

蔚来首款手机上市 车企为何纷纷跨界“造机”

■中国城市报记者 孙雪霏

目前汽车市场竞争灼热，车企力图将手机作为延伸部分融入其战略体系，以汽车、手机一体化获得差异化竞争优势。

近日，备受关注的蔚来发布并推出其首款旗舰手机NIO Phone。这一全新的尝试标志着蔚来正在积极拓宽业务范围，通过覆盖12项关键技术领域的全栈布局，加深对科技创新的投入。在经历了今年第二季度销量的严重下滑之后，蔚来正处于关键的业务恢复期。伴随着产品的持续更新和技术的升级展示，蔚来有望实现销量的逆袭回升。

然而，新能源汽车市场竞争趋势加剧以及市场环境快速变化，引发了业界对蔚来资金承受能力、业务扩展逻辑以及未来发展道路的深切担忧。一系列在技术和业务上的“激进”举措，是否能让蔚来始终以先跑的姿态走在行业发展前列？

“车钥匙”提升用车体验

9月21日，在蔚来创新科技日上，蔚来汽车发布首款手机NIO Phone，搭载高通骁龙8 Gen2处理器，6.81英寸三星曲面屏以及基于安卓自研的操作系统，起售价为6499元，已于9月28日开始发货。

据了解，蔚来汽车早在2022年便开始筹备进入手机市场，挖来前美图手机总裁尹水军担任手机部门负责人，组建了约600人的手机团队。蔚来汽车创始人、董事长李斌透露，蔚来除计划每年推出一款新手机外，还在积极研发耳机产品，不过对于手表、平板等产品暂无开发计划。

“从产品力上看，蔚来手机

与国内成熟头部厂商的高端手机并不处于同一竞技场。”市场研究机构Counterpoint高级分析师Ivan Lam向中国城市报记者表示，蔚来的第一代手机产品在蔚来手机模块的发展中扮演着关键角色，被视为一款定调产品。因此，其价格定位并没有过多考虑与市场上最新的关键零部件竞争，而是更专注于为蔚来整体生态系统提供支持。

近年来，手机市场需求不振，各大头部品牌之间的竞争变得尤为激烈。据市场调研机构IDC数据，今年第二季度，中国智能手机出货量同比下滑2.1%，至6570万台。以品牌来看，排名前六的厂商分别为OPPO、vivo、荣耀、苹果、小米和华为，对应市场份额分别为17.7%、17.2%、16.4%、15.3%、13.1%、13.0%。由于整体行业突破性、颠覆性创新不足，众多大厂商为获得更大市场份额，纷纷在软硬件层面“微创新”，新进入者要想从产品力上实现突围极其不易。

在9月21日举行的媒体沟通活动上，李斌坦言，蔚来汽车没有精力参与手机行业的激烈竞争。他指出，推出手机的主要目的在于提升车主的用车体验。“即便仅是为车主提供一个高效实用的超级钥匙也很有价值，更不用说它还能解决众多移动应用的无缝连接问题。”李斌认为，蔚来的机会主要在于汽车、手机打通之后所能带来的体验创新。

据蔚来汽车介绍，NIO Phone不仅可替代车钥匙，还在机身左侧配置了一个车控键，可以一键直达跟控车有关的多项功能，如遥控泊车、车辆召唤、空调开关等。此外，相较于其他安卓手机，NIO Phone不

做系统广告，无商业预装，这都是为用户带来了更“纯净”的使用体验。但值得注意的是，目前，NIO Phone只适配蔚来二代平台车型。对于一代平台车型的互联，李斌表示还需时日，手机端和车端都还有大量工作需要完成。

Ivan Lam分析称，蔚来汽车的用户主要集中在苹果手机产品的用户中，而苹果的CarPlay国产化进程相对漫长，这使得蔚来手机在改善车机体验等方面具有一定意义。蔚来手机更多地是作为一种“车钥匙”或备用手机的存在，这种双手机使用模式在商务人士或高端用户中相当普遍。

多家车企布局手机市场

跨界已成新常态。不止蔚来，近年来，众多汽车厂商纷纷跨界“造机”。今年3月30日，星纪魅族集团携手领克汽车，共同发布第一代Flyme Auto车机系统，拟首度搭载于领克08车型上。同日，星纪魅族集团更是推出新一代旗舰手机魅族20系列，以及配套的新版手机操作系统Flyme 10。

此次跨界并非孤例。早在2022年7月，吉利控股集团董事长李书福即通过旗下的湖北星纪时代科技有限公司完成对魅族科技79.09%股权的收购，并于今年3月8日成立星纪魅族集团。李书福坚信，未来智能汽车与智能手机这两个行业将走向深度融合。

吉利旗下另一汽车品牌极星也计划布局手机市场。今年6月，星纪魅族集团与极星汽车成立合资公司，希望打造吉利系的“问界汽车”。星纪魅族集团董事长兼CEO沈子瑜表示，极星将以操作系统为核心，推

出极星手机及各类智能终端产品。汽车与手机融合的帷幕已经拉开，未来缺乏手机软件赋能的汽车厂商将逐渐掉队，能做到打通手机、汽车和其他智能设备的企业也就三四家。

与此同时，手机制造商也纷纷向汽车场景延伸，尝试操作系统“上车”。2021年4月，华为通过与重庆赛力斯合作，安排鸿蒙操作系统“上车”。2022年，OPPO推出车机互融系统解决方案，并已经与上汽达成合作。手机厂商小米也计划于2024年上半年量产小米汽车。汽车与手机两个终端的互联无疑将会成为一大卖点。

Ivan Lam分析指出：“车企投身智能手机市场，通常是将手机视为其生态系统的延伸部分，尤其显著表现在电动汽车市场等新兴领域。这涉及车机交互、人机交互以及智能场景扩展等，这些整合可以为车企带来差异化竞争优势。”

然而，Ivan Lam亦提醒，智能手机市场本身面临着增长率有限、换机周期较长以及投资回报周期延长等挑战。因此，车企在考虑进入智能手机市场时，须保持高度谨慎，精确评估投资回报率，明确目标预期，实施灵活的市场营销策略。

目前，新能源汽车销量增速放缓，燃油车市场持续收缩。根据乘用车市场信息联席会数据，今年上半年，乘用车累计零售量为952.4万辆，在2022年同期较低基数基础上微增2.7%，较2021年同期下降4.2%。新能源汽车市场方面，今年前8个月，比亚迪和特斯拉两家头部车企所占份额超过45%，其余份额则由蔚来、小鹏、理想等百余家车企争夺。

蔚来汽车在今年第二季度的整车毛利率为6.2%，较上一

季度环比上升约0.7个百分点，但同比下跌约10个百分点。李斌预计，三季度毛利率有望回升至两位数以上。

智能汽车与智能手机融合是大势所趋

近年来，在“万物互联”“软件定义汽车”等浪潮下，智能汽车与智能手机的跨界融合正在塑造全新的科技与出行生态。中国电动汽车百人会发布的《跨界融合与汽车产业新力量》报告也指出，汽车将复刻手机的智能化演进路径，以座舱的人机交互变革为起点，叠加自动驾驶浪潮，其真正从出行工具转变为下一代智能终端。

“在5G和万物互联时代，汽车与手机都已成为智能终端的重要组成部分。对车企和手机厂商而言，都希望在这一领域占有一席之地。”通信行业资深分析师马继华表示，车企渴望提高对智能手机技术的话语权，因而选择自行研发或兼并手机企业，来加强汽车与手机之间的连接，进而优化用户体验。

但要真正实现汽车与手机的无缝融合，仍面临着实质性的挑战。当前的车载系统，如苹果的CarPlay、华为的Hi-Car、百度的CarLife等，并未完全开放其导航、手机遥控汽车、手机读取汽车参数等功能。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔指出：“由于技术机密等原因，不同公司的合作尚未能完全开放资源。”

业界认为，车企自研车机连接或许能打破这一壁垒，实现手机资源和汽车资源的全面整合，进一步采集路面、驾驶和用户数据，提升智能座舱的实际应用水平。

“长远而言，智能汽车与智能手机的相互融合是大势所趋，但目前，两者更多的是分立并行。”马继华分析称，智能手机的普及率显著超过了汽车，不同品牌的手机与车机系统之间的分割导致了使用上的不协同。未来自动驾驶的迭代升级必将以5G甚至6G的深度融合为基础，而车机系统和手机系统都无法完全替代对方。

当前，车企制造的手机能否真正打通大众消费市场，成为业界热议的话题。多位业内人士在接受中国城市报记者采访时表示，车企进入手机市场的路途可能并非一帆风顺。

张翔亦直言：“短期内，消费者可能不会轻易接受车企生产的手机。国内主要的手机厂商都有自己稳固的生态及消费者圈层，很难在短时间内被撬动。”

安徽铜陵：出口订单旺 企业生产忙

近年来，安徽省铜陵市郊区经开区围绕重点领域产业链，实施精准招商，持续补链强链延链，推动产业链优化升级，并出台系列扶持扶持，加快培育高新技术企业，助推区域经济高质量发展。图为铜陵市郊区经开区的安徽耀普半导体科技有限公司生产车间内，工人正在赶制出口的半导体发光二极管元器件。

中新社发 陈磊摄

