

## 富士康造车, 前景几何?

“汽车不过是四个轮子的 iPhone, 我们既然能造 iPhone, 为什么不能造电动车?”

这句话曾被视为富士康董事长郭台铭进军汽车行业的宣言, 就在近日, 富士康造车已经既成事实。

10月18日, 富士康正式发布纯电动汽车品牌——Foxtron, 同时带来了三款全新电动车型: 中型 SUV Model C、中大型轿车 Model E 以及电动大巴 Model T。

巧合的是, 富士康将“Model”作为自家产品序列的称号, 这与特斯拉的 Model 系列“不谋而合”, 颇有蹭热度之嫌。

“这款车, 是对我最有意义、最棒的生日礼物。”同日, 恰逢富士康创始人郭台铭的生日, 71岁的郭台铭亲自驾驶着 Model E 现身发布会, 对自家的产品亦是喜于言表。

这是富士康宣布造车后, 第一次向外界展示旗下的产品, 而三款车将由富士康和中国台湾车企裕隆汽车有限公司联合制造。

新车最大的亮点, 并不算是账面上夸张的动力数据, 而是未来基于不用产品需求可以 OTA 升级的“MIH”平台。

据官方介绍, 三款电动车均基于“MIH”打造, 三电系统的关键零部件均为富士康自主研发, 车身部分可兼容掀背车、轿车、SUV、MPV 在内的多款产品, 后续能够依据客户的自身车型定位做出相应调整。

而在造车之路上, 富士康提出了更为切实的未来发展目标, 预计到 2025 年, 纯电动汽车营收占其制造业营收的 5%, 营收目标为 300 亿美元, 其中车辆 40% 的零配件由富士康自己制造。

这背后反衬着富士康的野心: 既要造车, 又要成为智能电动车的供应商, 鱼和熊掌试图兼得。

随着本次 Model 系列车型的推出, 四个轮子的 iPhone 已然落地, 富士康造车初露锋芒。但拨开云雾回归理性, 我们不禁提出些许疑问, 富士康为什么要造车? 造车之路前景几何?

### 一、造车, 不得已而为之

长时间以来, 富士康以“为苹果代工”被公众所熟知。

1988 年, 鸿海集团创始人郭台铭在深圳创立富士康, 代工成为富士康的立足之本; 2007 年, 富士康成功代工生产苹果手机, 所谓背靠大树好乘凉, 公司先后打败全球知名代工企业 LG、伟创力等, 稳坐全球代工之王的宝座。

但随着富士康产能的无限扩张, 公司暴露出一重大隐患——过度依赖苹果。资料显示, 富士康近 80% 的收入来自苹果公司消费电子产品的代工, 彼时的富士康盛极而衰。

而自库克掌舵苹果之后, 苹果的产品线明显拓宽, 为了寻求持续的利润增长, 降低代工厂黑天鹅事件引发的供给危机, 苹果开始谋求双供应商战略。

富士康一家独大的天秤就此倾斜, 以立讯精密为首的代工厂横空出世。

2020 年, 立讯精密斥资 33 亿元收购纬创资通的 iPhone 制造业务, 成为第一家大陆 iPhone 代工厂。公司又先后收购了韩国相机模组制造商 Cowell 和中国台湾金属框架制造商 Casetek。

而相较富士康过于依赖人工的生产线, 立讯的自动化生产线也更具优势。2019 年, 苹果高层曾经拜访立讯的车间, 董事长王来春展示了公司的自动化生产线后表示, “如

果订单交给立讯, 自动化团队会保证品质, 而且成本再降 30%。”

耕耘终有收获, 立讯精密成功拿下了 6.1 寸的 iPhone 13 Pro 代工订单, 加之此前 Airpod、Apple watch 的代工订单, 公司已然在苹果供应链中占得一席之地。

而在资本市场上, 这个后起之秀显然是更被看好的一方, 市值曾一度达到 480 多亿美元, 超出富士康母公司鸿海集团 100 多亿美元。

此时的富士康, 既有近忧也有远患, 以立讯精密为代表的后起之秀正在不断侵蚀代工市场, 而苹果的造车计划却又面临着更多的不确定因素。

随着全球各地新能源汽车的浪潮涌起, 苹果介入电动车成为“公开的秘密”, 近水楼台先得月, 业内曾一致认为富士康将为苹果代工生产汽车产品。

但事实却大相径庭, 据消息透露, 苹果公司先后与车界代工巨头现代汽车、日产汽车、丰田汽车以及麦格纳传出“绯闻”。近期又有消息表示, 苹果公司决定独立研发电动汽车, 不再寻找代工厂, 并开始恢复汽车研发中心, 处理电动汽车零部件供应商所涉及的文件。

代工新能源汽车显然拥有更为广袤的体量, 而此时的消费电子行业则是夕阳西下, 代工价格内卷, 行业天花板初现, 富士康势必需要通过代工电动汽车寻求未来可持续发展的基石。

为了避免坐以待毙, 富士康不得不造出了自家的电动汽车。

而车造出来了, 能不能卖出去, 对富士康来说或许并不重要, 富士康的当务之急, 是通过自家产品证明自己制造汽车方面的实力, 继续拿下苹果汽车的代工订单。

毕竟, 在造车之路上先声夺人, 算是自己代工汽车业务上最好的广告。

### 二、十六年造车路

这场声势浩大的广告, 富士康已经精心策划了十余年。

虽然在郭台铭看来, 富士康汽车从产品构思、外形设计、电池设计, 到机械工程、三电系统、操控内饰等, 仅仅花了一年时间完成, 但其实, 富士康对造车事业觊觎已久。

早在 2005 年, 富士康就曾斥资 3.7 亿, 收购安泰电业 100% 的股份, 该企业为台湾四大汽车线束厂之一, 主要生产制造电瓶线以及倒车雷达等车用电子设备。

随后富士康逐步将版图扩大到了中控、仪表盘显示器等领域。

2010 年, 富士康陆续为特斯拉、宝马、奔驰等传统汽车制造商提供电子产品。2013 年, 富士康与特斯拉达成交易, 为部分 Model S 提供车内面板, 还获得了其上万个零部件订单。

不过, 此前的种种动作均集中在汽车零部件的代工, 并未涉及到整车制造方面。

2015 年 3 月, 富士康与腾讯、和谐汽车成立了合资公司, 成立和谐富腾(拜腾汽车的前身), 首次将业务领域拓展到了整车。但到了 2017 年, 富士康和腾讯相继退出。

随后, 富士康向宁德时代投资 10 亿人民币, 2018 年, 领投小鹏汽车 22 亿元 B 轮融资。

2020 年 1 月, 菲亚特·克莱斯勒证实, 正与富士康母公司鸿海集团组建合资企业, 生产电动汽车并涉足车联网业务, 双方将重点开拓中国市场。同年 7 月, 裕隆集团内部人士透露, 裕隆在大陆“将与富士康携手共创

电动汽车市场”, 这也为此次富士康车型的发布奠定了基础。

而富士康造车之旅曾经最为接近成功的, 还属 2021 年初与拜腾汽车的二次牵手。

2021 年 1 月 4 日, 富士康与拜腾汽车南京经济技术开发区签署战略合作框架协议, 为拜腾汽车提供运营管理经验和产业链资源, 支持拜腾首款车型 M-Byte 的量产制造。

但此时的拜腾已经成为了浪潮中裸泳的选手, 公司因为资金不足, 倒在了投产的“前一天”。对此, 富士康提供了 2 亿美元的资金予以帮助。

可惜的是, 此后的拜腾依然负面消息不断, 2021 年 4 月, 德国慕尼黑地方法院下令, 对中国电动汽车初创公司拜腾的德国子公司 Byton 责任有限公司进行临时破产管理。

富士康的这 2 亿美金显然不足以支撑拜腾的“复活”之路。2021 年 6 月底, 富士康宣布终止与拜腾合作, 二次牵手再次宣告失败。

不积跬步无以至千里, 富士康在汽车领域的长期布局终获进展, 这家靠代工苹果手机成名的公司, 在造车之路上已然走出了重要的一步。

### 三、小马拉不动大车

新车的问世, 无疑给富士康赚足了面子, 富士康代工的标签就此被揭下, 公司开始转战整车制造的红海市场。

但在汽车行业, 从代工厂到整车厂, 中间其实隔着千山万壑。

对整车厂而言, 考验更多的是各零部件匹配、系统匹配的集成的能力, 涉及范围囊括了整车架构的布置、底盘的调校、用户交互等整车方面的关键性能。

代工厂虽然可以生产出各种规格的弹簧、减震器, 但只有整车厂才能依靠这些零件匹配出新车型适合的悬架系统。

因此, 在自上而下的汽车产业链中, 整车厂无疑处在“链主”的位置, 负责供应链的资源整合。而代工厂处于“链尾”, 仅提供原材料的生产。

这显然是富士康现有技术储备之下难以逾越的鸿沟。

为了填补这一鸿沟, 富士康已然找到了帮手——裕隆汽车, 本次新车发布会上除富士康外的另一主角。但事实上, 作为一家汽车整车厂, 裕隆却难言成功。

在与富士康联姻之前, 裕隆汽车曾与内陆车厂东风汽车有着不解之缘。2010 年底, 双方合作成立了东风裕隆, 该公司首款投产的车型, 取名为纳智捷大 7。

这是一款中型 SUV, 竞争对手为丰田汉兰达, 凭借着 18.8 万的起售价、颇高的配置, 纳智捷大 7 曾一度引起不错的市场反响, 坊间称其“20 万的价格拥有 50 万的配置”。

但在短暂的用车周期后, 车辆的各种质量问题却接踵而至, 维修费用颇高, 车辆油耗过高(百公里近 20L)的问题更是浮出水面, 东风裕隆面对着品控差、核心技术落后的多重质疑。这也最终造就了纳智捷过低的二手车保值率, 数据显示, 大 7 第一年保值率仅为 55.88%。

彼时, 关于纳智捷大 7“中石化石油常年合作伙伴”、“二手车商颤抖的品牌”、“百公里一个加油站”等段子, 在各大汽车论坛广为流传, 昔日的宝岛王者已然沦为消费者口中的段子品牌。

这也直接导致了纳智捷的销量骤减, 自 2015 年达到历史最高的 6 万辆之后逐年下

滑, 2019 年, 大陆市场销量为 1947 辆, 而在 2020 年, 仅为 43 辆。

销量疲软, 东风裕隆在经营层面上的表现亦不能尽如人意。2019 年, 位于杭州的东风裕隆工厂被迫停产状态; 2020 年 11 月, 东风裕隆汽车销售有限公司在浙江法院正式进入破产清算程序。资料显示, 公司的负债总额达到人民币 19.58 亿元, 而资产尚不足以清偿债务。

如今, 虽然东风裕隆位于一线城市的 4s 店面尚有零星的布局, 但大多以售后服务为主, 曾经的主力车型处于停售状态, 纳智捷退出大陆市场已然成为定局。

无论是否正式宣布在大陆退市, 东风裕隆在整个汽车市场的存在感早已荡然无存, 而本次与富士康的联姻, 才让裕隆汽车重回大众视野, 但此前技术落后的现实并没有得到改善。

据资料显示, 富士康此次发布的三款车中, Model T 的电池包布置方式较为落后, 其电池包放在四个轮包位置, 严重侵占了车辆空间。而目前宇通、比亚迪等纯电动公交产品早已舍弃这种设计, 选择将电池包布置在底部和车辆顶部。

另外, 被富士康寄予厚望的 MIH 模块化生产平台, 本就是传统车企的拿手好戏。即便在智能电动化时代, 强势传统车企也都配备了纯电动平台, 如大众的 MEB 纯电动平台、丰田汽车电动化平台 e-TNGA、比亚迪的 e 平台、长城汽车的 ME 平台、广汽新能源的 GEP 平台等。

而在产品的营销层面, 即将退出大陆市场的裕隆汽车似乎还停留在上个世纪。当公司官网车型的营销图册依旧把电动尾门作为亮点宣传时, 我们很难想象裕隆能够给予富士康何种实质性的帮助。

对此, 我们不得不提出一个疑问, 当财大气粗的富士康找来江河日下的裕隆汽车作为帮手, 究竟孰强孰弱?

参考过往车型的失败案例, 裕隆汽车显然不能填补富士康与成熟汽车主机厂之间的鸿沟。

### 四、尾声

在传统的汽油驱动车辆的时代, 无论是内燃机还是变速箱技术, 所需的都是车企高额的资金投入及多年累计的技术底蕴。而电动车的天然结构, 挣脱了内燃机与变速箱的枷锁, 无疑拉低了车企造车的门槛。

对于拥有足够现金的入局者而言, 这显然是一个弯道超车的机遇。

如今, 新势力造车的新一轮潮水已经退去, 行业内马太效应骤显, 仅剩以蔚小理为首的造车新势力方兴未艾。当第二轮潮水漫起, 赛道内的选手换成了财大气粗的科技巨头。但富士康显然不是唯一“为产品装上轮子”的科技公司。

随着消费电子产品利润的下降, 苹果、华为、索尼和小米在内的智能手机及家用电器制造商均宣布了投资电动车的计划。这些强大的竞争对手们, 长年深耕 2C 业务, 无论是在产品的用户交互还是软硬件的技术迭代上, 均遥遥领先于富士康。

而对比造车新势力, 不论是裕隆还是富士康, 既没有自动驾驶的大规模应用场景进行数据采集, 也没有根深蒂固的相关技术储备, 更没有从营销到售后的完整商业链条布局。在时代的洪流下, 富士康已然站上了智能电动车的风口, 但弯道超车的机遇, 对现阶段而言, 却是可遇而不可求。

## 美林贷款

Marion Mortgage LLC

诚实 敬业  
经验 丰富  
客户 至上

NMLS#176854

NMLS#177851  
President  
黄捷 博士  
Jayie (Jenni) Rowe  
571-934-8000(C)  
jrowe@marionmortgage.com

Yue(Jill)Zhou  
NMLS#281400  
Sr.Loan Officer  
571-432-5811(C)  
jzhou@marionmortgage.com

Jia Yu  
NMLS # 2017104  
loan officer  
571-207-5811(C)  
jia@marionmortgage.com

Mark Shankle  
NMLS #1047216  
loan officer  
703-424-0750 (C)

Triet Le  
NMLS #2094471  
loan officer  
571-249-3321(C)

Ha Chu  
Processor  
540-208-8006(C)

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682  
地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121  
http://www.marionmortgage.com

MC-2854 NMLS ID #176854  
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org

5-106

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only  
民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款