

华为进场 曲线造车

一如既往，华为坚称“不造车”。然而，智能电动车狂飙、突进式

地发展容不得华为继续犹豫，哪怕是曲线造车，华为也要进场了。

余承东领衔

随着赛力斯问界M5的曝光，华为终于开始下场造车了。只不过，这一次华为仍然保留了一层“窗户纸”。

近日，国家工信部公布了一组赛力斯问界M5的申报图，传闻中华为与赛力斯采用全新合作模式的第二款车终于现身。网上流传出的图片显示，问界M5采用了新的英文尾标AITO，车头位置也换了新的Logo。

此前，有消息称，除了搭载全套华为智能汽车解决方案之外，从前期规划、设计到后期营销、售卖，都由华为“一手包办”。对于这款挂着“AITO”标识的新车，金康赛力斯所扮演的角色只是代工生产。

在10月份举办的华为开发者大会上，华为常务董事、消费者BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东提到，华为与金康赛力斯合作开发的全新型SUV将于今年年底或明年年初发布。

他所指的，应该就是这款问界M5。

造车是必然

在华为“1+8+N”战略架构生态蓝图中，汽车是重要的一类终端产品，更是鸿蒙OS需要迅速占领的重要阵地。

华为造车更为现实的原因是，华为“不造车”路线，很难走通。

在被车企拒绝的诸多理由中，除了关乎主导权之争的“灵魂说”和关乎利润之争的“苦博世久矣”之外，华为“帮助车企造好车”的操作模式也存在一些问题。

例如，使用华为自动驾驶解决方案的车企，目前都需要华为深

度介入。当这种模式在多家车企之间同时并行，而这些车企相互之间又是竞争关系，那么竞品之间核心信息的隔离将成为棘手的问题。

最为致命的是，华为造车的能力过于强大，强大到随时可以下场造车。车企害怕的是自己成为华为练手的对象，华为有了造车经验后，又转头与自己竞争。

在软件定义汽车的时代，整体解决方案的导入，是车企极度敏感的那根神经。

行业车轮滚滚向

前，入局造车的窗口越来越窄，华为已经等不起了。

汽车技术研发投入巨大，王军曾透露，仅今年就将投入10亿美元；研发团队多达5000余人，仅自动驾驶方面就有2000余人。

自动驾驶技术的快速迭代需要落地、量产，搭载华为解决方案的汽车必须尽快大批量地跑起来，否则缺乏足够的行车数据的反哺，要保持技术先进性的成本高昂。

官宣时机

既然华为必须造车，那什么样的时机才足够让华为大大方方官宣造车呢？

华为宣布造车的时机，主要取决于华为何时能够突破芯片全链研发、生产的限制，摆脱美国的封锁。

在美国的制裁下，华为的芯片供应链，甚至代工生产都遭受重创。因此，华为即便具备研发车规级芯片的能力，也不敢贸然宣布造车。

华为的风格向来不以扩张为主，而是埋头向纵深挖掘。多年来，华为并没有像其他巨头那样广撒网、大投资。

然而，为了以最快的速度突破美国的封锁，华为在2019年成立了哈勃投资，短短两年内就投资了近40家芯片产业链相关企业，涵盖

颠覆者来了

官宣与否并不重要，重要的是华为已经开始干了。华为的进入，注定将为汽车业带来翻天覆地的冲击。

华为智能网联汽车解决方案是“云-管-端”三层架构。最顶层的是智能车云；中间层以智能网联构建车内、车外高速通信，这是华为最擅长的领域；最底



在垂直、水平方向上的探测能力大幅提升。另一方面，华为主打的量产96线激光雷达成本仅数百美元，未来将下降至200美元，甚至100美元。在算法环节，华为的拳头产品是MDC计算平台，该计算平台包括算力由低到高的系列产品。

在智能座舱端，华为已经搭建好了计算平台、操作系统软件平台、显示平台及生态。

比如，华为的鸿蒙OS操作系统采用分布式架构，最大的意义在于不用再开发专门的手机版系统，就可以实现跨终端、全场景的无缝协同和生态共享体验。也就是说，华为的应用生态可以通过鸿蒙系统与汽车、手机、智能家电等各种硬件设备打通。

在智能电动端，华为拥有mPower整体解决方案、DriveOne电驱系统、BMS电池管理系统、MCU电机控制系统、CDU车载充电系统等。

盘点后不难发现，不管是面对百度、小米、滴滴等科技巨头，还是面对特斯拉、“蔚小理”等造车新势力，华为都有比较优势。

当然，华为的短板也很明显。

华为与赛力斯的首款合作车型表现令人失望。华为智选版赛力斯SF5今年4-10月总销量

不到6000辆。

一方面，华为的“肌肉”完全没秀出来。赛力斯SF5采用华为Drive One电驱系统，搭载华为HiCar以及Sound音频系统，智能驾驶搭载的则是“SERES Pilot”。因此，这款车只是“华为智选”，而不拥有“HI”标识。

另一方面，华为的搭档赛力斯实力较弱。消费者对于小康，仍然停留在“东风小康”低端品牌的固有印象中。

产能也是华为面临的大问题。在重庆两江新区，金康赛力斯拥有一家专门生产智能电动汽车的智慧工厂，该工厂拥有超过1000台智能机器人，实现了汽车制造的全面数字化，规划年产能10万辆。这样的产能仅能帮助华为造车起步。未来，华为还要迅速扩大产能。

除此之外，对于一个新品类在产品与消费方面的精准理解，以及售后服务体系的搭建等，都需要华为做足功课。例如，从已经曝光的问界M5图片来看，造型就远不如“蔚小理”等造车新势力的车型时尚。

在2021年的冬天，随着华为的翅膀扇动，我们嗅到了越来越浓的火药味。华为的友商们，你们准备好了吗？（本文转载自《建约车评》，作者林灰，有删改）