



企业观察

新能源汽车产业 深调研

# 华为汪严旻：中国新能源车走在世界前列

## 致力把AITO打造成为全球顶级的新能源汽车品牌



▲两江智慧工厂车  
轮装配机器人生产和制  
造AITO问界部分车型

▶两江智慧工厂



## A 困难重重 仍交出亮眼成绩单

2022年对于车企来说,可谓“寒冬之年”。上半年疫情之下,工人一度暂别工作岗位,公司的生产和业务开展受阻。同时,近两年芯片短缺问题,一直如同乌云般笼罩着车企,给车企带来巨大冲击。除此之外,重庆夏季的高温严重影响了水电的运作,川渝地区的限电潮紧紧扼住了新能源汽车企业的咽喉。当AITO品牌落地后,情况也并没有发生好转,全国疫情蔓延,华为门店的人流量剧减,成为了销售环节的“拦路虎”。

除了外部环境以外,华为内部也面临着巨大的挑战。AITO

品牌汽车应用了很多新技术以加强优势,但这些新技术也导致汽车推进周期供应链较长,尤其是全新的电机系统、华为智能驱动系统等。

“我们的门店展示、试驾、销售、服务网络,甚至交付,每一块都遇到了种种问题。”汪严旻对过去几个月遇到的困难还历历在目,“但是华为还是顶住了压力,AITO系列的问界M5于2022年3月成功交付!随后在7月我们又发布了M7,两个月之后,M5 EV也成功面向大众。自2022年3月启动正式交付以来,AITO问界系列已经实现累计交付超过7.5万辆。”AITO在上市首年就取得了这一成绩,非常不容易,已经成为成长最快的新能源品牌,已凭借AITO品牌初步站稳了中高端新能源市场。

据介绍,在内外困难重重包围之际,华为没有因为压力和困难而退缩,反而越战越勇,短短一年的时间,就完成了87天累计交付破万辆,5个月时间就做到了单月交付超7.5万辆AITO问界汽车。“成交只是销售的开始,交付才是销售的过程,为了让消费者体验到华为的优质服务,华为坚持让消费者为中心,让用户享受在家门口的便捷。”汪严旻说,在渠道方面,华为不同于以往车企一样一家一家开设4S店进行销售和展示,这么做的弊端是投入大、进度慢。而交付和售后服务的分割也不可避免地影响消费者的消

费体验。

华为开创了独特的一套打法。汪严旻说:“华为首创全球第一个让汽车进入原来移动终端的销售中心,华为的线下手机门店是现成的,让用户享受家门口的便捷。”据了解,目前开通AITO车辆展示和销售业务的体验中心达780家,用户中心达200家。汪严旻骄傲地介绍:“我们利用华为全场营销服务网络的战略优势,快速实现网络的建立和覆盖。”凭借现成的线下门店带来的成本低、速度快、数量多的客流量,华为可以快速触达用户,这也是AITO迅速实现销量爆发的原因之一。同时,华为的聚合充电桩达30万个,满足全国消费者的出行需求。

此外,华为兼备自主研发与向外部寻求解决方案。华为的智能终端领域与ICT领域的成功经验,快速移植到AITO汽车中,“常用常新,常开常新是我们的优势。”汪严旻说。OTA升级次数为4次,2个月一次的升级频率,一次实现ECU优化个数31个,通过超过1000项软件审批,为消费者提供更新的特性和软件优化。与赛力斯合作,华为似乎是下了一步“好棋”,华为的软件人才和车企的硬件人才共同研发,优势互补,形成合力来服务用户,为深入挖掘软件价值打好基础,进而推动全新汽车产业生态的加速建立。对于困难重重的一年,AITO汽车仍交出亮眼的成绩单。

## B 鸿蒙智能座舱 提供智慧出行体验

华为不仅把过去在ICT领域的经验和全部移植到智能汽车赛道上来,也把以用户为中心的品牌理念植根于AITO。汪严旻表示:“鸿蒙座舱是业界第一次把车机作为整个车辆最重要的功能去开发,被车主们称为‘车机天花板’。鸿蒙车机导航使用率超过93.1%,小艺语音助手对话成功率超过99.5%,平均每天唤醒24万多人次,足以说明用户的认可。”据悉,在过去的八个月里,问界M5和问界M7车型连续完成了四次OTA升级,新增大小功能和特性优化点超过1000个,让车辆持续进化。

而对于消费者而言,鸿蒙座舱的一系列优势,让我们能够轻松快速上手车机系统,享受流畅自如的操控体验。在智能语音助手小艺的加持下,车上大部分功能动动嘴便可操控,我们可以更加专注于驾驶。此外,人车家全场景的互联能力,也能让我们享受到智能化带来的便利。

除了智能层面,AITO问界系列的问界M7第二排搭载业界首款商用AITO零重力座椅,通过坐垫抬升机构可实现最适合人体曲线的舒适坐姿,更能一键开启零重力躺姿,让经历旅途奔波后的嘉宾随时随地享受如漂浮云端般的舒适,使全身得到充分放松。同时问界M7在156项车身风噪控制技术、三面双层隔音玻璃以及多层底盘隔震系统的加持下,展现出非常出色的NVH表现。

## C 2023年推出新一代产品 给用户独特价值体验

净推荐值)作为重要考核目标,做贴近用户的朋友,与他们建立更多的连接。截至目前,AITO在全国共拥有780家体验中心,AITO用户中心覆盖155个城市共计200家,最大化地为用户提供车辆全生命周期的购车服务。

华为智选车是汽车行业一种全新的跨界合作模式,华为既是学习者,也是赋能者。一方面向汽车行业深入学习,另一方面也会以过去在智能终端、ICT领域积累的硬件、软件、系统的推动汽车产业的升级。同时,华为对消费者需求、交互设计方面的理解,也都能为用户带来独特的价值体验。汪严旻透露,AITO新一代的产品正在紧锣密鼓的研发过程中,将会在明年推出,未来会重点在全场景的互通互联、全方位的融合感知以及高阶的智能网联领域进行发力。

智能的本质是以人为本、为人所驱。AITO经过一年的发展已经成为智慧出行领域引领者,也见证了华为智选车商业模式的成功。未来,华为将继续加大科技赋能车企,持续将前瞻性的智慧出行体验带给消费者,把AITO打造成为全球顶级的新能源汽车品牌。

## D 立足于粤港澳大湾区 对新能源汽车产业充满信心

在新能源汽车产业深调研中,羊城晚报记者还关注到了AITO及华为智选车业务立足于粤港澳大湾区发展。汪严旻表示:“不仅是深圳也是立足于粤港澳大湾区这个领域里,华为这些年取得的发展,应感谢在大湾区环境里取得成长。AITO汽车过去一年所取得的成绩,非常感谢广东省各级政府,尤其是深圳市政府对AITO品牌给予很多的支持和帮助。可以看到广东是一个南方的省份,气候条件非常符合发展新能源,我觉得明年产量一定会持续保持,还会继续保持增长。”

由于我国幅员辽阔地形气候复杂多样,因此在新能源汽车发展上我国各省市之间也存在明显不均的情况,影响各地新能源汽车生态的加速建立。对于困难重重的一年,AITO汽车仍交出亮眼的成绩单。

新能源汽车产业链发展、气候和地理环境等。特别是合适的气候和地理环境对新能源汽车推广“起着关键作用”。汪严旻表示:“也是因为广东有AITO品牌,还有其他的品牌在广东市场发展都不错,因为气候条件,不像北方,很多时候北方气温比较低,对某些纯电的电池续航方面有很多影响,但广东全天的气温都比较高。现在虽然马上2月份了,外面温度也接近20度,气候条件也非常适合发展新能源产业。”

在当前“碳达峰、碳中和”的背景下,新能源汽车作为完全或主要依靠新型能源驱动的汽车,受到广东省各级政府高度关注。汪严旻表示,在广东生活了这么久,感觉到广东的消费者对新品牌的开放、务实的态度,这里一定是新能源的巨大市场,自己对广东省未来新能源汽车产业发展充满信心。

## 产业展望

广汽集团冯兴亚:2023年在建项目年度计划投资207.8亿元

# 发挥智能网联与新能源汽车产业链“头雁”作用

羊城晚报记者 戚耀琪

1月28日,广东召开全省高质量发展大会。广州汽车集团股份有限公司总经理冯兴亚在全省高质量发展大会分会场表示,广汽集团认真落实省委省政府决策部署,坚持制造业当家,加快推动转型升级,积极扩大有效投资,推动广汽高质量发展。今年重点推进广汽埃安产能扩充、南方试验场、广汽本田新能源12万辆/年产能扩充等项目。

2022年,广汽集团分别实现汽车产销248万辆和243.4万辆,增长16%和13.5%;实现工业总产值4320.8亿元,增长23.4%;在地产值4093.7亿元,增长25.2%;营业收入5144.5亿元,增长19.7%;利润总额651.9亿元,增长13.2%。增速明显优于行业水平,产销规模跃居行业前4名。其中新能源汽车和节能汽车累计销量76.2万辆,广汽埃安电动车销量27.2万辆,增长1.3倍,稳居新能源汽车头部阵营。

广汽集团围绕智能网联和新能源汽车发展趋势,狠抓重大项目谋划、重大投资落地,紧盯项目

进度,2022年广汽集团年度计划投资196.7亿元,实际完成投资193.7亿元,年度投资完成率达98%,同比增长2%。一大批重点项目相继开工竣工、加快推进,广汽埃安第二工厂、广汽丰田年产20万辆新能源汽车产能扩建项目(五线)、自主品牌乘用车新增20万辆/年(新能源汽车)产能扩建(二期)等项目按期竣工,广汽本田新能源车(年产12万辆)产能扩大建设项目、广汽埃安自研电驱、电驱产业化等项目按计划开工。广汽智能网联新能源汽车产业园发展成效显著,累计已落实试验场项目建设用地已取得1072亩,工程进入全面施工阶段。

值得注意的是,广汽近年来都在加快构建大湾区汽车产业集群。2023年,广汽集团将认真落实省委省政府决策部署,积极发挥智能网联与新能源汽车产业链“链主”企业头雁引领作用和生态主导优势,通过持续改革创新推动转型升级、持续扩大投资夯实发展根基,努力完成全年生

产经营和投资目标任务。

具体而言,一是通过自主创新、扩大投资“强链”,自主掌握关键核心技术,优化新能源汽车产能布局。2023年,广汽集团在在建项目年度计划投资207.8亿元,同比增长6%。重点推进广汽埃安产能扩充、南方试验场、广汽本田新能源12万辆/年产能扩建项目;二是加大新能源汽车上下游产业链重点投资项目建设,加快自主电池和自主电驱产业化以及锂矿开发等重点项目建设,建立“锂矿+基础锂电原料生产+储能与动力电池生产+充换电+电池回收+储能”纵向一体化的新能源产业链布局;三是依托广汽智能网联新能源汽车产业园等重大投资平台,聚焦智能网联新能源汽车全产业链研发、制造、供应链和软件服务等各环节,积极引入产业链上下游优秀企业落户,构建优势互补、协同发展的汽车全产业链开放创新生态圈,推动资源要素向产业链群集聚,打造大湾区世界级智能网联新能源汽车产业集群。

# 头雁作用



冯兴亚 资料图片

## 不再宅家,新春出行掀热潮

热门商圈受广州市民青睐,老人也会用手机打车出行

羊城晚报讯 记者沈钊报道:我国疫情防控进入新阶段的首个春节,消费者们不再“宅家”,而是走出家门,通过自驾、打车、骑行等各种方式出游。

“今年春节期间,网约车出行的需求量以及供给满足均好于去年。”哈啰出行方面1月31日对记者表示,因大量用户返乡,网约车出行需求分城市倒挂,一线城市需求单量有所下降,二三线城市出行需求普遍上涨,涨幅最大的能够较日常翻倍。

随着法定假期的结束,一线城市出行需求在快速恢复。哈啰打车1月30日数据显示,平台内乘客接单量已接近日常水平,恢复速度远快于去年。哈啰打车方面预测,到元宵前后供需水平能够恢复至常态。

今年春节,高德地图启动“暖春计划”,为春节期间坚守岗位、坚持出车的出租车驾驶员提供暖心服务。数据显示,受各项暖心服务带动,2023年春节,巡游出租汽车线上服务次数同比增长36.4%,线上接单的每小时收入同比增长11.7%。

今年1月16日至24日,高德打车聚合平台共提供助老打车服务人次同比增长32%,老年人使用手机叫车的频次增长了10%。累计服务里程最多的五个城市分别为是

上海、北京、成都、广州和杭州。

此前,今年春节期间,自驾游掀起热潮。高德数据显示,平台用户导航前往酒店的总次数同比增长104%,导航前往景区的总次数同比提升62%。广州、深圳位列自驾游最火热的前十名城市。

春节期间,市民骑行热情高涨。美团单车数据显示,今年春节期间,广州市民出行需求旺盛,其中五仙观、海心桥、荔湾湖公园、流花湖等景点单车流量增长明显,正佳广场、广百新一城、富力海珠城、万国广场等热门商圈备受青睐,可见市民消费热情不减。从骑行时段来看,出现三个高峰期且时间较为接近,分别为10时-13时、14时-16时、17时-20时,“80后”“90后”仍为春节期间骑行主力。

哈啰后台数据显示,在过去的这个春节黄金周,哈啰共享单车全国总骑行订单量相比去年同期下降了近10个百分点,但同时哈啰助力车的骑行量则呈现类似比例的同比提升。这是此前从未有过的短期变化。