

华为与苹果角逐在新赛道上

华为与苹果的存在,本是全球消费者的一大幸事。作为追赶者,华为穷数十年之功力,方与苹果齐名。无奈,一家独大的思维根深蒂固,不容动摇,华为被断臂。

华为自是不甘束手,乃在战略调整上下功夫。科研院所合纵连横,做大A股朋友圈,与车企“歃血为盟”……

于是,在海外市场“麻痺”的情况下,华为仍旧“有质量地活下来了”。

2021年上半年,华为净利润较上年同期提升0.6个百分点……

失去了华为这个最有力竞争对手的苹果,只好继续孤芳自赏。

苹果成为全球最赚钱的公司,一年净利润574亿美元,超过一大半世界500强一年的营收。

这是苹果在告诉我们,科技的生产力有多大。寂寞的苹果失去了在手机上创新的激情,凭借iPhone12吊打天下。

连库克都说,iPhone的需求真的相当惊人。

在智能手机上孤独求败的苹果,早在2014年就盯上了汽车赛道。

华为在智能手机上的追赶让苹果在“造汽车”和“做自动驾驶软件”中摇摆。

不公正待遇让苹果的追赶者放慢了脚步,于是苹果坚定了“造汽车”的梦。

要“造汽车”的苹果开始广泛接触汽车巨头,还有A股上的电池巨头。

一再宣称不造汽车的华为,则是接连与车企缔结盟好。

智能手机赛道,有人拉偏手,华为选择继续跟随,苹果一骑绝尘。这是它们的老赛道。

智能汽车新赛道,核心就是自动驾驶的“灵魂”之争,华为与苹果站的是同一起跑线。

华为与苹果,在智能手机世界里就本应青梅煮酒。无奈,酒局被搅了。

华为与苹果,在智能汽车赛道里再次相遇,能否续上之前的酒局?此时,围观者众,入局者广。

在智能汽车的新赛道上,华为与苹果会给全球车友带来一种怎样的科技体验呢?

不上市的华为 A股朋友圈越做越大

一直宣称“不上市”的华为,与资本市场有着绕不开的关系。不仅其资本“盟友”在A股市场盘根错节,且还在不断壮大版图。

时代数据盘点显示,在A股上市的华为概念股有134家,其中为华为自主研发芯片提供支持与深度合作的企业有18家,大多集中在芯片、物联网、5G领域。实际上,华为“盟友”版图不止于此。

《证券日报》记者发现,在消费电子板块稳固的基础上,华为外延式扩张加速,业务版图也在不断扩大。目前,华为的合作方已经涉及消费电子、广电通信、汽车、医疗、新能源新材料、环保、教育、云计算等众多领域。近年来,华为在高端制造、机器人、新能源汽车领域的客户及供应商呈现逐年递增趋势,今年上半年较去年同期增长50%。

华为云MVP马超对《证券日报》记者表示:“华为的‘朋友圈’主要有三大方面,一是围绕鸿蒙的生态建设;二是围绕汽车方面的自动驾驶方案;三是围绕华为云的新基建。当然华

为自身企业在鸿蒙、智驾与云计算这三大方面也有不少交集。华为推出鸿蒙后,其对更广泛领域的企业有着极大的渗透能力,如鸿蒙+华为云的颠覆效应同样不可小觑,华为云作为政企数字化转型的基石。华为的产业和资本版图在鸿蒙的作用下,还将持续扩大。”

而除了鸿蒙系统,华为近年来在5G、云计算、大数据、AI的解决方案正在向制造、电力、钢铁、港口、矿山、教育、医疗等各个领域渗透。“更多行业和大小不同体量的企业,都已近或者正在形成华为的客户和潜在客户。”华为企业网络产品线营销运作部经理李樱花向《证券日报》记者表示。

“华为A股上市公司的扩充,主要是在其业务扩张转型及鸿蒙的作用下,近年来华为在智慧城市、智慧教育、智能家电领域、存储、汽车解决方案等方面加快布局,同时华为智选等模式都在引导生态合作伙伴参与和加入。”看懂研究员、通信高级工程师袁博在接受《证券日报》记者采访时认为。

不造车的华为 广结车企盟友做大产业链

近日,记者来到了位于北京大兴区的西红门荟聚购物中心,在1楼华为授权体验店中,一辆蓝色SUV获得消费者关注,智能驾驶、智慧座舱引得众多华为用户询问,甚至部分消费者是专程为体验而来。

赛力斯SF5仅是华为打造汽车生态中的一环,早在两年前,华为就在技术和平台上已和小康股份旗下的赛力斯接触,此后赛力斯进入了华为“5G汽车生产圈”。

虽然对外宣称“不造车”,但华为与很多整车企业均在不同领域签署了战略合作协议,北汽、长安、广汽、比亚迪等知名车企都在名单之列。就连不想失去“灵魂”的上汽都与华为在智慧出行方面有实质性的合作。而作为在同一领域布局的企业,华为和格力电器在智能汽车领域的合作,也被外界所猜想。

据悉,除了赛力斯,华为与北汽蓝谷合作,发布极狐阿尔法S车型,后续车型有可能进驻华为体验店;华为与

长安、宁德时代两家企业也在计划打造高端汽车平台和品牌;哪吒汽车与华为在车载计算、数字能源等领域展开全面合作,合作的首款车型计划将于明年上市。

尽管华为目前的重点不在于“造整车”,但在智能汽车领域的涉猎,已经囊括智能汽车产业链的众多环节。除了整车厂商之外,传统的汽车供应商德赛西威、均胜电子、华阳集团等都和华为在智慧出行、智能座舱、智能网联领域有着深度的合作。

据不完全统计,目前与华为建立合作的整车企业已超过22家,智能汽车产业链相关企业多达数百家。

“随着互联网、大数据、人工智能、5G等新一代信息技术的不断加持,人与汽车的关系,正在被重新定义,智能网联汽车正在加快演变成消费电子设备,成为人机接口。车企与互联网、通讯公司的合作已逐渐成为行业趋势。”中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光对《证券日报》记者表示。

已上市的苹果 产业链面临再次洗牌

苹果是当前消费电子领域科技创新的引领者,通过全球产业链的供给,不仅给苹果提供了最好的产业链管理便利和效率,最大的成本优势,也让苹果能够攫取高额的利润,并且以此进行更大规模的技术研发和建立更高的产业链优势。

截至9月7日,东方财富choice数据显示,苹果概念股数量已经达到102家,涵盖了苹果消费电子产品大部分的制造环节,其中多是国内知名公司。中国本土企业软权力研究中心研究员周锡冰告诉《证券日报》记者,中国公司在苹果的产业链中,目前已经具有重要的地位。

周锡冰指出,苹果作为一家上市公司,还在通过资本的力量扶持核心部件供应商的竞争对手,一旦竞争对手出现资金流等问题时,甚至会通过注资等手段帮助其走出困境,削弱对其核心部件供应商的依赖。

正是苹果对于供应链公司的强大管控力,也使苹果的一举一动被市场

强烈关注,甚至以蝴蝶效应向其产业链公司传导。如去年有A股苹果供应链公司被传出剔除供应链名单后,公司股价便接连下跌,而这种通过调整供应链名单,影响供应商的市场策略乃至业绩,已经成为苹果的惯用手段。

2021年半年报中,多家苹果供应链公司业绩大幅下滑,37%的苹果概念股归属母公司股东的净利润同比下滑。对于业绩下滑公司的说法也大同小异,主要是因为海外新冠肺炎疫情的暴发加大了手机需求的不确定性,以及海外部分厂区受疫情影响短暂停工和原材料价格上涨成本承压等,其背后无不预示着苹果在压榨供应链公司利润。

上海迈柯荣信息咨询有限公司董事长徐阳对《证券日报》记者表示,近年来苹果市场表现下滑,导致其供应链公司利润下降,加速了苹果供应链公司与国内品牌寻求合作的趋势。从苹果概念股的业绩上可以看到,很多公司对苹果订单的规模占比在逐步下降。

要造车的苹果 “拉拢”中国供应链求双赢

从去年开始,苹果陆续向现代、LG、SK、日产、丰田等多家重要的汽车生产和零部件供应商展开了谈判,其中,LG公司与麦格纳合资创建的公司将参与苹果第一款电动汽车系统研发项目。

但苹果造车过程起步并不顺利,今年年初,苹果与现代就自动驾驶电动汽车合作项目终止谈判,成为众人关注的焦点,随后苹果又与日产、雷诺和其他几家汽车制造商进行了会谈,但似乎除了丰田,其他车企对于苹果代工生产或者合作研发汽车并不热情。

第三方研究机构透镜公司创始人况玉清对《证券日报》记者分析,如果苹果正式入局造车,它的影响力可能不亚于特斯拉对汽车行业的冲击,甚至会引发汽车行业新一轮变革。电子产品的使用和人机交互水平有可能上升到一个新的阶段,另外对激光雷达等产品的应用会更加成熟,很多消费电子产品的新技术将在汽车领域商业化落地,不仅是对汽车的供应链体系,对整个电子元器件产业都会产生一定的影响。

正是看到苹果对于产业的变革和近乎苛刻的供应链掌控力,也导致传统车

企不甘沦为苹果的代工厂。一直以来追求行业内最优供应链的苹果,也不愿意选择中低端水平车企为其代工,而中高端水平车企对苹果存在抵制,导致苹果的造车项目迟迟无法正式落地。

因为苹果造车已经势在必行,而国内完善的汽车供应链体系,也促使苹果开始与比亚迪和宁德时代等进行磋商,为其电动汽车项目供应电池。

前沃尔沃与长城汽车欧拉品牌营销副总裁、北京一数科技联合创始人宁述勇对《证券日报》记者指出,特斯拉开辟了造车与卖车的互联网科技思维模式,苹果汽车目前来看其战场和定位是超级智能终端的玩法。

宁述勇说:“相比传统的汽车产业链公司,苹果有望在此基础上建立新的信息与通信技术供应链,这是苹果、小米这类公司的优势和创新基因。国内科技公司在移动互联网领域深耕多年,许多有着和车企合作的经历,如果与苹果能够以共同研发的身份合作造车,将是双赢的格局,且能推动汽车产业的变革与创新,中国制造和苹果都可以赋能汽车产业链。”

