

# 乘用车

证券研究报告  
2024年09月08日

## 华为智选车：渠道+技术赋能，强产品周期有望持续

投资评级

行业评级

强于大市(维持评级)

上次评级

强于大市

作者

邵将

分析师

SAC 执业证书编号：S1110523110005

shaojiang@tfzq.com

### 华为汽车业务：三种合作模式赋能车企，可提供全栈智能汽车解决方案

华为提供全栈智能汽车解决方案，通过零部件/HI/智选三种模式赋能车企，合作程度依次加深，华为深度参与智选车的设计和营销。

### 为什么问界 M7 改款能成为转折点：智驾技术迎来拐点+强产品力

1) 行业角度：智驾功能对购车决策的影响提升。2023 年，法规+技术+车型供给三重共振，智驾功能对消费者购买决策的影响度或有所提升。华为凭借领先的智驾技术充分受益。2) 车型角度：切中需求的极强产品力。降价增配打造超高性价比、增程模式无里程焦虑、安全性升级。

### 华为的优势：领先技术+强品牌力+渠道能力，软硬能力兼备

1) 强产品定义能力已在手机系列充分验证。华为手机产品线能精准满足细分市场的差异化需求。汽车消费属性日益增强，这种能力可以直接复用。2) 品牌认可度强，高端形象已在 M9 的销售中初步验证。均价 50 万元的 M9 上市后月销超过 BBA 同级别竞品车型。3) 研发投入充足，技术领跑行业。智能驾驶方面，算力充足+算法领先+快速迭代，L2~L5 级能力全覆盖；智能座舱方面，鸿蒙系统生态强大、人机交互能力强；智能电动方面，三电布局领先。4) 营销能力领先，渠道覆盖广泛。营销方面，华为经验丰富，宣传和广告能引爆话题。渠道方面，华为应用市场月活用户近 6 亿，线上渠道能有效为智选车引流；线下门店小幅改造即可展示汽车，各线城市触点网络庞大。

### 产品周期开启+渠道改革升级，智选车销量可期

电动智能化优势+华为强品牌认可力，是鸿蒙智行产品的共性卖点。技术能力和品牌形象均为壁垒较高的竞争优势，叠加华为广泛的渠道布局为智选车引流，后续车型销量值得期待。1) 智选车迎来产品大年。当前智选车四界品牌有 5 款车型在售（问界×3，智界×1，享界×1）。预计 2024H2 智界 R7（轿跑 SUV）有望上市，2025 年江淮尊界首款百万级豪华车有望亮相。2) 鸿蒙智行渠道升级，打通售前售后环节，避免此前问界品牌华为售前、赛力斯售后造成了用户体验割裂问题。3) 产能布局充足，能保障交付能力。问界三个工厂产能 100 万；智界依托奇瑞制造能力领先，享界、傲界均有生产线在建。

**风险提示：**新能源增速放缓；行业价格战加剧；产品发布节奏不及预期等。

### 行业走势图



资料来源：聚源数据

### 相关报告

- 《乘用车-行业深度研究:出海专题:复盘丰田出海,对当下比亚迪有何启示1》 2024-07-27
- 《乘用车-行业深度研究:比亚迪出海专题:欧洲放量路径几何?》 2024-07-21
- 《乘用车-行业深度研究:复盘日系出海东南亚,对比亚迪出海的思考与启发》 2024-07-18

## 内容目录

<b>1. 华为汽车业务简介：三种模式赋能车企，可提供全栈智能汽车解决方案</b> .....	<b>5</b>
1.1. 发展历史&组织架构：拟将智能汽车业务分拆至新公司 .....	5
1.2. 核心产品：全栈智能汽车解决方案，五大智能系统 .....	6
1.3. 合作模式&车型规划：智选车多点开花 .....	7
<b>2. 为什么问界 M7 改款能成为转折点：智驾技术迎来拐点+强产品力</b> .....	<b>8</b>
2.1. 行业角度：智驾功能对购车决策的影响提升 .....	8
2.2. 车型角度：高性价比、无里程焦虑、极致安全 .....	9
2.2.1. 降价增配打造超高性价比 .....	9
2.2.2. 增程模式无里程焦虑，面向更广阔的用户群体 .....	9
2.2.3. 业界首发“全向防碰撞系统”，积极解决安全性痛点 .....	10
<b>3. 华为竞争壁垒：领先技术+强品牌力+渠道能力</b> .....	<b>12</b>
3.1. 产品定义能力：已在手机系列的成长中充分验证 .....	12
3.2. 品牌认可度：M9 已经验证华为与 BBA 争夺市场的能力 .....	13
3.3. 技术：充足的研发投入支撑下持续领跑行业 .....	13
3.3.1. 智能驾驶：算力充足+算法领先+快速迭代，L2~L5 级能力全覆盖 .....	14
3.3.2. 智能座舱：鸿蒙系统赋能，定义全新智能座舱 .....	17
3.3.3. 智能电动：三电布局领先，智能化+集成化+高效率 .....	18
3.3.4. 智能网联及智能车云：八爪鱼开发平台，开启车联网新时代 .....	18
3.4. 销售：营销能力领先，渠道覆盖广泛 .....	18
<b>4. 产品周期开启+渠道改革升级，智选车销量可期</b> .....	<b>21</b>
4.1. 产品谱系逐渐完善，智选车迎来产品大年 .....	21
4.1.1. 赛力斯问界：问界 M8 有望于 2025 年上市 .....	21
4.1.2. 奇瑞智界：华为首款轿跑 SUV 有望年内上市 .....	22
4.1.3. 北汽享界：行政级纯电轿车 S9 已于 8 月上市 .....	23
4.1.4. 江淮尊界：智选车中唯一百万级豪华品牌，2025 年首款车型有望上市 .....	23
4.2. 智选车布局 25 万以上中高端价格带，市场空间广阔 .....	24
4.3. 鸿蒙智行渠道升级，打通售前售后+加速铺开门店 .....	25
4.4. 完善产能布局，保障交付能力 .....	26
<b>5. 风险提示</b> .....	<b>27</b>

## 图表目录

图 1：华为汽车业务组织架构变革 .....	6
图 2：华为智能汽车解决方案布局 .....	6
图 3：问界 M7 改款是智选车销量拐点 .....	8
图 4：2023 年城市 NOA 加速发展 .....	9
图 5：L2 及以上智能驾驶渗透率 .....	9
图 6：《中国高压快充产业发展报告（2023-2025）》 .....	9
图 7：我国充电桩与新能源汽车保有量情况 .....	9

图 8: 截至 23 年末, 直流充电桩占比不足 50% .....	10
图 9: 华为业界首发“全向防碰撞系统” .....	11
图 10: 华为手机五个系列精准把控细分市场的需求 .....	12
图 11: 华为手机五个系列精准把控细分市场的需求 .....	13
图 12: 问界 M9 产品力极强 .....	13
图 13: 问界 M9 月销量超过 BBA 竞品 (辆) .....	13
图 14: 华为车 BU 及新势力车企研发投入、研发人员数量 (2022 年) .....	14
图 15: 2018-2023 年华为经营性现金流 (亿元) .....	14
图 16: 2018-2023 年华为归母净利润 (亿元) .....	14
图 17: 华为 MDC 平台四款产品 .....	14
图 18: 华为 MDC810 计算平台与竞品对比 .....	14
图 19: 华为 MDC 平台全方位运作 .....	15
图 20: 华为 ADS 2.0 全面升级 .....	15
图 21: 华为 ADS 3.0 全新架构 .....	15
图 22: 华为智能驾驶模型持续进化 .....	16
图 23: Harmony OS 4.0 车机系统 .....	17
图 24: 华为数据闭环系统 .....	18
图 25: 华为“八爪鱼”自动驾驶开放平台 .....	18
图 26: 余承东线上宣传引流能力 .....	19
图 27: 问界 M9 春晚广告引起广泛讨论 .....	19
图 28: AITO 用户 60%左右是华为手机用户 .....	19
图 29: 华为商城首页给智选车导流 .....	19
图 30: 新势力门店数量及单店销量 (2024Q1) .....	19
图 31: 问界终端门店分布 (2024Q1) .....	19
图 32: 已上市的智选+HI 产品 (横轴为上市时间, 纵轴为平均售价, 气泡大小为 2024Q2 平均月销) .....	21
图 33: 问界品牌各车型月销量 .....	21
图 34: 智界 S7 外观 .....	22
图 35: 智界 S7 月销量 (辆) .....	22
图 36: 享界 S9 外观 .....	23
图 37: 江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目 .....	24
图 38: 华为智选+HI 车型规划 (橙色方框中为智选车) .....	24
表 1: 华为汽车业务发展历史 .....	5
表 2: 华为智能汽车三种合作模式 .....	7
表 3: 车企城区 NOA 首发时间 .....	8
表 4: 直流充电速度较交流充电大幅提升 .....	10
表 5: 增程式的特点: 接近纯电的驾驶感+无续航焦虑, 潜在用户群更广阔 .....	10
表 6: 华为手机产品发展历程 .....	12
表 7: ADS 2.0/3.0 硬件减配 .....	16
表 8: 华为座舱芯片与竞品对比 .....	17

表 9: 问界线下门店主要分为体验中心和用户中心 .....	20
表 10: 问界品牌发展历程 .....	21
表 11: 部分车企新能源销量目标 .....	22
表 12: 各品牌市场定位及细分市场容量 .....	25
表 13: 华为鸿蒙智行用户中心入网条件 .....	25
表 14: 华为智选车产能布局 .....	26

## 1. 华为汽车业务简介：三种模式赋能车企，可提供全栈智能汽车解决方案

### 1.1. 发展历史&组织架构：拟将智能汽车业务分拆至新公司

华为汽车业务可以分为四个发展阶段：

2013-2015 年，业务初探期，进军车联网、成为车联网供应商。

2016-2018 年，合作研发期，与多个车企达成战略合作。

2019-2022 年，落地推广期，车 BU 成立、提出 HI 和智选模式。

2023 年以来，产品大年启动，多款产品陆续发布、产品谱系逐渐完善。

表 1：华为汽车业务发展历史

	年份	华为汽车业务进展
<b>业务初探期</b> 进军车联网、成为车联网供应商	2013	成立车联网业务部，在车联网及智能驾驶领域展开布局
	2014	成立车联网实验室；与东风、长安、宝马达成战略合作，在车联网、智能汽车领域共同开发
	2015	拿到奥迪、奔驰通讯模块订单，进入车联网供应商行列
<b>合作研发期</b> 与多个车企达成战略合作	2016	与 BBA 等车企联合成立 5G 汽车通信技术联盟
	2017	与广汽、上汽、北汽等车企达成车联网、自动驾驶合作研发
	2018	正式发布车联网战略；与长安建立联合创新中心；与东风深化合作，打造智能网联汽车
<b>落地推广期</b> 车 BU 成立、提出 HI 和智选模式	2019	成为智能汽车增量部件供应商； <b>正式成立智能汽车解决方案 BU</b>
	2020	发布 MDC 智能驾驶计算平台、鸿蒙车载版、激光雷达等多款软硬件产品； <b>发布智能汽车解决方案品牌 HI</b> ；与长安、宁德时代联手打造高端智能汽车品牌
	2021	<b>智选模式车型赛力斯 SF5 及问界 M5 发布</b> ；发布和赛力斯联合设计的品牌 AITO
	2022	首款 HI 量产车 <b>北汽极狐阿尔法 s 上市</b> ，与长安、宁德时代联合打造的阿维塔首款智能电动汽车 <b>阿维塔 11 上市</b> ； <b>问界 M7 正式发布</b>
	2023	华为发布 HUAWEI ADS 2.0 及新一代智能座舱、智能车载光等一系列智能汽车解决方案； <b>问界 M9、问界新 M7 上市</b> ； <b>华为奇瑞智界 S7 发布</b>
<b>产品周期启动</b> 智选车销量表现优秀，多款产品即将陆续发布	2024	<b>4 月份问界 m5 改款预售盲订 12 小时订单破万、智界 S7 升级</b> ； <b>5 月末问界 M7 Ultra 上市 1 小时大定破 6000 台</b> ； <b>预计 8 月上旬享界 S9 正式上市，定位行政级豪华旗舰轿车</b> ； <b>华为首款轿跑 SUV 智界 R7 有望 Q3 上市</b>
	2025E	<b>与江淮合作的首款豪华车上市</b>

资料来源：亿欧智库公众号，北京商报公众号，盖世汽车每日速递公众号，财联社公众号等，天风证券研究所

华为汽车业务组织架构经历三次变革：

2019 年，正式成立智能汽车解决方案 BU，隶属于 ICT 业务管理委员会。作为智能汽车领域的端到端业务责任主体，提供智能汽车的 ICT 部件和解决方案。

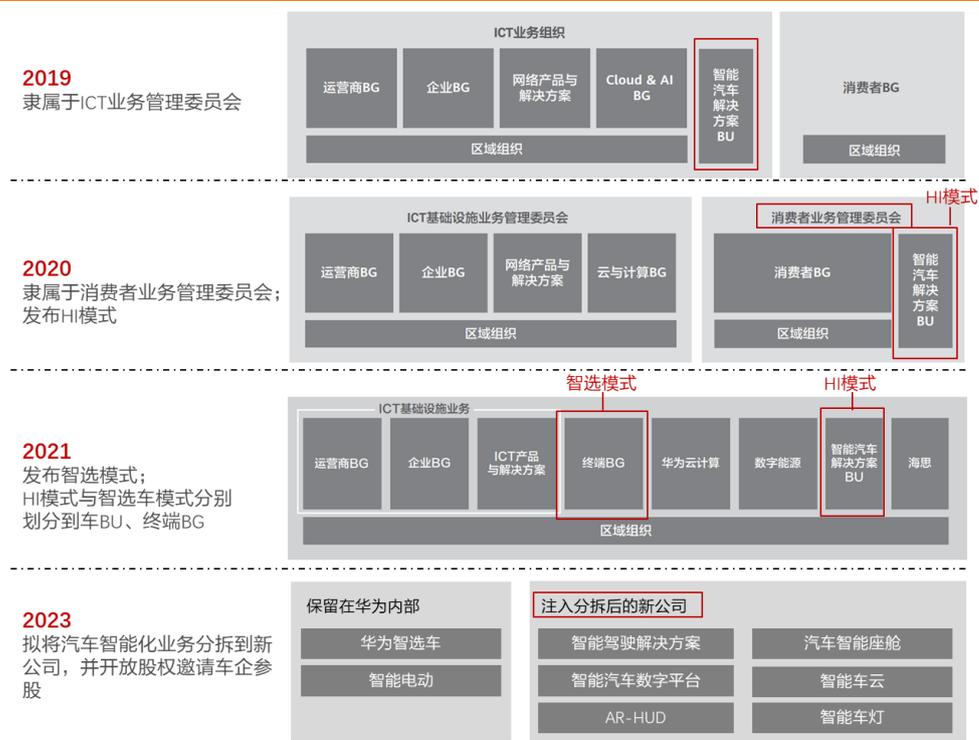
2020 年，智能汽车解决方案 BU 调整到消费者业务管理委员会。同年发布智能汽车解决方案 HI 品牌（Huawei Inside），旨在通过华为全栈智能汽车解决方案，以创新的模式与车企深度合作。

2021 年，HI 模式与智选车模式分别划分到车 BU、终端 BG。华为将原本的“ICT 基础设施业务”与“消费者业务管理”双委员会架构打破变为八大一级部门并列，余承东作为车 BU 与终端 BG 总负责人。同年提出智选车模式，划分到终端 BG 板块。

2023 年，拟将汽车业务整合至新公司，并开放股权给车企参股。2023 年 11 月，华为与长安签署《投资合作备忘录》：1）华为拟设立一家提供汽车智能系统及部件解决方案的公司，项目公司业务包括汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能汽车数字平台、智能

车云、AR-HUD 与智能车灯等，并将专用于目标公司业务范围内的相关技术、资产和人员注入至目标公司。2) 目标公司将对现有战略合作伙伴车企及有战略价值的车企等投资者逐步开放股权，成为股权多元化的公司。3) 8月20日，长安汽车公告联营企业阿维塔科技购买引望10%股权，交易金额为115亿元人民币。

图 1：华为汽车业务组织架构变革

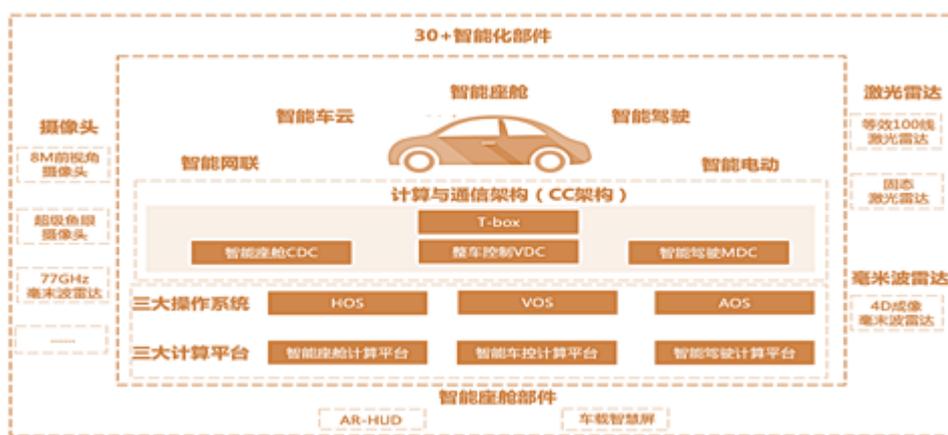


资料来源：华为年报，第一财经公众号等，天风证券研究所

## 1.2. 核心产品：全栈智能汽车解决方案，五大智能系统

华为智能汽车解决方案呈现“1+5+N”的业务布局。即1个全新的计算与通信架构、5大智能系统（智能驾驶、智能座舱、智能电动、智能网联、智能车云）、N个全套智能化部件（激光雷达、AR-HUD等）。以集中式CCA架构为基础，构建三大操作系统HOS、VOS、AOS，搭建智能座舱、智能车控、智能驾驶三大计算平台，并联合激光雷达、摄像头、AR-HUD等智能化硬件设施作为功能外延，最终打造出五大智能系统。

图 2：华为智能汽车解决方案布局



资料来源：亿欧智库，华为，天风证券研究所

### 1.3. 合作模式&车型规划：智选车多点开花

华为智能汽车业务有三种模式，与车企合作深度依次递增：

- 1) 零部件供应商模式 (Tier 1 模式)：华为作为 tier1 供应商，为车企提供标准化部件，包括智能座舱、智能驾驶、智能电动、智能车云、AR HUD、T-Box 等产品与解决方案。
- 2) HI 模式 (Huawei Inside)：整车开发制造由车企负责，华为则专注智能驾驶全栈解决方案，还负责云端的数据存储、软件迭代，成品车身附 HI 标识对外销售。合作伙伴包括北汽、长安，已推出车型北汽极狐阿尔法 S 华为 HI 版、长安阿维塔 11。
- 3) 智选车模式：除了提供全栈式的智能汽车解决方案，华为还会深度参与产品设计、研发、生产，并直接下放到华为的渠道进行销售。合作车企包括赛力斯、奇瑞、江淮、北汽，分别打造问界、智界、尊界、享界四个品牌。

表 2：华为智能汽车三种合作模式

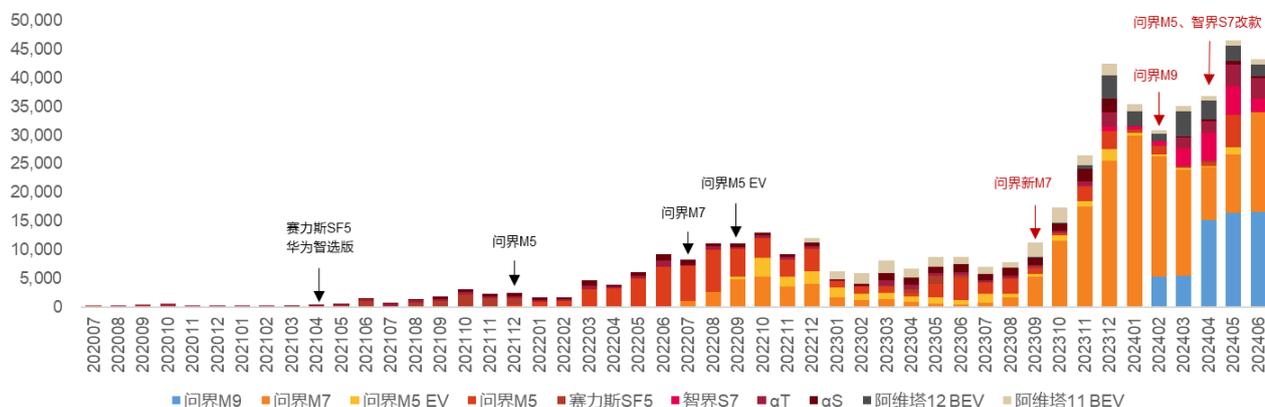
合作模式	合作方式	代表车企/车型
tier 1	提供智能座舱、智能驾驶、智能电动、智能车云、AR HUD、T-Box 等产品与解决方案	比亚迪、上汽、广汽、长城、吉利等
HI	华为与车企联合开发，提供全栈智能汽车解决方案	北汽（北汽极狐 αS）、长安（阿维塔 11、阿维塔 12）
智选车	华为深度介入产品定义、整车设计和营销环节，并将合作车型纳入华为的线下渠道销售	赛力斯（问界 M5/M7/M9）、奇瑞（智界 S7/R7）、江淮（尊界）、北汽（享界 S9）

资料来源：新财富公众号，顶级程序员公众号，晚点 Auto 公众号等，天风证券研究所

## 2. 为什么问界 M7 改款能成为转折点：智驾技术迎来拐点+强产品力

2023 年 9 月 12 日，问界 M7 改款，上市 60 天累计大定 10 万辆。2023 年 10 月新 M7 交付量破万，12 月销量突破 2 万。

图 3：问界 M7 改款是智选车销量拐点



资料来源：中汽协，金角财经公众号，大众新闻-大众日报公众号，汽车之家公众号，腾讯汽车公众号，电动知家公众号，澎湃新闻公众号，汽车之家公众号，天风证券研究所

### 2.1. 行业角度：智驾功能对购车决策的影响提升

2023 年，法规+技术+车型供给三重共振，智驾功能对消费者购买决策的影响度或有所提升。

1) 法规：政策层面持续支持和推动智驾落地。2023 年 6 月工信部副部长表示，将启动智能网联汽车准入和上路通行试点，组织开展城市级“车路云一体化”示范应用，支持有条件的自动驾驶。11 月，我国四部门联合发布《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知》，旨在通过开展试点工作引导智能网联汽车生产企业和使用主体加强能力建设，在保障安全的前提下，促进智能网联汽车产品的功能、性能提升和产业生态的迭代优化，推动智能网联汽车产业高质量发展。

2) 技术：高阶智驾技术取得突破，多家车企加速落地城市 NOA。以 BEV+Transformer 为主的智驾思路成为主流，各车企加速有图模式向无图模式的转变，摆脱高精地图后高阶智驾落地速度有望加快。

3) 车型供给：2023 年搭载城市 NOA 功能的车型市场规模同比+323.7%。2022 年搭载 NOA 功能的车型为 26 万辆，2023 年达到 95 万辆，预计 2024 达到 150 万辆。2022 年搭载城市 NOA 功能的车型为 5.6 万辆，2023 年达到 23.8 万辆，增长率为 323.7%。从 2022 年 Q1 到 2023 年 Q4，搭载城市 NOA 车型数量从 0.4 万辆增长到 8.5 万辆，渗透率从 0.1% 增长到 1.4%。

表 3：车企城区 NOA 首发时间

主机厂	时间	事件
小鹏	2022 年 Q4	小鹏 P5 首搭，在广州开放
阿维塔	2023 年 Q1	城区 NCA 用户试驾体验
问界	2023 年 7 月	城区 NCA 落地 5 城
理想	2023 年 Q2	城市 NOA 上海、北京内测
智己	2023 年 Q2	开启内测
蔚来	2023 年 7 月	上海内测城区 NOP+

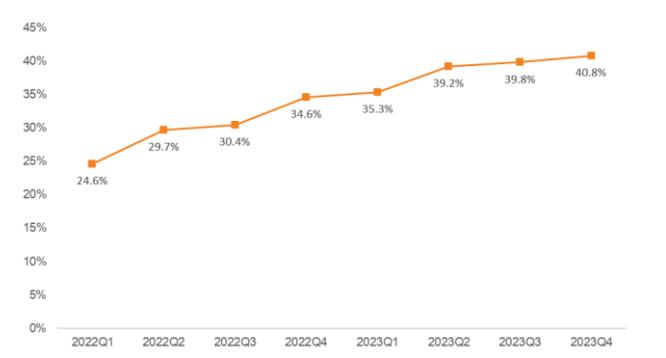
资料来源：GeekCar 极客汽车公众号，小鹏汽车公众号，车东西公众号，佐思汽车研究公众号，天风证券研究所

图 4：2023 年城市 NOA 加速发展



资料来源：佐思汽车研究公众号，天风证券研究所

图 5：L2 及以上智能驾驶渗透率



资料来源：盖世汽车社区公众号，天风证券研究所

## 2.2. 车型角度：高性价比、无里程焦虑、极致安全

### 2.2.1. 降价增配打造超高性价比

2023 年 9 月发布的新问界 M7 “降价增配”，售价相比老款整体下降了 4-5 万元，配置上在动力、智能化上均有改善，性价比优势明显：

1) 车身尺寸：长宽高分别为 5020\*1945\*1760mm，轴距达到 2820mm。提供五座和六座两种布局选择。

2) 动力：搭载 HUAWEI DriveONE 增程电驱平台，配备 1.5T 增程式混动系统，并提供两驱和四驱版本。其中四驱版前后电机的最大功率 130kW/200kW、峰值扭矩 300 牛米/360 牛米，零百加速 4.8 秒，CLTC 工况满油满电综合续航 1300 公里、纯电续航 240 公里，馈电工况下百公里油耗为 5.6L；后驱版本最大功率为 200kW、峰值扭矩 360 牛米。

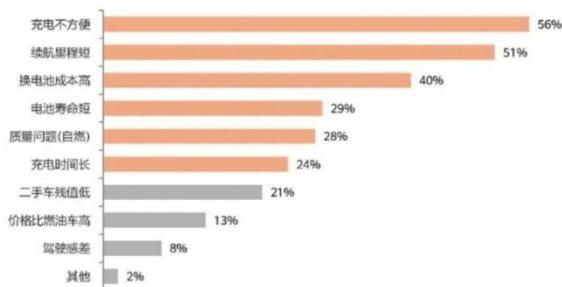
3) 智能化：问界新 M7 配备 1 个顶置激光雷达+3 个毫米波雷达+11 个高清视觉感知摄像头+12 个超声波雷达，可实现对动静态目标（含异形物体）的全场景、全天候感知。鸿蒙智能座舱 3.0 包含 10.25 英寸曲面全液晶仪表+15.6 英寸 2K HDR 中控屏。

### 2.2.2. 增程模式无里程焦虑，面向更广阔的用户群体

纯电车型补能焦虑仍影响在影响消费者的购买意愿。根据《中国高压快充产业发展报告》，分别有 56%、51%的消费者对新新能源汽车存在充电不方便、续航里程短的顾虑。1) 车桩比呈下降趋势但仍未达到理想状态。按照 1 公桩=1 私桩计算，2021-2023 年我国车桩比分别为 3.00、2.51、2.37；按照 1 公桩=3 私桩计算，2021、2022、2023 年我国车桩比分别为 1.60、1.49、1.45。2) 充电速度更快的直流充电桩占比较低。相比 220V 的交流充电桩，直流充电桩功率更大、充电速度更快，但截至 2023 年 12 月，公共充电桩中直流充电桩占比仅 44%左右。

图 6：《中国高压快充产业发展报告（2023-2025）》

图 7：我国充电桩与新能源汽车保有量情况



资料来源：汽车新智库公众号，天风证券研究所



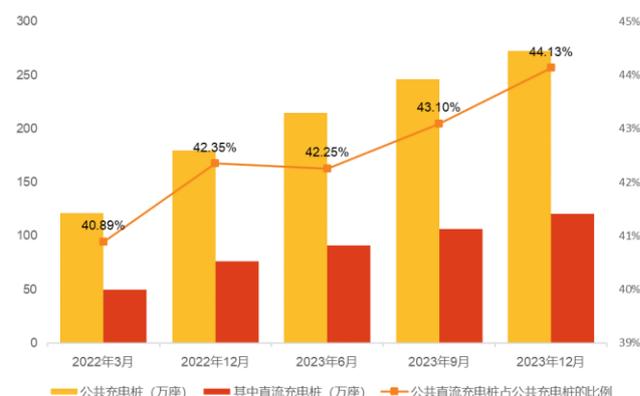
资料来源：充电桩网公众号，WIND，天风证券研究所

表 4：直流充电速度较交流充电大幅提升

	交流充电	直流充电
输入电压	220V	380V
电功率	充电桩功率一般为 7KW	充电桩功率一般超过 60kW
充电速度	较慢	较快
充满电时间	6-8 小时	30-120 分钟
成本	技术较成熟，成本较低	设备较复杂，成本较高
体积大小	体积较小，易于安装	体积较大，占地面积较大
应用场景	居民社区、公共停车场、购物中心等	公交站、出租车、物流车、重卡等运营车辆的集中场所，以及充电站、高速公路服务区等公共服务场所

资料来源：800V 高压未来公众号，天风证券研究所

图 8：截至 23 年末，直流充电桩占比不足 50%



资料来源：中软协汽车智能分会公众号，中国充电联盟公众号，山东省电能替代促进会公众号，电动出行网公众号，天风证券研究所

作为油车到纯电的过渡产品，增程式汽车具有无里程焦虑+接近纯电驾驶感的特点，用户群体更广阔。增程式车辆的主要特点：1) 可以加油，无里程焦虑。由电机驱动，但发动机可以给电机供电，在长途驾驶、充电桩排队等场景下可以选择加油补能。2) 驾驶静谧，体验接近纯电，发动机不直接驱动车辆。3) 结构简单，低故障率。

表 5：增程式的特点：接近纯电的驾驶感+无续航焦虑，潜在用户群更广阔

	纯电动	增程	油车→电车的有效过渡产品 插混
技术原理	电机驱动	电机驱动，但发动机可以给电机供电	发动机或电机驱动
补能方式	充电、换电	充电、加油	充电、加油
优势	驾驶体验好	无续航焦虑，故障率低，驾驶体验好	无续航焦虑，节能
劣势	长途/堵车时有续航焦虑，制造成本高	亏电状态能耗偏高，技术被质疑落后	纯电续航短，发动机直驱时驾驶体验被牺牲
适配消费者	偏好纯电驾驶感，短途用车为主，对充电不方便的接受度高	偏好纯电驾驶感，不接受里程焦虑	对油车和电车驾驶感无明显偏好，不接受里程焦虑

资料来源：混合动力汽车总站公众号，广物汽车产业研究院公众号，旺财动力总成公众号，帮宁工作室公众号，天风证券研究所

### 2.2.3. 业界首发“全向防撞系统”，积极解决安全性痛点

华为投入 2.8 亿元提升新款 M7 的被动和主动安全，解决智能网联汽车安全性痛点。1)

被动安全方面：超高强度钢材比例增加到 24.4%，同价位车型则普遍在 20%以内，同时也引入了 CBS 复合材料，用来提升车体的强度和刚性。2) 主动安全方面：业界首发“全向防碰撞系统”，在前中后方向遇到突然杀出的电瓶车，或是快速靠近的车辆，都可以顺利完成避让。

图 9：华为业界首发“全向防碰撞系统”



资料来源：科技狐公众号，天风证券研究所

### 3. 华为竞争壁垒：领先技术+强品牌力+渠道能力

#### 3.1. 产品定义能力：已在手机系列的成长中充分验证

华为通过 IPD 流程 ( Integrated Product Development ) 开发产品，基于市场需求来保证产品开发的效率和产品成功率。华为的 IPD 流程分为概念、计划、开发、验证、发布、生命周期六个阶段，每个环节都有完善的机会、评审、决策机制。

图 10：华为手机五个系列精准把控细分市场需求



资料来源：鼎帷咨询公众号，天风证券研究所

**华为手机业务发展历程：**华为手机业务开始于 2003 年的手机业务部，2010 年成立消费者 BG 向 To C 业务转型，2014-16 年华为手机成功冲击中高端市场。2018-19 年，因孟晚舟被捕、华为被列入美国实体清单，华为品牌成为有代表性的民族品牌，积极寻求技术突破；2023 年 mate 60 搭载麒麟自研芯片回归。

表 6：华为手机产品发展历程

	时间	标志性事件
推出自主品牌，“超薄”差异化定位	2003	成立手机事业部，主要为运营商做配套手机
	2009	砍掉低端机板块，启动手机产品自研
	2010	成立消费者 BG，向 To C 业务转型，开始打造高端旗舰手机
	2011	智能手机销售达 2000 万部，建设 20 个云计算数据中心
	2012	在 CES 展会推出 Ascend P1 S，厚度仅 6.68mm，成为全球最薄智能手机
	2013	初代 Mate 问世，业内首款采用 6.1 英寸大屏的高端机型，电池容量 4100mAh
冲击中高端市场，打造全球化手机品牌	2014	智能手机出货量超过 7500 万台
	2015	Mate8 上市首月销量即突破百万；以 3898 件专利申请量排名全球榜首；智能手机发货超 1 亿部
	2016	华为 P9 获得欧洲影音协会 EISA 颁发的“2016-2017 年度欧洲最佳消费者智能手机大奖”；请梅西担任形象代言人
	2018	Mate20 融合后置“浴霸”三摄、反向充电、AI 影像与全球首款 7nm 芯片等创新功能，孟晚舟被捕
应对制裁挑战，成为有代表性的民族品牌	2019	发布 HUAWEI P30 Pro，改写了摄影规则；华为被列入美国实体清单；智能手机市场份额达 17.6%，全球前二，5G 手机市场份额全球第一
	2020	Mate40 系列被誉为“史上最强的 Mate”；全球终端连接数超过 10 亿，手机存量用户突破 7.3 亿；HMS 生态成为全球第三大移动应用生态
	2022	Mate50 系列手机发布
	2023	Mate60 系列搭载自研麒麟芯片回归，配合 HarmonyOS4.0 操作系统

资料来源：36 氪公众号、深圳发布公众号、芯八哥公众号、中国普法公众号等，天风证券研究所

**华为手机推出多个系列，精准满足各细分市场的差异化需求。** 1) Pocket 系列：采用折叠屏技术，定位中高端市场，手机各方面性能出色。2) Mate 系列 (4000 元以上)：主打高端商务，面向商务人群，搭载麒麟高级处理器。3) P 系列 (4000 元以上)：主打时尚旗舰，拥有出色的性能、强悍的拍照功能和时尚的外观。4) Nova 系列 (1000-5000 元以上不等)：定位中端主流，目标用户是注重颜值、拍照的年轻消费群体。5) 畅享系列 (1000-2000 元)：入门款机型，配置一般。6) 荣耀系列 (受美国制裁影响已出售该品牌)：包括

Magic 系列、V 系列、数字系列、Play 系列、X 系列。

图 11：华为手机五个系列精准把控细分市场需求

精准洞察细分市场个性化需求		
Pocket系列	6000元以上	折叠屏，中高端市场，各方面表现出色
Mate系列	4000元以上	高端商务，性能强
P系列	4000元以上	时尚旗舰，性能强+拍照好+外观时尚
Nova系列	1000-5000元以上不等	中端主流，颜值高+拍照好，明星代言
畅享系列	1000-2000元	入门机型，配置一般

资料来源：华为官网，HUA 为公众号、柒柒云公众号等，天风证券研究所

注：价格区间范围等仅供参考，请以华为官网价为准。

产品定义能力可以在汽车领域中复用。华为手机业务的发展过程中，展现了充足的需求把控能力、产品矩阵设计能力、产品发布节奏把控能力。当前汽车产品迭代速度提升、细分市场的个性化需求突出，消费属性日益增强，我们认为华为在手机业务上积累的产品定义能力可复用至汽车业务，可以乐观预期鸿蒙智行产品在设计、营销、售后等各环节的优秀表现，有望复刻手机业务的成功。

### 3.2. 品牌认可度：M9 已经验证华为与 BBA 争夺市场的能力

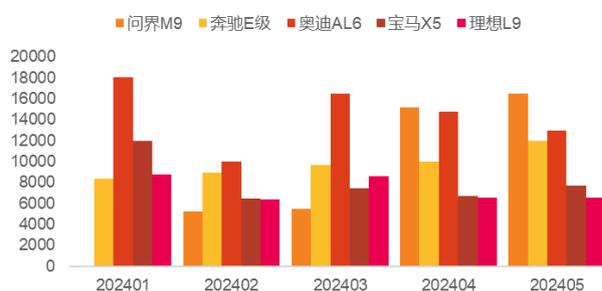
高端形象顺利迁移到汽车市场，问界 M9 热销已经初步验证华为与 BBA 争夺市场份额的能力。起售价 46.98 万元的问界 M9 畅销，上市 7 个月累计大定突破 11 万台，4-6 月 M9 销量均超过 1.5 万辆，此前并未有中国车企在这一售价区间实现接近的成绩，充分体现了消费者对华为高端品牌力的认可。

图 12：问界 M9 产品力极强

功能	核心要点
高阶智驾	搭载HUAWEI ADS 2.0系统，搭载一颗192线激光雷达，可实现全国有图无图都能开的高阶智驾
第4代增程平台	热效率41%，WLTC油耗6.9L，增程版电池分为42/52度电，续航分别为225km/275km；纯电版CLTC综合续航630km
途灵底盘	全系标配空气悬架和CDC，搭配前4球头长双叉臂与后多连杆独立悬架
智能座舱	车机采用Harmony OS 4.0系统，配备75英寸HUD和16英寸副驾屏，还配备一个智能激光投影系统
智能灯光	华为百万像素大灯功能：3米超近场智能迎宾、示宽光毯、100英寸的户外巨幕投影、智慧交互矩阵大灯

资料来源：第一电动汽车网公众号、有驾公众号，天风证券研究所

图 13：问界 M9 月销量超过 BBA 竞品（辆）



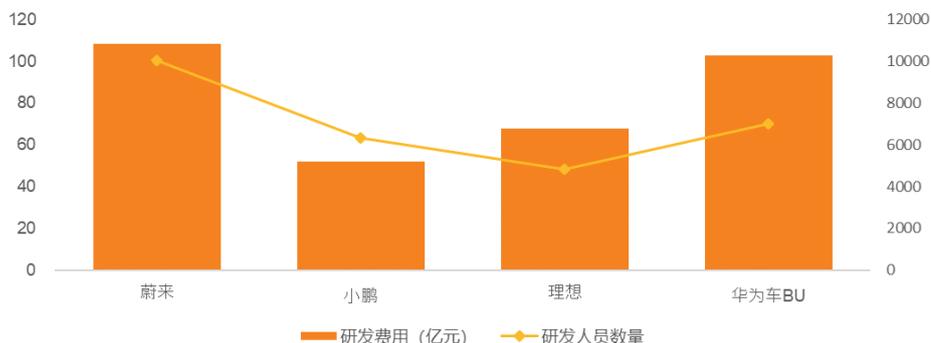
资料来源：车主之家，天风证券研究所

### 3.3. 技术：充足的研发投入支撑下持续领跑行业

作为科技巨头重视技术创新+健康的现金流，华为的研发实力领先行业。1) 华为高度重视技术创新，研发投入高。2022 年底，华为研发员工超过 11.4 万名，占总员工数量的 55.4%；华为车 BU 研发团队规模达到 7000 人，其中智驾团队接近 5000 人。据华为年报，截至 2022

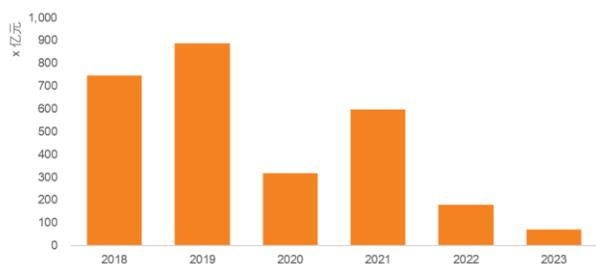
年华为智能汽车解决方案 BU 累计投入达到 30 亿美元。2) 华为盈利能力强、现金流健康，能够持续支撑研发端的前期投入。

图 14：华为车 BU 及新势力车企研发投入、研发人员数量（2022 年）



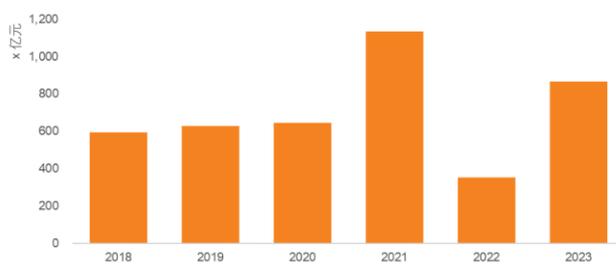
资料来源：Wind，各公司年报，HR 实名俱乐部公众号、经济日报，天风证券研究所

图 15：2018-2023 年华为经营性现金流（亿元）



资料来源：iFind，天风证券研究所

图 16：2018-2023 年华为归母净利润（亿元）



资料来源：iFind，天风证券研究所

### 3.3.1. 智能驾驶：算力充足+算法领先+快速迭代，L2~L5 级能力全覆盖

人工智能三要素：算力、算法、数据。

**算力：**基于 Ascend 系列芯片，华为针对智能驾驶领域推出了 MDC (Mobile Data Center) 智能驾驶计算平台。华为 MDC 还是一套开放的平台，具备组件服务化、接口标准化、开发工具化的特性，基于此平台可快速开发、调测、运行自动驾驶算法与功能。针对不同级别的自动驾驶算法，一套软件架构，不同硬件配置，支持 L3~L5 自动驾驶算法的平滑演进升级。

图 17：华为 MDC 平台四款产品

产品型号	MDC 210	MDC 300F	MDC 610	MDC810
芯片	昇腾 310	昇腾 310	昇腾 610	昇腾 910
AI 算力 (TOPS)	48	64	200	400
支持场景	L2+	商用车封闭场景自动驾	L4	L4-L5
		驶		

资料来源：汽车之心公众号、车东西公众号、HiEV 大蒜粒车研所公众号，天风证券研究所

图 18：华为 MDC810 计算平台与竞品对比

芯片厂商	域控制器	算力 (TOPS)	芯片	功耗 (W)
华为	MDC 810	400	昇腾 910	310
特斯拉	HW 4.0	720	FSD	-
英伟达	DRIVE AGX Orin	254	Orin-X	200

资料来源：汽车之心公众号、濮阳日报前言公众号、佐思汽车研究公众号、中车网公众号、盖世汽车社区公众号，天风证券研究所

图 19：华为 MDC 平台全方位运作



资料来源：《华为 MDC 智能驾驶计算平台》白皮书，天风证券研究所

**算法：**ADS2.0 采用 BEV+GOD2.0+RCR2.0 算法架构，实现“识更多路”、“识更多物”、主动安全。GOD 网络，通用障碍物检测，即使前方障碍物在 BEV 的白名单之外，在 GOD 网络的帮助下，智能驾驶系统依然可以识别和规避它，并充分利用了激光雷达的探测能力，轻松获取空间的信息。RCR2.0 道路拓扑推理网络，匹配导航地图与显示网络，与特斯拉 FSD 车道视觉识别路线相似，能够实现复杂道路环境实时推理。

图 20：华为 ADS 2.0 全面升级



资料来源：环球网公众号，天风证券研究所

ADS 3.0 进一步升级，采用 GOD（通用障碍检测）+PDP（预测决策规控）算法架构，实现全场景贯通智驾。4 月 24 日华为发布 ADS 3.0，区别于 2.0 架构 BEV+GOD 网络的架构，乾崮 ADS 3.0 基于 GOD（通用障碍物识别）大网，实现了从简单“识别障碍物”到深度“理解驾驶场景”的跨越式进步，从而让智驾系统真正实现有路就能开。更重要的还在于，全新端到端架构，使得智驾系统决策更精准、行驶更类人，同时也将更加高效。

图 21：华为 ADS 3.0 全新架构



资料来源：赛博汽车公众号，天风证券研究所

领先的算法允许华为智驾系统给硬件做减法，有效降本或将推动智驾渗透率上行。ADS2.0 与 1.0 相比，在感知端硬件上做减法，取消了 2 颗侧向的激光雷达、2 颗侧前毫米波雷达、1 颗后向毫米波雷达以及 2 个前向视觉传感器。第十六届中国汽车蓝皮书论坛上，华为智能汽车解决方案 BU CEO 靳玉志表示，华为乾崮 ADS 2.0 到 ADS 3.0 不需要更换硬件。ADS 3.0 在享界 S9 上商用，紧接着在 2024Q4 和 2025Q1，会逐步升级老车型。

表 7：ADS 2.0/3.0 硬件减配

		ADS 1.0	ADS 2.0 / 3.0
前向激光雷达	数量	1	1
	位置	前保险杠	车顶
侧向激光雷达	数量	2	-
	位置	前保险杠侧面	-
前向毫米波雷达	数量	1	1
侧前毫米波雷达	数量	2	-
侧后毫米波雷达	数量	2	2
后向毫米波雷达	数量	1	-
前向视觉传感器	数量	4	2
	位置	前挡风玻璃	前挡风玻璃
侧向视觉传感器	数量	4	4
	位置	翼子板+后视镜	翼子板
后向视觉传感器	数量	1	1
	位置	后尾箱盖	后向玻璃上方
环视视觉传感器	数量	4	4
	位置	前后保险杠+后视镜	前后保险杠+后视镜

资料来源：佐思汽车研究公众号，天风证券研究所

**数据：快速迭代，持续优化功能体验。**自 2023 年 4 月以来，ADS2.0 藉由华为 AI 训练集群构建丰富的场景库，每天学习里程超过 1000 万公里，截至 2023 年 9 月数据，长距离 NCA 领航 MPI ( Miles Per Intervention , 平均接管里程 ) 高达 200km，城市高架汇入汇出成功率高达 99%。依托华为云的底座能力，乾崮 ADS3.0 实现了能力的快速迭代。算力方面达到 3.5E FLOPS，训练数据量已达每日 3000 万公里，模型每 5 天迭代一次。

后续随着华为 HI+智选车产品谱系丰富、销量提升，训练数据将随之进一步丰富，进而促进功能优化，持续正循环。

图 22：华为智能驾驶模型持续进化



资料来源：华为智能汽车解决方案公众号，天风证券研究所

### 3.3.2. 智能座舱：鸿蒙系统赋能，定义全新智能座舱

据电子发烧友公众号，鸿蒙智能座舱一共具备六大软硬件能力，分别是 HarmonyOS 基础平台、华为独有的人机交互设计、强大的分布式能力、贴心的智慧能力以及高清的华为车载智慧屏和高保真 HUAWEI SOUND 车载音响系统。华为智能座舱解决方案包括四大平台：

- 1) 计算平台：麒麟 9610A 车机模组采用可插拔的设计并实现前向兼容，满足汽车在相对更长生命周期内的升级需求，无需担心芯片的迭代升级。车机系统模组核心采用旗舰版麒麟 990A 芯片和独立 NPU，算力可高达 200DMIPS，提供了超强任务处理能力和 AI 大模型计算能力。
- 2) 软件平台：HarmonyOS 车机操作系统由鸿蒙系统的“万物互联”理念延伸，主打多端设备之间的分享与连接；基于 HMS-Automotive 核心功能，将视觉、语音识别、音响音效、触控、抬头显示等核心功能通过 API 接口向主机厂、Tier1、应用生态伙伴开放并支持差异化定义、开发。
- 3) 显示平台：AR-HUD 显示平台尺寸大、清晰度高，配备三色 LED 光源，最高入眼亮度达 12000nits，短焦镜头畸变率低于 2%；车载智慧屏主要用于补充显示 AR-HUD 以外的信息。
- 4) 生态：鸿蒙车机生态系统包括核心能力会通过 API 向生态伙伴开放，多方联合，加速座舱的智能化。

图 23： Harmony OS 4.0 车机系统



资料来源：IT 之家，天风证券研究所

表 8：华为座舱芯片与竞品对比

	麒麟 9610A	麒麟 990A	高通 SA8295	高通 SA8155P	高通 820A
制程	14nm	28nm	5nm	7nm	14nm
推出时间	2023	2021	2021	2019	2016
CPU 算力 (DMIPS)	200k	-	200k	105k	45k
GPU 算力	-	-	-	1142	320

(GFLOPS)					
NPU 算力 (TOPS)	-	3.5	30	4	-
代表车型	江淮瑞风 RF8	问界 M5/M7、极狐 αS	极越 01、吉利银河 E8	蔚来 ET5/ET7、小鹏 P5、理想 L9	理想 ONE、极氪 001、小鹏 P7

资料来源：爱活网公众号，车东西公众号，智能网联前沿公众号，芝士驾道公众号，汽车之家公众号，52R 公众号，大厂贷表处公众号，电子发烧友网公众号等，天风证券研究所

### 3.3.3. 智能电动：三电布局领先，智能化+集成化+高效率

**热管理系统 TMS 方面，打造能效最优、体验最优的热系统。**通过一体化设计、部件和控制两个集成，可以实现能效、标定效率、体验三大提升，解决了传统热管理的痛点问题：1) 热泵系统最低工作温度由业界的-10℃降低至-18℃，相比传统非热泵方案能效比提升至 2 倍；2) 首创智能自标定算法，通过自动评价、自动参数优化代替人工标定，将标定周期从传统的 4 个月降低至 1.5 个月，标定周期缩短 60%；3) 通过车辆数据上报、大数据分析，实现智能热舒适性控制、智能空气管理、智能预测性维护，大幅提升用户体验。

**电驱动系统 DriveONE 业内领先。**华为已量产的 DriveONE 电驱动系统，优势在于采用一体化设计，高度集成了电机控制器、电机、减速器。多合一电驱系统还集成了车载充电机、电压变换器及电源分配单元，并可适配 A0~C 级车型需求。

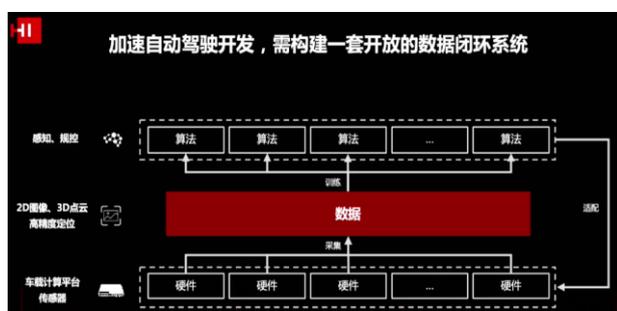
**充电设施安全高效。**40kW 风冷充电模块具有高可靠、低噪音、高效率、全适应特性。

### 3.3.4. 智能网联及智能车云：八爪鱼开发平台，开启车联网新时代

华为智能车联在数据管理、设备管理和运营管理赋能车企，提供安全统一的网络接口、适配灵活各类终端、海量数据的采集分析能力。华为 HiCar 智慧服务是以信息卡的形式呈现在汽车中控屏上，界面简洁清晰、功能操作简单快捷。

华为智能车云提供自动驾驶、V2X、车联网、高精地图和电池管理五个方面的云服务，协助车企构建自动驾驶数据的一站式数据闭环结构，构建统一开放的车联网解决方案。“华为八爪鱼”（华为自动驾驶云服务 HUAWEI Octopus），覆盖自动驾驶开发的各个阶段，包括数据处理、场景挖掘、难例挖掘、模型训练、仿真测试、算法评价等，将 AI 与云计算技术，变成一种平台化的使能能力，赋能自动驾驶算法的开发和迭代。

图 24：华为数据闭环系统



资料来源：C114 通信网，天风证券研究所

图 25：华为“八爪鱼”自动驾驶开放平台



资料来源：C114 通信网，天风证券研究所

## 3.4. 销售：营销能力领先，渠道覆盖广泛

营销方面，华为经验丰富，善于吸引潜在用户。余承东线上宣传自带流量；同时华为擅长广告营销，例如问界 M9 春晚广告引发了广泛讨论。

图 26：余承东线上宣传引流能力



资料来源：微博，天风证券研究所

图 27：问界 M9 春晚广告引起广泛讨论

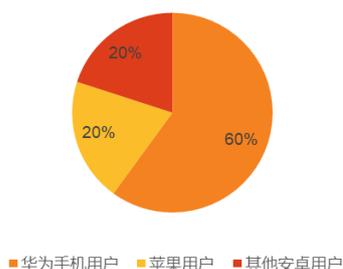


资料来源：央视财经公众号，天风证券研究所

渠道方面，华为手机渠道可复用至汽车，覆盖范围广阔。

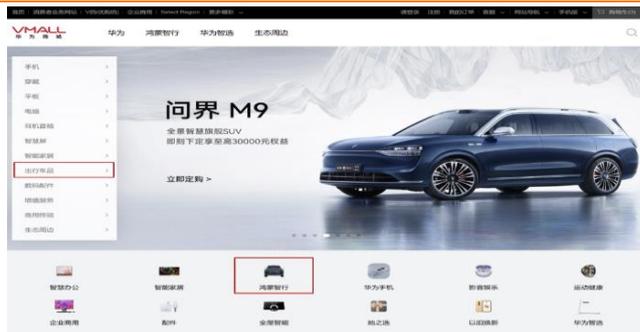
1) 线上：华为全渠道接入问界车型，充分引流。截至 2023 年底，华为终端云服务全球月活用户超过 5.8 亿，华为帐号全球月活用户达到 4.36 亿，华为应用市场(AppGallery)全球月活跃用户超过 5.8 亿，快应用全球月活超过 2.1 亿。线上商城展示智选车，能快速触及庞大用户群。

图 28：AITO 用户 60%左右是华为手机用户



资料来源：鼎帷咨询公众号，天风证券研究所

图 29：华为商城首页给智选车导航



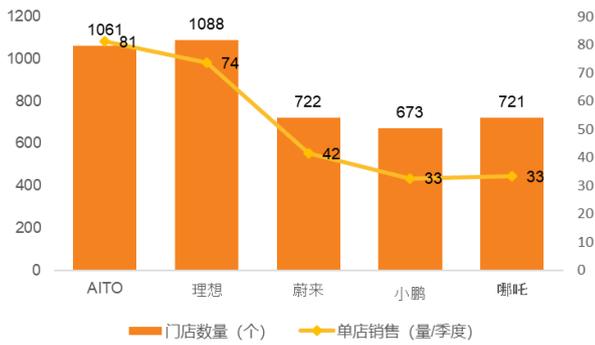
资料来源：华为商城官网，天风证券研究所

2) 线下：华为线下门店小幅改造即可展示汽车。截至 2023 年底，华为已在全球建立超过 60000 家门店和专柜，包含超过 5500 家体验店、超过 2100 家华为授权服务中心，服务中心覆盖 50 个国家和地区。华为终端门店仅需小幅改造即可作为体验中心展示汽车产品、提供汽车销售咨询服务、提供试驾服务，节省大量渠道建设时间及成本。

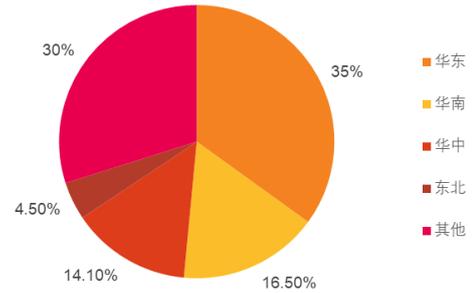
华为助力下，问界线下门店数量领先新势力。问界线下门店主要分为体验中心和用户中心，其中体验中心主要是引流、试驾、订车，用户中心则提供一站式购车体验。截至 2024Q1，问界门店数量 1061 个，一季度单店销售 81 辆，领先新势力品牌。从区域分布来看，问界门店在全国各区域均有分布，网点触及面广。

图 30：新势力门店数量及单店销量（2024Q1）

图 31：问界终端门店分布（2024Q1）



资料来源: Location 公众号, 天风证券研究所



资料来源: 数典汽车销量网公众号, 天风证券研究所

表 9: 问界线下门店主要分为体验中心和用户中心

	体验中心	用户中心
类型	华为授权体验店、华为智能生活馆、华为旗舰店、AITO 体验展厅	AITO 授权用户中心
门店功能	引流+试驾+订车	引流+试驾+订车+交付+售后
提供服务	汽车及相关产品销售咨询服务, 新车试驾服务	售卖产品并赚取销售服务费、交付服务费, 提供售后服务 赚取配件+工时费

资料来源: 鼎帷咨询公众号, 天风证券研究所

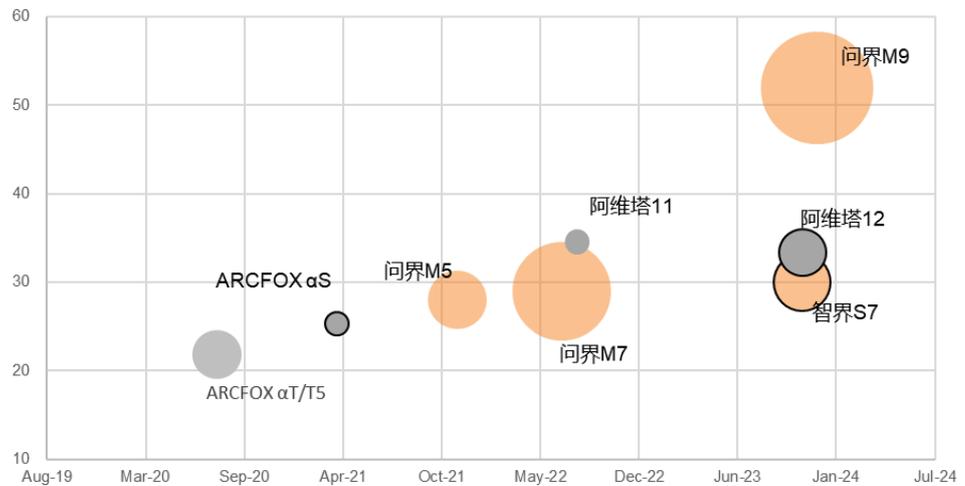
## 4. 产品周期开启+渠道改革升级，智选车销量可期

### 4.1. 产品谱系逐渐完善，智选车迎来产品大年

**智选车销量领先。**目前已上市的智选车包括问界 M5/M7/M9，智界 S7。问界 M7 于 2023 年 9 月改款后月销一度突破 2w；问界 M9 上市后成为 50 万以上豪华车销冠；4 月份问界 m5、智界 S7 两款车改款。

**电动智能化优势+华为强品牌认可力，是鸿蒙智行产品的共性卖点。**技术能力和品牌形象均为壁垒较高的竞争优势，叠加华为广泛的渠道布局为智选车引流，后续车型销量值得期待。

图 32：已上市的智选+HI 产品（横轴为上市时间，纵轴为平均售价，气泡大小为 2024Q2 平均月销）  
（橙色为智选，灰色为 HI；带有黑色边框的为 CAR，不带边框为 SUV）



资料来源：车主之家，盖世汽车每日速递公众号等，天风证券研究所

#### 4.1.1. 赛力斯问界：问界 M8 有望于 2025 年上市

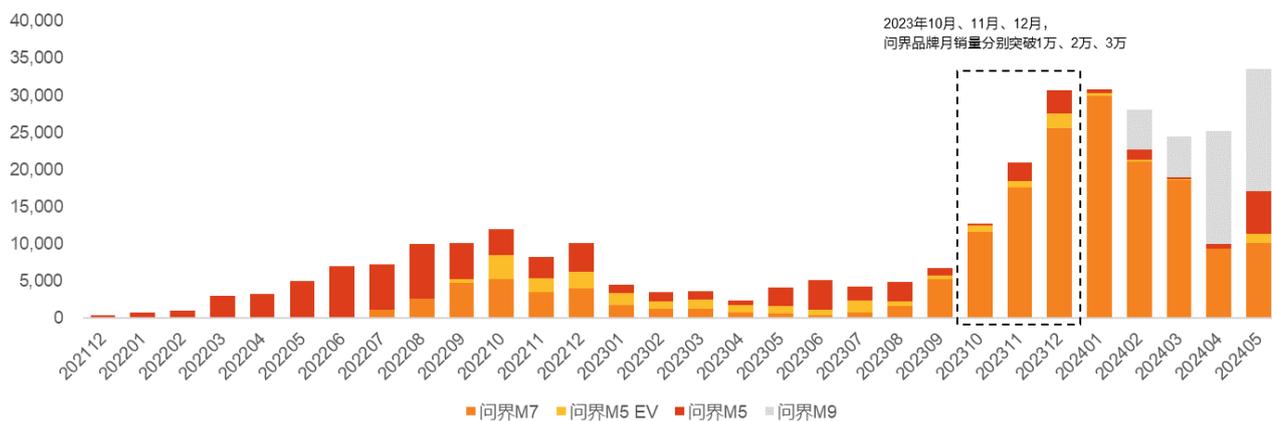
**已上市三款车型，当前月销超过 3 万辆，后续订单充足。**问界品牌于 2021 年 12 月发布，并于同月上市首款车型问界 M5，2022 年 7 月发布第二款车型 M7，2023 年 9 月 M7 改款上市引爆销量。问界 M9 于 2023 年 12 月上市，4-6 月销量均突破 1.5 万辆。

表 10：问界品牌发展历程

时间	事件
2021 年 12 月	发布全新高端智慧汽车品牌 AITO 问界； 推出首款车型 M5，搭载 HUAWEI DriveONE 纯电驱增程平台和 HarmonyOS 智能座舱
2022 年 07 月	推出豪华智慧大型电动 SUV 问界 M7
2022 年 09 月	推出首款纯电问界 M5 EV
2023 年 09 月	问界新 M7 上市，共提供 5 款车型，售价 24.98 万元至 32.98 万元
2023 年 12 月	问界 M9 上市，售价 46.98 至 56.98 万元。采用华为智能汽车全栈技术解决方案打造，配置途灵智能底盘、HUAWEI ADS 2.0、 超强玄武车身、HarmonyOS 4 智能座舱等。
2024 年 4 月	问界 M5 改款，预售盲订 12 小时订单破万
2024 年 5 月	问界 M7 Ultra 上市 1 小时大定破 6000 台

资料来源：中国网公众号，每日经济新闻公众号，智驾网公众号，AITO 汽车公众号，第一电动汽车网公众号，北京商报公众号，21 世纪经济报道公众号、重庆汽车工程学会公众号等，天风证券研究所

图 33：问界品牌各车型月销量



资料来源：中汽协，天风证券研究所

**问界品牌 2024 年销量目标 60 万辆，如顺利达成，将实现 538% 的同比增长。**

表 11：部分车企新能源销量目标

品牌	2023 年销量 (万辆)	2024 年销量目标 (万辆)	同比增幅
长安	42.2	75	78%
埃安	48.2	80	66%
吉利	48.7	81	66%
五菱	43.1	70	62%
理想	37.6	80	113%
蔚来	16	23	44%
小鹏	14.2	28	97%
问界	9.4	60	538%
零跑	14.4	40	108%-178%
哪吒	12.7	30	136%
岚图	5.1	10	96%

资料来源：第一电动汽车网公众号，天风证券研究所

**新 SUV 问界 M8 或将推出。**我们预计 M8 车身尺寸介于问界 M9 和 M7 之间，提供 6 座和 7 座两种选择。以问界 M9 为参考，预计问界 M8 也将配备华为途灵智能底盘、“巨鲸”800V 高压电池、玄武车身、192 线激光雷达、百万像素智慧灯光系统和 75 英寸 AR-HUD 等，并提供增程和纯电 2 种动力版本。预计起售价 35 万元左右。

#### 4.1.2. 奇瑞智界：华为首款轿跑 SUV 有望年内上市

**2023 年 11 月 28 日，智界 S7 正式上市，**指导价 24.98~34.98 万元。在智能化方面，智界 S7 首搭华为途灵智能底盘和 HarmonyOS 4 智能座舱，同时还搭载全新一代 DriveONE 800V 碳化硅黄金动力平台和 HUAWEI ADS 2.0 高阶智能驾驶辅助系统等先进技术。凭借较低的售价和强产品力，智界 S7 开启预售不到 24 小时就收获 5000 辆订单。

**受产品推出节奏和排产问题影响，智界 S7 交付量受阻。**1) 相似车型同期上市导致了一定程度的效率损耗。奇瑞星纪元 ES 于 12 月 20 日正式上市，售价 22.58~33.98 万元。星纪元 ES 和智界 S7 都基于奇瑞 E0X 平台打造、都定位于中大型纯电轿车。2) 产销不协同也导致交付环节出现问题。智界 S7 目前与瑞虎 8、瑞虎 9、星纪元 ES 共线生产，不同车型之间切换模具等工作影响了产能爬坡速度。

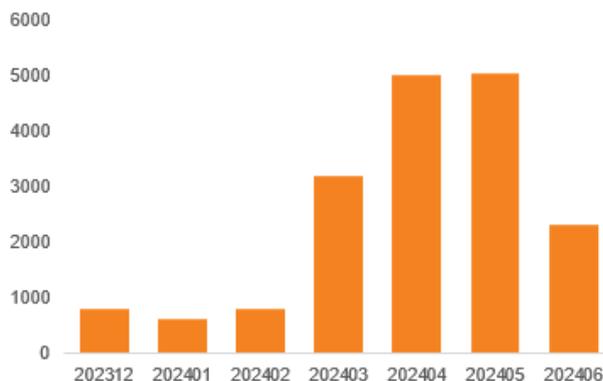
**2024 年 4 月 11 日智界 S7 焕新升级、二次上市，交付量迎来拐点。**相比于老款，pro 版本续航从 550km 增加到 705km，max、max+ 版本降价 2 万元，另外增加 ultra 版本，售价区间仍维持在 24.98-34.98 万元，同时通过权益调整、提供补偿等方式令老车主同样满意。

图 34：智界 S7 外观

图 35：智界 S7 月销量 (辆)



资料来源：智界汽车公众号，天风证券研究所



资料来源：懂车帝，天风证券研究所

**2024H2 将推出中大型轿跑 SUV 智界 R7，对标特斯拉 Model Y，大尺寸+智能化是核心卖点。** 1) 尺寸：长宽高 4956mm×1981mm×1634mm，轴距 2950mm。2) 动力：提供纯电/增程两种动力类型，标配 800V 碳化硅高压平台、华为电机系统，单电机版最大功率 215 千瓦，双电机版本最大功率 365 千瓦。3) 智能化：搭载华为最新的 ADS 3.0 智驾系统，拥有全新架构、全向防碰撞系统、高精度 4D 毫米波雷达。配备新一代鸿蒙座舱、车云服务 3.0、全新 AR-HUD、百万像素智能车灯模组等。

**目标市场优质轿跑 SUV 供给不多，R7 优势明显、潜力充足。** 1) 核心竞品包括：①宝马 X5、宝马 X6、奔驰 GLE 轿跑等豪华品牌燃油 SUV，②智己 LS6、领克 09、乐道 L60 等同级别新能源轿跑，③有代表性的新能源车产品中大型轿跑 SUV Model Y、小鹏 G6。2) 相较于同级豪华品牌 SUV：智驾体验、性价比优势显著；相较于同级别的轿跑 SUV、Model Y：尺寸更大、华为 ADS 智驾赋能、纯电+增程双动力类型目标用户群更广。3) 智界 R7 凭借大尺寸+智能化两个核心卖点，与竞品相比有明显优势，另外纯电+增程动力类型无续航焦虑，有利于打开市场。

#### 4.1.3. 北汽享界：行政级纯电轿车 S9 已于 8 月上市

**享界 S9 纯电版于 8 月 6 日正式发布，定位全景智慧旗舰轿车。** Max 版售价 39.98 万元，Ultra 版 44.98 万元。1) 尺寸：中大型纯电轿车，车身尺寸方面，长宽高分别为 5160×1987×1486/1498mm，轴距为 3050mm。2) 动力方面：提供单电机和双电机两种版本供消费者选择，单电机版本最大功率为 227kW，双电机版本系统功率为 385kW，在同级别车型中有明显优势。3) 智能化方面：搭载途灵智能底盘、鸿蒙 4.0 智能座舱、全国都能用的 ADS3.0 高阶智能驾驶辅助系统等。

图 36：享界 S9 外观



资料来源：鸿蒙智行公众号，天风证券研究所

#### 4.1.4. 江淮尊界：智选车中唯一百万级豪华品牌，2025 年首款车型有望上市

**定位超高端，首款车型计划 2025Q1 上市。**尊界超级工厂已在建设中。3 月，安徽省生态环境厅公示江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目环境影响报告书，江淮方面将构建 DE、X6 两个纯电平台，产品覆盖轿车/SUV/MPV 车型，总计年产能 20 万辆。豪华新能源平台 X6 平台与华为合作，积极抢占国内高端市场，覆盖车型级别为 B 级→D+级，可适应 Sedan、SUV、MPV、Crossover、Sporty 等各类车型的共平台开发。DE 纯电平台为新能源专属平台，主要满足国内经济型和改善型市场需求，产品覆盖 B 级轿车、C 级轿车、A+级 SUV 和 B 级 SUV。

图 37：江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目

序号	平台	车型	规划达产年产能（辆）
1	新能源专属平台（DE 平台）	B 级轿车	60000
2		C 级轿车	36000
3		A+级 SUV	48000
4		B 级 SUV	21000
5	豪华新能源平台（X6 平台）	MPV	35000
6	合计		200000

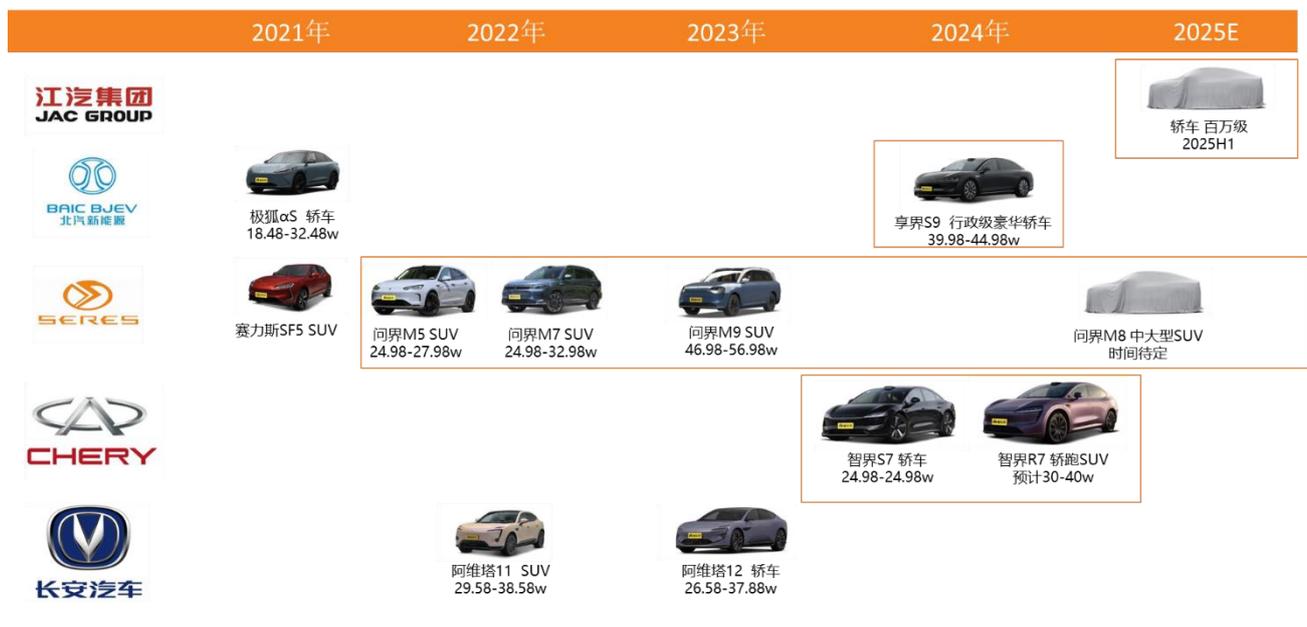
序号	平台	规划车型	车长	轴距
1	新能源专属平台（DE 平台）	B 级轿车	4860	2960
2		C 级轿车	5050	3050
3		A+级 SUV	4800	2850
4		B 级 SUV	4890	2960
5	豪华新能源平台（X6 平台）	MPV	5200	3200

资料来源：合肥市人民政府发布公众号，天风证券研究所

## 4.2. 智选车布局 25 万以上中高端价格带，市场空间广阔

2024 年为华为产品大年，智选车年内将完成轿车/SUV/轿跑产品的布局。4 月/5 月份问界 m5、m7 相继改款，8 月上旬享界 S9 正式上市，定位行政级豪华旗舰轿车；8 月 26 日华为首款轿跑 SUV 智界 R7 首发亮相。

图 38：华为智选+HI 车型规划（橙色方框中为智选车）



资料来源：汽车消费网公众号，界面新闻公众号，电动知家公众号，中工汽车网公众号，懂车帝等，天风证券研究所

注：价格数据仅供参考

各品牌定位清晰，全面布局 24-100 万价格带。以 2023 年细分市场容量计算，在 5%/10%/20% 市占率假设下，四个智选车品牌销量分别为 45 万/91 万/181 万辆。

表 12：各品牌市场定位及细分市场容量

	定位	细分市场容量	5%市占率	10%市占率	20%市占率
问界	24-60w SUV	2022 年 241 万辆，2023 年 305 万辆，同比+26.7%	15.3 万辆	30.5 万辆	61.0 万辆
智界	24-40w	2022 年 333 万辆，2023 年 409 万辆，同比+23.0%	20.5 万辆	40.9 万辆	81.8 万辆
享界	40-60w	2022 年 116 万辆，2023 年 140 万辆，同比+20.3%	7.0 万辆	14.0 万辆	28.0 万辆
尊界	60w 以上	2022 年 45 万辆，2023 年 53 万辆，同比+17.9%	2.7 万辆	5.3 万辆	10.6 万辆
总计			45.4 万辆	90.7 万辆	181.4 万辆

资料来源：中汽协，天风证券研究所

### 4.3. 鸿蒙智行渠道升级，打通售前售后+加速铺开门店

成立鸿蒙智行用户中心，打通售前售后环节，避免用户体验割裂。

此前 AITO 设有体验中心和用户中心，体验中心由华为打造，专注于新车型引流和展示；用户中心由赛力斯管理，负责车辆交付和售后服务。销售前后端的分离割裂了客户体验，交付也受到阻碍。

鸿蒙智行用户中心正在建立，将容纳多个“界”。2023 年 12 月，鸿蒙智行面向全国 78 座城市开放加盟用户中心，招商文件显示，该用户中心提供销售、交付和售后等一系列服务，即销交服一体化用户中心，合作商的标准之一是优先具备豪华品牌汽车销售、维修经验能力，一家鸿蒙智行授权用户中心的启动资金约在 2000 万元左右。鸿蒙智行用户中心成立后，华为能够全面负责智选车的终端销售、售后服务。

据 36 氪 PowerOn 预测，2024 年新建的鸿蒙智行门店将达到 800 家左右，2025 年冲击 1000 家。

表 13：华为鸿蒙智行用户中心入网条件

中心等级	建设面积 (m <sup>2</sup> )	展车位	交付车位	电容可扩容
------	------------------------	-----	------	-------

S 级	≥8000	≥12	≥12	≥800KW
A 级	6000≤面积<8000	10	10	≥500KW
B 级	4000≤面积<6000	8	8	≥300KW
C 级	2500≤面积<4000	6	6	≥300KW

资料来源：36 氪汽车公众号，天风证券研究所

#### 4.4. 完善产能布局，保障交付能力

问界：现有三个超级工厂，设计产能分别为 15 万、15 万、70 万辆。

傲界：安徽省生态环境厅受理公示了江淮年产 20 万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目环境影响报告书。据报告书显示，该工厂将投资 39.805 亿元，预计年产量 20 万辆。

享界：北汽蓝谷将投入 16 亿在密云建厂，项目建设工期预计 10 个月。

智界：智界 S7 由奇瑞新建的智能网联超级二工厂生产，规划年产能 50 万辆。

表 14：华为智选车产能布局

	工厂	位置	总投资	年产量	生产车型
赛力斯 问界	两江工厂	重庆两江新区	-	15 万	问界 M5
	凤凰工厂	重庆沙坪坝区青凤 高科产业园	40 亿元	15 万	问界 M7
	第三工厂	重庆	百亿元	70 万	问界 M9/M7
江淮傲界	-	肥西县桃花工业园	39.8 亿元	预计 20 万	
北汽享界	-	密云	16 亿元	预计 5 万	
奇瑞智界	奇瑞智能网联超级 二工厂	安徽芜湖	-	50 万	智界 S7

资料来源：汽车纵横 AutoReview 公众号、中国机器人网公众号、车路云 50 人公众号、合肥市人民政府发布公众号、智驾网公众号、华尔街见闻公众号、电动知家公众号，天风证券研究所

## 5. 风险提示

- 1) 新能源增速放缓：新能源渗透率已经取得一定突破，后续新能源车销量增速可能放缓。
- 2) 行业价格战加剧：近两年价格战相对激烈，后续可能加剧，影响产品定价、厂商利润。
- 3) 产品发布节奏不及预期：智选车有多款从产品计划上市，车型发布节奏可能不及预期。

## 分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

## 一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

## 特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

## 投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

## 天风证券研究

北京	海口	上海	深圳
北京市西城区德胜国际中心 B 座 11 层	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼
邮编：100088	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com