

内容目录

第一章 汽车智能座舱+AI 应用概述	3
第一节 AI 是什么?	4
第二节 AI 和汽车智能座舱行业有什么关系?	4
一、AI 给汽车智能座舱行业带来的变化分析	4
二、AI 给汽车智能座舱行业带来的冲击分析	4
三、AI 给汽车智能座舱行业带来的变革分析	5
第二章 2023-2028 年汽车智能座舱市场前景及趋势预测	5
第一节 智能座舱蓬勃发展，探究相关配置“真需求”	5
一、座舱智能化程度不断提高，向“第三生活空间”进化	6
二、AI 大模型“上车”，赋能自动驾驶和智能座舱发展	7
三、智能座舱配置率不断提高，2026 年中国占比有望超四成	7
四、座舱域控加速上车，本土厂商不断发力	7
五、按渗透率、未来增速/升级趋势、市场三维度，探究智能“真需求”	9
第二节 华为汽车业务快速发展对于智能座舱赛道影响几何	10
一、技术层面	10
二、产业模式上	12
三、供应链层面	12
四、技术赋能	12
第三节 高机遇赛道：低渗透率+未来增速快	13
一、HUD：总体渗透率不断提升，AR-HUD 有望成为主流	13
二、DMS/OMS：DMS 有望成为乘用车标配、市场空间广阔	14
三、数字钥匙：数字钥匙占比逐年提升，UBW 方案备受关注	15
四、无线充电：渗透率、充电功率和车均个数仍有提升空间	15
第四节 开启第二成长曲线：高渗透率+升级趋势明显	16
一、智能座椅：座椅功能升级迭代，国产替代空间广阔	17
二、车灯：LED、ADB 和多色氛围灯共铸成长，国产替代持续加速	17
三、屏幕：多屏化和大屏化趋势明显且屏显技术升级，带动行业空间持续扩张	19
四、扬声器：单车扬声器数量不断提升，品牌音响由外资主导	20
五、空气净化：空气净化需求逐渐增强，空气净化和香氛系统渗透率持续提升	21
第五节 个性选择配置：低渗透率+后续下沉速度有待观察	22
一、内外电子后视镜：成本较高、处于市场初期，不同价位配置率明显分层	22
二、K 歌：中高端车型配置率较高，车载 K 歌麦克风价格偏高	23
三、夜视系统：夜视系统渗透率低，受限于高成本以及功能重叠	24
四、车载冰箱：渗透率较低，主要装配于高端车型	24
五、主动降噪：渗透率较低，中高端车型为主要需求来源	24
六、手势交互：渗透率各价格带分层明显，主流技术路线基于摄像头方案	25
七、指纹识别和声纹识别：渗透率较低，主要应用于中高端车型	25
第六节 高渗透率的成熟赛道	25
一、T-BOX：4GT-BOX 是目前主流，5GT-BOX 仍处于市场初期	25

二、语音交互：22 年渗透率超 7 成，AI 大模型助力智能化发展	27
三、手机控制：22 年配置率超 60%，细分功能渗透率持续提升	27
四、多媒体接口：USB/Type-C 接口几乎成标配，前后排均装配接口为主流	28
五、儿童座椅接口：儿童安全座椅为法定要求，儿童座椅接口几乎标配	28
第七节 新泉股份	28
一、自主饰件优质供应商，全球化布局与产能建设加速	28
二、国内生产基地布局完善+海外布局加速，市占提升、产能扩张支撑业绩上行	30
三、不断完善战略布局，海内外产能有序释放	31
第八节 岱美股份	31
一、岱美股份：遮阳板全球龙头，顶棚业务打开新成长空间	31
二、全球化战略先行，产能建设与销售服务网络逐步完善	33
三、顶棚业务提升单车配套价值量与盈利水平，打开新成长空间	34
第三章 汽车智能座舱+AI 的应用现状及前景预测	34
第一节 为什么众多企业纷纷入局 AI	34
第二节 AI 的意义和作用	37
一、AI 对企业发展的实际意义	38
二、智能化改造需求	38
三、AI 为企业创造价值的模式	38
第三节 汽车智能座舱+AI 市场应用情况分析	39
一、人工智能开始发挥实际作用	39
二、人工智能渗透到整个企业中	39
三、借助人工智能快速推进自动化	40
四、利用人工智能获得更大收益	40
五、人工智能战略需要集体的转变	40
六、人工智能触发业务流程转变	40
七、机器学习操作 (MLOps) 成为现实	41
八、企业铺设人工智能通道	41
九、新的业务模式可能出现	41
第四节 2023-2028 年汽车智能座舱+AI 市场发展前景	42
一、AI 给汽车智能座舱行业带来的机遇分析	42
二、AI 给汽车智能座舱行业带来的挑战分析	42
三、2023-2028 年汽车智能座舱+AI 市场发展潜力	42
四、2023-2028 年汽车智能座舱+AI 市场发展前景	43
五、2023-2028 年汽车智能座舱+AI 应用前景预测分析	44
第四章 汽车智能座舱制定和布局+AI 的策略建议	45
第一节 企业如何建立人工智能战略	45
一、专注于战略业务目标	45
二、通过新的、支持人工智能的业务模型产生颠覆性影响	45
三、通过合适的人来执行人工智能战略	45
第二节 人工智能时代下的企业战略分析	46
一、现阶段企业战略管理存在的问题	47
二、人工智能时代下企业战略管理的策略	48
第三节 汽车智能座舱布局 AI 的发展思路及对策	50
一、构建全方位人工智能管理体系	51

二、健全治理制度:建立合规机制与规范行为.....	51
三、完善治理组织:明确责任归属与岗位分工.....	52
四、丰富治理能力:结合风险防范与前沿探索.....	54
第四节 汽车智能座舱+AI 切入模式及发展路径分析.....	56
一、企业快速部署 AI 的动力非常强大.....	58
二、AI 成熟度:如何衡量?.....	59
三、不同行业应用 AI 的差距正在缩小.....	61
四、以传统绩效指标评价, AI 领军者表现非凡.....	62
五、三一集团:从“聪明工厂”到智造生态.....	64
六、如何成为 AI 领军者? 五大成功因素.....	66
七、京东集团:探索 AI 前沿, 沉淀 AI 实力.....	68
八、从实践到实效, 驱动非凡价值.....	71
第五章 汽车智能座舱《+AI 应用前景及布局策略》制定手册.....	72
第一节 动员与组织.....	72
一、动员.....	73
二、组织.....	73
第二节 学习与研究.....	74
一、学习方案.....	74
二、研究方案.....	74
第三节 制定前准备.....	75
一、制定原则.....	75
二、注意事项.....	76
三、有效战略的关键点.....	77
第四节 战略组成与制定流程.....	80
一、战略结构组成.....	80
二、战略制定流程.....	80
第五节 具体方案制定.....	81
一、具体方案制定.....	81
二、配套方案制定.....	84
第六章 汽车智能座舱《+AI 应用前景及布局策略》实施手册.....	84
第一节 培训与实施准备.....	84
第二节 试运行与正式实施.....	85
一、试运行与正式实施.....	85
二、实施方案.....	85
第三节 构建执行与推进体系.....	86
第四节 增强实施保障能力.....	87
第五节 动态管理与完善.....	87
第六节 战略评估、考核与审计.....	88
第七章 总结:商业自是有胜算.....	88

第一章 汽车智能座舱+AI 应用概述

第一节 AI 是什么？

人工智能（Artificial Intelligence），英文缩写为AI。它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。

人工智能是计算机科学的一个分支，它企图了解智能的实质，并生产出一种新的能以人类智能相似的方式做出反应的智能机器，该领域的研究包括机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理和专家系统等。人工智能从诞生以来，理论和技术日益成熟，应用领域也不断扩大，可以设想，未来人工智能带来的科技产品，将会是人类智慧的“容器”。人工智能可以对人的意识、思维的信息过程的模拟。

第二节 AI 和汽车智能座舱行业有什么关系？

一、AI 给汽车智能座舱行业带来的变化分析

人工智能是制造业迈向工业 4.0 和工业互联网时代的重要新兴技术能力。制造业对于人工智能技术的使用正在稳步上升。

在制造业中人工智能不断丰富和迭代自身的分析和决策能力，以适应不断变化的工业环境，帮助企业在产生大量结构化和非结构化数据的复杂生产环境中更为快速、准确地梳理参数之间的相关性，提高生产效率，优化设备产品性能，具有自感知、自学习、自执行、自决策、自适应等特征。制造业中的人工智能的本质是实现复杂工业技术、经验、知识的模型化和在线化，从而实现各类创新的工业智能应用。

人工智能还能提升用户体验做出贡献，诸如智能客服、智能推荐、精准营销等场景深入落地到各行各业；企业有意在数字人、虚拟 NFT 等数字化营销内容创作领域布局，以创造差异化的营销体验，升级品牌形象。

二、AI 给汽车智能座舱行业带来的冲击分析

从技术的行业应用而言，创新应用场景逐步增多。过去一年，中国人工智能应用保持快速发展的势头，行业应用场景较去年也更加深入和细化。除了相对成熟的应用场景之外，物流、制造、能源、公共事业和农业等在人工智能的应用方面得到快速发展，创新应用场景逐步增多。

未来五年，随着人机交互、机器学习、计算机视觉、语音识别技术达到更为成熟阶段，人工智能应用将呈现出如下发展趋势：从单点技术应用迈向多种人工智能能力融合、从事后分析迈向事前预判和主动执行、从计算智能和感知智能迈向认知智能和决策智能，以知识为主要生产工具的创作型工作（如文字、视频、图像和音频创作，软件开发，IP 孵化等）将实现更大程度的智能化；行业企业也将持续创新，拓展数字孪生与人工智能技术的融合应用，推进在能源电力、制造、建筑等行业的发展，构建虚拟工厂、数字孪生电网、数字孪生城市，加强数字与现实世界的连接，优化流程，实现全域管理，决策智能。

人工智能正在加深对实体经济的支持，产生一批成熟应用的场景，包括但不限于人员设备管理、行为预测、供需销售预测等。另外，科学家们越来越多地利用人工智能技术和方法，从数据中建立模型，重点围绕新材料研发等领域加速对前沿科学问题的探究。例如，在材料领域，科学家基于人工智能网络模型和大规模分子数据集，提升分子动力学模拟的极限，以快速、准确的方式预测新材料的特征

三、AI 给汽车智能座舱行业带来的变革分析

制造业在人工智能的主要应用场景包括：交互界面智能化、质量管理及推荐系统、维修及生产检测自动化、供应链管理自动化、产品分拣等。IDC 预计，到 2023 年年底，中国 50%的制造业供应链环节将采用人工智能，从而可以提高 15%的效率。这将使企业能够更好地预测市场变化、消费趋势和习惯的变化，甚至是气候变化，进而将预测结果与库存管理相联系，帮助企业努力使库存水平贴近市场需求，促进销售，同时降低成本，把控风险。此外，诸如媒体和娱乐、游戏、建筑等行业也在加速元宇宙技术的落地和应用，基于人工智能、物联网、智能边缘等技术，满足市场对于多元化、定制化、共情化的体验，改善运营流程，加速学习、分享、创造，产生更大的经济和社会价值。实现元宇宙构想以及物理与数字世界间的互联，需要创建更多的数字资产/数字人，这对计算性能与计算资源提出新的要求。目前元宇宙基础设施的搭建已经开始起步，通过构建能够支持应用落地的人工智能算力基础设施，提升基础平台的支撑力度，为将来满足企业和用户在虚拟环境中的应用需求夯实基础。

第二章 2023-2028 年汽车智能座舱市场前景及趋势预测

第一节 智能座舱蓬勃发展，探究相关配置“真需求”

当前汽车座舱智能化加速落地，汽车由出行工具向“第三生活空间”进化，智能座舱正成为各大汽车厂商必争之地。汽车电子电气架构由分布式向集中式升级，座舱域控加速上车，并且功能集成

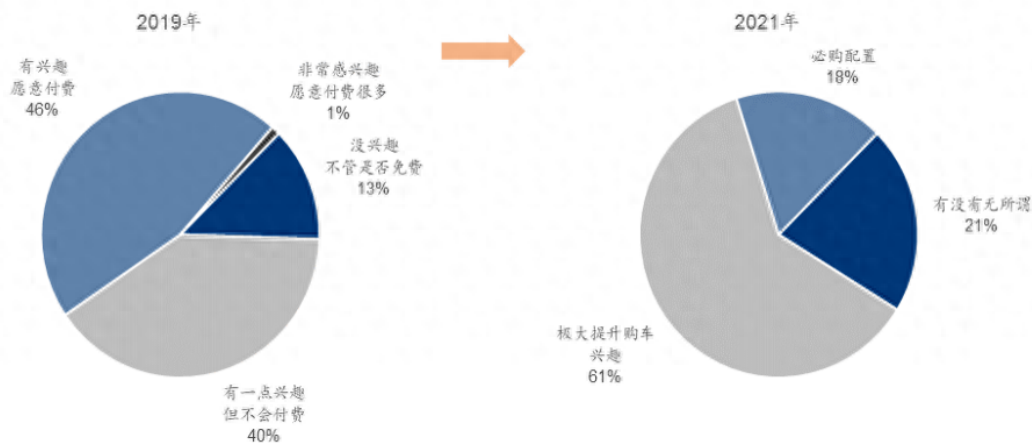
愈加丰富，并呈现出三大趋势：（1）芯片算力提升；（2）舱泊、舱驾融合趋势；（3）本土厂商不断发力。智能座舱相关配置种类繁多，各类配置当前渗透率、未来增长/升级趋势、市场空间和竞争情况等各不相同。本报告对各类智能座舱配置梳理归类，并基于配置率、未来增速/升级趋势和市场三个维度，挖掘智能座舱“真需求”。

一、座舱智能化程度不断提高，向“第三生活空间”进化

汽车座舱智能化程度不断提高，由出行工具向“第三生活空间”进化。汽车智能座舱的发展可以划分为四个阶段：第一阶段是电子座舱，汽车的电子信息系统逐步整合，组成“电子座舱域”，并形成系统分层；第二阶段为智能助理，软件真正体现智能座舱的功能，更多助理式功能不断添加；随着自动驾驶的普及，汽车步入人机共驾阶段（第三阶段）并向第三生活空间（第四阶段）进化，而智能座舱则是实现第三空间塑造的核心载体。汽车自带可移动属性，可以通过联网功能实现线上与线下体验无缝衔接，其使用场景将更加丰富化和生活化。

需求端，消费者更加愿意为智能座舱相关配置付费。根据罗兰贝格、地平线和 HIS 调研，2019年，消费者对于智能座舱的付费意愿仅为 47%；而 2021 年 89% 的中国用户在购车时认为座舱配置能够极大提升购车兴趣或是必购配置。消费者对智能座舱的高涨热情和付费意愿将进一步助推智能座舱配置率提升。

图表2：消费者更加愿意为智能座舱相关配置付费



供给端，智能座舱相关配置成为厂商差异化卖点。由于智能座舱具有高差异性、高感知度等特点，汽车厂商在智能座舱相关配置上不断升级迭代，力求打造出具有自身特色和优势的产品。同时随着 HUD、域控制器、多维交互等技术的成熟和规模效应显现等，智能座舱相关配置的成本也在逐

渐降低，原本高端的智能座舱功能逐渐向中低价位车型渗透。

在需求端和供给端合力下，智能座舱相关配置不断升级迭代。与 2020 款相比，2023 款车型在视听、舒适性、人机交互、计算平台和车联网等方面均有显著升级或改进。

二、AI 大模型“上车”，赋能自动驾驶和智能座舱发展

ChatGPT 引发热潮，上海车展前后多家厂商宣布大模型“上车”。大模型是指在云端运行的高性能、高精度、高容量的人工智能模型，它们可以处理海量的数据，提供更丰富和更智能的服务。ChatGPT 于 2022 年 11 月 30 日发布，上线 5 天后已有 100 万用户，上线两个月后已有上亿用户，引爆大模型热潮。2023 年 2 月以来，谷歌、百度、阿里、科大讯飞等国内外各大公司纷纷进军大模型。而在 2023 年 4 月上海车展前后，商汤、百度和华为等厂家便宣布大模型“上车”。

大模型上车将大力推动自动驾驶和智能座舱发展。大模型上车将对于汽车智能化起到重要推动作用。在自动驾驶领域，厂商可以通过大模型优化数据标注，进行仿真优化，提高感知效果，比如各厂商近期纷纷推出的基于 Transformer 的 BEV 智驾大模型。而在智能座舱领域，AI 大模型可以增强座舱交互性和操控便捷性，增强智能化和个性化，比如 AI 大模型助力舱内监测系统（DMS 和 OMS）对驾驶员和乘客行为进行实时分析和预测，还可以提升语音交互的准确率、流畅度、自然度和多样性，满足用户多样化的信息查询、娱乐咨询、车辆控制等需求。截至 2023 年 7 月，吉利银河宣布其产品将搭载 AI 大模型，用于提升智能座舱的体验，场景包括语音交互、AI 绘图、AI 音乐 MV 等。

三、智能座舱配置率不断提高，2026 年中国市场占比有望超四成

智能座舱的总体配置率不断提高，2026 年全球智能座舱市场规模将达到 440 亿美元，中国市场占比将超 4 成。根据 HIS，未来智能座舱的总体配置率将不断提高，2019 年全球和中国新车智能座舱配置率分别为 38.4%和 35.3%，而 2025 年配置率将会提高到 59.4%和 75.9%，中国新车智能座舱配置率增速高于全球平均水平。根据 ICVTank，2020 年全球智能座舱市场规模 231 亿美元，中国市场约 83 亿美元；2026 年全球智能座舱市场可达 440 亿美元，CAGR 为 11.3%，中国市场将达 183 亿美元，CAGR 为 14.2%。中国在全球市场的份额将从 35.9%上升到 41.6%，是全球最大的智能座舱市场。

四、座舱域控加速上车，本土厂商不断发力

汽车电子电气架构由分布式向集中式升级。传统的分布式汽车电子电气架构无论是算力还是传输速率已经无法满足智能汽车发展的需求，汽车电子电气架构正向功能更集中、算力更高、OTA 升级更快的域内集中式乃至中央集中式架构升级。

座舱域控加速上车，30-35 万元车型渗透率最高。根据我们的测算，2022 年车载智能芯片（座舱芯片）配置率达到 9.35%。而根据高工智能汽车，2022 年座舱域控制器搭载量交付 172.65 万台，前装搭载率达到 8.66%，30-35 万价格区间车型搭载率最高，达 34%。

智能座舱架构可分为基础层、系统层和应用层，座舱域控功能集成愈加丰富。目前智能座舱的架构大致可以分为三层：基础层、系统层和应用层，其中基础层主要包括座舱芯片 SoC、域控制器和各类数据软件接口，系统层包括操作系统以及中间层，而应用层则包括各类消费者可以感知到的软硬件等。随着座舱主控 SoC 算力、性能、接口等不断提升，集成的座舱功能也不断丰富，从一芯两屏演进到一芯多屏多系统，甚至集成语音、DMS、OMS、HUD、手势交互等多种功能。

当前域控制器发展主要呈现出三大趋势：（1）芯片算力提升；（2）舱泊、舱驾融合趋势；（3）本土厂商不断发力。

（1）芯片算力提升。目前座舱域控制器仍处于硬件换代升级、软件融合集成阶段，随着更多人机交互、体验智能化等功能上车，包括 DMS、HUD、内外电子后视镜、以及泊车等软件模块都将被集成于座舱域控制器。域控集中有利于降低整车 BOM 成本，同时主机厂倾向于做好硬件预埋，后续 OTA 升级逐步发挥硬件性能，这对座舱芯片算力提出更高要求。

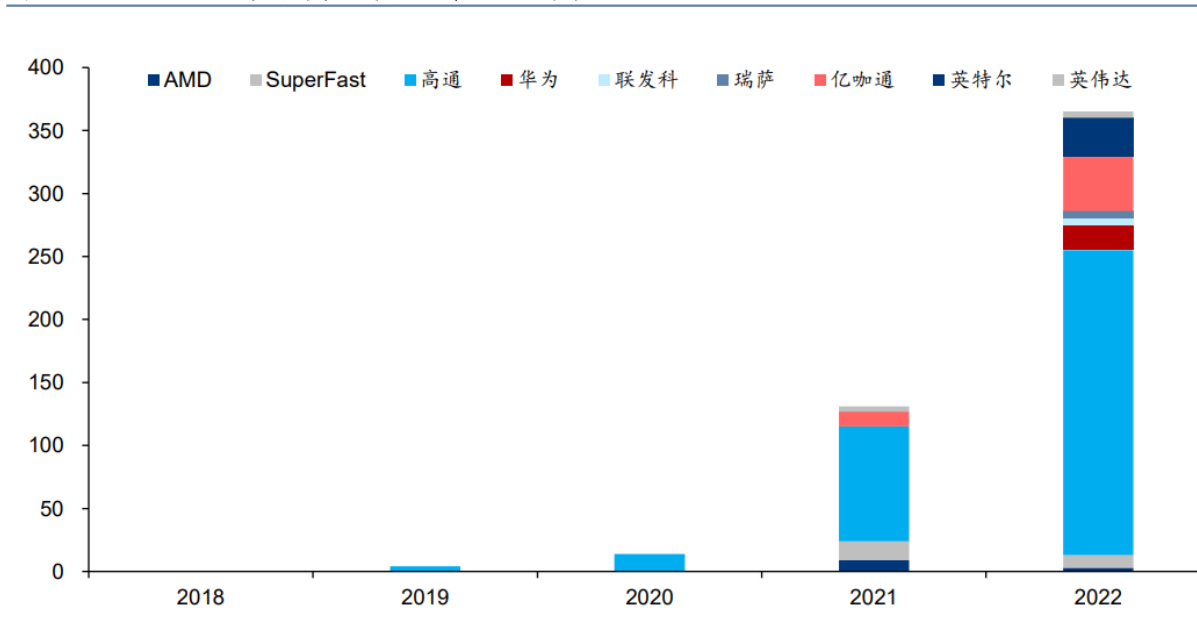
（2）舱泊、舱驾融合趋势。随着未来整车 E/E 架构进一步集中化升级，五大功能域开始跨域融合，同时按照车身位置划分的区域控制器也成为主机厂倾向的方案。目前泊车方案比较成熟，座舱域控制器算力也有一定富余，将泊车融合进座舱域控制器具有一定的成本优势。跨域融合进程中，围绕智驾率先进行行泊一体（2022 年起规模落地），围绕座舱推出舱泊一体（预计 2023 年规模量产），最终将实现舱驾融合/舱驾一体（2025 年前后量产落地），比如英伟达 Thor、地平线 J5/J6、高通 Flex 等芯片，均可支持舱驾一体。

（3）本土厂商不断发力。在本土化供应链趋势下，本土企业也发力座舱芯片，如地平线的 J5 芯片（已量产）、芯驰科技 X9 系列芯片域控方案（已量产）、芯擎科技龍鷹一号方案（23 年量产）、华为麒麟车机模组方案（已量产）等。根据佐思汽车研究，芯驰科技 X9 系列是目前量产最快的国产智能座舱芯片产品之一，已经在上汽、奇瑞、长安等车企的车型实现规模化量产。

乘用车销量：中国乘用车市场国内需求预计保持微增或者平稳，而批发销量的增长主要来自出口的带动，因此我们预计 23-25 年中国乘用车批发销量增速分别为 9%/6%/4%。渗透率方面：由于汽车电子电气架构向集中式升级、座舱配置种类愈加丰富以及主机厂硬件预埋后续 OTA 升级等因素，我们预测座舱域控的渗透率将逐渐提升，从 2022 年 9%提高至 2025 年 25%。而单车价值量方面，由于座舱域控芯片规模量产会有所降本，但是其本身也在升级迭代，故我们假定 2022-2025 年座舱域控单车价值量维持 3000 元不变。我们预测 2025 年中国乘用车座舱域控市场规模有望达到 208 亿元，2022-2025 年 CAGR 达到 51%。

座舱芯片市场高通占据主流，英特尔在高端车型中份额扩张，国产芯片份额有望扩张。2021-2022年，总体来看高通占据主要市场份额，但其份额也有一定下滑，从69.5%降至66.3%。而国产芯片方面，华为和亿咖通占据一定份额，而随着地平线、芯擎、芯驰等国内企业座舱芯片也开始逐渐大规模上车，未来几年国产座舱芯片的份额有望提升。分车型价格来看，高通加速渗透中低价位车型，亿咖通也在中低价位车型中占据一定份额，但客户主要集中在吉利系车型；英特尔、华为、联发科等入局中高端车型，对高通的市场地位造成一定压力。

图表16：2018-2022年国内乘用车各品牌座舱芯片车型配置数



座舱域控市场，伟世通、东软集团、德赛西威份额位列前三甲。根据高工智能汽车，2022年中国乘用车智能座舱（单芯片）域控制器供应商中伟世通、东软集团、德赛西威排名市场份额前三，市占率分别为17.45%、14.10%和13.96%。其中伟世通在2018年与奔驰合作推出的SmartCore是全球首个量产落地的座舱域控制器，东软集团座舱域控产品供应吉利、红旗、奇瑞、宝腾等车企；德赛西威第三代智能座舱产品新获得长安福特、吉利汽车、比亚迪汽车、广汽乘用车、合众汽车等多家主流客户的项目定点，第四代智能座舱系统也已获得新项目定点。

五、按渗透率、未来增速/升级趋势、市场三维度，探究智舱“真需求”

座舱配置种类繁多，本报告以配置率为基础，探究智能座舱“真需求”。智能座舱市场正蓬勃发展，但各类配置的配置率差异很大，未来增速或升级趋势也各不相同。座舱配置种类繁多，我们按照功能性将智能座舱相关配置分为五大类：座舱域控、视听、舒适性、交互和车联网，又在五大类基础上划分为具体的22项。为探究智能座舱“真需求”，本报告采集主流车企乘用车车型配置信息

（截止到 2022 年底），并计算得到各类配置的配置率情况。

无论从新车型数量还是销量角度，近年来中高端车型占比均呈现上升趋势。无论从新发布车型数量还是销量角度，近年来中高端车型占比均呈现上升趋势，2022 年 15 万以上中高端新车型数量占比为 65.34%，15 万以上车型销量占比为 43.94%。需要注意中高端车型的车型数量占比高于它们的销量占比，故本报告所采集的配置率数据可能与按销量加权的渗透率略有不同。

借鉴创新扩散理论和第二成长曲线理论，本文自上而下构建了三维分析框架分析 22 项具体配置。根据罗杰斯创新扩散理论：创新或技术的扩散一般呈 S 型，早期增速较慢，但是达到一个临界点之后，就会进入高速增长阶段。而对于渗透率已经较高的配置，借用查尔斯-汉迪的第二曲线分析框架，如果该配置出现明显的升级迭代趋势，那么可以认为出现了破局点，开启了第二成长曲线。借鉴这两个理论，本文从三个维度构建统一的分析框架：（1）当前的渗透率高低、（2）未来增速/升级趋势（3）市场空间和竞争格局。根据智能座舱各项配置的配置率高低和未来增速/升级趋势两个维度，将其划分为四个象限：其中第一象限为开启了第二成长曲线的赛道，渗透率较高但升级趋势明显的赛道；第二象限为高机遇赛道，当前渗透率率较低且未来增速较快；第三象限的功能配置渗透率较低，但未来增速有待验证，属于个性选择配置；第四象限为高渗透率的成熟赛道。而第三个维度-市场空间和竞争格局分析主要用来对于各象限内部的配置的配置的推荐程度进行排序。

综合渗透率、未来增速/升级趋势、市场空间以及竞争格局因素，本报告推荐重点关注：座舱域控、高机遇赛道中的 HUD、DMS/OMS 赛道，以及升级趋势明显的座椅、车灯和屏幕赛道。

第二节 华为汽车业务快速发展对于智能座舱赛道影响几何

2023 年 9 月新问界 M7 发布后订单火爆、华为汽车产业链引人关注。智能汽车业务是华为的长期战略机会点，根据参与度的高低，可以分为三种商业模式：零部件模式、HI 模式和智选模式。智选模式下华为参与程度最高，向主机厂提供零部件及解决方案支持（包括智能驾驶、智能座舱、智能电动），并深度参与产品、整车设计，并且提供销售网络渠道支持。智选模式当前合作伙伴主要包括赛力斯（最早）、奇瑞、江淮、北汽极狐（由 HI 模式转入）。而华为和赛力斯合作的新问界 M7 发布上市首月，大定累计突破 60000 台。并且 M9 车型还未上市，在 2023 年 10 月 25 日预订已经突破 15000 台。由此市场对于华为汽车产业链关注度愈发提高。

我们认为华为的入局对与智能座舱行业会产生以下影响：

一、技术层面

华为有望引领智能座舱技术发展。智能座舱是华为智能汽车业务布局的重要领域。根据华为 2022 年年报披露，华为聚焦智能网联汽车产业的增量部件，截止 2022 年底累计研发投入已达 30

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/775331213204011212>