

# 为什么华为总给人要造车的“错觉”？

“华为声明不造车”好似一部热播剧，连回应的台词都相差无几。“华为不造车。这一长期战略在2018年就已明确，没有任何改变。”华为在最新声明中强调。

在华为近日一系列的车企合作动态中，像上述用户一样有“错觉”的人或不在少数。问题在于，我们应如何理解这一“错觉”？又如何理解华为？

华为不造车  
据不完全统计，华为此前已至少六次表示自己不会造车。其中，2019年1月，华为创始人任正非首次表示“华为绝不造车，永远不造车”；2020年11月，华为的内部文件明确“华为不造整车”，甚至提出“以后谁再建言造车，干扰公司，可调离岗位，另外寻找岗位”；一个月前的2021年4月，华为轮值董事长徐直军在华为全球分析师大会上又一次重申了“华为不造车”。

5月24日，华为发布《关于华为不造车的声明》，称有关华为造车的传言，公司发言人已多次予以澄清，“今天，我们再次重申：华为不造车。”

华为在最新声明中表示，华为认为产业界需要的不是华为品牌汽车，而是华为为三十多年积累的ICT(信息通信技术)能力，来帮助车企造好面向未来的车，即为车企提供基于华为ICT能力的智能网联汽车部件。

尽管华为一直否认造车，但相关传闻却不断出现。近日，有报道称，华为正在尝试收购本土汽车制造商的电动汽车部门，包括寻求控制北汽蓝谷新能源科技旗下的电动车品牌——极狐 ARCFOX。该报道还援引一位不愿透露姓名的北汽蓝谷内部人士消息，双方确实在密切接触，但华为不太可能控股北汽极狐，入股的可能性更大一些。

“至今为止，我们并未投资任何车企。未来也不会投资任何车企，更不会控股、参股。以后，凡是议论上说华为造车、或者参股汽车制造行业，均为谣言，勿轻信。”华为表示。

“小米都造车了，华为为什么不造车？”徐直军回应了外界的疑惑，称华为“不造车”的决策是经过多年讨论的。华为从2012年开始进行汽车相关研究，在2012年成立了车联网实验室。那时候还没有自动驾驶的概念，只有电动汽车的概念，华为当时想研究电动汽车。

不过，华为在研究汽车的过程中发现，华为的技术在车上应用越来越广泛，在汽车自动驾驶上的价值越来越能体现。“我和中国、日本、德国等汽车企业大佬都讨论过，发现他们不需要华为造车，而是需要华为提供ICT的能力，帮助他们造好车。”他提到，2018年在三亚开会时，华为高层就明确了华为不

造车，帮助企业造好车的战略。

不造车，但卖车  
为产业赋能是华为一贯的商业逻辑，在软件生态上蓄力已久的华为，理应在智能网联汽车赛道上大干一场。但眼下，华为似乎把希望寄托于其“朋友圈”身上。

华为在上述声明中强调，公司选择了北汽、长安和广汽三家车企作为战略合作伙伴，支持它们打造各自子品牌。用了华为自动驾驶解决方案的车，经华为授权才可以使用HI标识，代表Huawei Inside。

关于华为与重庆小康集团旗下的金康赛力斯的合作，华为表示公司是赛力斯SF5(配置询价)的电动部件和HiCar座舱部件的供应商。同时为了解决华为授权手机零售店在华为手机大幅减少情况下的生存问题，华为在支持部分零售店来销售此款车，零售店可以获得相应收益。

外界对华为造车的又一波猜测来自于华为近日与车企的密切合作。2021年4月12日，徐直军就透露，华为将与北汽、广汽、长安三家车企合作伙伴进行深度合作，打造三个汽车子品牌，并将在四季度陆续推出。

徐直军介绍，每一个车型都将拥有“Huawei Inside”标识，代表该车使用了华为自动驾驶在内的ICT集成系统。尽管没有“亲自”造车，但Huawei Inside和三个汽车子品牌的出现，华为在车圈的刷屏率不可谓不高。

此外，最新的声明已给每家车企的角色赋予明确定位，即北汽、长安和广汽三家将采用华为自动驾驶解决方案，赛力斯SF5将采用华为电动部件和HiCar座舱部件，并进入华为门店售卖。

4月20日，在上海核心商圈南京路的华为旗舰店内，华为消费者业务掌舵人余承东宣布，华为智选正式开卖赛力斯SF5，这款车型会进入华为的门店和旗舰店。

华为智选是华为的生态平台，围绕智能家居、智慧出行、影音娱乐、智慧办公、运动健康等五大场景选出高品质的生态产品。而赛力斯SF5是华为智选的首款汽车产品，高四驱版售价24.68万元，两驱版售价21.68万元。

余承东表示，赛力斯SF5不是PPT汽车，今天开始预订，5月份交车。据悉，赛力斯SF5是一款电驱动力强，增程跑得远的高性能电驱轿跑SUV。在纯电模式下，可实现续航180公里(NEDC)，满足城市日常通勤；最长可实现1000+公里(NEDC)续航。

那么，原先的手机旗舰店，为何开始卖车？余承东在直播中说道，被美国方面多次制裁后，华为手机业务受到影响，思来想去，华为决定卖车，可以弥补手机业务销量受到

影响造成利润上的下滑问题。

同时，他也表示，华为终端5-10年的整体策略就是围绕五大场景进行布局，在智慧出行场景中，已经推出HiCar解决方案，汽车BU(业务单元)帮助车企造好车，华为智选可以帮助车企卖好车，还要把设计、质量做好。而现在购物中心是汽车重要销售渠道，华为在全国有5000多家门店，具有线下优势。

摸石头过河  
电信与互联网分析师、达睿咨询创始人马继华接受中新经纬记者采访时认为，华为布局汽车业务并非是手机受限后被逼无奈，但制裁确实加快了其布局汽车业务的进程。“华为入局速度快，目前算是摸着石头过河。”

马继华认为，如果汽车进无人驾驶阶段，华为自己出品牌汽车可能性极大。但目前看只是新能源辅助驾驶，车厂依然是产业链核心，华为自然还是技术输出，价值最大化、风险最小化。做新产业的赋能者，这是华为几十年来的商业逻辑。“一句话总结下来，华为自己造车还未准备好，但是面对造车风口机遇和企业发展的需要，华为得冲上去。”

车企也是这么想的。对于为何牵手华为，长安汽车软件科技有限公司总经理、长安汽车智能化研究院副总经理张杰日前接受中新经纬记者采访时回应，“华为在整车关键零部件及关键能力的布局上实力很强。对长安汽车来说，更希望在整体的能力上形成很好的互补。”

业界普遍认为，造车“2.0”时代已经到来。突出表现在以科技公司为代表的“跨界者”纷纷下场造车，以整车制造商身份的更不在少数。那么，华为在顾虑什么？

“我相信华为也很纠结。”罗兰贝格全球高级合伙人兼大中华区副总裁方寅亮在接受中新经纬记者采访时分析称，华为需要在消费业务发展的瓶颈后找到新增长极，直接进入整车又会同时对零部件和系统业务的发展形成制约，也就是把潜在客户变成了竞争对手。“对华为来说，或许要平衡好各个利益相关方的关系，这是一个博弈的过程。但是，如果做晚了，就有可能错失这一轮新造车的红利。”

事实上，声称“不造车”的华为已频频在汽车领域布局。天眼查App数据显示，华为技术有限公司近三年已公开百余项车辆相关专利，以及国际分类为“运输工具”的商标，专利状态多为“实质审查”，商标状态多为“商标申请中”。

汽车行业分析师钟师向中新经纬记者表示，华为不造车的战略是长期评估的结

果，现在的定位更符合华为自身的优势。在汽车迈入智能网联转型的过程中，华为如果能成为一个很好的头部供应商，成为新时代的博世，那也是一个很好的目标。“反之，如果自己去造车，很可能自己就陷入‘汪洋大海’里，做不好就被淹没了。”

资本涌动  
“华为造车”即便只是“错觉”，也足以在资本市场引起连锁反应。

作为行业标杆的华为，打造的朋友圈内容并不突出。小康股份旗下的赛力斯此前还不被大多数人所知。抱上华为大腿后，赛力斯SF5销量节节攀升，这的确将成为车企账面上“好看”的成绩。将自己定位成“供应商”的华为也不甘在幕后，而是多次为伙伴们站台，高调推进合作。

资本市场也愿意为此“买单”。以小康股份为例，自4月19日被曝与华为合作造车后，小康股份的股价在13个交易日内接连收获8个涨停、总涨幅高达111.24%，从年初至今，股价涨幅高达217.74%。

此外，5月21日，长安汽车在互动平台表示，阿维塔科技将聚合长安汽车、华为和宁德时代三方资源，联合打造高端智能电动汽车。当日，长安汽车涨8.46%，收报25元/股。

在24日华为重申“不造车”后，此前被热炒的华为造车概念股全线大跌，其中长安汽车、北汽蓝谷跌停，小康股份跌6.0%、广汽集团跌4.3%。

这些被套上华为“光环”的车企，未来还将继续推出与华为的合作车，资本市场的表现值得继续关注。同时，华为频频向车企抛出橄榄枝，在部分人看来是一场“试验”。

“华为庞大的销售网若要维持，只能尝试用新的业务加持进去，所以拉来车企做商业试验。华为前段时间让造车消息发酵，或是想继续扩大知名度和测试外界的反应。”钟师表示，“现在纷纷扰扰的声音太多了，华为最新的发声也是自己把这个事情画个句号。”

在方寅亮看来，各种消息满天飞一定程度上也变成了压力测试，在反馈消费者、资本市场、合作伙伴、整车厂的态度。不过，“最后在什么时间点、做什么，还是看华为自己的决策。”

分析人士指出，凭借华为的流量与情怀，要寻求短暂的销量增长数字难度不高。不过，仅凭在车型上打标识，并非意味着真正注入华为的基因。若没办法形成强而有力的产品和阵营，华为Inside，不免在哪一日就变得“Outside”了。

## 用推特左右虚拟货币 马斯克惹恼币圈：请不要再发推了，做好车吧



近来，比特币、狗狗币和其他虚拟货币价格跳水超过40%，特斯拉CEO埃隆·马斯克显然在这一轮虚拟货币波动中没有起到什么正面作用，还给他一手带起来的狗狗币招来了压力和嘲讽。就连维护狗狗币的开发人员Michi Lumin都表示：“我们不是埃隆币。”

据外媒5月24日报道，币圈已经受够了马斯克个人对近期几乎所有虚拟货币的价格造成的巨大影响。人们如今希望：他不要再发推特了，还是好好做自己的车。

翻手为云覆手为雨，马斯克惹恼币圈  
当马斯克的公司买入当时价值15亿美元的比特币时，他宣布特斯拉将接受比特币付款，直接将比特币价格推高。而他宣布不

接受比特币付款后，就因为这一个消息，市场在数分钟内蒸发了3000亿美元。

狗狗币更是被马斯克以一己之力翻云覆雨。不管是在他新主持的节目“周六夜现场”开玩笑说狗狗币是一场“骗局”，还是说送狗狗币去月球。他的一句话就能让虚拟货币的价格大涨大跌。

几乎所有虚拟货币都在随着比特币和狗狗币涨跌，而这部分得归咎于马斯克反反复复的言论。现在，投资人和分析师们都被惹恼了。

天使投资人、虚拟货币咨询师埃洛伊萨·马尔凯索尼(Eloisa Marchesoni)表示，人们“很愤怒”。

马斯克在推特上并没有沉默。22日，一

名网友问他：“那些因为虚拟货币而对你很愤怒的人，你怎么想？”马斯克回应道：“真正的战争在法定货币和虚拟货币之间。总的来说，我支持后者。”

马斯克当然不是虚拟货币价格跳水的唯一原因。虚拟货币面临更严格的监管，及其在美国可能面临更多税收等都是造成投资人恐惧的原因。上个周末，受监管层面利空消息影响，比特币等加密货币价格继续暴跌。5月21日，中国国务院金融稳定发展委员会部署下一阶段金融领域重点工作。会议指出，强化平台企业金融活动监管，打击比特币挖矿和交易行为，坚决防范个体风险向社会领域传递。这被认为是中国监管层对于比特币等加密货币的“又一记重拳”。

按照今年4月中旬前后的峰值64800美元/枚计算，近期比特币价格已经近乎腰斩。

除了这些因素，马斯克的言论确实也搞晕了很多非专业的币圈人。虚拟货币借贷公司 Celsius 创始人、CEO 亚历克斯·玛什奇(Alex Mashinsky)指出，那些追随马斯克的人损失了很多钱，可能永远也不会再回币圈了。他补充道：“虚拟货币圈需要在解释这些资产及其风险的时候更负责一点。专家们一直说，因为 Square 和 PayPal 等支付公司的机构性兴趣，比特币市场不会再下行了。当你听到这些话的时候，你就需要担心了。”

“泡沫终究会破裂”  
虚拟货币投资公司 Magnetic 经理梅根·卡斯帕表示，她不知道马斯克对狗狗币的真

正态度是什么，也不认为世人能知道，“为什么他认为那是有价值的？”梅根补充道：“机构是深思熟虑的，不会单纯因为马斯克在推就买入狗狗币。但那些散户投资者可能就不是这样了。”

马尔凯索尼也呼吁无视马斯克。她警告说：“泡沫终究会破裂。而且泡沫往往发生在那些新式的资产市场。我们现在还没到顶点呢。”

亚历克斯·玛什奇分析道，散户可能很快就受够了虚拟货币市场的震荡。在这样的市场形势下，所有的“虚拟货币游客”都在流出，因为其中很多人购买虚拟货币并不是因为相信金融自由或进行长期的资产多样化，而是想挣一笔快钱。

这也是为什么一些专家建议大家看看稳定币，如 tether、USD Coin、binance USD 等。稳定币同欧元、美元等某种法定货币挂钩，相对稳定。日本互联网公司GMO-Z推出了全球第一个挂钩日元的稳定币，其CEO中村健(Ken Nakamura)指出，稳定币是一种有挂钩某种资产的虚拟货币，相对其他虚拟货币来说震荡会少一些，也有帮助缓解通胀压力的能力。

业内专家们还强调，同股票基金、法定货币和其他实体商品相比，比特币和其他所有虚拟货币都仍是相对新型的资产形式，如果马斯克不放下他的手机的话，在可预见的将来，绝大多数虚拟货币有很大可能仍是一种有急剧波动的投资。