

华为、腾讯接连入局 网约车市场再起波澜

本报记者 秦泉 北京报道

沉寂许久的网约车市场,因华为、腾讯等“新玩家”的入局再起涟漪。

经历两个多月的测试运营后,华为版本的聚合“网约车”平台Petal

新势力登场

“本质上,网约车进入2.0时代,即从共享单车模式进入定制车模式。”

目前,网约车市场不断有新玩家进入,其中,华为、腾讯作为各自领域的龙头而被业内广泛关注。

早在今年7月底,华为在其鸿蒙OS 3.0发布会上,宣布正式推出打车服务Petal出行。Petal出行基于华为自研地图引擎能力,提供聚合打车服务。用户无需下载应用,通过服务卡片就可获得与应用相同的体验,并且可在手机、手表、平板、PC等设备间协同使用。

截至目前,Petal出行已聚合首汽约车、神州专车、T3出行和阳光出行等多个出行服务商。其中,T3出行9月7日宣布,在全国92座已开通运营的城市中,已经全量接入华为Petal出行,为其出行版图提供合规运力支持。这是Petal出行继在北京、深圳、南京等城市开放测试以来,首次面向全国城市开放运营,未来落地的城市还会进一步增加。

无独有偶,在华为之前,微信的出行服务里,也新增了“打车”服务,在不同城市接入不同服务商,包括曹操出行、首汽约车、如祺出行、T3出行、阳光出行等主要品牌。

不仅仅是华为、腾讯,据网约

出行公测版已于近日上线。在此前,微信在九宫格的出行服务中也增加了打车功能,该功能也采用聚合模式,目前已接入曹操出行、阳光出行、首汽约车等多个出行服务商。至此,国内网约车赛道已经集聚华为、阿

里、腾讯、美团、百度等国内科技大厂。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,华为、腾讯“入局”网约车市场,也是为进军智能汽车行业做好战略卡位。共享

出行的商业模式和盈利模式是互联网项目中的优等生:共享出行的优势在于高频且刚需,拉新成本很低,流量成本也低,优于大多数互联网项目;高频且周转率高,无硬件成本回收压力。



华为正式推出聚合打车服务“Petal出行”,网约车市场再迎变局。

视觉中国/图

车监管信息交互平台统计,截至2022年8月31日,全国共有282家网约车平台公司取得网约车平台经营许可;各地共发放网约车驾驶员证471.4万本、车辆运输证193.9万本,环比分别增长2.5%、3.0%。

洛克资本副总裁史松坡对记者表示,首先,原有行业格局出现松动,出行平台市场格局重构,资本涌入,腰部玩家具有翻盘逆袭的可能性,在网约车市场尚未形成新的龙头,处于诸侯混战的局面。其次,从产业链的角度看,每家企业入局网约车市场的目的不同,华为想以此带动汽车的销量,同时扩大自身汽车品牌的影响力,腾讯则更

多考虑的是流量变现。

互联网产业分析师张书乐则认为,本质上,网约车进入2.0时代,即从共享单车模式进入定制车模式,主机厂、智能汽车相关系统供应商都可以通过建立网约车平台来为自己的新能源汽车、智能汽车开启公路测试、收集数据、打开增量市场和探索更多应用场景。

而在科方得投资执行总裁张晓兵看来:“充分竞争更有利于行业市场的健康发展,更有利于保护用户和消费者的利益,尤其是平台类的互联网类型企业,当更多的新玩家进入后,可以打破原先的一家独大或几家寡头竞争的市场,通过

充分有效的市场化竞争推出让利消费者的市场活动,更好地提升消费者的用户体验和服务。”

独立经济学家、财经评论员王赤坤向记者分析道:“共享出行应用是需要收集个人信息最多的互联网应用,是拉新和获取流量的好渠道,个人信息包括通讯录、通话记录、位置信息、手机号、微信号、出行信息、交易信息、银行卡、人脸等数据。华为、腾讯入局网约车市场,利用网约车收集流量,实际掌控了出行终端,终端是消费需求流量的关口,掌握关口就掌握了流量,可以利用收集的信息,为正在布局的智能汽车做精准匹配、精准赋能。”

美版 iPhone 14 移除 SIM 卡槽 eSIM 时代加速到来?

本报记者 陈佳岚 广州报道

备受关注的 iPhone 14 尚未发布时,关于其的爆料就层出不穷。彭博社 Mark Gurman 就曾在其 Power On 通讯中表示,某些 iPhone 14 机型的 SIM 卡槽或被移除。

近日,苹果公司如期发布了外界期待的 iPhone 14 系列手

机、Apple Watch 8/Apple Watch Ultra 以及第二代 AirPods Pro 等新品。

苹果公司在发布会上表示,美版的 iPhone 14 不再需要 SIM 卡槽,用 eSIM(中文名为“嵌入式手机卡”,是电子化的 SIM 卡)代替 SIM 卡槽。此举也被认为是苹果推动 eSIM 普及的一部分。

值得注意的是,手机支持 eS-

IM 在部分国家和地区普及并不容易,不少业内人士对《中国经营报》记者表示,eSIM 在技术实现上并不是难事,手机上也可以支持,只是其推广主要取决于各地运营商的态度,也需要配套标准规范的落地。不过 eSIM 在苹果手机应用顺利、消费者反响好的话,可能会加速相关厂商的跟进和 eSIM 时代的到来。

eSIM 虚拟卡时代加速到来?

eSIM 英文全称为 Embedded-SIM,为嵌入式 SIM 卡。eSIM 使可插拔的物理 SIM 卡变成一张虚拟的 SIM 卡,直接嵌入到设备芯片上,为每个终端设备提供身份证明,使其得以接入运营商的网络。eSIM 的可用性正在迅速扩大,但该技术并非在所有国家、地区都可用,因此,在过渡期间,一些带有 SIM 卡插槽的 iPhone 机型至少在几年内仍然存在。

事实上,这并非苹果在 iPhone 产品中首次引进 eSIM 技术,其早在 2018 年 9 月发布的 iPhone XS 中就引入了该技术,不过一直并未普及开来。

自 2017 年以来,智能手机中的 eSIM 一直存在,但采用率增长缓慢。2017 年谷歌手机推出的 Pixel 2 中也支持 eSIM。

“苹果推出仅支持 eSIM 的 iPhone 14 系列是 eSIM 技术采用的转折点。”市场调研机构 Counterpoint Research 分析师 Ankit Malhotra 在 9 月 8 日发布的报告中指出,引领行业普及 eSIM 的是苹果,它在 iPhone XS 中引入了 eSIM 技术,此后推出的所有 iPhone 都兼容 eSIM。现在,苹果已经推出了只采用 eSIM 的美版 iPhone 14。

事实上,除了美版 iPhone 14 之外,国产手机品牌魅族此前也曾推出过去掉 SIM 卡槽采用 eS-

IM 的手机型号魅族 zero,这也是魅族首款真无孔手机,但 eSIM 成了魅族 zero 这一产品最大的问题,国内运营商的营业厅并不支持消费者办理这一业务。国产手机巨头 vivo 的 APEX2019 也曾经是借助于 eSIM 方案实现了无孔的一款手机产品,但仅为概念机并无量产。

记者梳理后发现,像三星 Galaxy Z Fold 3 和 Galaxy Z Flip 3 折叠屏系列,华为 P40/P40 Pro、OPPO Find X5 系列也可支持 eSIM,但仅限于某些国家、地区和运营商,并且均保留了物理卡槽。以华为 P40、P40 Pro 为例,其 eSIM 功能支持欧洲和亚洲地区用户,其中,亚洲地区包括泰国、柬埔寨、菲律宾、约旦等,欧洲地区包括德国、希腊、奥地利、西班牙、捷克等。

Ankit Malhotra 表示,仅支持 eSIM 的 iPhone 的推出不仅会将 eSIM“嵌入”到全球许多消费者的脑海中,而且还将推动其他 OEM(原始设备制造商)厂商在未来转向 eSIM。

一直以来,iPhone 系列手机的功能创新都是整个手机圈的一个风向标。Ankit Malhotra 表示,在过去的几年里,人们已经多次看到这种情况发生。当然,其他 OEM 可能能够比苹果更快地推出某些产品,而一旦苹果使用该技术来销售

iPhone,该技术的采用速度就会变得更快。这种现象发生在双摄像头、人像摄像头、带有 FaceID(苹果官方脸部认证方式)的显示槽口上,同样的现象也会在 eSIM 上再次上演。

据了解,与传统 SIM 卡相比,eSIM 在多个属性上都表现出色,包括配置、尺寸、灵活性、安全性、客户体验,还有成本等方面,也被看作是未来发展的一种趋势。

与传统的带卡槽的 SIM 卡相比,eSIM 减少了设备上的卡片占用空间,体积减少 90%,有助于提高产品防水性能,增加产品设计的灵活性。此外,对用户来说,eSIM 卡相比于传统的 SIM 卡来说拥有安全稳定性好、远程配置、无需实体卡等诸多优势。

《华尔街日报》称,物理 SIM 卡的年代已经过去了。欧洲和亚洲越来越多厂商采用 eSIM 技术,以及第三代 iPhone SE 增加了 eSIM 版。

早在今年年初,GlobalData 的分析师 Emma Mohr-McClune 就表示,苹果 iPhone 全面放弃物理 SIM 卡只是时间问题,未来将彻底取消 SIM 卡卡槽。

Counterpoint Research 表示,推动 eSIM 进一步发展的因素是目前 SIM 卡中可用半导体的短缺。

手机 eSIM 在中国落地难

Counterpoint Research 显示,到目前为止,已有 14 家 OEM 推出了支持 eSIM 的设备。目前超过 75 个国家/地区的 200 多家领先的移动网络运营商已经在支持 eSIM 的配置和管理。在这之中,有一些移动网络运营商已经在行业中遥遥领先,能够平均支持 20 种或更多设备,包括智能手机、智能手表、笔记本电脑和平板电脑等。

然而目前,eSIM 在各地的普及进度不一。在国际上,欧美主要国家及主流运营商都已开通 eSIM 服务。但我国 eSIM 目前大多还只应用于智能手表之类的硬件,比如华为 Watch 3、OPPO Watch 2 等都有 eSIM 版本。

2020 年年底,国内三大运营商中国移动、中国电信、中国联通都已获工信部批准,可开展物联网等领域 eSIM 技术应用服务。目前,三大运营商的 eSIM 也已支持多个国内城市,但始终未见到国内三大运营商提供手机使用 eSIM 的业务,eSIM 技术想要在中国手机上普及依然有较大难度。是什么原因阻碍了目前 eSIM 在中国手机应用端的推广呢?

这项技术要落地在手机上,最大困难来自于运营商的态度,多数通信运营商采取相对保守的姿态,也使得实体 SIM 卡依然大行其道,手机想要告别卡槽并不容易。

OPPO 方面告诉记者,公司海外发行的 Find X5 系列等也支持 eSIM,但也保持了物理的双卡槽。国内可能还要问运营商比较合适。其他一些手机厂商也表达了相似的态度。

通信专家马继华对记者表示,eSIM 的使用有助于智能手机设计上的便利,其功能和实体 SIM



苹果秋季新品发布会上,美版的 iPhone 14 用 eSIM 代替 SIM 卡。

视觉中国/图

卡没有什么区别,但 eSIM 在手机端的普及可能让通信运营商在价值链中的地位下降,所以很难得到运营商的支持,而 eSIM 对用户的实际体验提升也有限,仅仅对苹果等手机厂商有利,推动起来自然会很困难。

“eSIM 的使用并不像想象中的那么便捷,也需要远程写卡操作,对用户来说,无论是开卡,还是转网离网,与使用实体卡差别不大,这也导致用户需求不强。同时,eSIM 的使用还会牵扯到智能手机标准改变,在数据安全方面也需要新的规范和管理,需要相关的法律法规调整。”马继华说道。

国内一家运营商旗下做 eSIM 卡公司的技术人员对记者表示,目前 SIM 卡槽更换成 eSIM 技术上没有什么难度,但当前国内数据监管等一系列监管要求较高,对运营商而言有较大压力。此外,虽然 eSIM 改造手机端的成本由终端厂商承担,但推行 eSIM 对运营商而言好处并不多,也没有对其获客有所帮助,国内运营商并没有大的动力去推动 eSIM 普及。

“从监管部门到运营商,目前行业对 eSIM 的新技术并不排斥,

聚合 VS 自营

目前来看,网约车市场的背后仍是流量的争夺。

不难发现,无论是腾讯还是华为,都并未像 T3 出行那样亲自下场做网约车,而是选择了采用聚合平台的形式。

就网约车业务的规划进展,记者联系采访华为方面,截至发稿未获回复。腾讯出行服务方面则向记者表示,腾讯出行服务不下场做网约车运力,基于微信生态,以开放的产品形态接入合规的网约车平台,帮助行业更高效地连接用户。

目前,网约车市场现有运营模式大致分为两种:一类是自营,像 T3 出行等;另一类是网约车出行聚合平台,将多家出行公司的打车平台聚合在一起,在这种模式中,除华为、腾讯外,还聚集了高德地图、百度地图、美团打车、携程专车等多个互联网巨头。

而在 7 月份,网约车监管信息交互平台也首次公开聚合平台的数据(包含携程专车、美团打车、高德打车、花小猪出行、百度打车),8 月份加入腾讯出行,订单量在 8 月份稳中有升,完成 1.67 亿单,较 7 月份 1.53 亿单上升了 0.14 亿单。

史松坡认为,从目前来看,网约车市场的背后仍是流量的争夺。聚合平台的优势在于属于轻资产运营,风险小,投入资金可控,只需要依靠流量优势将多个打车平台聚合,可以轻松起步。同时,聚合打车平台可以更好地完善自家的生态

圈,反哺公司其他业务。但其劣势在于,由于接入的网约车平台层次不一,出行体验难以保障,难以监督管控,保障合规运营是关键。

张书乐也持相似的观点,他认为,聚合打车的优势在于轻资产,推出之时可获得庞大的“闲置”车辆和司机的加入,快速完成市场覆盖,对出租车存量市场形成颠覆效应。劣势在于发展量变完成后即出现瓶颈,只是出租车的在线撮合平台。自营平台的劣势在于重资产,需要大量定制车辆和培训相关司机,在城市覆盖速度上较慢,价位不低,需要对中高端市场进行孵化,且非刚需的各种定制化需求如何量化也是难题。优势在于不仅可以通过定制化(车辆和驾驶服务)来达到更优质的出行体验,而且可以通过定制车达成智能汽车的各种试错和市场拓展,等于自产自销来保供,通过消费体验来促销。

不过,陈佳对记者说道:“打车软件平台是聚合还是自营并不是核心区别,原因很简单,只要存在一个全聚合平台,原则上消费者就没有理由只选择单一自营平台;而一旦自营平台也联通其他平台,那么原则上大家都是某种聚合平台的变体。这里的核心要义在于应用对用户需求的满足程度及场景便利程度,一定要好用、易用。”

但对 eSIM 在手机终端的应用十分慎重。”中国移动研究院业务研究所原所长黄更生对记者表示,eSIM 技术取代 SIM 卡槽这一动作会对整个生态带来非常深远的变化,所以运营商还是比较慎重,尤其是在中美贸易摩擦的背景下,发卡人口归属是一个问题,此外,在信息安全上可能会带来一些问题。

不过,这并不影响 eSIM 在其他国家和地区的推广及中国非手机终端的应用普及。

在黄更生看来,如果搭载 eSIM 方案的 iPhone 14 在部分地区受到消费者青睐,其他手机品牌也有可能加大跟进力度。

太平洋证券认为,未来五年 eSIM 在消费电子中的渗透率有望持续增加,并且会广泛应用于智慧城市、智能家居、工业互联网、车联网、智慧医疗等垂直领域,对推动蜂窝物联网的规模化起到非常关键的作用。

Strategy Analytics 预测,到 2025 年,用于物联网应用的 eSIM 的销量将增长到 3.26 亿美元,eSIM 卡由于其使用远程配置更改服务提供商配置文件的能力将更广泛应用于密封医疗设备,车辆等 IoT(物联网)设备中。