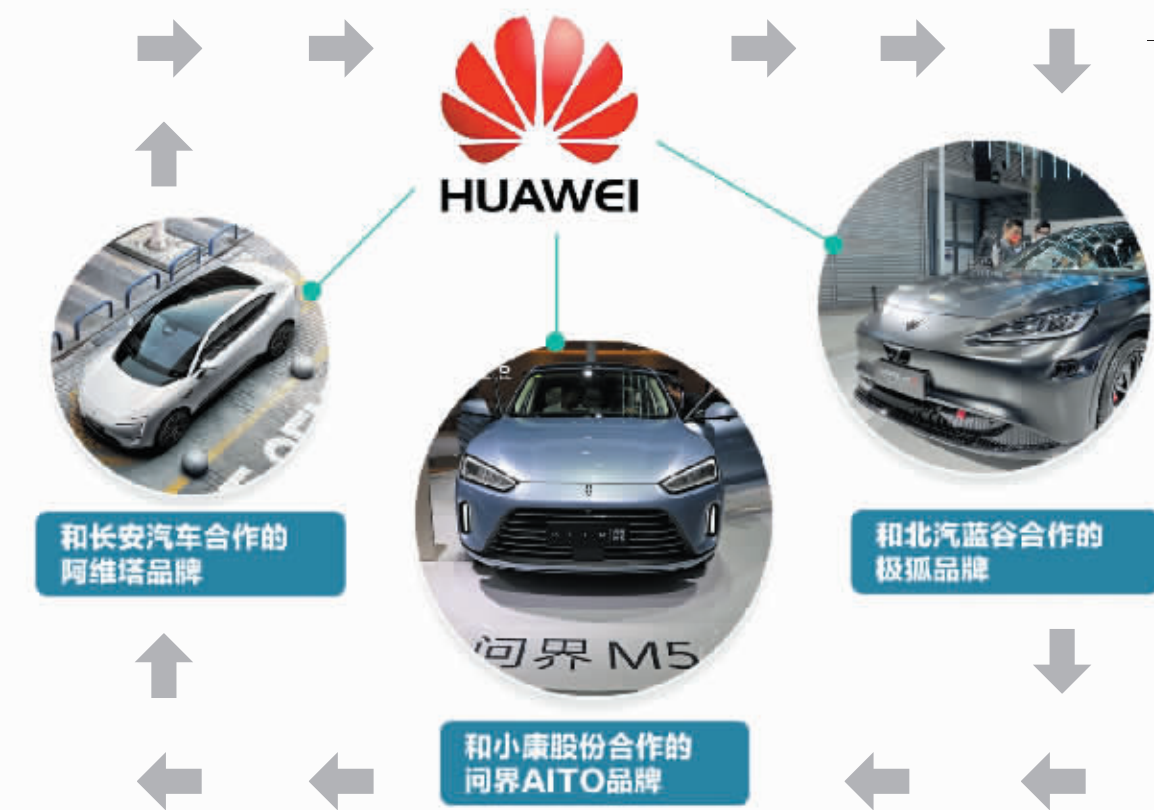
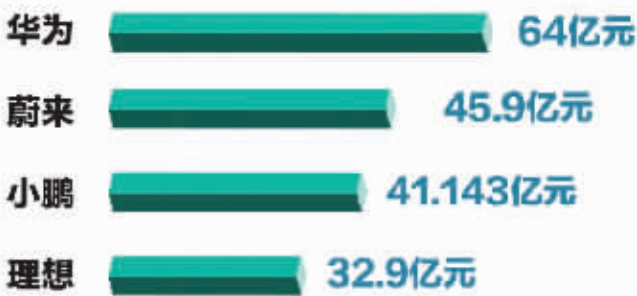


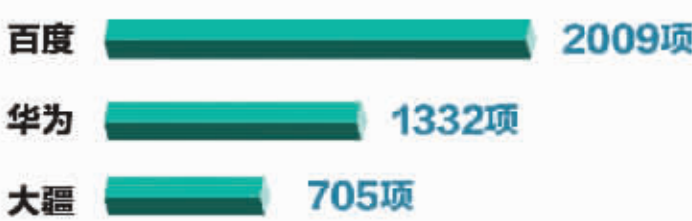
三种模式绑定多家车企 华为汽车版图扩张凶猛



2021年智能汽车方案研发投入比较



2021年国内自动驾驶专利排行榜前三



郭晨凯 制图

●记者 俞立严

坚称“不造车”的华为正加速扩张其汽车业务版图。

华为7月11日披露的最新数据显示，公司和小康股份合作的新车M7发布3天，订单就突破了6万辆。与此同时，长安汽车、北汽蓝谷等多家上市车企正与华为加速推进合作，频频发布最新进展情况。

上海证券报记者采访获悉，华为正以零部件模式、HI模式（Huawei Inside模式）、智选车模式三种合作方式，为车企提供多样化的选择，实现全方位绑定。在业内人士看来，华为正搭建起属于自己的造车“朋友圈”，试图构建有别于其他车企的生态体系，并在其中扮演供应商、经销商等多重角色，进而实现汽车业务的盈利。

不造车却持续为车“烧钱”

“华为在汽车业务上投入很大，1年花掉十几亿美元。汽车是华为唯一亏损的业务，直接投入7000人，间接投入超过1万人——绝对是烧钱的生意，绝对是很难干的生意。”华为常务董事余承东在日前举办的中国汽车蓝皮书论坛上说。

在坦言“烧钱”的同时，余承东并不回避对汽车业务的看好。在他看来，如今的智能汽车跟10年前的智能手机行业情况非常相似。“相似度达90%以上。车厂也会像当时手机品牌那样大洗牌，过去强势的车厂在新时代也可能被淘汰。”余承东说。

业内专家对记者表示，伴随着智能新能源产业的高歌猛进，华为对造车的态度也越来越积极。在2019年上海车展期间，华为副董事长徐直军曾明确表示，华为不造车。2020年10月，华为创始人任正非签发决议：华为不造整车，而是聚焦ICT（信息和通信技术），帮助车企造好车，决议有效期为3年。

如今3年期限过半，华为在智能新能源汽车领域显得非常积极。根据华为发布的2021年度报告显示，在智能汽车解决方案领域，2021年华为的投资达到了10亿美元（约64亿元人民币），这一投入规模甩开了已经上市的造车新势力蔚来、小鹏、

理想。公开数据显示，“蔚小理”三家2021年投入研发的资金额度分别为45.9亿元（人民币，下同）、41.143亿元、32.9亿元。

有接近华为的人士介绍，国内智能新能源车领域公司都会瞄准特斯拉的新车进行研究，但是其中最积极的不是车企，而是华为。在多个汽车细分领域，华为已经处于头部。零壹智库发布的2021年国内自动驾驶专利排行榜显示，百度、华为和大疆位列前三，华为的专利数多达1332项，另两家公司的专利数分别为2009项和705项。

华为系“车队”基本成型

华为的汽车业务离不开其车企“朋友圈”。这个夏天可谓华为汽车“朋友圈”的集中亮相季：华为和长安汽车等合作的阿维塔品牌新车阿维塔11、华为和小康股份合作的赛力斯AITO品牌新车问界M7日前先后发布。北汽蓝谷有关人士对记者透露，华为和北汽蓝谷合作的极狐品牌7月底将有新信息发布。有业内专家对记者感叹，近段时间发布智能新能源车频次最高的公司非华为莫属。

不同于以往车企自己唱主角，华为元素已经成为长安和小康等车企新能源车最耀眼的标签。

阿维塔科技是长安汽车、华为、宁德时代三家联手打造的智能汽车品牌。根据阿维塔科技与华为6月25日签署的全面战略合作协议，双方将基于新一代智能电动汽车技术平台CHN，打造系列智能汽车产品，至2025年推出4款新车。另外，双方在最优资源投入、华为HI商标授权等全领域已达成共识。

赛力斯的前身是小康股份设立的新能源公司。2021年4月，小康成功牵手华为，双方达成深度合作，赛力斯开始生产和华为合作的智能新能源车。小康股份今年7月11日发布公告称，公司证券简称拟变更为“赛力斯”。小康股份表示，此举是为了便于投资者准确理解当前公司定位，使名称与业务及战略规划相匹配，统一公司品牌形象，提升品牌价值。

另外，近期有消息称华为与奇瑞汽车、江淮

汽车等也敲定了新的智选车业务模式合作。对此，华为汽车事业部有关人士对记者表示，目前没有可披露的信息。业内专家认为，一个以小康、长安、北汽等车企为核心组成的华为系“车队”已基本成型。

多种模式打造汽车“朋友圈”

“华为坚持的原则是华为自己不造车，但是我们真正帮助合作伙伴们设计好、造好车，造有竞争力的车。”余承东在中国汽车蓝皮书论坛上说。

余承东介绍，华为在汽车业务上有三种模式：标准化的零部件模式、HI模式（Huawei Inside模式）、智选车模式。其中，HI模式有3个合作伙伴，分别是北汽、长安和广汽。智选模式，主要是与小康赛力斯合作推出了问界AITO品牌，目前已推出M5与M7两款新车型。

华为有关负责人对记者表示，余承东的提法是最新进展。他解释称，零部件模式即华为给车企提供零部件，包括电机、电池管理系统、智能驾驶和智能座舱相关部件等；HI模式即华为给车企提供全栈智能汽车解决方案，包括计算与通信架构、智能座舱、智能驾驶等，代表车型有极狐阿尔法S华为HI版和阿维塔11；智选车模式是华为深度参与到车企的产品定义、核心零部件选用、营销服务体系等领域，合作车型还会进入到华为的终端店面进行销售。

“我们是目前唯一一家全系标配HI（Huawei Inside）的品牌。”阿维塔科技有关人士对记者表示。耐人寻味的是，相对于阿维塔科技和北汽蓝谷等强调和华为的合作关系，智选车模式的代表车企小康股份，近期多次公开澄清自己和华为只是长期合作伙伴，并非华为的代工厂。

有业内专家称，虽然代工厂不容易界定，车企也不愿承认代工的定位，但是华为与车企合作绑定最深的模式恰恰就是智选车模式。在这种模式中，华为不仅深度参与汽车的研发、生产和销售等，未来还可能进一步深化智选车模式，开展充换电等多方面业务。目前在华为门店，能享受和华为手机同店销售待遇的汽车，只有华为和小康

股份合作的新车。

生态构建才能多渠道盈利

在华为的加持下，赛力斯新能源车的销量正在不断攀升。乘联会最新数据显示，2022年6月新能源SUV汽车销量排行榜上，问界M5以7021辆的销量位列国内第8名，仅落后比亚迪唐1个名次。截至6月30日，赛力斯汽车2022年上半年累计交付量已经超过20000辆。

伴随合作伙伴新车销量的上升，华为如何通过汽车业务盈利也成为各方关注的焦点。对此，华为有关人士对记者表示目前没有相关口径。奥维咨询董事合伙人张君毅对记者分析，华为通过和车企合作进军汽车业务，是希望能同时在智能新能源汽车领域扮演零部件供应商、超级经销商、IT服务商、自动驾驶服务商等多种角色。

张君毅认为，在汽车业务上已经投入巨大的华为目前不会算小账，但是未来伴随合作车企新车销量的提升，华为在上述角色成熟后将会多渠道盈利的可能。华为可以作为供应商出售产品和系统给车企，目前热销的M7新车不仅搭载了华为鸿蒙智能座舱，还使用了华为纯电驱增程平台。华为也可以作为经销商利用门店销售合作伙伴的新车，发挥华为的品牌和网络优势。华为还可以以咨询顾问的方式帮助合作伙伴解决各种问题。

同时，华为既然多次重申自己不造车，那么就不太可能出资成为整车制造公司的股东，“造车可以有多种理解，广义来看可以是进入汽车行业。狭义来看包括直接投资整车企业，这可能是华为要注意避免的。”张君毅说，在长安、华为和宁德时代合作的阿维塔科技的股东当中，有宁德时代，但没有华为。

“电动化是新能源汽车的上半场，智能化是下半场。就体育比赛来说，其实赢得胜利的关键不是在上半场，要把下半场也打赢才能取得最后的胜利。”对于汽车业务的愿景，余承东说，华为要用多年在信息通信产业积累的能力，帮助车企伙伴取得商业成功，最终取得华为自己的商业成功。

十余家A股公司 赶潮港股IPO

●记者 黎灵希

在资本市场持续开放的背景下，越来越多的A股公司奔赴港股市场，搭建境外融资平台。

7月13日，天齐锂业在港交所挂牌上市，成为继赣锋锂业之后又一家拥有“A+H”两个上市平台的锂矿公司。就在6月底，爱美客和中国中免先后向港交所递交上市申请。

据上海证券报记者不完全统计，截至7月13日，包括天齐锂业在内，过去一年已有4家A股公司以“A+H”方式拥抱港股，3家A股公司分拆子公司赴港上市。另外，多家A股公司正在推进自身赴港上市或分拆业务上市的计划。

龙头公司积极构建双融资平台

天齐锂业在招股书中表示，公司寻求H股于港股上市，主要是建立境外融资平台募集资金以悉数偿还SOM债务，同时扩大产能并增加营运资金，提升国际品牌知名度，进一步优化公司资本架构及股东组成。据悉，此次天齐锂业募资所得款项净额约130.6亿港元，为今年以来港股募资规模最大的IPO。

金力永磁于今年1月中旬登陆港股，募资约42.4亿港元，引入了中国国有企业混合所有制改革基金等基石投资者。金力永磁表示，赴港上市可为公司业务发展和扩充提供更多资金，增强公司的营运资金，进一步巩固公司业务分布及全球布局。

据记者梳理，近一年来踏上赴港之路的A股公司大都为行业龙头或知名企业，如6月27日向港交所递交的爱美客是玻尿酸巨头。根据弗若斯特沙利文报告，按2021年的销量计，爱美客是境内最大的基于透明质酸的皮肤填充剂供应商，市场份额为39.2%。

紧随爱美客之后的是免税龙头中国中免。6月30日晚，中国中免向港交所递交了上市申请。按照销售收入计算，中国中免于2020年及2021年位列全球免税行业第一。

“港股上市对公司未来发展有重大意义。”爱美客相关负责人在2021年度网上业绩说明会上表示，赴港上市可以搭建一个国际化的资本平台，能够进一步拓宽融资渠道，保证人才引进、技术研发的拓展，促进公司业绩持续增长。同时，能让更多国际市场的投资者看到境内医美市场的发展，关注到公司的进步，有利于公司寻求战略投资机会，也为公司未来进入海外市场奠定基础。

数据显示，目前正在谋划发行H股事项的A股公司共有6家，除上述两家公司外，还包括钛白粉行业龙头龙佰集团、氢燃料电池发动机龙头亿华通-U等等。从行业上看，这些公司主要分布于医疗保健、材料等行业。

“送子单飞”谋求估值重塑

部分A股公司则以分拆子公司上市的方式，增加旗下资本运作平台。7月7日晚，鲁商发展公告，子公司鲁商服务7月8日起在港交所主板上市交易。后者为综合性物业管理服务提供商，业务范围覆盖山东省内几乎所有地级市以及哈尔滨等。

鲁商发展曾在公告中表示，鲁商服务的分拆上市扩充了公司的融资渠道，公司的不同业务将被重新定价，有利于公司重塑估值体系。分拆上市后，鲁商发展将继续聚焦主业，实施生物医药和生态健康产业双轮驱动。

在鲁商服务之前，迪马股份也于今年4月，成功分拆了物业板块子公司东原仁知服务在港股上市。

推动物业管理子公司赴港上市的还有万科。今年一季度末，万物云正式向港交所递交。彼时，万科管理层表示，“公司分拆万物云上市主要还是觉得这个‘儿子’已经是个成年人了，需要通过引入境内外的机构投资者，进一步提高万物云的综合实力，奠定行业的领导地位，吸引和保留人才。”

乐普医疗拟分拆控股子公司心泰科技到港交所主板上市。心泰科技主要从事结构性心脏病介入用医疗器械的研发、生产和商业化。乐普医疗表示，心泰科技核心产品处在研发阶段，需要巨大的科技投入，分拆上市是为了通过资本市场融资实现相关产品的国际化进程。

据悉，因去年年中递交的上市申请失效，心泰科技已于今年1月中旬再度向港交所递交。截至7月12日，心泰科技的申请状态仍为“处理中”。

赴港热度或与市场估值相关

截至7月13日，今年以来A股公司赴港上市的数量已经超过2021年全年。港股市场人士对记者表示，港股可以更好地接纳国际投资者，帮助公司获得更多的外部融资，增加融资渠道。尤其是近年来境内生物医药、新能源等行业快速发展，相关公司对资金需求有所增加，更倾向于挑选合适的时间窗口启动赴港上市。

梳理可知，目前有进展的公司大都是在去年上半年启动相关计划。富途投研团队告诉记者，主要是因为当时港股整体上市公司估值处于较高位置。在此背景下，企业IPO可以不用摊薄太多股本进行募资。

但2021年下半年以来，港股市场整体表现承压，不少A股公司选择推迟或者中止了赴港IPO、分拆计划。不过，今年6月以来港股新股市场逐渐活跃。“如果不在6月底前进行招股或者递交材料，可能要重新更新财务资料，耗费较多的时间，所以前期港股IPO市场整体热度较之前有所回升。”上述市场人士表示。

在富途投研团队看来，后续A股赴港公司上市情况还是取决于港股市场估值位置。当港股市场估值重新上行后，预计还会有较多A股公司去港股上市。

中金公司认为，港股已成为中资企业上市融资的主要目的地之一。除了资金之外，港股上市的进程帮助中资企业引入境外先进管理制度和管理方法以及现代公司治理结构等，使其逐步成为与国际接轨、具有国际化视野与基因的企业。

下游需求火爆 多家人造金刚石企业半年报预喜

●记者 王乔琪

2021年以来，培育钻石及工业金刚石的下游需求火爆，产品价格上涨，人造金刚石行业盈利进入上升通道。近期，多家人造金刚石上市公司晒出2022年上半年“成绩单”，力量钻石、中兵红箭净利润增幅预计实现翻倍，四方达上半年业绩创下历史新高。

行业景气度高企之余，产能布局速度也在大幅提升。据统计，去年至今行业已新增压机数量2000台，对应新增产能约150万克拉/年。一位行业资深人士对近期投资过热的情况提出了警示。不过，从长远看，随着工业金刚石在半导体、光伏领域的应用以及消费者对培育钻石认知度和接受度的提高，我国人造金刚石市场仍处于波浪式上升阶段。

多家人造金刚石企业半年报预喜

7月4日，力量钻石发布公告，预计上

半年实现归母净利润2.26亿元至2.37亿元，同比增长108.80%至118.98%。力量钻石表示，报告期内，公司高毛利产品培育钻石业务销售占比明显提升，金刚石单晶和培育钻石产品市场需求旺盛，行业景气度持续高企。公司前次募投项目基本达产，产量快速增长。

受工业用金刚石及培育钻石产销两旺带动，中兵红箭同样业绩报喜。公司7月1日披露的半年度业绩预告显示，预计上半年实现归母净利润6.65亿元至7.15亿元，同比增长103.41%至118.71%。

四方达日前公布的半年度业绩预告显示，上半年预计实现归母净利润8600万元至9400万元，同比增长76.15%至92.54%。公司表示，上半年，油气开采产品下游需求持续复苏，同时公司精密加工类业务保持了稳定的增长态势，带来公司营业收入的规模快速增长。

新老企业争相扩产 须警惕产能过剩

行业景气度高企之下，人造金刚石企业纷纷开启投资扩产潮。

6月30日，力量钻石发布定增计划，拟募资40亿元用于扩产，计划购置压机1800台左右，其中1500台用于培育钻石。公司表示，本次募投项目达产后，培育钻石产能新增277.20万克拉/年，将达到341.32万克拉/年，为现有产能（2022年）的5.32倍；金刚石单晶产能新增150660万克拉/年，将达到249345.12万克拉/年，为现有产能（2022年）的2.53倍。

今年1月，中兵红箭“年产12万克拉高温高压法宝石级培育金刚石生产线建设项目”完成批复的全部建设内容，实现3克拉以上培育钻石批量化稳定生产。同时，子公司中南钻石正在进行宝石级培育金刚石生产线建设项目二期工程建设。

除了行业龙头企业积极扩产，传统珠宝

品牌商如曼卡龙、施华洛世奇等，也都加快进入培育钻石市场。有业内人士统计，去年至今行业已新增压机2000台，对应新增产能约150万克拉/年。

“对比一季度供不应求、价格飞涨的市场状态，目前，人造金刚石产品尤其是培育钻石的毛坯产品价格已出现明显回落。”行业某资深人士告诉记者，受渠道压价及市场需求放缓等多因素影响，工业金刚石价格下降10%左右，培育钻石价格（高温高压法）下降了近20%，部分头部企业已逐步限产。一批盲目进入该领域且无技术根基的企业可能会被“洗掉”。

对于未来市场行情，有市场人士表示，受益光伏、半导体等产业高增长，金刚石微粉预计将保持较快增速。此外，目前半导体精密加工中的聚晶金刚石加工等仍以进口为主，工业金刚石领域仍有着较大发展空间。培育钻石领域，随着消费者对认知度和接受度不断提高，培育钻石将带动全球整体裸钻规模增长。