

华为与比亚迪双双发力中国新能源车品牌上探百万元级市场

◎记者 俞立严

2月20日，预热已久的华为鸿蒙智行尊界技术发布会举行，华为和江淮汽车合作的尊界S800搭载的智能化技术正式揭晓。华为常务董事余承东表示，尊界S800将对标迈巴赫、劳斯莱斯等超豪华品牌车型。江淮汽车有关负责人表示，尊界S800通过一系列颠覆性的“自主智能”创新科技，将打造中国超豪华智能汽车时代标杆。

前有仰望，后有尊界。随着中国智能新能源汽车的持续发展，百万元级别新能源车市场已经成为中国品牌向上探索拓展的新领域。业内专家对上海证券报记者表示，比亚迪推出的仰望和华为与江淮汽车共同打造的尊界看似是市场竞争关系，实际是中国自主品牌的互补关系，江淮汽车有望在尊界车型研发和生产中受益。

仰望和尊界，谁更值100万元？

伴随国产豪车品牌崛起，比亚迪旗下仰望U7、华为和江淮汽车合作的尊界S800、一汽红旗国雅等开始冲击百万元级汽车市场。尤其是“仰望和尊界，谁更值100万元”已经成为业内讨论的热点。

尊界S800的预售价为100万元至150万元，事实上，百万元以上汽车销量占中国汽车市场的约1%。在2024年前三季度百万元级豪车销量排行中，路虎揽胜、路虎卫士、保时捷Cayenne占据前三，作为榜单中唯一自主品牌车型的仰望U8位列第十。

有汽车行业分析师对记者表示，中国自主品牌的百万元级别新能源车市场，在几年前还不存在。而比亚迪通过仰望第一次撬开这个市场。不过，目前来看，尊界和仰望各有特色，形成差异化竞争，因此很难下结论谁更值100万元。两者之间看似是市场竞争关系，实际是中国自主品牌的互补关系。

在产品定位方面，尊界S800车长5.5米，轴距近3.4米，豪华稳重取向，瞄准劳斯莱斯、迈巴赫；仰望偏运动取向，对标宾利、保时捷。

在科技方面，仰望的云辇-P支持车轮独立升降，最高涉水1米，“易四方”技术能实现独轮扭矩分配搞定原地掉头，刀片电池+2.0T混动系统也是比亚迪自主研发的新能源动力系统，2024年的仰望车型还新增夜视功能和搭载无人机功能。

尊界S800将搭载六大智能化技术。2月20日，江淮汽车有关负责人对记者介绍，在六大智能化技术中，途灵龙行底盘、天使座主动安全防护、华为星河通信为尊界S800首发，实现从被动智能到自主智能的全新跃



华为和江淮汽车合作的搭载智能化技术的尊界S800。 高禹 摄

迁。另外，尊界S800是面向L3自动驾驶开发的车型，支持华为ADS 4.0。

2月20日，余承东介绍，尊界S800将在2025年5月正式上市。作为尊界首款车型，尊界S800在2024年开启预订后，48小时预订量超2000辆。

华创证券认为，豪华车产品主要竞争稀缺性与品牌力，得益于华为鸿蒙智行赋能，尊界具备市场所稀缺的科技豪华属性，以及华为高端品牌价值，其车型有望具备较强竞争力。预计尊界S800月销1000辆，2025年、2026年销量预计分别为0.6万辆、1.8万辆，营收分别为60亿元、180亿元，有望快速实现盈利。

江淮汽车希望依靠尊界扭转业绩

2017年起，江淮汽车的扣非净利润由正转负。公司2017年至2023年分别实现扣非净利润-0.93亿元、-18.77亿元、-9.78亿元、-17.19亿元、-18.84亿元、-27.95亿元和-17.18亿元，累计亏损已经超过110亿元。

1月24日，江淮汽车发布2024年业绩预告公告，预计2024年归属于母公司所有者的净利润为-17.7亿元，扣除非经常性损益

后的净利润为-27.4亿元。业绩预亏的主要原因包括联营企业亏损和资产减值。

在业绩亏损的同时，江淮汽车连续多月新车销量同比下滑。2024年，江淮汽车月销量同比下降的态势从2月一直持续到年底，仅在8月和9月有所回暖，2024全年江淮汽车销量同比下滑7.42%，跌至40.31万辆。

江淮汽车与华为的合作在2019年就已展开。2024年，江淮汽车与华为合作的鸿蒙智行第四界定名“MAEXTRO尊界”。

江淮汽车董事长项兴初表示，尊界是江淮汽车的“头号工程”，要顶格推进。尊界S800是江淮汽车与华为深度合作的超豪华平台上的首款产品，为了这个平台和产品，江淮汽车与华为共同组建了团队，将所有的优质资源都倾注于尊界。

2024年12月，江淮华为尊界超级工厂已经在合肥肥西县落成。作为江淮汽车新建的高端新能源智能汽车生产基地，尊界超级工厂总投资超39.8亿元，设计年产能20万辆。项目规划建设内容包括品牌及用户体验服务中心、冲压、车身、涂装、总装四大工艺车间，以及能源中心等辅助设施，并配备了电池PACK、综合性能试验场及高速试验

环道等。

2025年1月14日，江淮汽车公告称，公司定增事项获上交所受理。本次定增募集资金总额不超过49亿元，扣除发行费用后募集资金将全部用于高端智能电动平台开发项目。

公司表示，项目以江淮汽车电动汽车技术为基础，融合华为等高科技企业智能化、网联化汽车解决方案，开发全新一代高端智能电动平台，打造全新高端智能系列车型，覆盖轿车、SUV和MPV等乘用车主要品种。

业内专家对记者表示，江淮汽车管理层对尊界品牌寄予厚望，投入大量资源。能否复刻赛力斯和华为合作的成功，是江淮汽车目前扭转业绩的关键。

赛力斯预计2024年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为51.50亿元至56.50亿元，实现营收净利润双增长，首次实现年度业绩扭亏为盈。在销量方面，赛力斯2024年全年累计售出超42万辆新能源车，同比增长182.84%，其中问界全系售出38.63万辆，占总销量的九成。此外，问界M9车型已经连续多月位居中国市场售价50万元级豪华车型的销量冠军。

影视行业“开年第一会”谈“剧”变谋创新

◎徐潇潇 记者 杨翔菲

“电影《哪吒之魔童闹海》以东方美学重构经典，游戏《黑神话：悟空》凭技术革新颠覆传统叙事。这两部现象级作品印证，青年创作者正以破界之力，为行业注入全新可能。”2月20日，在首届中国电视剧制作产业大会上，中国电视剧制作产业协会（简称“中制协”）会长、东阳正午阳光影视有限公司董事长侯鸿亮表示。

2024年，中国电视剧行业精品化创作成果斐然，但是也面临着前所未有的挑战。行业人士表示，影视行业在“剧”变时代，应以观众为本，重塑精品创作生态；以创新为翼，激发行业新生力量；以协同为基，共筑长期主义格局。

影视作品发展仍存痛点

近年来，随着互联网的迅猛发展，电视剧的形式也在不断演变。作品的艺术价值和商业价值难以平衡，盗版现象愈演愈烈，微短剧行业野蛮生长成为当前电视剧产业的主要痛点。

在被誉为影视行业“开年第一会”的首届中国电视剧制作产业大会上，多位行业人士分享了影视行业面临的痛点与问题。

“《哪吒之魔童闹海》的成功，再次证明好内容有不断被拉高的价值上限。”腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官孙忠怀说：“过去我们常说‘内容为王’，但现在得补上一句，‘好内容才是王，平庸的内容会破坏行业’。”

行业人士对记者分析，近年来，很多剧集存在剧情同质化、制作粗糙、表演生硬等问题，缺乏原创性和深度。

另外，盗版问题已成为微短剧行业的一大顽疾。未经授权的搬运、盗播、改编等侵权行为屡禁不止，严重影响了创作者的积极性和行业的健康发展。中制协副会长、柠萌影视董事长苏晓表示，近年来，盗版给视频平台带来的经济损失已超过200亿元，盗版传播不仅侵犯了版权，还对青少年健康成长产生了负面影响。

近年来，微短剧异军突起，拓展了网络视听行业新的增长与价值空间。与此同时，其快速发展也引发了更为广泛的思考——文艺作品的严肃性与娱乐性、引导性与市场性如何平衡。

中广联合会电视剧导演协会会长、导演郑晓龙表示，微短剧不能盲目跟风热门题材。他举例，极端复仇、穿越重生、甜宠虐恋等现实生活中无法实现的欲望在微短剧中得到满足和释放，有可能对年轻人，尤其是对未成年观众的世界观、人生观、价值观产生潜在的误导。

剧集行业变革迫在眉睫

记者在大会现场看到，千余名来自各大平台和产业链上下游的影视行业人士汇聚一堂，探讨剧集行业面临的“剧”变。爱奇艺创始人、CEO龚宇直言，以观众为中心进行创作，才是剧集行业最重要的标准。

孙忠怀表示，兼具艺术价值与商业价值的剧集，可以称之为好剧。他坦言：“再好的演员如果没有对参与项目的全身心投入，那么他依然不是一个好的选择。适配的演员加上超过常规水平的热爱，以及投入角色的表演，才能贡献出上乘的艺术表达。”

在腾讯在线视频副总裁王娟看来，当下影视行业加速变革，新的格局正在重建。随着长剧集提质减量，精品剧集的占比和用户黏性在持续提升，高品质剧集具有强劲的吸引力，观众已不再为平庸的内容买单。

面对行业的快速发展，制作方和平台方都在思考应对之策。侯鸿亮呼吁，电视剧行业需要更多具备创新思维的年轻创作者、技术者和管理者，通过新技术如AIGC、虚拟制作等手段，提升视听品质与生产效率。

华策影视集团创始人、董事长赵依芳表示，对精品内容的追求是影视产业的立身之魂，对产业生态的积极布局是可持续发展的坚实保障，拥抱科技变化浪潮是行业的未来，对国际传播的不懈坚持是中国影视企业的使命和责任。

“怎样吸引用户、留住用户？怎样在完整表达的前提下实现盈利？平台和制作人都焦虑。”芒果超媒副总经理周海认为，解决焦虑要面对的始终是“自己的问题”。可持续性、工业化的生产、稳定的、高品质的内容提供，才是视频平台更需要解决的问题。

“长短合力”共促行业发展

多位业内人士表示，本次大会不仅是行业新动向的风向标，也成为推动行业发展的原动力。面向未来，侯鸿亮建议，平台方应支持优质内容的创作，制作方应专注内容的打磨，资本方应给予“耐心资本”的支持，监管方应营造良好的行业生态。

在大会上，腾讯和爱奇艺两大头部平台针对长短剧分别进行了平台趋势发布。“平台内部已经分了长短，这证明行业是真的‘卷’！”一位行业人士对记者表示。

记者了解到，未来，爱奇艺将从聚焦强类型题材、去套路化、提升商业效能等角度革新内容创作。同时，也将从长剧系列化、短剧精品化、微剧工业化三个角度逐步实现内容创作革新。

北京优酷科技有限公司副总裁刘燕红告诉记者，目前观众对新题材、新类型、新设定的接受度变高。优酷将在尊重市场规律、重视用户需求的前提下坚持内容创新。

长信传媒创始人、董事长郭靖宇表示，作为精品剧集制作方，公司近年来与长视频平台合作推出了多部精品短剧。“精品短剧是一个趋势。但是，在全行业呼唤‘短’的同时，我们也应考虑怎样保留长故事。”他说，希望后人回忆如今的年代，除了科技进步带来的变化以外，还应该有如值得铭记的故事。

“无论形式如何变化，影视剧创作都应保持故事内涵与复杂性，注重内容质量，避免盲目跟风。”郑晓龙说。

■董事长专访

三未信安张岳公：将密码技术融入千行百业



◎记者 王子霖

当前，随着数字经济深入渗透，多种新技术、新业态蓬勃发展，信息系统架构发生了很大的变化，加密保护和认证的重要性日益凸显，传统的基于边界防护的安全产品的部署面临巨大挑战。

“数据流转于信息系统的每个环节，涵盖数据的采集、传输、存储、使用、共享、交易、销毁等各个过程，要保证数据全生命周期的安全，只有密码技术能够做到。”三未信安董事长张岳公近日在接受上海证券报记者采访时表示，密码需要融入千行百业，成为数字经济的安全基石，但当前数据要素流通等领域的密码应用仍然存在不完善的地方，面临自主化率低、安全性待提升、性能效率不高等问题，这是密码企业的机遇和挑战。

近年来，三未信安不断“招兵买马”，引进高科技人才，并通过资本市场并购整合行业资源，大力推进密码技术与各行业的深度融合。作为先后八次荣获国家密码科技进步奖的高科技

企业掌门人，张岳公认为，密码技术作为数据安全保护的核心技术和基础支撑，需要真正应用到各种场景中去。

将密码技术融入千行百业

进入数字化时代，密码产业发展呈现多样化、灵活化的新特征，除了现有的密码软硬件产品、安全系统之外，云计算、算力网络、物联网、人工智能、隐私计算等新技术与新业态内生的密码应用需求越来越多，进一步催生密码应用从被动式“+密码”向“密码原生”方向转变。

需要指出的是，人们日常接触的计算机或手机登录“密码”、银行卡支付“密码”等，实际上是一种身份认证的口令。口令是登录个人计算机、手机或银行账户的“通行证”，是一种最简单的身份认证手段。

“当前在许多行业和应用场景，密码技术都面临挑战，需要不断创新。”张岳公介绍，在云计算、大数据场景，海量数据的加解密需要高性能的密码芯片；在物联网、工业互联网等终端，需要轻量级、低成本、低功耗的密码芯片；在可信数据空间、人工智能算力平台，需要安全高效的隐私保护算法和安全协议。巨大的市场需求和技术挑战呼唤新型密码技术的创新和突破，这些都是三未信安的发展机遇。

近年来，三未信安在传统优势领域不断渗透和夯实的基础上，在电信运营商、公安、交通、工业控制等行业领域不断取得突破，承担了一系列标志性的重大项目。在新市场拓展方面，公司在人工智能、物联网、车联网、低空经济、可信数据空间等新兴领域，已推出一系列新产品和解决方案，与各个行业的重要客户实现深入合作。

在新产品研发方面，公司开发出一系列具有市场竞争力的新产品，包括新一代密码芯片、全系列抗量子密码产品、隐私计算保护平台和机器学习数据安全平台等。“同时，针对能源、金融等重要行业的新场景和新需求，我们加强了提供全方位、定制化解决方案的能力，通过开发创新性产品来满足客户

的多样化需求。”张岳公称。

内生发展与外延并购并举

2023年收购江南科友、2024年收购江南天安，三未信安的两次出手在丰富公司密码技术应用场景的同时，也在市场拓展方面大幅提速。

“江南科友和江南天安都是商密领域的头部企业，长期在密码领域深耕，并在重要行业领域取得用户高度认可的市场品牌地位。特别是他们各有侧重，在下游应用领域具有自身的独特优势。”张岳公说。

其中，江南科友在银行等金融领域具有长期积累的密码技术、市场品牌和客户积淀，在金融行业密码应用领域有很强的市场竞争力。“江南科友在股份制银行和商业银行具有很高的市场占有率，通过这次收购，公司的产品能迅速扩大金融行业市场，公司的产品研发和技术体系也能和江南科友实现有效融合。”

江南天安在云密码机市场居国内领先地位，其云密码产品覆盖了很多头部互联网和云服务商客户，并在大数据、云计算、物联网、低空经济等新兴领域形成了一系列成熟的解决方案和成功案例。“江南天安在云加密、云服务商领域有着较高的市场占有率，三未信安与江南天安强强联合后，将进一步拓展云密码服务的布局，未来几年公司有望借助本次并购占据市场主导地位。”

“整合后，在产品研发方面，三未信安的密码产品种类和解决方案进一步丰富和完善；三未信安在密码算法、密码芯片、密码设备、密码系统等全栈的底层硬核密码技术研发能力，为江南科友、江南天安进行赋能；通过整合研发资源，可形成更强大的产品研发体系和解决方案提供能力。”张岳公表示。

在市场方面，三未信安在金融、电信、公安、广电、能源、交通等优势地位进一步加强，在云密码安全领域基本覆盖了国内市场主要的头部云厂商客户。未来各方将紧密团结，发挥协同优势，共同为关键信息基

础设施、重要行业、新质生产力发展贡献密码技术专业力量。

向云密码服务转型

“密码是一种赋能各行各业的核心安全保障技术，我们要把它渗透到各种应用场景中，变成保障数据安全的基础支撑技术，将云安全、物联网安全、大数据安全等场景与密码技术深度融合起来，真正实现保护这些信息系统的的目标。”展望公司以及行业的未来时，张岳公提到。

未来3年至5年，公司致力于成为国际领先的密码产品和密码服务提供商。把密码芯片、密码设备、密钥管理等核心产品做到技术自主可控、国际领先，并把密码技术融合进云安全、物联网安全、数据安全等应用场景中，形成一体化的安全解决方案。

具体而言，张岳公表示，公司要做好核心技术，特别是密码芯片的技术突破。密码芯片分为云端、边缘端、物联网终端三个系列，进行功能完善和性价比的突破，并增加后量子密码算法、隐私保护算法以及相关安全协议的支持。

“密码芯片必须从云、边、端形成完整解决方案，才能给用户提供数据全生命周期的安全方案，我们一定要在密码芯片领域做到自主可控、做到技术领先。”他表示。

针对云计算安全、物联网和工业互联网安全、数据安全、人工智能安全等不同场景，让密码技术和安全技术相互融合，形成更强大的安全解决方案。这些解决方案将结合在重点行业和产品研发体系，目前已在海外开展云密码服务相关业务，目前已在海外开展云密码服务相关业务，目前已在海外开展云密码服务相关业务。

“未来几年，我们会非常重视从密码产品到云密码服务的转型。随着云服务的发展，密码产品走向服务化是一个确定的趋势。”张岳公说，下一步公司将积极拥抱云密码服务的业务模式。据介绍，三未信安将首先在海外开展云密码服务相关业务，目前已在海外开展云密码服务相关业务，未来云密码服务业务将延展至国内，并逐步建立起全球的云密码服务体系。