

淡静的智能手机市场因华为Mate 50系列新品再掀波澜

# 卫星通信手机离消费者有多远？

羊城晚报记者 潘亮

9月6日下午，广东深圳。随着华为Mate 50系列新品正式发布，此前预告“向上捅破天”的技术“真容”浮出水面——华为Mate 50系列搭载鸿蒙3.0操作系统，是全球首款支持北斗卫星通信消息的大众智能手机，用户在地面没有信号的情况下也可发送信息。

卫星通信功能因华为Mate 50“上新”而备受关注。具体而言，其技术功能、资费成本、行业布局等如何？对此羊城晚报记者采访专家解答。

## 功能 无基站信号也能以短报文发送信息

时隔两年，华为再度发布Mate系列手机，外界“期待值拉满”。华为常务董事、终端事业群CEO余承东在发布会现场表示：“过去70年，卫星通信主要集中在专业领域，普通消费者很难享受到卫星通信的服务，我们此次带来全球首款支持北斗卫星通信的大众智能手机，开启大众卫星通信新时代。”

据了解，卫星通信系统实际上是一种微波通信，以卫星作为中继站转发微波信号，在多个地面站之间通信，实现对地面的“无缝隙”覆盖。

“华为的卫星通信技术是通过北斗卫星发布短报文功能完成，即便是没有基站信号的偏远地区，也可以通过短报文的方式发送信息。这类信息可以在关

键时刻起到作用，比如海事中遇险船对外呼救等。目前，国内智能手机和卫星通信技术融合方面，主要还是在GPS定位等功能上，短报文还未普及，所以此次华为发布的Mate 50系列具有一定的意义。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受记者采访时表示。

据悉，智能手机的核心能力是通信，传统智能手机的通信能力需依赖于通信基站，没有基站分布的位置存在通信死角。但使用卫星通信应用后，用户在荒漠无人区、近海遇险、地震救援等无地面网络信号覆盖的极端环境下，也能通过畅连APP，发出文字和位置信息求助，并且可将多条位置生成轨迹地图。

## 瓶颈 成本与体验感使其暂难大规模普及

华为作为通信领域的领军企业之一，在卫星通信方面可谓筹谋已久，如今率先通过短报文功能实现手机终端卫星通信技术。不过，有专家认为，此次华为Mate 50系列并非真正意义上的“卫星通信”，因为它只能发短信，还无法实现实时打电话等功能。

对于支持卫星通讯的智能手机，消费者使用费用如何，需要多花钱吗？一手机厂商的技术负责人对记者表示：“卫星从制造到上天成本十来亿，每年运营维护一个亿，按照十年寿命来算，需要一颗卫星每年发2亿条短消息、每条1块钱，才不亏本。实际上，以在中国使用海事卫星电话为例，除交200元入网费外，拨打每分钟费用约为1.8元。”因为卫星通信需要很高的运营维护成本，资源稀缺，未来手机厂商按条收费的可能性比较大。但对于具体的收费方式，华为方面目前暂无回应。

羊城晚报记者了解到，对于普通消费者而言，现阶段在日常生活中，卫星电话无法成为主流通讯工具。因为首先要买一部专门的手机，其价格及资费标准都不亲民，在电商平台，一部便携式卫星电话的价格大多在4000元至10000元之间；而且，它的天线较大，携带和打电话都

不方便，有时还有延时。

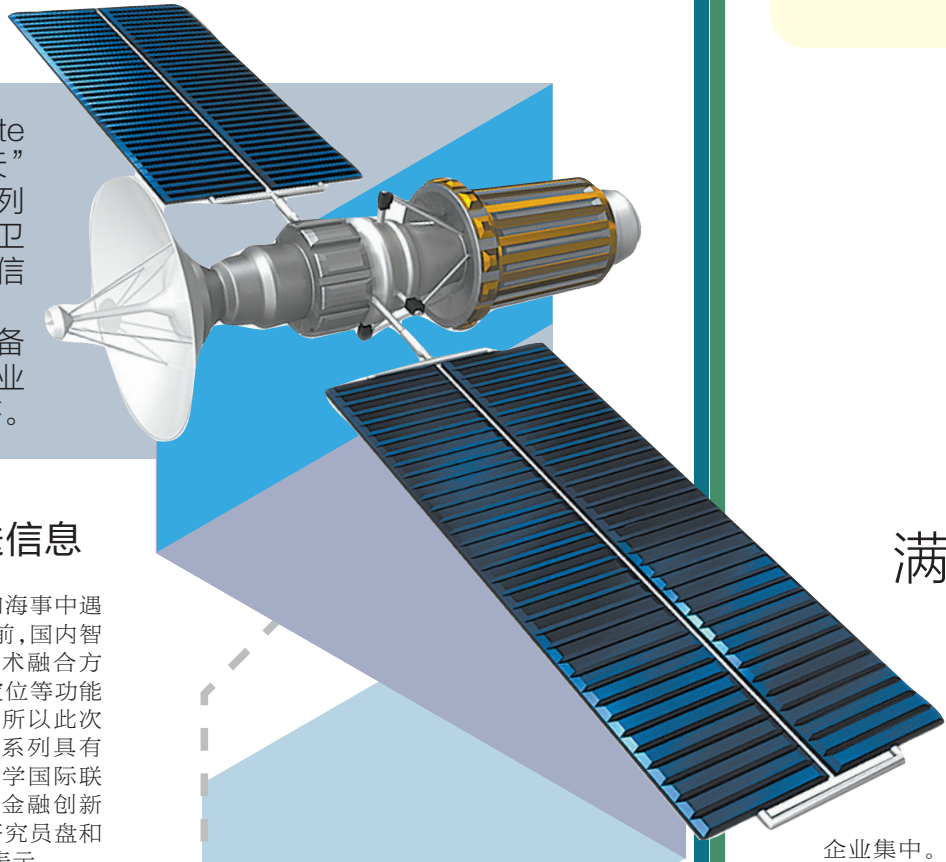
盘和林表示，卫星通信技术应用在智能手机上，一方面，现阶段资费还比较贵，未来有待降低；另一方面，零部件体积较大，增加零部件的情况下会让智能手机变得笨重，需要优化；此外，卫星通信技术也有一定延迟，在信息内容发送上主要还是报文为主，距离卫星网络通信还有距离。但优点在于，卫星通信技术可以实现通信全覆盖，在偏远地区也能避免通信中断和通信困难。

手机若逐渐支持卫星通信功能，是否意味着用户未来不再需要购买运营商套餐？盘和林告诉记者：“由于地面到卫星的物理距离限制原因，卫星通信技术有明显网络延迟，上网体验不会优于蜂窝移动网络。该技术目前主要针对偏远地区的通信难题，是对当前5G基站网络的一个重要补充，但尚不能替代蜂窝移动网络，也不会改变移动运营商市场格局。”

也有专家表示，在华为等消费端企业推动下，卫星通信的应用需求未来或迎来爆发式增长，这些需求会倒逼国内卫星通信技术的发展。与此同时，随着产业上游商业化运营，不断降低成本，卫星覆盖率会逐步提高，让卫星通信大范围普及成为可能。



华为Mate 50系列是全球首款支持北斗卫星通信消息的大众智能手机  
华为供图



## 布局

### 众多企业入场竞逐卫星通信“新赛道”

受华为新品发布带动，近日，A股的卫星互联网、卫星导航、通信设备等板块表现活跃，“涨停一片”。事实上，卫星通信这条“新赛道”市场潜力巨大，众多企业都已入场竞逐。

据了解，今年年初，国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》中强调，积极稳妥推进空间信息基础设施演进升级，加快布局卫星通信网络等，推动卫星互联网建设。政策支持与市场发力，使卫星通信技术不断取得进步，逐步探索应用到居民日常生活中。

除了华为，其他手机厂商也在抢着上线搭载卫星通信技术的新品。9月5日晚间，收购魅族科技79.09%控股权的吉利旗下星纪时代公司宣布，将推出全球首款直连低轨卫星消费级手机。

赛迪智库在今年5月就曾预言，“手机+低轨卫星通信”有望在手机红海市场开启新的发展方向，是构筑未来信息消费新空间的有力手段。赛迪智库认为，全球手机创新发展空间趋于饱和，面对复杂的行业发展环境和激烈的外部竞争，手机厂商必须瞄准前瞻性、革命性的创新技术，加快推动手机产业与低轨卫星通信产业的融合发展。如此，方能满足用户不断升级的消费需求，且开启手机行业新的发展方向，这也是抢占未来手机产业制高点的重要布局。

站上风口的远不止手机厂商。天眼查数据显示，我国现有卫星通信相关企业2.5万家。近十年，卫星通信相关企业注册数量逐年稳步增加，其中，2020年新增注册企业数同比大增141%，2021年同比增加65.4%，2022年上半年同比增加33.5%。

相关企业的快速增加，将加快卫星通信与大数据、云计算、物联网等高新技术的融合，有望形成新的经济增长点。由中国卫星导航定位协会研究院编制的《2022中国卫星导航与位置服务产业发展白皮书》显示，2021年我国卫星导航与位置服务产业总产值达4690亿元人民币，同比维持高速增长态势。未来，随着卫星产业经济不断发展，卫星互联网有望应用到各行各业中。

羊城晚报记者 沈钊

近日，共享充电宝成“价格刺客”这一话题被广泛讨论。距离去年8月底国家市场监督管理总局“出手”对共享消费品牌进行行政指导才一年，共享充电宝确实出现大幅涨价吗？

9月7日，羊城晚报记者走访调查发现，就广州地区而言，目前市面上大多数共享充电宝的租借价格为2-4元/小时；一些特殊地点如广交会展馆、白云机场的共享充电宝价格会达到6元/小时。对此，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅认为，目前共享充电宝的价格仍然处于较为合理的区间，但随着价格上涨，相关企业的产品能力、服务能力并没有相应提升，这是消费者产生不满的主要原因。

# 共享充电宝是“价格刺客”？

记者实测广州地区未大幅涨价，但消费者满意度仍有待提升

## 1 调查显示，广州共享充电宝并未集体涨价

近年来，共享充电宝行业竞争格局重塑，市场份额进一步向头部企业集中。头豹研究院发布的《2022年中国共享充电宝行业市场研究报告》显示，当前共享充电宝行业头部企业竹芒、怪兽、小电、美团市场设备占比超过90%。

为了调查共享充电宝的实际价格是否如网传的“频繁涨价”“租价‘破5’”，9月7日，记者随机调查了广州珠江新城商超、广交会展馆、白云机场航站楼等地上述4个品牌的共享充电宝价格。结果显示，以

K11、高德置地等为代表的繁华地带商超，共享充电宝的价格集中在2-4元/小时，该价格与其他常见的共享充电宝使用场景下的价格一致。不过，即便是同一商超内，同一品牌的充电宝也会存在价格上的差异。以搜电充电宝（竹芒科技旗下）为例，其在地高置地冬广场某商户内的点位充电价格为2元/0.5小时，即4元/小时，而同一商超内的另一家商户的点位充电价格为3元/小时。

此外，在广交会展馆、白云机场航站楼等使用场景中，共享充电宝每小时租借价格普遍在5元以上。其中，广交会展馆内某点位美团充

电宝的价格为6元/小时，某点位怪兽充电宝价格为5元/小时。

上述情况是否为涨价过后的情况？竹芒科技在近期的回应中表示“近一年来肯定是没有涨过价的”；怪兽充电也回应称“未涨价”。此外，多家充电宝企业均对记者表示：“商户主体意愿是影响该点位价格是否调整的重要因素，不过品牌对充电宝价格有上限管控机制，以更好地保障用户体验。”综合企业回应及记者调查的结果来看，广州地区个别点位的充电宝价格可能发生过调整，但是整体上并未出现大幅涨价的情况。



共享充电宝涨价话题受关注  
视觉中国供图

## 2 告别“1元时代”，共享充电宝需“涨有所值”

记者梳理发现，共享充电宝行业其实在2019年就告别了初期的“1元时代”，且频频被曝集体涨价。不过，2021年国家市场监督管理总局“出手”后，共享充电宝企业进一步完善了定价规则，如与合作商户沟通协商降价、降低计费单元（从每小时收费变为每半小时收费）、新增“3分钟内归还免费”规则等。

“共享充电宝目前的价格仍然处于合理区间内。”张毅表示，未来相当一段时间内，消费者对于共享充电宝仍然是有刚性需求的。不过，艾媒咨询近几年的调查显示，超过九成的消费者对目前共享充电宝的服务是不满意

的。尤其近年来共享充电宝价格上涨，但其产品能力和服务能力并未有成正比的提升，这是消费者认为共享充电宝“价格贵”的主要原因。

正如许多消费者吐槽的那样，当前手机产品的电量越做越大，但是共享充电宝的功率并没有及时跟进。在记者扫码租借到的3个平台的充电宝中，美团充电宝显示功率为5V=2.4A，即12W；怪兽充电宝功率为10W；小电充电宝功率为10.5W。

相比之下，目前除了苹果手机仍停留在“20W快充”的水平，新推出的主流安卓手机的充电速率往往高达数十瓦乃至上百瓦。这意味着使用共享

充电宝充电一小时，手机往往仍处于“电量焦虑”的尴尬境况，消费者不得不花费更多时间将手机的电量补充到可以“安心”的水平。如要通过共享充电宝充满一部普通手机的电，需要至少3-4个小时的时间，这意味着充电宝的租赁费用往往超过10元（以3元/小时计算），特殊场景下甚至达到24元（以6元/小时计算）。

张毅认为，同共享单车一样，共享充电宝企业也需要精细化运营，着力提升产品能力和服务能力。除了在产品充电速率方面下功夫之外，企业还需要解决服务过程中可能出现的各种痛点，提升消费者的满意度。

## 3 企业面临压力，是否应开启多元化道路？

在业内人士看来，共享充电宝频繁涨价的直接因素，是目前一二线城市的共享充电宝点位饱和，以及疫情影响下的亏损风险加大。数据显示，受疫情持续影响，2022年上半年，共享充电宝行业头部企业的日均流水较去年同期均有不同程度的下降。此外，上游原材料的涨价较为明显。以锂电池的原材料碳酸锂为例，出厂价从2021年中期的每吨9万元，上涨到现阶段的50万元以上，这也给共享充电宝企业带来了一定的成本上涨。

不过，经过数年的洗礼与沉淀，共享充电宝行业已步入成熟发展阶段。为了摆脱长久

以来“只赚吆喝不赚钱”的局面，自去年以来，“轻资产化”成为了该行业顺势而为的优选项。如竹芒科技通过成熟的代理模式，可以以较低的销售费用渗透至下沉市场，形成庞大的点位网络；截至2022年5月，小电科技将所有直营点位转为合资代理点位，缓解自身的现金流压力，同时实现点位拓展效率和点位维护质量的平衡。

值得一提的是，为了摆脱一直以来“盈利单一”的问题，共享充电宝头部企业们还开始探索新的盈利模式。如怪兽充电在去年年初推出一款白酒，并开始以“消费科技公司”自称；竹芒科技则在今年开始布

局电动自行车充电桩、无人零售柜、储物柜等产品。

分析师认为，由于受到企业竞争壁垒小、用户转换成本低等因素的影响，产品租赁仍然是目前共享充电宝行业最核心的商业模式。在张毅看来，多元化应该是在单一主业做得非常成功、可挖掘空间不是很大的前提下再去做的。

数据显示，当前，国内共享充电宝在二线城市渗透率高，市场竞争激烈，但是三四线城市还具有增长的空间和潜力。张毅表示：“我不建议共享充电宝企业盲目做多元化，只要求将共享充电宝业务继续深挖，不用担心没有可观的收入和利润。”