

“华为太子”的复仇记，恐怕要凉了

人称“华为太子”的李一男，很喜欢自己那辆JEEP大切诺基。

当然，这件事是在他造车以后，才被大家知道的。

在第一款产品自游家NV上，李一男拍板给它设定了和自己Dream car一样——“城市探索”的产品思路。“城市探索”，顾名思义是兼顾城市通勤和长途旅行的双重需求。

但大家要知道，JEEP可不是一个好的学习对象。今年上半年，JEEP合资公司广汽菲克，月销量一度还拿到过“0分”。

而自游家NV的售价，不到JEEP大切诺基的一半——纯电标准续航版为27.88万，长续航版为31.88万元，增程版为28.88万元。

第一款车就卖到30万元以上，这种高举高打的架势像极了七年前。

2015年6月，李一男所创办的牛电科技发布了旗下首款产品——小牛智能电动踏板车N1，售价区间3999元-4999元，比市面上常规的电单车贵出一倍。然而，这场发布会后的第三天，李一男因涉案被带走，自此很长一段时间消失在公众视野。

直到今年10月8日，以创始人身份登场的李一男，正式进入汽车行业。

坦率来说，一家造车新势力想要突围，目前看有两种路线：第一种就是有独特的长板，能够找准并打动细分人群。比如理想汽车主攻的是“奶爸”、高合汽车主攻的是喜欢尝鲜的富人；第二种就是整体能力的平均值很高，各项参数对比都很能打，比如华为的问界、吉利的极氪。

15岁考入华中科技大学少年班，27岁就当上华为常务副总裁的李一男，在别人眼里就是不可多得的天才。在进入汽车行业之后，有很多人期望李一男能够成为李斌、何小鹏、李想之后，第四位创业造车奇才。但是，李一男造的第一款车，目前还看不到能够突围的迹象。

说白了，目前的自游家NV，跟上面两种车，哪个都不沾边。

下场即巅峰，发布就凉凉

“这是小牛造的电动汽车吗？”

这是一位中年男士走进自游家的门店后，提出的第一个问题。销售人员先是面露苦笑，然后奉上熟练的话术：“只是同一个老板而已”。

2014年，胡依林（牛电科技创始人）拿着计划书见各种投资人，他除了要钱，还要一个CEO。后来，李想（理想汽车创始人）看了他的计划书，把他介绍给明势资本创始人黄明明。在黄明明的引荐下，胡依林与李一男相识。随后不久，后者就以CEO的身份加入公司。

但无论是在小牛的创业经历，亦或是此前在百度当CTO，李一男无论是当职业经理人，还是创业者的经历都称不上亮眼。事实上，从2000年创办港湾网络（后被华为收购）之后，李一男就再也未能走完过一个完整的从0到1过程。

当时间来到2018年，也就是李一男重获自由后的第二年，成为其从两轮车到四轮车转变的关键年份。2018年10月，小牛电动在纳斯达克上市时，李一男还亲赴华尔街见证敲钟时刻，但在彼时他早已淡出管理层。事实上从美国回来后的第二个月，李一男就开始物色造车的项目。

恰巧，2018年10月10日，理想汽车发布了旗下首款产品理想ONE，把增程式电动车这条当时属于“非主流”的技术路线推向台前。而在理想汽车刚起步的阶段，李一男与李想私底下经常还有交流。不过但正式造车后，两人就断了联系。

现如今，从李想对自游家NV的评价来看，双方的关系恐怕并不融洽。

在10月8日，李一男召开新车发布会的当天，李想在一条分析自游家NV与理想L7参数对比的微博下评论道：“这远远不如L6呀，凭啥和L7比较？”

诚然，自游家NV这款车最早的产品定义，就是照着理想ONE去打的差异化。比如四缸增程器、5秒级加速、超大后备箱空间、更低的售价等等。但在汽车行业，你很难在同一条赛道上，亦步亦趋地打赢，一个提前4年出发的对手。

这其中，目前最成功的案例就是问界。

在选择了相同的增程式路线之后，华为并没有把最强的ADS高阶自动驾驶塞进问界的产品中，而是选择把落地快、用户感知度较高的鸿蒙座舱在这辆车上全力输出。同时，问界在油耗、加速等方面一并进行了参数优化，最后加上华为“降维打击”的渠道优势，快速实现了过万辆的月销成绩。

更要命的是，问界M5同样是增程和纯电两个版本，整体售价区间在25.98万元-33.18万元之间，与自游家NV（27.88万-31.88万元）短兵相接。但从基础的性能、续航、能耗等方面来说，问界M5毫不畏惧自游家NV的竞争。唯一能打的产品力，可能就是自游家NV的后备箱达到788升，比问界M5后排座椅放倒（776升）还要大。

但有多少人，会单独为一个更大的后备箱选择一个没有基础的品牌呢？

理论上，2018年开始定义的自游家NV，拥有充足的时间打磨产品。就算做不成问界这样的“六边形战士”，最起码找到一些专属的长板。像理想ONE的NOA导航辅助驾驶、多屏交互等功能。亦或是，像上汽旗下的智己汽车，主打操控性这一细分市场。甚至再极端一点，有高合通过

展翼门、对开门这样的酷炫功能。这些都能打动一部分用户群体。

然而，似乎大家都在奋力在这个日趋内卷的赛道里寻找突破口，只有自游家在佛系造车。今年3月，自游家NV的试装车进行过一次静态展示之后，所有的功能和设计，这款车又原封不动地在7个月后的发布会上对外展示。

事实上，很可能由于产品实在缺乏亮点且售价毫无诚意，自游家NV正式发布后，进店人数明显不多。

近日，虎嗅探访了两家位于北京的自游家零售中心（北京目前仅有三家），期间仅遇到文章开始提到的那一位中年男士进店咨询。笔者跟进后才得知，他从事软件开发工作，对李一男的经历有所了解，用过小牛电单车。但当得知还不能动态试驾后，他便默默地离开，同时也未满足销售的留资要求。

“高意向客户对比最多的是理想L8和即将上市的L7，但是自游家NV战败率很高。”车fans创始人孙少军表示，“第一，自游家本身没有宣传声量，客户感知度低；第二，城市家庭大空间SUV的市场被理想彻底摁住了。”在他看来，30-40万的新能源大空间SUV在一二线城市自然增量达到饱和，导致竞争激烈，会出现很明显的此消彼长态势。

东拼西凑，卖到30多万

然而，当下李一男最愁的问题可能不是销量，而是造车资质。

在自游家NV的车尾，印着四个大字“大乘汽车”。对于这家公司，很多人可能比较陌生。2018年，也就是李一男下场造车的那年，时任众泰汽车董事长的吴建中把众泰金坛基地和抚州基地交给了他儿子吴潇，吴潇凭此基础创立了大乘汽车。彼时的众泰金坛基地，也就是现在位于常州的江苏金坛大乘汽车科技产业园，正是自游家NV的诞生地。

据相关人士向虎嗅透露，“自游家目前仍然没有彻底解决资质问题，而且大乘没有独立生产资质，只是一个工厂。”

而在发布会上，李一男的说法是，“自游家团队以软件、智能、三电等前瞻技术领域赋能大乘汽车，共同提高整车和智能软件水平。首款产品自游家NV由大乘汽车常州金坛智慧工厂专属产线生产。”

这段话用更简单的两个字来形容，那就是代工。

相比之下，其他一些造车新势力们一开始布局自建工厂，同时第一款车先找代工，后续再收购资质的路径，就显得更保险一些。比如小鹏汽车、零跑汽车都是先代工、后自建工厂，如今公司也都完成上市了，销量还挤进了中国电动车市场销量榜单前列。

最关键的，还是产品力过硬。

自游家不光生产工厂是别人的，大部分核心要素也都是别人的。

首先，作为增程式电动车最核心的零部件——增程器（发动机），自游家NV直接采购了来自东风的C15TDR系列发动机，1.5T四缸、热效率高达41.07%。该发动机还搭载于东风风神AX7车型上，不过这款车售价只要10.69万-11.39万元，比自游家NV便宜了近三分之一。

其次，自游家NV的动力电池系统供应商分为两家：长城旗下的蜂巢能源和欣旺达。与常见的采购电芯、车企自己组装成电池包不同，据内部人士告诉虎嗅：自游家NV是直接向蜂巢采购的电池系统。这意味着，自游家大概率并不具备电池包组装的能力。

其中，自游家NV增程版为三元锂电池，电池容量31kWh；而纯电标准续航版为磷酸铁锂电池，电池容量65kWh；而纯电长续航版为三元锂电池，电池容量86kWh。尴尬的是，65kWh电池包版本只能带来440公里的续航里程（CLTC标准），但要价27.88万元。但同样的价格，你可以买到90.3kWh电池包的比亚迪唐EV，CLTC续航达到600公里。

再则，自游家的智能驾驶几乎是全面“躺平”。在发布会上，李一男号称全系标配24项AAD高阶驾驶辅助系统功能，但实际上是采用了地平线提供的Mono前视辅助驾驶解决方案。理论上，这套合作模式是由地平线提供J2芯片以及感知算法，由车企自行完成ADAS（辅助驾驶）功能应用。但据知情人士向虎嗅透露，自游家NV的ADAS功能，是由某国内全栈Tier1完成的功能开发。

比核心供应商“黑盒”交付更佛系的是，自游家把灵魂也交出去了。

发布会上，李一男号称自游家支持辅助驾驶软硬件全面升级。但事实却是，系统能否升级、升级以后的体验如何，完全取决于供应商地平线的量产能力。这套可升级的系统叫SuperDrive AAD，命名来自地平线的SuperDrive超级驾驶解决方案——这是一个基于算力的软件解决方案。用上这套解决方案之后，自游家基本就是可以躺平了去实现车、路、云一体化的能力。

最后，作为智能汽车最“简单”的车机系统，自游家也选择了全面“躺平”。

李一男在发布会上表示，自游家NV智能座舱方面的品牌理念是“科技无感知”，做法便是将车机系统直接把苹果Carplay和华为HiCar搬上车内，并且与自游家自己的NIUTRON OS系统，通过积木拼插交互的方式融合在一起。

理论上，这套“拼接”系统以用户需求的角度出发，用成熟技术解决了车机应用软件匮乏的问题。但是，在宣传片上看似乎顺畅的人机交互，到了展车上却惨目忍睹。



展车惨目忍睹，门店状态堪忧

当笔者在北京其中一家自游家门店的展车上测试Carplay投屏时，遇到“Apple CarPlay连接失败”的情况。在两位店员尝试了将近二十分钟之后，仍然无法解决。期间，一位店员还尝试给车辆下电重启。最后，经过一顿“胡乱操作”之后，才成功连接上CarPlay功能。

实际上，Carplay系统上车的流畅度，并不如发布会宣传视频中的流畅。

这其中的问题，可能出在了优化上。考虑到Carplay的原理是利用手机的算力来进行功能投屏，因此系统对手机的性能有比较高的要求。在连上Carplay以后，我的手机就出现卡顿的情况。如果按照发布会上演示的边无线充电、边无线连接Carplay的话，手机的卡顿和发热问题会格外突出。

由于算力需求转移到手机上，车机端的计算任务少了很多，对芯片的要求自然就低了很多。

当被问及座舱芯片是否采用高通骁龙8155芯片时，销售的回答是，“具体型号不清楚，但肯定不是8155。现在8155的出货量太少了。”但这如果不是一个忽悠外行人的回答，那恐怕彻底暴露了自游家在供应链层面的弱势地位。要知道，高通8155芯片早于2021年就在威马W6车型上量产，如今连不到15万元的哪吒汽车都进行了标配。

最终，自游家终端销售渠道能获得的资源，确实已经到了令人担忧的程度。目前，自游家的销售渠道采取加盟连锁品牌专营模式，与特斯拉的直营模式有一定的区别，似乎听起来更像是小牛电动车的销售模式。虽然，该模式在各门店也实现了统一定价，但场地资源和服务水平，并不能得到很好的保证。

以北京为例，目前自游家仅有三家零售中心开业，其余还有五家是零售展厅。后者仅有展车，没有固定门店。

这里出现的问题，尤其严重。

像在北京三环内的一座商场内，自游家明明是有一间店铺用作零售中心，但展车却只能放在商场的过道上进行展示。销售告知原因是，“商场不让我们把车摆在店里”。

然而，这辆被摆在商场过道的展车，因为无法通电，所以车辆始终处于下电的状态。

除了车灯、车机处于关闭状态外，就连后备箱都被销售用抹布抵住了锁扣，以免后备箱关上后无法打开。

更惨的情况是，这辆展车的手扶箱位置，已经出现了掉漆的情况。目前尚不清楚，是因为展车“接待”了太多来看车的用户，还是因为试装车在生产过程中存在工艺缺陷。

对于自游家而言，让用户看上你的产品、愿意去店里看车就已经够不容易了。然而就算用户已经来了，能够记住自游家品牌和其产品，可能都要添加一份难度。

在其门店招牌、展车的车头、车尾，都印有硕大的“NIUTRON”字样，但品牌名和车型名都不叫“牛创”，而是叫自游家。在发布会之前，公司宣布，为避免用户混淆“NIUTRON”、“自游家”品牌和牛创新能源的关系，正式更名“火星石科技有限公司”。“牛创新能源”名称将不在任何场景下继续使用。

淡化“牛创”这个名字，可以理解李一男要“去小牛化”。毕竟，最开始取名字的时候，就是结合了小牛的“NIU”与宇宙中最小的不带电粒子“Neutron”（中子），代表对宇宙奥秘的探索。

可矛盾的是，该公司一边强调“去小牛化”，另一边又是拿小牛用户做转化。

在咸鱼上搜索“自游家”，出来的结果不像特斯拉那样满是黄牛订单，而是小牛电单车用户转卖的充电额度。一位卖家告诉虎嗅，“这是他参加小牛电动APP的活动获得的。他累计骑行了37891公里，可兑换634度电，约合人民币1458.2元。”

不得不说，这有点像“玛莎拉蒂5元代金券”，存在一定价值，但难免让人发笑。

文章最后，虎嗅汽车不禁要提出一个问题：中国新能源汽车市场还缺一个新品牌吗？

自游家NV可以称之为“水桶车型”，各项参数看不出明显的短板，但并没有一项特别突出的长板。同时，产品力的平均值又没那么强悍。

这可能很多造车新势力都会面临的问题——每一项参数都想做到行业靠前的水平，但在研发能力、供应链资源有限的情况下，最终得出的产品就是每一项能力都不强。

也许，自游家最大的优势，就剩下了李一男平和的心态。在此前的采访中，他就谈及了假如造车失败后的做法：“走不下去就走不下去。我大不了看钱不行了就不搞了，先把供应商的钱还了。”