Model B，Model V？特斯拉又推新车了？

“体验鸿海自家打造的电动车，已经是我每年最期待的生日活动之一。”当富士康母公司鸿海科技集团创始人郭台铭亮相会场，在众人的欢呼中庆祝其72岁的生日，你或许才能从恍惚中回过神来，原来这并不是马斯克的局。

图片来源：富士康

鸿海集团近日发布的跨界SUV Model B和皮卡电动车Model V，车型命名延续了“Model”系列。早在去年，其已推出Model C原型车、Model E轿车以及Model T电动巴士3款电动车。据悉，Model C预计明年将由品牌客户交付消费者。至此，鸿海集团已对外发布了五款车型。

不仅仅是车型命名与特斯拉高度相似，鸿海集团董事长刘扬伟甚至在发布会上喊话马斯克：“希望有一天，可以帮特斯拉造车”。

“我们过去造PC、造手机，未来我们要造EV（电动车），并坚守CDMS的初衷，不会改变。”刘扬伟表示。刘扬伟所说的CDMS，也即Contract design and manufacturing service，是指委托设计制造服务。显然，富士康在高调进军汽车产业之后，也并没有想摆脱“专业代工厂”的称号。

专业代工几十年

全世界每生产10台iPhone，就有7台出自富士康的流水线工人之手。

富士康最早成为了惠普和戴尔的代工厂，之后又拿下了诺基亚、摩托罗拉和苹果三大手机厂商的代工订单，更在华为崛起的时候成为了华为的代工厂。

但是，与苹果的高度绑定也意味着富士康成为受苹果业务波动影响最大的企业。2016年，富士康出现自1991年上市以来的首次营收下滑，原因主要是其代工的苹果手机当年出货量出现了下滑。

在此之后，苹果手机销量未能回到2016年前的水平，富士康的手机代工生意也受到了影响。

今年上半年，富士康迎来难得的增长。富士康在财报中表示，受苹果强劲销售势头的推动，该公司Q2净利润达到新台币332.9亿元(约合11.1亿美元)，同比增长12%。不过，富士康依旧对第三季度的前景持谨慎态度，预计智能手机需求将放缓。

富士康旗下港股上市的富智康集团2022中报显示，公司在2022年1月1日-2022年6月30日实现营业收入41.25亿美元，同比增长4.76%，归属母公司净亏损2378.00万美元，亏损同比减少15.63%。也就是说，主营手机代工业务的子公司虽然营收增加，但仍处于亏损状态。

手机代工业务已不足以让富士康“吃饱”。富士康需要使业务更多元化，以找到突破路径。

事实上，在手机产业红利见顶之后，不少手机企业都已经宣布了造车计划，OPPO、小米、索尼、苹果均是如此。“苹果汽车不过是四个轮子的iPhone。我们既然能造iPhone，为什么就不能造电动车？”郭台铭曾经放出豪言。

这倒是像给马斯克的回应。马斯克曾公开调侃：“汽车和手机相比非常复杂，你不能去找富士康这样的供应商说，给我造辆车吧。”富士康如今明确表态了，“可以帮特斯拉造车”。

不过在业内人士看来，富士康发布新车是想证明自己具备代工的能力，从而获得更多新势力品牌和传统车企的订单。

富士康在多年前就曾涉猎汽车行业。早在2015年富士康就投资了爱驰汽车。2020年，鸿海集团宣布与台湾裕隆成立合资公司鸿华先进，富士康占股51%。去年首次发布的三款车型Model E、Model T以及Model C，便是由该公司打造。

与一众亲自下场造车的大佬不同，富士康进军汽车产业志在“代工”。业内人士分析认为，直接造整车风险高，研发制造需要花钱，造出来了也不一定有用户买单。

如今，在中低端市场，富士康已经拿到了几张代工订单。

2022年5月，富士康母公司鸿海集团在美国俄亥俄州收购了一个厂房，10月，其与美国电动车公司INDIEV签署合作，协助代工制造原型车。

今年，富士康进攻东南亚市场，与泰国石油集团合资成立电动车公司Horizon Plus，为当地企业提供代工服务。

代工汽车是门好生意？

在刘扬伟两年前规划的造车蓝图中，2025年至2027年全球电动汽车市场规模预计将达到3000万辆，而富士康的目标是在那时抢占10%的市场份额。两年后的今天，当刘扬伟再次谈及目标时表示，“鸿海的目标不变，希望能够实现与 ICT 行业相同的40%-45%的市占率，但要一步一步来，首先计划在2025年的电动车市占率要达到5%。”

尽管刘扬伟的目标已经较两年前保守了一些，但这依旧不能算是一个“小目标”。2021年，特斯拉狂卖93万辆，也只占到全球电动车市场的13%；此外，比亚迪为市场的8.6%，大众集团仅占到4.6%。

“富士康最大的优势就在于供应链。”刘扬伟认为，“我们遍布全球 24 个国家，这无疑成为我们进军电动汽车行业需求的巨大优势。”

但代工是一门好生意吗？造车新势力在没有建厂及获得生产资质之前，多采取代工的方式进行生产。但无论代工厂是否从中赚到了钱，却始终处于“随时可能被换掉”的角色中。

如海马汽车曾为小鹏G3代工了4年之久，而自从2020年6月小鹏旗下肇庆工厂投入生产之后，原来的合作代工业务就被逐渐取消。小鹏汽车曾在其港股招股书中明确指出由海马汽车代工产品的潜在风险，如“与第三方合作生产汽车须承受运营风险，而我们对此控制有限”；“海马不符合协定的时间表或遇到产能限制以及质量问题，我们可能遭到延误”；“成功建立品牌的能力亦可能受海马汽车质量认知的不利影响”等。

而江淮汽车靠给蔚来代工获得了一定的收入，但其营业收入却在逐年减少，亏损也在扩大。财报数据显示，江淮汽车2018年的营收还在500亿元左右，而到了2021年其营收仅剩402.1亿元；扣非净利润则由2019年的-9.78亿元进一步扩大到-18.84亿元。

此外，曾为零跑代工的长江汽车早在2020年就已破产清算。

造车拥有无穷魅力，富士康不会是最后一个挤进这一领域的企业。只是，在汽车智能化快速发展的时代，如果一个代工厂不具备核心技术，恐怕难逃被车企牵着鼻子走的命运。

与此同时，对于拥挤的汽车市场来说，相比于一个容易沉没在芸芸众车中的普通名字，碰瓷特斯拉或许是富士康能想到的最快让行业注意到自己的方式。但毕竟汽车市场发展到如今，就连刚刚复活的众泰都说自己以后要搞原创了，富士康捆绑特斯拉搞噱头，也注定不是长远之计。

作者：刘珊珊