



“争气机”销售火爆 预约至少等一周

迎难而上 华为到了哪重山？



8月29

日，原本网传将于9月中旬举行新品发布会的华为，竟然毫无征兆地开启了Mate 60 Pro手机的预售，有华为内部的渠道人士表示，自己对此也是一无所知。华为这次所投下的“炸弹”到底有多重磅，此事迅速登上了热搜，并在朋友圈里刷屏。央视新闻在《主播说联播》中发

表评论：“中国心”，中国芯，华为一款新手机的突然发售引发全网围观。于无声处听惊雷，很多网友直呼其为“争气机”，因为这款手机搭载的芯片，给人以无限想象空间。

9月5日，华为Mate60系列新一轮线上预售再次重现前两日预售的秒光盛况。

作为当之无愧的“国民品牌”，华为此次携Mate 60回归，是否也意味着其将再度发力高端手机市场，睽违已久的华为又能给消费者带来什么惊喜呢？

华为上新“突袭式”开售

有业内人士表示，按照华为往年的节奏，Mate系列新机通常在下半年发布，上半年则发布P系列，因此，外界一直认为华为Mate系列会在9月跟苹果新机一起发布并发售。

但华为显然没按常理出牌，对于此次“未发先售”，华为的解释是因为Mate系列手机累计发货达到了一亿台，感谢每一位消费者的支持与热爱。

为此，华为还特意发表了一封公开信，将此次提前发售形容为“先锋计划”，并高调表示“这是中国高端手机的重大里程碑时刻”，并称这是“史上最强大的Mate手机”。

虽然此次华为并没有进行提前预热，但据网上几轮抢购均被秒速抢光，而线下华为旗舰店也大排长龙，且一人仅限购买一台，预售至少需要等待一周。

事实上，早在Mate60正式对外发售前，今年7月市场就曾传出消息，称Mate60可能出现产能不足，彼时就有不少华为经销商在抢先预订首批产品，对于国内手机市场而言，确实很久没有出现如华为这样的现象级产品。

众所周知，华为手机曾在2016年一度登顶全球出货量第一的榜首，但在这之后，其手机销量却起起伏伏。

在这个过程中，华为面临了很多的困扰，其中一个主要原因是由于美国政府的制裁，华为无法继续购买美国芯片和相关技术。华为被卡住了脖子，无奈之下只能在2020年“断臂求生”，出售其孵化的手机品牌荣耀。

如果说2020年是华为的“至暗时刻”的话，那对华为来说，此次重新回归则是意义重大。虽然华为官方并未就Mate60是否5G手机、整机的国产化程度作出具体说明，但从Mate60开售翌日，中芯国际即跳空高开这点来看，在消费者眼中，华为Mate60无疑是智能手机“国产化”的里程碑。

9月4日，美国彭博社发表最新文章，关注华为新机一事。它们委托专业机构TechInsights对华为Mate 60 Pro手机进行了拆机检测，结果显示，该新机所使用的新麒麟9000s芯片，来自中国芯片制造商。“该处理器采用了中芯国际最先进的7纳米芯片技术，这表明中国政府在构建本土芯片生态上正在取得进展。”彭博社称。

对此，中国日报联盟分社社长陈卫华评论称，美国对中国科技公司的打压以及遏制中国崛起的努力，必将是搬起石头砸自己的脚，最新的华为Mate 60就证明了这一点。

截胡OPPO，剑指苹果？

如此多的亮点加持之下，难怪华为Mate60能够瞬间冲上了热搜，但对其他手机品牌而言，自身的热度却被华为抢走了不少。

事实上，8月29日也是OPPO举行Find N3 Flip发布会的日子，OPPO甚至连时间都定好了，就在下午的14:30，但从结果来看，有媒体统计了华为和OPPO在29日下午的讨论热度，整体而言华为Mate 60的热度要比OPPO Find N3 Flip高多了，甚至有网友留言并不知道OPPO举办了新品发布会。

同样在8月29日，当晚苹果正式官宣了秋季发布会的举办时间，亮点自然也是iPhone 15，如果说华为Mate 60与OPPO Find N3 Flip之间属于不同机型，没有直接竞争关系的话，那么华为跟苹果之间，则是注定有一战。

事实上，国产5G手机之所以无法彻底摆脱

对美国及其他代工国家的依赖，主要是因为两大核心零部件被外资企业所把控，一个是用于处理和转换信号信息的前端射频元件（滤波器）；另一个则是芯片的生产无法脱离先进制程，而这则是台积电的强项。

但也有华为内部人士表示，这些年华为在内部设立了不少以“攻坚”为目的的项目组，智能手机元器件完全国产化替代，目前也初见成效。而另一方面，华为选择这一时间来公开发售，则也有公关推广的考虑。36氪表示，国产化替代推进一直是华为手机内部一条隐秘的主旋律，这也是为何华为至今没有明确华为Mate60的国产化程度的原因。既然如此，华为也希望选择一个更有公关效应的节点来推出手机，借此引来更多流量和关注，靠消费者的“自来水”，推动华为登上热搜。

距王者归来还有多远？

华为常务董事余承东曾在华为鸿蒙4的发布会上感慨“轻舟已过万重山”，结合如今华为Mate60的推出，这句话似乎也是“一语双关”，但问题是，在各界纷纷追捧华为的当下，华为是否真的能迈过“万重山”。

从2019年开始，华为在中国智能手机市场份额近乎腰斩，华为的终端业务在去年成为了华为营收同比唯一下滑的板块。今年一季度，华为CFO孟晚舟更透露，终端营收大幅下滑是导致经营利润不佳的原因之一。不过，自从华为在今年推出了Mate 60和MateX3折叠屏旗舰系列后，这一情况似乎有所逆转。

另外，随着鸿蒙系统与AI大模型的紧密结合，华为生态也成为了华为手机的另一大亮点，业内人士认为，华为已逐渐从一个硬件制造商向能够与苹果、谷歌、微软并肩的互联网巨头转型。

当然，这是一个“难而正确”的选择，毕竟从生态角度而言，目前国内大部分手机用户都选择

了安卓或苹果系统，华为要从头开始建造一个万物互联互通的生态，难度可想而知。

但这也是华为在无数次挫折中所积累起来的经验，华为选择将未来的赌注押在了技术上。多位产业链人士透露，华为已经将今年手机出货量目标从年初的3000万台上调至4000万台，比去年的销量目标提高了近43%。在当下如此低迷的手机市场中，华为敢于逆势上调出货量目标，这点已经足够说明华为内部的底气和预期。但到底华为能否凭借一系列智能手机产品驱散寒气，成功实现王者归来，则似乎还需要时间来验证。

对于华为来说，其能否重新回到手机市场巅峰固然是其目标之一，但从发展规律来看，华为的王者归来不可能一蹴而就，对于一直喜爱着华为产品的“花粉”来说，还需要继续陪伴华为翻越一重又一重的山峰。

综合市井财经、《中国日报》、央视新闻