

时代论坛

回望中国汽车工业自改革开放以来的发展历程，期间经历了几次大讨论：第一次在改革开放之初，“要不要搞合资”决定了中国汽车工业的发展速度；第二次在新世纪之初，“要不要做自主”决定了中国汽车工业的市场格局。如今，随着汽车“新四化”变革趋势愈演愈烈，全球汽车工业正经历着百年未有之大变局。“传统车企会不会失去主导优势”再次成为行业热议。

不甘沦为代工厂

参与本期讨论的嘉宾是汽车媒体圈资深记者俞凌琳。作为汽车行业多年的观察者、思考者，她的观点是：最高峰时十倍市值的小康已经是代工厂，北汽极狐失去灵魂随时可能成为代工厂，长安、广汽前途未卜！上汽硬气回应的背后是不甘沦为代工厂，不为十倍市值弯腰！

一边顶着被股东埋怨市值不高的压力，一边不愿意借题炒作股价，上汽集团董事长陈虹回应股民“不愿意失去灵魂”的同时，透露出的信息其实代表了绝大多数不甘沦为代工厂命运的主机厂的底气。

日前，在上汽集团2020年年度股东大会上，有投资者向上汽集团董事长陈虹提问：上汽是否会考虑在自动驾驶方面与华为等第三方公司合作？

虽然上汽集团早就与华为在5G、互联网生态上进行了合作。但是，陈虹却直言不讳地表示，不会让华为为上汽提供整体解决方案。

陈虹表示，很难接受某一家企业对我们提供整体解决方案，这样会变成“他是灵魂，我是躯体”。

从源头上规避风险

陈虹并没有拒绝与华为的合作，上汽与华为之间的合作早就开始了，但上汽拒绝的是“打包式”的整体合作。

什么是“打包式”整体合作？业内比较有代表性的就是东风赛力斯和北汽极

狐。陈虹的回答，成为媒体炒作的焦点，毕竟对于一家汽车企业而言，与华为攀上关系，直接就可以引起资本市场的躁动。

之前，小康股份（601127）自从4月初与华为合作后，受到资本市场极大关注，股价一路攀升，在汽车板块出尽风头，股价从最初的8元左右上涨到80元，涨幅达10倍，最高峰时，市值上涨了10倍；而北汽蓝谷得益于与华为合作后，“新能源汽车第一股”北汽蓝谷也成为A股市场的香饽饽，使其股票持有者借此赚得盆满钵满，最高峰时，股价涨幅超过130%。

如果陈虹回答得巧妙一点，也完全可以攀上“华为概念”趁机炒作一把。然而，陈虹却拒绝了。

在华为与东风赛力斯的合作模式中，华为提供包括电机控制器、电机和减速器的软硬件一体化解决方案，以及互联系统，并且产品在华为的渠道销售。而在赛力斯的网站上，已经

看不到东风的影子。在“赛力斯华为智选SF5”上，俨然东风只是代工厂者。

陈虹所说的“提供整体解决方案”可以理解为华为与北汽极狐的合作模式，华为提供的是自动驾驶整体打包，包括华为麒麟990A车规级芯片，以及激光雷达，内嵌鸿蒙系统。

虽然，目前看来，华为只是一个供应商，但是在“软件定义汽车”的时代，掌握“灵魂”的华为要造出陈虹口中的“躯干”并不难，找企业代工就能实现。而一旦华为自己造车，对北汽极狐来说，是非常危险的。

实际上，在传统的汽车领域，确实被外资零部件供应商掌握了多

把握对“灵魂”的主导权

上汽与华为之间也会有合作。但是，合作是可控的，华为提供其擅长的5G技术，两者也可以共创互联网生态，以及自动驾驶方面的部分技术。不过无论是品牌还是智能座舱和自动驾驶的整合技术，都是上汽集团自己主导的。

“从短期来看，陈虹没有借机炒作华为概念，影响了市值，也失去了更多资本市场的机会。但从长期看，这是一家整车厂对核心技术主导权的牢牢把控。”业内人士分析。

未来是“软件定义汽车”的时代。在传统造车领域，核心技术都被国外的整车和零部件企业把控。不过，如今机会来了，在新技术面

项核心零部件。比如，博世掌握多项核心技术，包括汽车电子、底盘控制、底盘制动、多媒体系统零部件等，并且长期保持世界领先水平。但是，博世自始至终都没有自己造车。

从目前华为与整车公司的合作模式来看，华为并不是纯粹的供应商。比如，长安蔚来更名为阿维塔科技，就是长安与华为共创的企业。而广汽与华为的合作模式，也将成立新的新能源公司。这种不同于传统供应商的模式，新的品牌和产品的“灵魂”都掌握在华为手中，整车厂不过是提供“躯干”。显然，对于国内最大的汽车企业而言，上汽要从源头上规避这种风险。

前，人人平等。

据不完全统计，“十四五”期间，上汽在新能源汽车和汽车智能化领域的投资规模超过3000亿元。远远超过大多数新势力造车和外来造车者。

从上汽的角度看，前瞻布局“数据决定体验、软件定义汽车”的电动智能网联领域，是企业生死攸关的必然选择。如果不掌握主导权，拱手相让，那相当于堵住了自己的生路。

在巨额投资与精心布局下，陈虹想要的，正是自己在“软件定义汽车”的未来，对核心技术的主导权，又怎会为了眼前的市值而放弃灵魂的主导权，甘心沦为没有灵魂的代工厂呢？

零售294.6万辆 同比增长29.7%

上汽集团上半年销量出炉

7月9日，上汽集团上半年终端零售销量达到294.6万辆，同比增长29.7%，高于行业平均增速。其中，新能源汽车零售销量达到28万辆，保持国内第一；海外零售销量达到26.5万辆，继续领跑行业。

由于全球汽车行业芯片荒，对上半年产量和批发量（公告披露数据）造成一定影响，上汽积极协同供应链和经销商伙伴，努力克服困难，进一步激活终端销售。预计7月下旬短缺逐步缓解，届时上汽将加快生产、全力回补。

1-6月，上汽乘用车公司荣威、MG、R汽车三大品牌零售销量达到41.8万辆，同比增长62.3%；上汽大通零售销量达10.6万辆，同比增长57.2%；上汽大众零售销量达71.4万辆，同比增长7.3%；上汽通用零售销量达74.6万辆，同比增长25.5%；上汽

通用五菱零售销量达88.4万辆，同比增长39.5%；上汽红岩零售销量达4.9万辆，同比增长46.6%。

其中，上汽新能源车销量大幅增长。上半年，新能源汽车零售销量达28万辆，同比增长412.6%，保持国内新能源车销量月度冠军。五菱宏光MINIEV销售15.8万辆，上汽乘用车公司荣威、MG、R汽车新能源车销量连续四个月破万。目前，上汽通用五菱和上汽乘用车的新能源汽车销量占比，已经分别达到20.3%和16.6%，大幅超过行业平均水平。

同时，上汽海外零售销量达到26.5万辆，同比增长112.8%，稳居中国车企海外销量第一。作为中国单一品牌海外销量冠军，上半年上汽MG品牌海外零售销量超过13万辆，同比翻番。（恭观）



车享家首家加盟店开张

专业服务直联用户打造“车管家”

不久前，车享家新加盟政策出台之后，新运营模式下的首家加盟店——上海车享家澄江路店盛大开业。这是上汽集团旗下专业汽车服务平台“车享家”在实现门店盈亏平衡、开始“自身造血”的基础上，又迈出新的第一步。

据悉，作为上汽集团“直联用户”的重要触点，上汽车享家连锁体系已分布于华东、华中地区的核心城市，积累了超过500万车主用户。通过全力打造“车管家”式服务，车享家将更有效、更全面地满

足用户的车生活需求。

全国共有60余万家汽车维保企业，其中，仅有三分之一能够盈利。在这样的行业背景下，车享家门店实现盈亏平衡并开始“自身造血”，更显得难能可贵。数据显示，截至今年5月，车享家月度店均收入相比2019年12月份，增长了33.4%；店均盈利保持整体盈亏平衡，门店整体现金流持续为正；南京、无锡、常州、苏州、江阴、石家庄、唐山等核心城市实现城市级持续盈利。（官闻）