

千元机能否撬开AI手机普及大门

将AI能力下沉至千元档手机,是头部厂商卡位未来的战略先手

一边是高端AI手机概念火爆,却因价格高、换机周期拉长而普及缓慢;一边是千元机作为市场基本盘,用户基数庞大却长期停留在基础功能层面。当华为将鸿蒙端侧AI能力植入畅享系列,以1499元起售价杀入千元档,一场关于AI手机普及路径的“下沉试验”正式拉开帷幕。

这场试验不只是产品策略调整,更是存量时代下,手机行业围绕用户培育、数据积累与生态卡位的关键布局。在AI手机尚未迎来真正爆发节点的当下,千元机正从“价格洼地”变为AI普及的突破口,也将加速新一轮行业洗牌。



华为畅享系列让千元档手机成为AI普及的试验场。

果然财经

记者 魏银科 报道

AI手机普及 陷入结构性矛盾

近年来,智能手机市场持续处于存量收缩阶段。据国际数据公司(IDC)发布的数据,2025年中国智能手机市场出货量约2.84亿台,同比下降0.6%,已连续多年保持下滑态势。更值得警惕的是,用户换机周期已从早年的18-24个月大幅拉长。中国信通院数据显示,2025年上半年,中国手机用户平均换机周期已接近33个月(约2.75年),较2020年拉长近40%。

在此背景下,AI被全行业视为打破增长僵局的核心引擎。苹果、华为、小米、荣耀等厂商纷纷将AI能力作为旗舰机型核心卖点。然而,AI手机普及却遭遇明显“瓶颈”:高端机型定价偏高,多数用户不愿为尚处早期的AI功能支付额外溢价;AI应用场景仍集中于商务、影像等小众领域,难以激发大众换机动力,导致AI技术“悬在高端”,无法转化为真实的市场渗透率。

与之形成鲜明对比的是千元机市场的体量优势。该价位段长期覆盖蓝领务工者、学生、中老年群体等数亿用户,是市场的基本盘。长期以来,这一市场以续航、屏幕等硬件参数为主要竞争点,AI能力几乎处于空白。

近期,华为畅享系列以1499元起售价入市,搭载自研芯片与鸿蒙操作系统,将AI防诈、智能续航等端侧AI功能引入千元档,打破了“AI=高端”的行业惯性,也让千元机成为AI普及的试验场。

跟进成本承压 观望恐将掉队

对AI手机产业而言,千元机

的意义远超销量贡献,更承担着用户习惯培育与场景数据收集两大核心功能,这也是头部厂商不惜下沉布局的深层逻辑。

在用户培育上,千元机覆盖人群对实用型AI功能接受度更高、依赖性更强。蓝领用户需要AI优化续航与嘈杂环境语音识别,中老年用户依赖AI反诈与远程守护,学生群体高频使用翻译、笔记等轻量化AI功能。这些场景无需复杂算力,却能快速培养用户AI交互习惯。当数亿下沉用户形成稳定使用行为,AI手机的大众认知将自然建立,为下一代全面智能化奠定用户基础。

在数据积累上,海量下沉用户是端侧AI迭代的关键资源。AI模型优化高度依赖真实场景数据,高端机型用户场景偏商务、娱乐,样本相对单一;而千元机用户覆盖城乡各类生活场景,数据更具普惠性、多样性。厂商通过脱敏数据持续优化算法,能够让AI更贴合普通用户需求,形成“用户使用—数据反馈—模型迭代”的正向循环。

华为在千元机布局AI,迅速让同行陷入进退两难的境地,而当前行业正面临前所未有的成本压力。

2025年下半年起,受AI服务器需求爆发性增长挤占产能,存储芯片市场迎来“史诗级”涨价周期。TrendForce集邦咨询数据显示,存储芯片领域两大主要产品DRAM与NAND闪存的价格累计上涨超过300%。该机构预测,2026年第一季度NAND闪存产品价格将上涨33%-38%,一般型DRAM价格将上涨55%-60%。3月,该机构大幅上调一季价格预测:一般型DRAM合约价环比涨90%-95%,NAND闪存合约价环比涨55%-60%。群智咨询数据显示,受存储成本暴涨影响,旗舰机型整机BOM成本环比上升超20%,中低端机型存储成本占比已逼近50%。

若跟进在千元机搭载深度AI功能,厂商需投入更高规格芯片、系统适配与算法研发,成本进一步上升,极易陷入“涨价丢市场、不涨价亏利润”的困

境;若选择不跟进,则会在AI用户习惯培养、场景数据积累上逐步落后,在下一轮技术竞争中丧失主动权。

更严峻的是,缺乏核心技术与生态闭环的中小品牌生存空间被持续压缩。IDC数据显示,2025年除前五大品牌外的“其他”厂商合计市场份额为20.5%,它们既无自研芯片与操作系统支撑,也缺乏大规模AI研发投入能力,在AI下沉趋势下,面临巨大的出清风险。

千元机AI普及 将改写行业规则

短期来看,千元机AI仍将以实用化功能为主,聚焦反诈、续航优化、方言识别、长辈模式、学习辅助等高频场景,降低使用门槛,强化普惠价值。

中期随着芯片算力下放与模型轻量化进步,AI内容整理、多设备智能联动、场景智能建议等功能将逐步普及。以鸿蒙为代表的分布式系统,可让千元机与平板、穿戴、智能家居协同,形成以入门手机为核心的小型智能生态。

从长期而言,千元机AI普及将彻底改写行业竞争规则。未来手机竞争将从硬件堆料转向“芯片+系统+AI+生态”的综合较量。具备全栈技术能力的厂商,可通过千元机快速扩大用户盘、沉淀数据,构建壁垒;缺乏自研能力与AI布局的厂商,将逐步被市场出清。

AI手机的全民普及,从来不是高端市场的独角戏。将AI能力下沉至千元机,既是破解当前普及困局的现实路径,也是头部厂商卡位未来的战略先手。

在换机周期拉长、成本高企、技术变革加速的多重压力下,千元机不再是“低配走量”的边缘地带,而是决定AI时代行业格局的关键战场。能够抓住这场下沉试验的企业,有望在下一轮竞争中占据主动;而固守传统性价比模式、错失AI窗口的厂商,或将成为行业出清的下一批对象。

记者 魏银科 报道

“做便宜、低利润的车是没有价值的。”4月2日晚,在小鹏MONA M03焕新上市的聚光灯下,小鹏集团董事长何小鹏再次抛出这一颠覆行业传统认知的论断。他斩钉截铁地表示,小鹏“不会去碰10万元以下的车”,即便这个市场拥有庞大的规模,但“价值太小了”。

何小鹏的言论背后,是中国汽车行业竞争逻辑的一次根本性转向:一个以“有效规模”和“高质量盈利”为核心的新时代已然开启。

从“规模竞速”到“价值深耕”

过去十年,中国汽车市场,尤其是新能源汽车领域,上演了一场波澜壮阔的“规模竞速赛”。在政策激励和市场爆发的双重驱动下,车企的首要任务就是快速上量,抢占市场份额,通过规模效应摊薄成本、建立品牌认知。销量排行榜的位次,几乎等同于企业在资本和舆论场中的话语权。

然而,狂飙突进之后,行业正面临严峻的“增收不增利”困境。数据显示,2025年中国汽车产业产销双双突破3400万辆,连续17年稳居全球第一,新能源汽车销量占比近半。但亮眼的规模数据背后,是利润率持续走低。2025年汽车行业全行业利润率降至4.1%,为2015年以来的最低值,且低于制造业平均利润率。这意味着,规模扩张带来的红利,并未有效转化为企业实实在在的效益。

“车不好卖”成为行业共识,其本质是市场已从增量扩张期彻底迈入存量博弈与结构出清期。与此同时,持续数年的价格战如同“七伤拳”,在抢占份额的同时,严重侵蚀了利润空间。华创证券的分析报告指出,2025年第三季度,价格竞争和原材料涨价等因素依然显著影响乘用车企的盈利。

政策层面也在引导这场深刻的转型。盘点2025年汽车产业政策时不难发现,贯穿全年的清晰信号是坚决整治“内卷式”恶性竞争,推动行业从“价格战”转向“价值战”。今年2月,国家市场监督管理总局发布《汽车行业价格行为合规指南》,明确划出红线,旨在将竞争焦点拉回到产品价值和技术创新的良性轨道。

小鹏汽车的战略选择,为“规模失效论”提供了最生动的注脚。其核心策略非常清晰:坚决退出10万元以下的低价市场竞争,将资源集中于能够带来更高附加值和利润的细分市场。

何小鹏对此的解释直白而深刻:“一台车卖六七万元赚一

千元,还不如说是卖铁。”在他看来,在成本高企的当下,极度低价车型的利润薄如刀片,甚至可能亏损。这种以牺牲利润为代价换来的销量规模,不仅无法支撑企业庞大的研发投入和长远发展,还可能拖累品牌形象,使其陷入低端化的陷阱。

盲目追求规模 不少企业背上包袱

为什么中国汽车产业做到了全球规模第一,却陷入了普遍的盈利焦虑?规模化带来的成本下降红利,究竟去了哪里?

答案是:在极度内卷的价格战中,规模效应带来的成本优势,并没有沉淀为企业的利润,而是被持续“补贴”给了终端市场,用于支撑一轮又一轮降价。这形成了一个恶性循环:车企为了保住或扩大规模而降价,降价导致利润下滑甚至亏损,亏损又迫使企业更需要规模来摊薄成本,于是继续卷入更深的价格战。

这种模式对产业链的伤害是系统性的。长期以来,部分整车企业利用强势地位,通过超长账期挤压上游供应商利润,将价格压力传导至整个供应链。这导致中小零部件企业的资金链紧张,创新投入不足,整个产业链的创新活力和健康度受损。尽管2025年《保障中小企业款项支付条例》实施后,主流车企开始将付款周期缩短至60天,但修复产业链生态仍需时间。

同时,规模扩张伴随着巨大的资产风险。对于许多车企,尤其是转型中的传统品牌,庞大的燃油车产能正成为沉重的负担。部分合资车企工厂产能利用率低至40%以下,闲置产能难以转换为新能源生产线,资产搁浅风险凸显。盲目追求规模而忽视资产结构和效率,让许多企业背上了沉重的包袱。

当单纯规模扩张的路径失效,什么才是车企在淘汰赛中生存乃至胜出的关键?答案指向了“结构最优”——即企业在品牌布局、技术路线、成本控制、全球市场等方面形成协同高效、抗风险能力强的体系。

从“以价换量”到“以技创利”,从“规模优先”到“质量优先”,这场深刻的转型将决定未来十年中国汽车产业的全球座次。正如黄河科技学院客座教授张翔在接受采访时所指出的,2026年决定新势力车企排位的核心指标,将不再是交付量,而是盈利能力,研发转化效率与全球化落地能力。在规模失效的时代,能够穿越周期、走向未来的,注定是那些敢于放弃低价值规模、坚定构筑高质量竞争力的“结构最优”者。

不碰10万以下汽车,何小鹏为啥敢说很多规模没有价值

未来车企胜出的关键或是『结构最优』