东透露，将于9月16日发布鸿蒙智行旗下首款旅行车——享界S9T，并将于9月23日发布尚界旗下首款车型——尚界H5，后者预售价16.98万元起，这是华为鸿蒙智行旗下车型首次下探至20万元以下，自此鸿蒙智行汽车车型将覆盖十几万元到上百万元的全部价位段，涵盖SUV、MPV、轿车、旅行车等车型。

尽管华为多次声明不造车，但其“要成为中国智能汽车领域的技术底座和生态核心，赋能中国汽车业智能化转型升级”的初衷已基本达成。华为近日官宣，乾崮智驾系统搭载量已突破100万辆，这是华为智能汽车解决方案商业化落地的又一里程碑。

“华为汽车技术扎实，通信、芯片、智能驾驶等优势明显，能提供优质智能驾驶方案与智能座舱体验，且业务模式多样，未来发展潜力巨大。目前华为汽车业务正进入快速发展与品牌塑造的关键期。”北京社科院副研究员王鹏表示。

车圈竞争新格局

随着华为汽车业务的不断发展壮大，汽车行业竞争格局或将生变。

目前汽车行业形成了以传统车企、比亚迪、“蔚小理”新势力、华为等为代表的市场竞争格局，呈现“传统车企加速转型，新能源新势力快速崛起，科技公司跨界渗透”的态势。

“随着华为汽车‘朋友圈’的不断扩大，以及华为智能汽车技术在全行业不断渗透，汽车行业格局未来将演变成华为、比亚迪、造车新势力等不同智能汽车生态圈之间的竞争。”业内人士表示。

例如，比亚迪的“天神之眼”智驾方案、小鹏的XNGP智驾方案、特斯拉已推出的FSD V12方案，都将在

智能汽车时代与华为形成正面竞争。

早在“2023年末来汽车先行者大会”上，余承东便表示，汽车行业竞争非常激烈，长远来看，只有一些公司能生存下来，华为和比亚迪都有机会成为幸存者。比亚迪在中国新能源汽车市场上表现优秀，华为则可凭借先进的智能网联技术帮助车厂更好地生存下去。

“华为的智能驾驶、智能座舱等技术，加速了中国汽车产业的智能化转型，尤其是在电动化和网联化方面，帮助国内车企缩小与国际品牌的差距；华为在芯片、操作系统、5G等领域的积累，为中国汽车供应链注入了核心技术，减少了对国外技术的依赖；华为与国有车企的合作，会带动一批中国品牌在高端市场崛起，挑战传统豪华品牌的地位。”张新原表示。

在中国市场高端车市场，特别是40万元以上汽车市场，鸿蒙智行占比最大，对奥迪、宝马、奔驰等豪华汽车品牌的市场份额形成一定挤压。

“鸿蒙智行模式可能成为行业标杆。”在张新原看来，中长期（5至10年），如果技术持续领先且合作深化，华为或成为全球汽车智能化领域的“安卓式”平台提供者，主导智能座舱和自动驾驶标准。最终，华为可能通过技术生态赋能，推动中国汽车品牌在全球市场崛起，甚至重塑豪车市场格局。

快速发展的同时，华为汽车业务也面临多重挑战。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为，随着“朋友圈”不断扩大，搭载华为汽车技术的车型逐渐增多，不同车企、车型之间如何实现差异化竞争值得关注，目前鸿蒙智行“五界”品牌存在同质化竞争问题，品牌名称与LOGO设计高度相似，普通消费者不易区分。

张新原认为，智能驾驶等技术仍需在实际场景中验证，尤其是安全性和法规适应性方面，任何技术故障都可能影响品牌声誉，华为需投入更多资源用于真实路测和AI训练，并同步推动行业标准制定。另外，国内新能源汽车市场内卷严重，华为需持续提升产品力和成本控制力。出海方面，华为还需更好地适应当地法规和文化。

传统车企纷纷牵手华为 长远战略还是解燃眉之急？

车企为何不约而同加入华为“智驾朋友圈”？汽车新四化产业研究者杨继刚表示：“传统车企的优势是供应链体系成熟、整车开发经验丰富，但在‘软件定义汽车’背景下，硬件逻辑主导的组织架构很难适应快速更新的智能化需求。比如一个功能从立项到量产，往往要跨越多个部门审批周期，错失最佳迭代窗口。而华为的优势恰恰在于此。它有强大的ICT技术积累，在芯片、算力、操作系统、通信和AI算法上都有深厚的底层技术储备；更重要的是，华为更擅长软件生态的构建和快速迭代，能够通过平台化模式让功能快速上线并持续优化。”

当被问及车企与华为的合作是长远战略，还是为解“燃眉之急”？一位资深汽车行业人士表示：“这更多是企业当前市场竞争环境下审时度势的务实选择。短期内，不与华为这样的强技术方合作，很可能面临被竞争对手拉开差距、丧失市场的风险。但从更长远的视角看，是否自研智驾与智舱，仍取决于车企的战略定位与技术决心。”

“在与华为的合作中，我们也与华为争论过，但是最后发现，听华为的我们就顺利，不听华为的我们就遇到挫折。”今年5月，奇瑞汽车董事长尹同跃谈及与华为合作时说。

而与华为开展合作的另一家车企掌门人则表示：“华为与我们的合作是战略性合作、全方位合作。”

从抵触到战略合作，华为与车企之间发生了什么？“华为前期与一些主机厂的合作，让一众车企看到华为不是一个颠覆行业的‘洪水猛兽’，这说明华为的战略部署很稳健、很科学，有效建立了与车企共赢的生态圈。”上述人士指出，“最重要的是，华为智能汽车解决方案在落地应用层面取得了突破性进展，其技术方案的先进性与性价比成为行业共识。面对关乎生存的智能化竞争，传统车企必须作出理性的选择。”

从车企自身研发来看，一些传统车企的智能软件研发之路受阻也是转向外部合作的重要原因。有跨国车企在智能软件领域投入巨额研发费用，耗时两三年却仍与特斯拉、“蔚小理”等头部新能源车企差距巨大。

同时，中国汽车市场的竞争激烈程度远超其他地区。这种“时不我待”的紧迫感倒逼着传统车企转向外部合作，以换取至关重要的技术窗口与市场机会。杨继刚分析认为，2023年是行业态度转变的关键转折点：“一方面，‘新能源下半场拼智能化’成为行业共识，智能驾驶和智能座舱下探成为新能源车的标配。缺乏先进的软件生态，就意味着在主流市场中面临边缘化风险。另一方面，华为在智能驾驶域控制器、鸿蒙座舱、激光雷达等关键领域的解决方案日趋成熟，成为行业公认的除特斯拉之外，另一个极具竞争力的智能驾驶解决方案。越来越多传统车企意识到，与其投入巨资自研、苦苦追赶技术迭代，不如与华为合作。”

重庆商报综合证券时报、中国经营网等

纵深

华为汽车板块崛起

华为汽车业务由华为车载通信板块发展而来。2019年5月，华为成立智能汽车解决方案事业部（车BU），正式进军汽车领域。

赛力斯是华为汽车首个深度合作伙伴，双方合作打造了“问界”。之后，奇瑞、北汽、江淮、长安、广汽纷纷牵手华为。随着合作伙伴逐渐增多，华为摸索出与车企合作的三大模式：零部件供应模式、Hi（全栈智能汽车解决方案）模式、鸿蒙智行（原“智选车”）模式。

经过6年磨砺后，华为汽车板块的架构已基本成形。在华为内部，华为汽车分两大部分，零部件供应模式与Hi模式（即车BU业务），均划归至深圳引望智能技术有限公司（简称“引望”）旗下，由华为、赛力斯、长安旗下阿维塔分别持股80%、10%、10%。引望致力于成为一个股权多元化的开放智能汽车技术平台。

鸿蒙智行模式则划归到华为终端BG旗下，由华为常务董事、终端BG董事长余承东执掌。该模式下运营“五界”，即华为与赛力斯合作的问界、与北汽合作的享界、与江淮合作的尊界、与奇瑞合作的智界以及上汽合作的尚界。余承东近期表示“未来不会再有其他‘界’”，这意味着该模式已基本成形，未来华为与车企的合作将走向纵深化。

在汽车圈，华为声量渐起，其朋友圈已覆盖国内主流车型，甚至德系、日系汽车品牌纷纷抛来橄榄枝。

近日，一汽红旗与华为正式达成合作，成为华为汽车业务发展迈入新阶段的一个标志性事件。双方拟基于华为乾崮智能汽车解决方案打造全新车型，首款合作车型命名为“红旗9系”，定位旗舰车型，预计于明年上市，运用乾崮智驾、鸿蒙座舱、乾崮车控及乾崮车云服务全栈技术。

红旗为国产豪华汽车品牌代表，也是八大国有车企（长安、东风、北汽、广汽、上汽、江淮、奇瑞、一汽）中最后一家与华为合作的车企。此次合作表明，华为汽车技术全面获得我国国有车企认可。

除八大国有车企外，比亚迪也与华为有合作，旗下首个搭载华为智驾的车型为豹8。此外，德系豪华品牌BBA（奔驰、宝马、奥迪）也纷纷拥抱华为，宝马、奔驰接入鸿蒙生态，奥迪Q6L e-tron直接搭载乾崮智驾。公开信息显示，日产、丰田等日系厂家也通过合资企业与华为展开合作。

迈向规模化扩张

“通过鸿蒙智行，华为覆盖了从入门到高端的多个细分市场，形成了较为完整的产品矩阵。华为汽车业务已经从技术探索和试点合作，过渡到了商业化扩张和生态巩固期。”科方得智库研究负责人张新原表示。