

华为挑战豪车市场：鸿蒙智行面临销量天花板

本报记者 陈靖斌 广州报道

尽管鸿蒙智行旗下的问界车型不断刷新销量纪录，但随着国内30万元以上车型市场的日趋饱和，鸿蒙智行正面临销量增长受限的困境。

6月26日，鸿蒙智行官方披露，其豪华科技旗舰SUV问界M9在上市仅6个月内累计订单突破10万台。鸿蒙智行称，这一数字不仅刷新了中国市场豪华品牌车型销量纪录，还在50万元以上的豪华车市场中稳居销量第一。然而，国内豪华

余承东战略面临严峻考验

问界M9在上市仅6个月内累计订单突破10万台，在50万元以上的豪华车市场中稳居销量第一，但国内豪车市场的份额毕竟有限。专家指出，随着该细分市场的逐渐饱和，鸿蒙智行将面临销量增长的瓶颈。

余承东的“豪车战略”或将迎来新的挑战。

在日前举办的“第十六届中国汽车蓝皮书论坛”上，余承东首先提及鸿蒙智行在今年的市场表现。他指出，今年1月1日—6月9日，鸿蒙智行的销量达到15.91万台，成功跃升为中国市场新势力品牌的首位。然而，余承东也坦诚地表示：“这个数字其实并不高，只能算是自我安慰。有些品牌一个月就能卖出几十万台，而我们5个月才卖了15万台，这个数字真的不算突出。”

尽管如此，余承东紧接着强调，鸿蒙智行的均价却相当可观，达到约40万元。他指出，中国市场中超过30万元的高端乘用车年销量可达三四百万台，这一市场主要由BBA等传统豪华车品牌占据。而鸿蒙智行的这15.91万台销量，正是从这一市场中分得的份额，成功抢占了BBA等传统豪华车的市场份额。

6月26日，鸿蒙智行官方进一步披露，问界M9在上市仅6个月内累计订单突破10万台。这一数字不仅刷新了中国市场豪华品牌车型的

车市场的份额毕竟有限。

根据《中国人口普查年鉴—2020》的数据，国内仅有8%的家庭购买汽车的价格在30万元以上。乘联会最新披露的中国市场豪华车5月销量数据也显示，豪华车市场占有率同比下滑。

这种市场环境为鸿蒙智行的“豪车市场”战略带来了严峻挑战。

在6月14—16日于北京举行的“第十六届中国汽车蓝皮书论坛”上，华为公司常务董事、终端BG董事长兼智能汽车解决方案BU董事长余承东透露，鸿蒙智行

销量纪录，还在50万元以上的豪华车市场中稳居销量第一的位置。

然而，国内豪车市场的份额毕竟有限。

根据国家统计局公布的《中国人口普查年鉴—2020》的数据，中国有车家庭比例已达41.67%，其中仅有8%的家庭购买汽车的价格在30万元以上。另据中国汽车工业协会发布的数据，2023年中国汽车市场中，10万—20万元价位的车型销量占比达到44%。

对于鸿蒙智行而言，30万元以下汽车市场或承受着重大的亏本压力。余承东称30万元是鸿蒙智行的盈亏平衡点，“30万元以下的车基本是亏钱在卖”。他强调，鸿蒙智行成本较高，不会为了降低成本而牺牲产品质量。

北京社会科学院副研究员王鹏告诉记者，既然30万元以上汽车消费只占有车家庭的8%，这表明鸿蒙智行的目标市场相对狭小。随着该细分市场的逐渐饱和，鸿蒙智行将面临销量增长的瓶颈。“在较小的市场份额中寻求持续增长将是一项挑战，尤其是在高端市场竞

的盈亏平衡点为30万元。这意味着售价低于30万元的车型基本处于亏损状态。然而，他坚决表示，鸿蒙智行不会为了降低成本而牺牲产品质量。

国际智能运载科技协会秘书长张翔在接受《中国经营报》记者采访时表示，如果鸿蒙智行始终只在30万元以上的车型市场竞争，将对其产生不利影响。他指出：“这意味着鸿蒙智行未来的增长空间将非常有限。如果他们希望通过扩大市场份额来实现销量增长，必须推出30万元以下的车型。”

争加剧的情况下。”

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪也向记者表示，鸿蒙智行的盈亏平衡点设在30万元，意味着它在目前的中国汽车市场中，主要瞄准的是中高端消费群体。然而，考虑到这部分市场份额已趋于饱和，鸿蒙智行将面临销量增长放缓的挑战。

不过，张翔指出，余承东所称30万元是鸿蒙智行的盈亏平衡点不一定是真实的，可能只是为了宣传鸿蒙智行的车是一个高端品牌来提高其身价，让消费者更愿意去下单的一种手段。“企业内部的数据只有他们自己知道，他只不过是为一时做广告，就像蔚来李斌说蔚来的车平均价格比特斯拉要高。他主要是通过广告营销来抬高鸿蒙智行高端品牌的身价，让消费者更愿意去买单。”

同时，张翔进一步指出，“鸿蒙智行30万元以下的车基本是亏钱在卖”，其实余承东没有提到销量，应该是指在销量很低的情况下会产生亏损，但如果销量大，仍然可以实现盈利。

鸿蒙智行发展何以持续？

近年来，豪华车市场的价格战愈演愈烈，市场承受着巨大压力。对于鸿蒙智行而言，主流高端车型出海也面临诸多挑战。专家认为，其未来上升空间有限，要扩大市场份额，必须推出30万元以下的车型。

近年来，豪华车市场的价格战愈演愈烈，市场承受着巨大压力。

据汽车经销商终端新车销售发票价格（裸车含税）数据显示，2022年—2024年5月，豪华品牌（含超豪华品牌）的加权平均成交价除在疫情刚刚开放后的2023年年初出现一次小幅上升外，整体呈逐年下滑趋势。截至2024年5月，加权平均成交价已降至35万元以下。

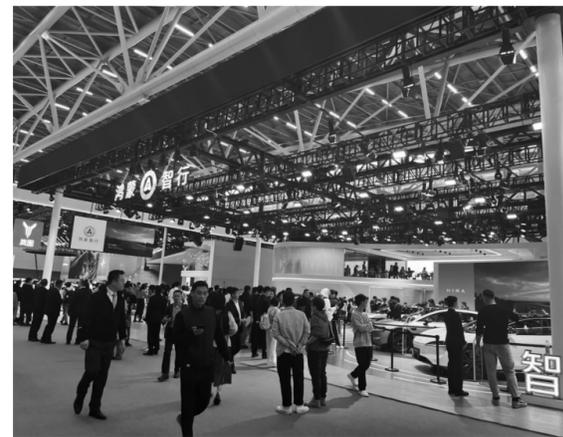
从能源类型来看，2022年—2024年5月，传统燃油车市场的加权平均成交价持续下滑。相比2023年1月的峰值，2024年1月同比下降13.3%。新能源车市场在经历2022年的大波动期后，从2023年开始相对平稳。虽然2024年3月加权平均成交价有所回升，但5月依旧下降至历史新低。

乘联会近日公布的中国市场豪华车5月销量数据显示，5月国内豪华车零售28.5万台，环比增长12.9%，同比下滑6.9%，市场占有率为16.6%，而2023年同期为17.5%。

随着车企价格战的加剧，不少汽车企业将目光投向海外，出海成为重要战略布局。乘联会最新数据显示，今年一季度，我国乘用车出口量达106.3万台，同比增长36%。其中，3月出口量达40.6万台，同比增长39%，环比增长36%，创历史最高月度出口量。

然而，对于鸿蒙智行而言，主流高端车型出海面临诸多挑战。

张翔指出，鸿蒙智行目前极度依赖国内的生态和通讯环境，还未推出海外版。如果出海，国



鸿蒙智行在车展展出后，问界M9销量再创纪录。

陈靖斌/摄影

内生态系统将无法在海外落地。此外，华为仍是美国制裁对象，鸿蒙智行在出海时可能会受到美欧的制裁。“鸿蒙智行目前似乎没有明确的出海计划，这与华为的特殊性有关。”

值得注意的是，除中国外，豪华车销量领先的国家均为制裁华为的欧美市场。根据2019年数据，中国豪华车销量占全球的31%，紧随其后的是美国、德国和英国，分别占比24%、11%和8%。这4个国家的豪华车销量合计占全球市场份额的74%。

对此，张翔认为，虽然鸿蒙智行以30万元以上的豪华车或高端品牌起步，但未来必须走低端化路线，类似于特斯拉或蔚来。“高端品牌最终要产品下沉，就像蔚来最近推出的乐道汽车，因为30万元以下市场容量更大。鸿蒙智行如果一直只做30万元以上车型，竞争会非常激烈，会对其

产生不利影响，说明其未来上升空间有限。要扩大市场份额，必须推出30万元以下的车型。”

王鹏也指出，在30万元以下车型亏损的情况下，鸿蒙智行需要更加精细地管理其生产与运营成本，以避免进一步的财务压力。持续的亏损状态对鸿蒙智行的长期发展不利，因此需要寻找降本增效的途径。

王鹏建议，高价策略可能会影响消费者的购买决策，特别是在价格竞争激烈的市场中。鸿蒙智行可能需要审视其定价策略，以确保在保持品质的同时吸引更多广泛的消费者群体。“考虑推出中端市场的产品，以吸引更多消费者。随着销量增加，利用规模效应来降低单位产品的成本。”

记者就鸿蒙智行未来的发展问题采访了其相关负责人，该负责人表示“我先问问看”，但截止发稿，未获进一步回复。

决战“下半场” 中国汽车产业呼唤“自主可控”操作系统

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

在新能源汽车的赛场上，电动化被称为“上半场”，智能化被称为“下半场”。中国汽车产业在“上半场”的角逐中处于领先地位，多位受访人士告诉《中国经营报》记者，在新能源汽车的抢位战中决定最终胜负的是“下半场”。在“下半场”，要博得更多筹码，中国汽车产业必须要有紧迫感，要合力打造开源开放的智能汽车操作系统。

“中国品牌汽车正受到全球消费者的信赖。但在这一片繁荣的

“强芯固魂”呼声已久

对于智能网联汽车而言，芯片和操作系统至关重要。其中，操作系统的缺失将是致命的问题，“中国汽车业要打造一个自主可控、开源开放的操作系统”早已成为业内共识。

3年前，在一场行业论坛上，全国政协常委、经济委员会副主任，工信部前部长苗圩曾指出，以智能网联为标志的汽车产业重塑“下半场”的哨声已经吹响，中国应及早谋划自主可控的芯片、操作系统，加快建设开放的数据平台。

在今年1月出版的新著《换道超车：新能源汽车的中国道路》中，苗圩写道：如果没有自主可控的汽车操作系统，汽车做得再好，都不过是在沙滩上起高楼。他认为，对我国企业而言，我们应着眼于建立自主可控的产业发展生态，趁现在在车用操作系统格局未定之时，利用好我们年产量2700万台（2023年9月，工业和信息化部、商务部等7部门指出，2023年汽车行业力争实现全年汽车销量达到2700万台左右，2023年汽车产业的实际产销突破

背后，基础软件的应用与研发也引起业界的担忧，犹如万丈高楼建在沙滩上。”近日，在2024首届中国（重庆）智能汽车基础软件生态大会暨第三届中国汽车芯片高峰论坛上，中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示，当前中国汽车应用系统都是建立在海外开发系统上，对应用领域的创新空间存在一定的制约。更重要的是，在产业链、供应链的安全和信息安全方面存在不确定性，尤其是与硬件芯片的协同融合风险更大。这也是为何近年来，业界专家、领导反

复呼吁要重视基础软件的自主创新和研发，建设智能网联汽车自主可控的开源操作系统，尤其是深耕在芯片底层的内核操作系统。

中电太极集团党委书记、董事长，普华基础软件股份有限公司董事长吕翊在接受记者采访时表示，智能汽车产业的发展扑面而来。然而，受地缘政治因素的影响，中国自主汽车操作系统面临着被控制、打压的局面，全力打造中国自主的汽车操作系统成为我们责无旁贷的历史使命和责任。在他看



汽车基础软件的研发与应用引起业界担忧。

本报资料室/图

来，汽车操作系统研发难度大，需要突破传统模式，开源被认为是一个非常有效的新模式。

记者在采访中了解到，开源能够推动软件开发的创新和协作，降低企业研发、集成、创新的成本，提升开发效率，并加速技术迭代。北京汽车研究总院有限公司智能驾驶专业总师徐志刚认为，就整车操作系统而言，未来汽车软件代码量将达到3亿—5亿行，车型软件开发成本将增长83%，建立开源生态是一大降本方向。

然而，在汽车基础软件方面，我们面临受制于人的困境。攻克以汽车操作系统为代表的基础软件相关技术对我国而言迫在眉

睫，直接关系到中国在全球汽车产业转型中将扮演怎样的角色。

“在汽车基础软件的创新能力上，目前我们的实力还比较弱，现在我们研发销售的汽车运用的基础软件和操作系统还是国外企业通过过去这些年开发形成的。在基础软件方面，我们对外依存度非常高。当下，我们正在引领全球汽车产业向电动化、智能化方向发展、变革，在这个过程中，中国汽车行业担心万丈高楼陷在沙滩上，一场风波、洪流到来的时候，可能会受到很大影响和冲击。因此，我们需要自己去掌控基础操作系统，尤其是内核操作系统，这样才能实现软硬件的协同发展，才能促进基础软件和操作系统创新研发。”付炳锋说道。

开源共建模式成为共识

要在操作系统方面寻求突破口，开源被普遍认为是一条可行的路径。

在汽车操作系统方面，因为存在竞争关系，行业内企业存在“大家各跑各的”现象，未形成协同效应，这阻碍了我国汽车产业前行的脚步。

“从整车企业的角度来看，他们在车用操作系统方面的诉求主要有两个，一是大家都希望能够掌握核心技术，二是在掌握核心技术的同时能尽可能降本增效。大家希望能够实现自主发展，不希望被别人‘卡脖子’。因此，目前各大整车厂几乎都在进行整个链条软硬件体系的自主研发。在这样的背景下，大家只能是不断地‘卷’下去，每一个车厂所开发的系统，可能到最后都会变成不兼容，这样的玩法投入巨大，而且非常浪费资源，对于中国汽车工业的发展非常不利。”吕翊对记者表示。

而在开源共建模式下，任何开发人员都可以参与到一个项目中来，共同协作，能够提高研发效率，持续改进和完善汽车操作系统。

“我国汽车操作系统和芯片的发展起步比较晚，自主创新能力不足，整车装机率比较低，各企业在开发过程中存在大量基础性的重复工作，造成资源的严重浪费，也没有形成合力。因此，开源是一个值得尝试的路径。”秦玉学对记者表示，一个成功的开源模式可以加快汽车软硬件协同的效率，开源项目往往遵循行业标准，开发者能够更容易地实现不同系统和组件之间的适配。

秦玉学认为，与此同时，开源还吸引了更多的开发者和开发公司参与进来，从而加速适配过程中的技术创新。开源项目也为人才培养和培训提供了更丰富的源代码资源和学习资料。通过参与

开源项目，开发者可以学习最新的技术方法，加速软硬件适配。开源社区提供了强大的支持和协作网络，开发者可以利用社区整体力量解决适配问题，获得专业的建议。

在清华大学教授、清华大学苏州汽车研究院常务副院长郑四发看来，汽车操作系统开源共建，是中国汽车产业在汽车操作系统自主可控方面迈出的关键一步。未来，中国车用操作系统必将走向开源共建的发展模式。通过行业共建模式，让更多上下游企业加入共同构建开源的生态，共创共享开源的成果，共同推动汽车操作系统及汽车产业的创新进步和跨越式发展。

值得关注的是，对于当下的中国汽车产业而言，除了要以开源为抓手，推动国产车用操作系统技术升级外，还要构建软硬件协同生态，软件与硬件的协同将成为必然趋势。

“车用操作系统和车载高性能芯片是构建智能网联汽车产业生态的底座。从总体上来看，目前全球车用操作系统、高性能车载芯片产业尚未成熟并在持续革新，发展格局仍然没有锁定。但是也要看到，这个机遇稍纵即逝，车用操作系统的成功既要具备高性能、高安全、高可靠特征，更要形成包括芯片、工具链、应用软件、标准检测在内的生态体系。为推动车用操作系统发展，需要软硬件结合，系统推进技术创新、规模化发展、产业生态的建设。”中国电子信息产业发展研究院党委书记、副院长刘文强表示，在汽车智能化时代，汽车功能将依赖底层硬件、中间层操作系统、上层应用程序的软硬件协同合作来实现。未来，汽车产业要加速实现软硬件分层解耦，以满足车用操作系统与芯片的高效适配。