

《雷布斯 2025 年度演讲》解读

雷军 2025 年度演讲的核心主题可以用一个字概括——“变”。这不是一次简单的产品发布会，而是一次“小米自我革命”的宣言书。雷军用整整三年的低谷、挣扎、冒险与突破，回答了一个问题：一家科技公司如何在极限压力下完成基因重组？

一、“变”的底层逻辑：从“互联网公司”到“硬核科技公司”

雷军首次明确小米的战略转型：

以下是按照三列六行格式整理的表格：

维度	旧小米（2010-2020）	新小米（2021-2025）
核心身份	互联网公司	硬核科技公司
护城河	性价比+营销效率	全栈自研+底层技术
产品边界	手机×AIoT	手机×汽车×家电×芯片
研发重心	应用层创新	底层技术（3nm 芯片、OS、电驱、智驾）
资源分配	轻资产	重投入（10 年 1000 亿研发）

结论：小米不再满足于“把现成的技术做得更便宜”，而是“把最贵、最难的技术做成大众产品”。

二、“变”的生死节点：三次几乎杀死小米的决策

- 1. 雷军罕见复盘了三次“自杀式”决策：造芯
 - a.2017 年澎湃 S1 失败，内部共识“芯片是九死一生”。
 - b.2023 年行业寒冬，同行解散芯片团队，小米反而加码 500 亿，用“十年赌命”换 3nm 玄戒 01 流片成功。
 - c.底层思考：没有 SoC 就没有高端化，没有高端化就没有品牌溢价，

永远被困在性价比牢笼。

2. 造车

a. 2022 年 Ultra 项目两次立项、两次取消，21 天闭门会最终重启。

b. 2024 年纽北刷圈，原型车全球第 3、量产车全球第 19，用“极限性能”证明“手机厂商也能造出保时捷级战车”。

c. 底层思考：汽车是小米生态链最后一环，也是“移动智能空间”战略制高点，必须亲自下场。

3. 高端化

a. 2022 年营收下滑 15%，内部出现“回到 1999”声音。

b. 雷军拍板：“哪怕销量腰斩，也要把小米 17 系列做成 iPhone 级体验。”

c. 结果：17 Pro Max 定价 6999 元，首销仍破纪录，证明“小米用户愿意为好产品付溢价”。

三、“变”的方法论：雷军“逆天改命”三板斧

1. 复盘机制

任何项目结束必须回答三问：

a. 做对了什么？

b. 做错了什么？

c. 重来一遍怎么做？

制度化防止“高层幻觉”。

2. 末日思维

每季度做一次“假如公司明天倒闭”推演，提前 18 个月囤现金、砍项目、

留人才。

2023 年手机行业雪崩，小米靠 212 亿现金储备扛过寒冬。

3. 热爱筛选

芯片团队流失率一度达 35%，雷军亲自面试 “能讲出 10 个芯片失败案例仍兴奋” 的工程师；

汽车团队招聘题：“如果你造的跑车只能卖 1000 辆，干不干？”

用 “自驱力” 对抗 “长期黑暗” 。

四、“变” 的具象结果：产品即宣言

以下是为你整理的三列六行产品信息表格：

产品	技术制高点	行业意义
玄戒 01	3nm SoC	大陆首家，打破高通依赖
SU7 Ultra	6'22"09 纽北圈	速纯电性能全球 Top3
YU7	835km CLTC 续航	把 “家庭 SUV” 做成 “驾驶者之车”
小米 17 系列	全焦段徕卡+金沙江电池	安卓阵营首个 iPhone 级小屏旗舰
HyperOS 3	跨端延迟<10ms	人车家全生态闭环

一句话总结：小米用三年时间，把 “性价比” 标签撕掉，换成了 “技术硬核”。

五、雷军的 “变” 给个人/企业的三点启示

1. 个人层面

“逆天改命” 不是口号，是算清代价后仍选择 All in。

雷军说：“干芯片不一定赢，但不干肯定输。”——先把失败接受，再谈成功概率。

2. 企业层面

“转型必须伴随基因突变。”

小米把激励机制改成“技术里程碑分红”，销售团队不再拿单机提成，而是“芯片流片成功即分奖金”——用制度倒逼资源流向长期项目。

3. 行业层面

“中国公司没有‘技术舒适区’。”

3nm 芯片、纽北圈速、全球续航第一……小米证明：“高端不是营销概念，而是一组可以被量化、被验证、被全球榜单记录的硬核数据。”

六、结语：雷军 2025 演讲的最底层一句话

“改变本身，就是最大的希望。”

“路可以重新走，梦可以重新做，未来可以重新书写。”

这不是鸡汤，而是一个 49 岁创业者用 1000 亿现金、3 年低谷、两次自杀式决策换来的血的经验：

当你真正敢为自己设定“不可能目标”时，整个组织才会开始进化。