



# 华为 不造车 给谁上了一课

中青报 中青网记者 许亚杰文并摄

3月31日夜，一批批带有 HUAWEI 问界 字样、挂上还不到一个月的海报被紧急拆除。与此同时，全国范围内的问界门店也都拆除了所有带有华为字样的宣传物料。

原因是当天下午，华为创始人任正非签发了一纸公告：华为不造车，有效期5年。当时，在轮值董事长任内最后几小时的徐直军表示：华为战略不变，我们不造车，帮助客户造好车，成为互联网增量部件供应商。

同时，该公告还对华为标志出现在汽车设计上的露出提出了严格要求，强调 HUAWEI 不能出现在整车宣传和外观上。因此，3月8日才首次出现的华为问界、HUAWEI AITO 被紧急叫停。

## 问界一车多厂，品牌归属成谜

颇有戏剧性的是，4月1日，在2023中国电动汽车百人会论坛的发言中，华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东公开回应了该风波，并首次提到与广汽合作模式变更等焦点话题。

本来我们希望将问界作为跨界合作的品牌，所以我们在它前面加了 HUAWEI，结果这两天我们公司又说，要把华为字样去掉，引发了媒体热议。余承东透露称，自己下令清理了所有线上、线下的宣传物料，将此前挂出的华为问界、HUAWEI AITO 之类的标识全部撤掉。

他表示：华为不造车，而是帮助车企一起造好车，我们一直坚持这个理念。只是我们想把 HUAWEI 问界 做成生态品牌，让消费者选择的时候不困惑。

据介绍，继赛力斯之后，华为智选模式下还会有多家合作车企，包括奇瑞、江淮等。在这种商业模式中，华为将提供电动化、智能化零部件等核心软硬件技术，并通过产品定义、用户体验、质量管控、渠道零售以及品牌营销，帮助车企造好车，卖好车。这样既能帮助车企实现销量突破和商业成功，同时也能带动华为智能汽车零部件的规模化生产和销售。

余承东解释说，现在问界整车是赛力斯生产的，但奇瑞、江淮等车企马上也会



3月31日，华为创始人任正非签发了一纸公告：华为不造车，有效期5年。同时，该公告还对华为标志出现在汽车设计上的露出提出了严格要求，引发全行业热议。图为北京某华为体验店内展示的问界新车。

加入生产队伍。如果这些新车都采用不同的品牌，我们营销、服务和销售体系就会很复杂，投入成本过高，因此才希望用 HUAWEI 问界 这个统一的品牌。

他强调说，HUAWEI 字样去掉后，问界生态联盟的本质却没有改变。未来，智选模式下的几家合作伙伴仍然会合力建设生态联盟，产品规划也不会出现冲突。有的做 SUV，有的做轿车；有的做 MPV，有的做 C 级车、D 级车，每个车企负责的产品不会重叠。我们把产能、资源充分利用起来，共同打造系列化车型，形成完整的解决方案。

记者查阅了国家知识产权局商标局官网，在第12类商标的综合查询（主要是汽车和各种运载工具）中，AITO 商标在2021年6月9日，由重庆小康企业管理咨询有限公司申请注册，成功注册于2022年1月7日；而问界 商标在2021年2月4日，由北京永安世达科贸有限公司申请注册，成功注册于2021年9月7日。

天眼查的公开信息显示，重庆小康企业管理咨询有限公司由重庆小康100%控

股，重庆小康同样是赛力斯集团股份有限公司的大股东。

这意味着，AITO 和问界 商标属于不同的实体组织。尽管赛力斯是与华为合作最早、合作最深的车企，双方还在今年2月签署了业务深化合作协议，但赛力斯只拥有 AITO 而没有问界，这在汽车圈并不多见。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，之前赛力斯、问界不断加强与合作，也取得了一定的效果，然而一旦市场遇冷，或引发口碑危机，就会反过来对华为品牌造成不利影响。

从结果导向来看，一旦贴了华为的标却没有卖好，这不利于华为未来在造车领域获取更多客户。盘和林认为，华为应该坚持不造车口号，坚持做好供应商。

**造车盈利难，华为能否与车企携手共解**

有分析认为，如果问界被华为打造为

生态品牌，那就意味着今后会有江淮问界、奇瑞问界等其他车企制造的新车出现。这一旦成为现实，无疑会创造一种新的汽车行业合作模式，甚至颠覆整车企业与供应商的关系，改变产业链格局。

盘和林认为，整车企业应尽量避免失去对品牌的主导权，尤其不应借用供应商的品牌来卖汽车。

过去，整车企业一般会采取多供应商策略，以维持自己在产业链的话语权和定价权，然后着力打造自己的品牌，植入消费者心智。盘和林分析说，之前赛力斯深度绑定华为，是想要借华为的品牌引来流量和客户，而如今华为问界、HUAWEI AITO 被紧急叫停，或许会导致之前的流量迅速流失，对汽车品牌和整车企业的长远发展并不利。

当然，吸引车企放弃传统，牵手华为的理由有很多。

一方面，华为拥有首屈一指的研发实力，无论是自动驾驶、ICT 等核心技术，还是车机系统以及智能化等方面，华为都竞争力十足。

## 主导权之争：博弈的背后是技术交锋

事实上，在华为刚刚宣布进军汽车智能化领域的时候，北汽等车企主动拥抱了华为的自动驾驶解决方案，并尝到了甜头。一时间，车企抢单 华为的绯闻几乎络绎不绝。

然而眼下，正如余承东所承认的那样，并非所有车企都会为这种新模式埋单。

今年3月28日，广汽集团第六届董事会第35次会议通过了《关于广汽埃安 AH8 项目变更的议案》，表示由于各方资源调配等原因，控股子公司广汽埃安新能源汽车股份有限公司 AH8 项目由与华为联合开发，变更为自主开发。

这意味着，广汽和华为的联手造车模式终止，华为将继续以重要供应商身份参与新车的开发及合作。

对此，有接近华为内部的消息人士回应称，广汽放弃与华为 HI (HUAWEI Intelligent Automotive Solution，华为智能汽车解决方案) 模式的合作后，目前该模式的合作伙伴仅剩长安汽车一家，北汽未来也将采取其他合作模式。

盘古智库高级研究员江瀚表示：之前华为与赛力斯的模式得到了较多认可，但那需要车企与华为毫无保留、全身心地配

# 科技猛料十足 东风汽车按下创新加速键

中青报 中青网记者 张真齐

数据分析平台大搜车智云发布的《2022乘用车市场分析报告》显示，全球各大车企之间的竞争因子已经发生了改变。以往权重更高的资金和规模因子，正逐渐被技术因子所取代。也就是说，哪一家企业掌握了更前沿的技术，它就可以在竞争激烈的市场中抢占发展先机。

正是因为这个原因，各大车企纷纷在技术创新上加码。4月10日，2023东风汽车品牌春季发布会暨第七届科技创新周在武汉开幕，就展现了行业内多个领域的科技创新成果。

记者了解到，东风汽车集团有限公司（以下简称“东风公司”）发布了新能源跃迁成果，以及东风量子智能电动模块化架构、马赫 E 新能源动力品牌和东风氢舟氢动力品牌，并达成三大重要战略合作，开启为期一周的科技创新展。

东风公司党委副书记、总经理杨青表示：东风公司将坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，大力实施创新驱动战略，加快实现高水平科技自立自强，更加注重做强、做优、做大自主品牌。

牌和新能源事业，形成自主和合资双轮驱动、均衡发展的格局，不断推进高质量发展，加快建设卓越东风和世界一流企业，为实现中国式现代化贡献东风力量。

随着双碳、绿色可持续发展成为全球共识，节能与新能源成为大势所趋。东风公司顺势而动、顺势而为、乘势而进，把握新能源汽车快速发展的历史机遇，坚定不移推进新能源转型。杨青说。

据悉，在平台开发方面，东风公司已打造了三大电动化平台：M TECH 猛士豪华电动越野架构、东风量子智能电动模块化架构、DSMA 多能源低碳节能模块化架构。在商用车领域，东风公司打造了中重卡、轻卡电动化平台，为消费者提供绿色、高效、智慧的商用车全领域使用场景解决方案。

东风公司坚持超级混动(PHEV)、纯电、氢能并进的技术路线。其中，东风氢燃料商用车销量已超过3000辆，位居行业第一。杨青对记者说，东风公司还自主打造了中国首个全新一代中央集中式 SOA 电子电气架构，并在电机、电控、电池领域均做到自主掌控。今年下半年，东风公司还将发布全新小型电动品牌。

可以说，经过深厚的积淀和长期耕耘，东风公司新能源事业基本做到对核心技术和核心资源的自主掌控。在本次发布会上，东风公司发布的东风量子智能电动架构、马赫 E 新能源动力品牌、东风氢舟 氢动力技术品牌就引来了广泛的关注。

据介绍，东风量子架构是全数字化、高拓展性的机电一体化架构，覆盖全区间，具备安全可靠、拓展灵活、场景多变、极致体验四大优势，可实现硬件层、软件层、服务层、生态层四位一体，为消费者提供多样化、全场景出行解决方案。

马赫 E 主要由电驱、电池、补能三大产



4月10日，2023东风汽车品牌春季发布会暨第七届科技创新周在武汉开幕。东风公司发布了新能源跃迁成果，以及东风量子智能电动模块化架构、马赫 E 新能源动力品牌、东风氢舟 氢动力技术品牌就引来了广泛的关注。

品平台组成，已全面覆盖节能动力、混合动力、纯电动三大领域。未来，东风还将重点聚焦千伏驱动、宽域调速、全栈高效三个维度，推出更优秀的产品。

东风氢舟则包含东风氢元燃料电池系统和东风氢芯燃料电池电堆两个子品牌。东风氢元自主燃料电池系统由供气、供水、热管理、电驱、电控、电机、整车集成等部件构成。东风氢元已全面覆盖节能动力、混合动力、纯电动三大领域，将助力东风公司持续对氢能领域展开探索。

在现场，东风公司党委书记、副

总经理尤峥透露说：到2024年，东风自主乘用车主力品牌全新车型100%电动化；到2025年，东风自主乘用车与合资品牌的销量比例达到1:1，各200万辆，其中新能源汽车销量占自主品牌的50%，占自主品牌乘用车的70%。

想要完成上述目标，绝非一件容易的事。因此，除了发布全新的成果和品牌外，在本次科技创新周活动期间，东风公司还与合作伙伴携手共建汽车产业发展新生态。按照规划，东风公司将与战略合作伙伴达成三大战略合作，在新能源和智能化等领域构建智慧出行生态。

其中，东风公司、湖北移动和中移智行关于5G技术车联网行业应用、信息安全、智慧园区、自动化办公等领域的技术合作，将联合探索建立超级智算中心，探索量子通信等前沿技术在智慧交通领域的应用场景。

东风公司和合肥工业大学将在汽车产品轻量化、电动化、智能化、网联化等领域展开技术合作，联合成立汽车轻量化技术研究中心。

东风公司和中兴通讯关于A1000基础平台操作系统内核开发项目的技术合作，将打造东风自主车用操作系统平台，联合开发4G和5G通信芯片、计算芯片、智能座

# 超越国外水平 比亚迪用云辇重新定义车身控制

中青报 中青网见习记者 王志远

近年来，我国新能源汽车呈现出市场规模、发展质量双提升的良好局面。

2022年，我国新能源汽车销售689万辆，渗透率达到25.6%，提前3年实现了25%渗透率的规划目标。这标志着新能源汽车产业已经具备规模发展效应，进入普及阶段，市场开始快速拓展。

一个关键数据是，2022年，全球新能源汽车销量的64%在中国生产制造。这也意味着，中国新能源汽车企业正引领全球迈入行业的大变革。

伴随着技术的不断突破，以及全球市场消费习惯的快速转变，当前，我们处在从燃油车时代向新能源汽车时代过渡的关键阶段。有分析认为，这种过渡不是简单的新老品牌的交替更迭，而是对整个行业底层技术架构的颠覆。聚焦需求，推动用户体验变革，才能构建新时代的品牌价值。新能源汽车不仅要靠电动化、智能化方面对燃油车进行革新，更要在那些能够带来独特体验的技术上进行创新和突破。

近日，比亚迪发布全球首个新能源专



近日，比亚迪发布全球首个新能源专属智能车身控制系统云辇。云辇产品矩阵包含云辇-C、云辇-A、云辇-P、云辇-X等产品，将从舒适、操控、安全、越野等维度大幅提升消费者的驾乘体验，进一步巩固行业领先地位。

属智能车身控制系统云辇。云辇产品矩阵包含云辇-C、云辇-A、云辇-P、云辇-X等产品，将从舒适、操控、安全、越野等维度大幅提升消费者的驾乘体验，进一步巩固行业领先地位。

据介绍，云辇的命名灵感出自《魏书》，云象征着以智能化技术创造更轻盈稳定的驾乘体验，辇则源于中国古代的帝王座驾。云辇将以尖端的技术，重新定义中式新豪华。

比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王

传福表示：云辇的诞生，一方面改写了车身控制技术依靠国外的历史，填补了国内的技术空白，实现了从0到1的突破；另一方面则超越了国外技术水平，一登场就站上了行业领先地位，完成了从1到2的提升。

纵观整个驾驶舱具的发展史，汽车行业从未停止对乘坐舒适性的追求。从木轮、铁轮到橡胶轮胎，优化的是人对汽车下车身的反馈，座椅优化的是上车身体体的触感。上下车身连接的垂直方向控制技术，既是舒适驾乘的必选项，也是行驶安全的

强化项。

在比亚迪股份有限公司执行副总裁、汽车工程研究院院长廉玉波看来，随着智能化时代的到来，垂直方向的控制技术迎来了新的发展机遇。20多年来，比亚迪在电机、电控等新技术领域的长足进步，为持续创新打下了坚实的基础。通过垂直方向控制技术，比亚迪补齐了智能底盘的拼图，打造了车身控制完全体。

据廉玉波介绍，目前行业内针对车身垂直方向控制的研究，主要从单一技术或单一硬件入手。比亚迪率先拿出车辆垂直方向系统化解决方案，为车身垂直控制插上了电动化和智能化的翅膀。

其中，云辇-C智能阻尼车身控制系统，能让车辆在舒适性和运动性上实现更好的兼容。云辇-A智能空气车身控制系统，能让整车具备极致的舒适性、支撑性与通过性，树立舒适新标杆。云辇-P智能液压车身控制系统，则能够实现超高举升、四轮联动、露营调平等超强越野功能。

据了解，云辇还能有效抑制车身姿态变化，极大降低车辆侧翻风险，减小驾乘人员乘坐位移。同时，云辇系统可以在雪地、泥

地、水域等复杂路况下，有效保护车身，避免因地形造成的整车碰撞损伤，提升驾乘舒适及安全，实现对人、车和车的三重保护。

据透露，云辇-P将首搭仰望U8；云辇-A将首搭腾势N7；云辇-C硬件已搭载在比亚迪汉、唐及腾势D9三款车型的配置版本上，后续将通过OTA陆续升级为云辇-C系统。

在发布会最后，云辇-X重磅亮相，搭载云辇-X技术的仰望U9展现了全主动车身控制技术，可实现0侧倾、0俯仰、三轮行驶、车辆跳舞与原地起跳等高阶功能，代表了全球车身控制系统的领先水平。比亚迪再一次开创了业界先河，引领了车身控制技术发展。

业内人士分析称，云辇的推出，不仅是比亚迪刀片电池、CTB电池车身一体化、易四方之后的又一安全技术突破，还打造了中国品牌发展新能源汽车技术的里程碑，是我国在科技自立自强的道路上取得的重要成果。

廉玉波表示：车身控制的一小步是舒适出行的一大步。云辇智能车身控制系统将以高智能、护安全、稳驾乘、全覆盖的优秀基因，为驾乘体验带来颠覆性提升。

舱芯片等。

在杨青看来，2023年4月正是东风公司发起“东方风起”计划和科技创新跃迁行动两周年，也是东风公司转型升级三年行动的关键节点。因此，东风公司将积极推进现有平台融合，持续推进中央集中式SOA电子电气架构迭代升级，并重点打造乘、商兼用的下一代滑板平台，加快研发速度，推出更多个性化、多元化的车型，为客户带来更丰富的场景和服务生态。

东风公司还将重点突破先进动力系统和智能驾驶技术。先进动力系统方面，面向用户关注的续航、能耗、补能需求，将重点推动高效电驱、CTC、全固态电池、滑板底盘、全功率氢燃料电池等。智能驾驶技术方面，将大力推进车-能-路-云 跨界融合，持续推进高等级智能驾驶技术商业化应用，突破全场景自动泊车技术，推进车用操作系统联合开发，丰富智能座舱体验场景。

值得注意的是，东风公司表示，未来3年将投入500亿元发展新能源事业，加快建设材料工艺研究院和软件工程研究院，推动新能源动力总成和自主控制器、车规级芯片全面产业化。同时，在全价值链按下数字化加速键，强化高性能算力底座、数字中台和数字云服务体系赋能科技东风。

在未来产品规划方面，东风公司将立足于新能源汽车全场景、全气候的市场需求。乘用车领域将投放18款新能源产品，持续丰富产品阵容；商用车领域将投放22款基础车型，实现多场景产品全覆盖。杨青总结说。

自创立伊始，比亚迪始终秉持“技术为王，创新为本”的发展理念，在技术发展的深水区不断创新，推动中国新能源汽车发展向更高层次迈进，用技术创新满足人们对美好生活的向往。20多年来，比亚迪在技术自研的道路上投入了上千亿元的研发资金，拥有6.9万人的研发团队，获得2.8万件授权专利，建立了自己的“技术鱼池”。

可以看到的是，由比亚迪全栈自研的云辇智能车身控制系统的诞生，标志着比亚迪成为首个自主掌握智能车身控制系统的中国车企，也标志着中国品牌在核心技术上攀上了又一高峰。

云辇系统将陆续搭载在王朝海洋旗舰车型、腾势、仰望及专业个性化品牌上，赋能比亚迪全品牌升级，重新定义新能源时代豪华汽车标准。王传福直言，未来，比亚迪将继续用技术创新，满足人们对美好生活的向往，助力新能源汽车行业变革向前，为世界汽车工业的发展带来更多惊喜。



汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹到公众号，给我们留言。消费维权邮箱：autocyd@126.com