

余承东：华为不会“造车”但和华为合作一定能活到最后

华为未来究竟会不会亲自下场“造车”，这一直是汽车业界热议的话题。虽然华为目前在汽车业务上主要采取的是“HI生态”及“华为智选”等合作模式，并曾多次强调不会下场“造车”，但是外界的疑虑却从未消失。

2月22日消息，华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东近日在接受媒体专访时，再度重申“华为不造车”。

同时，余承东还对于目前华为汽车业务的战略方向，以及华为智选车业务、HI模式、车BU业务盈利状况等进行了全面解析。



华为汽车业务的三大合作模式

自2019年5月以来，华为在美国的持续加码制裁制裁之下，使得华为的智能手机及电信业务开展受到了较大的影响，再加上之后荣耀品牌的被迫出售，华为原本营收占过半的智能手机业务大幅下滑。

在此背景之下，华为近年来不断加大对于“受禁令影响较小”的汽车领域的投入，希望汽车业务能够成为华为新的增长引擎。

相对于智能手机市场的动辄上亿台的庞大的出货量来说，汽车市场虽然出货量有限，但是单价却远高于智能手机，且拥有足够高的毛利率。

需要指出的是，目前华为汽车业务主要有三种合作模式：

一个是单纯卖零部件业务；

第二是“HI模式”，为车厂提供整体智能汽车解决方案；

第三是“智选模式”，即华为深度参与造车，同时华为的营销及销售渠道也会参与卖车。

余承东称，华为以前是做零部件模式，想成为博世、大陆那类汽车电子供应商，做标准化的部件，但智能化部件需要不断迭代，需要不断升级发展，需要车厂成功，华为才能成功。因此，“HI模式”和“智选模式”才是华为发力的主要合作方向。

“HI”（Huawei Intelligent Automotive Solution）是华为2020年10月30日正式发布的智能汽车解决方案品牌，带来了全栈汽车解决方案，包含1个计算和通信架构，5大通信系统（智能座舱、智能驾驶、智能网联、智能车云服务、智能电动），以及30多个智能化部件（包括毫米波雷达、激光雷达、摄像头等部件）。

随后在2020年11月14日，华为、长安汽车、宁德时代三方宣布将共同打造高端智能汽车品牌阿维塔。

华为和阿维塔的合作就基于“HI模式”，是由车厂主导，华为提供底层的智能汽车解决方案。

智能座舱底层是华为做的，产品的决策，产品的体验是车厂为主。未来走向也取决于车厂的能力，因为是以车厂为主，华为为辅。

2021年4月19日，华为宣布与小康股份旗下新能源品牌赛力斯达成深度合作，双方将在技术、产品和渠道三方面深度融合，相互赋能，为用户提供高性能、智能化的移动出行解决方案。

在发布会上，双方联合打造的首款联名产品——赛力斯华为智选SF5（以下简称“SF5”）正式上市，售价21.68万元起。

新车在赛力斯体验中心、赛力斯官方APP、华为体验店、华为商城同步开启预订。这也是华为智选首次新增汽车品类。

之后华为又与赛力斯合作推出了多款“AITO问界”品牌汽车（M5、M7）。

华为和赛力斯的合作就基于“智选模式”，特别是双方合作推出的“AITO问界”品牌，更是作为“智选模式”的样板。

华为是深度参与了研发，不仅提供相关零部件，还从设计、质量、用户体验、整体的质量管控、OTA的版本升级等方面进行把控，还大力的在营销、渠道及销售方面提供助力。

“智选车是我们负责任，这边用了我们To C的能力，HI那边是车厂主导，两边的模式不一样。我们希望两边都起来，我们都是全力支持。”余承东说道。

华为不会“造车”，问界就是华为生态汽车

最近，华为和赛力斯合作车型的广告上还打上了华为的标识，由此外界推测认为华为可能亲自下场造车。

对此，余承东表示：“这是华为出的广告，当然得有华为的标识，这是正常行为，大家有点敏感了。”

“车厂已经有这个能力，为什么我们要再去建工厂，自己去造车？没必要。中国的汽车工厂闲置很严重，我们把闲置的资产充分利用，是对社会资源最大的保护，车厂挣大钱，我们挣小钱。”余承东再次否认华为会亲自下场造车。

余承东解释称，华为是做通信的企业。电动化、智能化、网联化这是新三化，都是华为最擅长的，车厂擅长的是机械方面。

华为有近万名研发人员做智能化软件，这对车企来说可以省很多钱。

华为不会造华为品牌的汽车，AITO问界就是华为生态汽车。问界这个生态品牌就是华为主导的生态品牌。

“华为是想打造一个问界生态联盟，通过成立问界生态汽车联盟，选择少数几家车企加入，强强联合、共同开发，把体验打造到极致，做好产品区隔，共同抓住汽车行业变革的时间窗口。”

赛力斯不是华为代工厂

关于与赛力斯的合作，余承东表示：“我们和赛力斯是长期合作，绝不是代工，而是联合开发模式，主要的利益也是分享给车厂。但是车厂现在是投入期（前期的车型开发、研发费、模具费、工厂改造、建设的费用都很贵），有点亏损，相信车厂很快会扭亏为盈，而且未来会盈利非常好。跟我们紧密合作的这些车企将来会成为盈利最好的车企。这就是代工模式和联合开发模式完全不同的地方。”

根据赛力斯1月30日晚间公布的2022年业绩预告显示，经财务部门初步测算，预计2022年实现营业收入335亿元到350亿元，同比大幅增长100.38%到109.36%；归母净利润为-39.50亿元至-35.00亿元，扣非后净利润-43.00亿元至-38.50亿元，同比亏损有所增长。

据了解，华为和赛力斯合作的AITO问界去年卖出了7.5万台。余承东表示，现在还是在投入期，等到稳定后，它会率先走向盈利。

“华为与赛力斯合作，一年多时间做三款车出来，全世界没有人这么快。”“我们周末、夜里、晚上、节假日都在工作，我们就几班倒，并行战斗。”余承东说，自己业余时间一直在做客服。

余承东透露，华为对赛力斯的投入不但没有减少，反而是在增加，并强调在智选模式下，受益最大的一定是与华为合作最早、积累最深、产品型号最丰富的赛力斯。

“AITO问界一年卖了7万多，已经创造了奇迹，走过了别人3年、5年走过的道路。我们现在M5、M7继续卖，未来还要出一个更贵的，高阶智能辅助驾驶的版本，相当于增加一个型号，未来会推出非常高端、业界天花板级高规格高体验的产品。我关注的是NPS，就是用户净推荐值，我们的推荐值达到70多，业界的水平有40左右。我相信我们的合作模式（智选车模式）会让别人从看不起到看不懂，到最后让他们追不上。”

余承东对自己亲自操刀的智选车模式未来很有信心。

华为与江淮采用智选模式合作

2月16日，中建集团官方宣布，江淮和华为的新能源工厂正式开工建设，项目工期为365天，即一年。

建成后将用于华为与江汽集团在合肥共同开发新一代高端智能电动汽车。由此，近期也就传出了华为将联手江淮汽车“造车”的传闻。

对此，余承东表示：“华为不会亲自造车，还是通过智选模式合作。”

对于华为汽车业务本身的盈利情况，余承东表示，“目前智选这一块华为没有亏，也没有利润”，因为利润的大头还在车厂那边，“华为很多东西不拿钱，是给到零售商的，还有我们的营销、服务各方面的费用”

。

之前余承东在华为内部会议上就曾提出，华为车业务有望在2025年盈利。

余承东在此次采访中表示，华为先帮车企卖够100万台车，车BU就能盈利。

“我们希望智选和HI模式的量都能起来，智选的量可能会更大。不管哪种模式成了，我们都能成。”

在销售渠道方面，余承东表示，“华为不会在销售渠道上盲目扩张，但会优化升级，“接下来我们不会大规模增加店，我们会提升店的能力，甚至还会关掉一些店”。

不做20万以下的汽车，高端体验才是王道

对于华为汽车业务的市场定位，余承东表示，华为主要做中高端产品，不会涉及20万价位以下市场，未来希望是大家一起做大新能源汽车市场。

此前余承东曾表示，在车这个领域，华为投入很大，一年投入接近100个亿的费用，包括软件、硬件、芯片、算法等领域。

我们的梦想当然希望马路上跑的所有车里面都有华为的Technology（技术），做低端车可以卖的量很多，但没有意义。余承东强调，华为一定要做好高端，鸿蒙座舱被消费者称为最好的智能座舱，用户体验做得非常流畅。

对于汽车体验，华为打造的鸿蒙座舱不仅仅只是带来了鸿蒙系统，还包括产品定义能力、客户需求把握能力和用户运营能力。

具体而言，华为从底层系统到UX设计，再到功能定义，实现了全流程参与，不仅具备HarmonyOS基础平台，还包括了华为的UIUX人机交互、HarmonyOS分布式能力、HarmonyOS智慧能力、华为车载智慧屏和HUAWEI SOUND车载音响系统这鸿蒙智能座舱的6大精髓。

举个例子，车主上车后，手机的导航可自动流转 to 车上，从而解放手机。其次，超级桌面把手机上的应用变成智能座舱应用的一部分，并且用完即走，不留痕迹。

总而言之，鸿蒙座舱打破座舱的边界，将手机、手表等智能设备连接起来。

“我们在做终端的这十几年，积累了很多To C的能力，打造高端体验才是核心。”余承东说道。

与华为紧密合作的车厂会幸存

在余承东看来，目前全球汽车行业正在大洗牌，就像手机行业十几年前的情况一样，手机行业的大洗牌到最后就是美国硅谷企业和中国企业为主，还有韩国的一家。汽车行业最后也有可能是只剩美国硅谷的企业和中国企业。

“未来很多企业肯定会大兼并、大调整，可能会死掉一大批。我相信跟我们紧密合作的厂家一定能成为少数幸存者。这一点我还是有信心的。”余承东说：“不过也可以看到，华为遇到很多问题，卖手机和卖车的要求完全不一样，我们在调整。以前没有这个能力，这也是一个新现象、新问题，我们过去都不知道。”

目前汽车各个部件的智能化升级是未来中国与美国汽车品牌竞争的核心。余承东认为，未来2-3年是智能网联汽车窗口期，如果没抓住，将来这个市场就跟华为没关系，所以必须抓住机会。

“我们以前做零部件的模式，传统的模式基本是内调，所以要通过生态品牌来做。仅仅是HI模式还不够，因为HI模式是车厂主导，取决于车厂的能力，车厂能力强还可以，车厂能力不强就做死掉了。智选模式，问界生态品牌的模式，是我们掌控命运，我们要对车企的产品成功负责。如果不能成功，我做的零部件再好有什么用呢？我们首先要帮助车厂成功，车厂不能取得成功我们是没法取得成功的，这两年的时间窗口机会很重要，错过这个村就没这个店了。”

余承东表示，通过华为来主导，可以把一个生态汽车品牌拉通，比如多个厂商都共用一套电池包，产能、产量上来了，电机方案、布置方案、座舱方案、智能驾驶的方案，华为都可以拉通。减少重复定制的成本，就可以大幅提升效率，提升单产品的产量。

“一个人是打不过的，要几个兄弟一起打，这就是我们成立生态联盟的原因。我相信和华为合作最紧密的这几家车企，会是少数能活到最后的企业。”余承东说道。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16770656669985.html>