

# 科技赋能,锚定高端,重塑新豪华市场格局—— 赛力斯的华丽转身



赛力斯超级工厂(龙兴)

初秋的重庆,热闹非凡。  
9月25日至26日,第十九届重庆市市长国际经济顾问团会议在重庆举行。20余位世界500强或跨国公司的高管齐聚山城,为这座城市的发展建言献策。  
值得注意的是,本届会议的指定用车,是问界M9,也是“重庆造”汽车,乃至中国高端新能源汽车的代表车型。当它们载着全球政商精英,展现着重庆汽车的实力时,赛力斯也便成为了重庆汽车递给全球的一张名片。  
在山城错综复杂的工业版图中,赛力斯的故事尤为引人注目。  
这个曾经以商用车走进大众视野的企业,如今已成为了高端政务与商务活动“指定用车”的常客,背后不仅是一次企业自身的战略转型与命运重塑,更是新时期下,主动求变,寻求高质量发展路径的生动注脚。  
短短5年时间,赛力斯如何实现华丽转身?

## 定位“豪华” 重塑高端品牌基因

赛力斯与华为的携手,不仅带来了技术上的飞跃,更直接体现在品牌价值和市场端。  
2023年12月,赛力斯与华为共同打造的问界M9正式推出,起售价在45万元以上。当很多人都疑惑赛力斯为何要做出如此定价时,市场再次让所有的质疑声消失。  
该车一经上市便订单火爆,迅速成为高端新能源汽车市场的现象级产品。数据显示,问界M9累计交付突破24万辆台,18个月稳居50万元以上销冠。

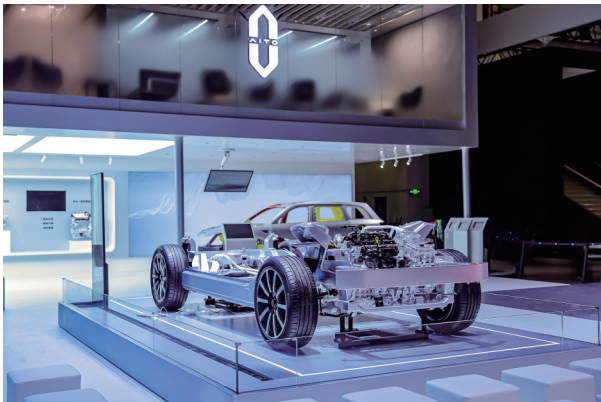
世界知识产权组织(WIPO)马德里商标国际注册局的高级司长大卫·穆思(David Mulis)在第三届链博会现场看到问界M9后,直言其不管是设计、质量、用料都不输宝马、奔驰等百万级的车型,其智能化水平更是超越了传统豪华品牌。“希望它能早日在欧洲销售,我一定会买一台。”  
而这种市场的积极反馈,彻底扭转了公众对赛力斯品牌的固有认知,也让问界的后续销量得以“乘风破浪”。截至目前,问界系列已交付超过80万辆,其中全新问界M8上市5个月累计交付超9万辆,成为了40万以上价位的销冠。  
值得一提的是,9月23日,问界新M7正式发布,上市后5分钟大定突破1万台,成为30万元以上级的爆款产品。

短短数年,赛力斯成功完成了品牌形象的重塑,成功转化为“高端、智能、有科技感的全新品牌”,赢得了年轻消费者和高端市场的青睐。而随着越来越多车企都选择华为进行合作,模式也沿用赛力斯与华为的合作模式,足以证明当初赛力斯决策的正确性。  
当然,赛力斯迈向豪华的道路并非仅靠华为,也与其自身对产品极致的追求和对用户需求的深刻理解。  
比如在内饰用料上,问界系列采用了大面积的Nappa真皮、麂皮绒等豪华材质,营造出媲美百万级豪车的驾乘氛围;再如在用户体验上,领先的智能座舱和辅助驾驶系统,为用户带来了前所未有的便捷与安全。  
可以说,赛力斯将过去积累造车经验与全新的豪华标准相结合,确保每一台车都具备卓越的品质与精湛的工艺。

如今,赛力斯还在持续着“开放创新”的态度,特别在产业链上做出了创新。  
比如,宁德时代宣布在重庆赛力斯超级工厂(龙兴)布局了电池产线,这不仅是宁德时代在渝布局的首个电池生产基地,更是宁德时代首次以“厂中厂”模式布局的生产线。

这种“厂中厂”模式,就是赛力斯在业界首创的,它让供应企业在赛力斯工厂中布局生产线,减少生产过程中的“中间环节”,从而提升生产效能。除了宁德时代外,赛力斯还与仪表、压铸、座椅等供应商合作,这也让其产品的交付速度大幅增加,不仅缩短用户提车周期,也为其持续拿订单、塑品牌提供了良性循环。

张闻 图片由赛力斯提供



赛力斯魔方技术平台

## 向新而生 荆棘满途的转型之路

赛力斯的前身“小康”,其实也算家喻户晓——凭借其微面产品的高性价比和皮实耐用,小康的商用车也遍布城乡的大街小巷,承载着无数普通家庭的生计与梦想,也让它一度占据全国微面市场的前三。  
然而,当智能化、电动化的飓风席卷而来,旧有的竞争逻辑被彻底颠覆,新的机遇摆在众多车企面前。  
一方面,随着消费结构的升级,用户对汽车的需求不再仅仅是代步工具,而是集智能、舒适、个性化于一体的移动生活空间;另一面,新能源汽车这一概念的出现,也给汽车市场带来了新的格局。面对时代的十字路口,有的企业选择固守阵地,也有选择寻找新路。赛力斯便是后者。  
赛力斯集团董事长(创始人)张兴海认为,虽然新能源汽车在当时的国内市场还处于“一片空白”,但中国汽车在这一领域的差距,远小于在燃油车领域的差距,这也是属于自己“弯道超车”的机会。  
所以,从2016年起,赛力斯就开始向



赛力斯集团

新能源转型——也是国内最早一批向新能源发力的车企。  
但转型的道路并非坦途。

从燃油车向新能源车的跨越,是一场前所未有的技术革命,需要巨大的资金投入、顶尖的研发人才和全新的供应链体

## 强强联合 问界系列引爆市场

汽车市场的竞争从未停滞过,哪怕是新能源汽车刚刚问世那几年。  
当时的“蔚小理”已初露锋芒,比亚迪也凭借多年布局在技术上占据主动,再加上特斯拉进入中国,新能源汽车市场可谓

火药味十足。  
如何杀出重围?赛力斯做了一个让业界都震惊的决定——与华为进行深度合作。  
赛力斯与华为的合作,并非传统意义

上的供应商关系,而是一种从研发、技术、制造到销售、服务全链路的合作与相互赋能。简单来说,双方是共同打造一辆车。  
赛力斯做出这一决策有自己的考量。该公司认为,智能网联新能源汽车时

代,很多技术都跳出了汽车本身,像人工智能、物联网等,这些并非每个车企都擅长,通过跨界合作、各司其职,以汽车为核心终端,构建一个智能化的“生态体系”,是未来发展方向。

比如,赛力斯有造车的基础和底蕴,更擅长制造,而华为在ICT领域拥有领先技术,如智能座舱、智慧车机、辅助驾驶等,双方可以各自发挥优势,从而打造一台品质好、智慧程度高的产品。

这种合作模式,在业界都是首次。不少人对此模式抱有质疑,但更多人是充满期待——当赛力斯的新能源汽车,遇上华为系统后,会擦出怎样的火花?又给业界带来怎样的冲击?

消费者用自己的选择,给出了答案。  
2021年底,双方深度合作的品牌问界正式发布,并相继推出了M5、M7两款车型,售价均在20万元以上,均大获成功,仅用15个月就下线了第10万辆车,创下了当时最快达到10万辆车的纪录。

业内专家分析,这种跨界融合的模式,有效解决了传统车企在智能化转型中面临的“软件定义汽车”能力不足、研发投入巨大、周期长等痛点。它为赛力斯注入了强大的科技基因,使其能够迅速补齐短板,并以极快的速度迭代产品,从而在竞争激烈的市场中抢占先机。



问界M9成为第十九届重庆市市长国际经济顾问团会议指定用车