

2022年的夏天，骄阳似火，如同火热的新能源造车潮。2020年来市场上最火的莫过于造车，作为在风口里激流勇进的一众互联网公司，没有人会想要错过造车的风口。

曾经提起新造车，人们脑海里只有特斯拉，后来“蔚小理”（蔚来、小鹏、理想）等造车新势力也逐渐走进公众的视野。如今再看华为、百度、小米、阿里行业巨头，也是经受不住造车的诱惑，以各种方式加入到了新能源车的战局之中。腾讯、美团、滴滴等公司也有相关投资布局，科技巨头们都想在造车上分一杯羹。

到底要不要造车？一年前，这可能是互联网科技巨头们争论最多的问题之一。而当下真正摆在大家面前的问题，应该是“怎么造”。在经过一年时间的沉淀之后，真正在新能源汽车领域留下痕迹的行业巨头，似乎仅剩下华为、百度、小米这三家科技互联网巨擘。而它们各自对于新能源车的立场，也恰好代表了当下跨界造车的三种主要模式。不过，在面向决定汽车下半场终局的智能化的这场竞赛中，科技巨头才刚刚起跑。

■采写：新快报记者 陈学东
■制图：廖木兴

华为

深度赋能，几乎只差一个车标

8月8日晚，华为Huawei Inside(HI)模式的扛鼎之作——与长安、宁德时代合力打造的智能电动车品牌阿维塔首款车型阿维塔11迎来上市。作为华为从底层架构展开协同、深度参与研发的车型，阿维塔11全面搭载了华为智能驾驶、智能座舱、智能网联、智能电动、智能车云服务等方案，是华为全栈智能汽车解决方案落地的重磅车型。

而随着阿维塔11的到来，“不造车”的华为在面向未来的智能汽车领域的布局再下一城。

华为进入汽车行业，更多的是被迫选择。2020年华为手机业务受到重大打击。据IDC数据显示，2020年华为手机全球出货量为1.89亿台，同比下跌21.5%。受此影响，2020年，华为消费者业务收入4829亿元，同比微增3.3%。

在手机业务受阻之后，全国范围内拥有超过5000家地段和面积均尚佳的高端体验店，即将面临无货可卖的情况。而这些店铺多由华为的零售合作伙伴经营，与商场和物业方签订的都是多达5年乃至更久的合同。

这也就是为什么，华为非常急于选择已经有现成工厂、有现成产品的车企合作。一方面，这些车企能够将华为在汽车产业上布局的产品快速落地，解燃眉之急；另一方面，能够让华为在合作中学习成熟的车企管理经验，为将来深入到汽车行业，做足准备。

2021年10月末，一份由任正非签发的华为内部决议在业内不胫而走。协议明确，华为聚焦ICT技术，帮助企业造好车，成为智能网联汽车的增量部件提供商；同时强调华为不造整车，“以后谁再建言造车，干扰公司，可调离岗位”。

尽管多次声明不造整车，但华为的一举一动仍牵动着汽车市场的神经。在大多数人看来，问界M7与华为几乎只差一个车标。从华为旗舰店引入汽车产品也能看出，华为对于汽车业务的重视，毕竟智能手机市场已经接近饱和，甚至是在大幅缩水，必须尽快寻找新的业务增长点，而新能源汽车恰好符合。

多次声称“不造车”的华为，并未向任何一家企业投资，即便是深度参与设计研发的赛力斯和阿维塔。尽管“不造车”，但华为正以零部件模式、HI模式、智选车模式深入参与到未来智能化赛道。

华为与赛力斯合作造车时，更多是以智选业务深度参与，小康（赛力斯的东家）则负责整车制造。按理说，这样的联合开发模式，赛力斯才更应该是关键，但很明显，如今的赛力斯已成为了过去式，问界M5/M7也是由华为在“灵魂主导”。

甚至，现在大家都有些区分不开，到底该叫问界M5/M7是赛力斯汽车还是AITO汽车，又或是华为汽车。因为，此前就曾有不少这两款车的准客户，在接到销售电话时，对方便直言自己是华为汽车的某某销售。

实际上，纵观华为过去一年在汽车行业中的表现，华为模式已初见成效，与赛力斯合作推出的AITO问界M5，新车上市仅87天便交付量破万。AITO问界M7发布后也广受好评。对于不善于智能化的传统车企（赛力斯）而言，华为的赋能，能够助力其在新能源时代获得更强的技术支撑，令它能够在竞争激烈的新能源车市中获得生产空间。

造车不是今年才有的事， 科技巨头激战新能源



小米

重金自造，要走最难的路

作为重资产造车模式代表，小米以All in的姿态投入造车。8月11日，在小米官宣造车的第五百天，雷军于小米秋季新品发布会上，首次向外界公开了小米汽车的研发进展。据雷军介绍，小米目前在自动驾驶领域首期已投入33亿元研发费用，组建了超500人（年底突破600人）规模的研发团队，其中全栈算法均将坚持自研。

雷军表示，小米500人团队由50位顶级专家带队，专攻传感器、芯片、感知规控算法、仿真技术、高精地图、高准定位、工具链、训练能力等自动驾驶全栈技术。这个规模直逼蔚小理，去年底，小鹏汽车自动驾驶团队规模为600至800人。理想自动驾驶相关研发人员目前超过700人，今年底计划扩张到900人。

不过雷军这次所披露的，也只是整个小米造车的冰山一角。因为小米切入汽车行业的做法与华为、百度两家都截然不同，它既不是技术供应商，也不是找传统车企搭伙，而是自己单干，这其中要解决新能源车生产资质、整车工厂以及销售渠道建

设等一系列的问题。

回顾过往，雷军创立的小米手机从诸多安卓手机厂商中突出重围，靠的是性价比路线，而“性价比”三个字背后则代表了小米对于供应链的掌控程度，通过与国产供应链的深度合作，协同开发，小米手机不仅获得了性价比上的优势，在产品体验上也与全球供应链不相上下。

当下国内新能源车市场呈现出两极分化的局面，质量高的新能源汽车售价较高，而售价低廉的新能源车例如五菱宏光MINIEV，则仅能提供基础的代步作用。而反观国内燃油车市场，经过多年的高质量发展以后，我们已经能够以较低的售价买到一部质量好、配置高的车型，而这也是当下新能源车市场所无法给到消费者的体验。

根据雷军的说法，小米汽车的首款车型一样走的是性价比路线，这就意味着小米要想控制成本，小米也必须同国产新能源供应链建立良好的合作关系，如果可以的话，最好是将供应商招入麾下。换言之，小米汽车的入局，若是能够有效整合主要的行

业资源，在保证质量的同时降低生产成本，催化产业链，就势必能够推动国内新能源车产业的高质量发展。

据悉，小米汽车已经投资了超过40家企业，涉及半导体、动力电池、激光雷达等领域。

但在自动驾驶技术上，小米汽车选择收购自动驾驶初创公司Deepmotion（深动科技），而为了快速补齐在产业链上的短板，小米投资了包括纵目科技、Momenta、智行者等自动驾驶独角兽，禾赛科技、黑芝麻智能、云途等与自动驾驶相关的激光雷达、智能芯片企业以及车联网企业博泰等。

此前有传言称小米将要收购江淮汽车为其造车，但2021年11月小米汽车项目宣布落户北京经济开发区，这个传言便不攻自破。这说明小米将不会采用代工的方式，而是自建工厂生产汽车。根据规划，小米汽车将在2024年下线并将量产车推向市场。

在发布会上，雷军还说，两年内不再谈汽车，2024年要一鸣惊人，进入自动驾驶行业第一阵营。