



# “马斯克们”来访投下信心票 外资车企加码在华投资

中青报·中青网记者 许亚杰

“我要大声告诉全世界，特斯拉上海超级工厂不仅是世界上生产效率最高的工厂之一，同时造出的车也是全世界品质最好的车之一……我认为将来是光明且值得期待的。”尽管已是5月31日的深夜，特斯拉公司首席执行官埃隆·马斯克仍兴致盎然。

在上海超级工厂员工代表的簇拥下，马斯克盛赞了特斯拉中国团队。他说：“我们做了非常多有意义的工作，注入了很多正能量，我认为这不光对特斯拉很重要，对整个世界来说都是很有意义的事。”直到6月1日凌晨两点，马斯克才结束活动回到住处。

在此次共计44个小时的访华之旅中，马斯克安排了超过6项公开活动，其中既有与政府高层的会谈，也不乏与公司员工、合作伙伴的沟通。

事实上，今年到访中国，甚至开启“特种兵”式工作节奏的外资企业高管还有很多。从被视为电动车弄潮儿的特斯拉，到底蕴深厚的宝马、奔驰、大众、通用，再到高通等正在积极进军汽车产业的科技公司，都陆续有高管访华，并纷纷发出“看好中国”的声音，为在中国市场继续投资投下“信心票”。

## 中国仍是全球汽车投资热土

对于任何一位洞悉全球汽车产业转型浪潮方向，同时了解中国市场近年来发展趋势的人来说，外资车企高管忙不迭启动“中国行”并不令人意外。

商务部的统计数据表示，去年我国汽车制造业引资增幅高达263.8%。其中，多家欧洲企业对中国汽车行业的投资创下历史新高。全球数据处理公司Dealogic的数据显示，今年第一季度，中国汽车行业涉及外国公司的资本市场交易总额已达96亿美元。

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、研究员盘和林认为，当前外资车企高管先后访华，纷纷表态加码在华投资，不仅是因为继续看好中国市场，更是为了在全球产业变革中获得“中国红利”。

他认为，得益于中国在新能源汽车、AI人工智能和车联网等领域的优势，以及稳定的供应链、生产效率和工程师红利，中国日渐成为全球汽车产业转型的技术策源地和主要赛道，汽车制造业正在成为外企对华投资的重要着力点。

马斯克的中国之行是这一趋势的最新证明，多位美国证券分析师表示，马斯克访华凸显了中国对全球电动汽车市场的重要性。

一方面，中国市场是特斯拉重要的销量支柱和利润来源。2022年，特斯拉中国销量为43.98万辆，实现营收181.45亿美元，占其全年总营收的22.27%。另一方面，上海超级工厂为特斯拉贡献了一半以上的产能，庞大的规模效应让特斯拉得以在全球维持成本优势，掌握定价主动权。



中国市场是特斯拉重要的销量支柱和利润来源，同时上海超级工厂为特斯拉贡献了一半以上的产能。图为第二届中国国际消费品博览会期间，观众在特斯拉展台体验电动汽车。



今年5月，宝马集团宣布将加快在中国的投产，集中发力电动化车型的本土研发、生产和动力电池迭代。图为位于中德(沈阳)高端装备制造产业园的华晨宝马里达工厂车间，机器人正舞动手臂进行生产作业。



在股东双方的大力支持下，上汽通用汽车正全力加快转型步伐，计划至2025年，在电动化和智能网联化上总投资700亿元，未来还将在中国市场展示更多新品牌、新车型、新技术。图为第五届中国进博会的通用汽车展团展台，观众在欣赏雪佛兰克鲁维特Z06。

事实上，随着中国连续多年保持全球汽车产销量第一，中国汽车市场呈现多元消费、多样化产品的“百花齐放”。同时，成熟稳定的生产链、惊人的规模效应，使不少跨国车企决定在中国打造更多先进生产基地。

对此，不久前决定在沈阳追加投资的宝马很有发言权。

在出席中国发展高层论坛2023年年会时，宝马集团董事长齐普策表示：“中国是宝马集团最大的单一市场，也是最具战略意义的市场之一。而随着手机叫车的普及和出行选择的多样化，巡游车想要在出行市场中打出差异价值，不仅要补齐数字化能力，还要用好数字技术升级服务能力。

在他看来，在数字化时代，“赶”和“超”是巡游车行业面临的两个必答题。“赶”是顺应数字化趋势，构建线上服务人口和体系能力。当数字化能力成为标配之后，差异化的价值、核心竞争力必然重返线下，“超”的机会就在于巡游车的专业能力。

如何帮助巡游车线下的专业力量与线上平台的新技术、新连接、新生态和新场景结合，形成强强联合，优势互补，共建巡网融合生态，帮助巡游车在新长跑中跑得更快更远？高德集团给出的答案是：以聚合模式与“老师傅”组成新组合，向巡游车开放技术、数据、生态和流量能力，放大巡游车的专业能量，帮助巡游车企业焕发新活力。

记者了解到，作为第一批参与交通强国示范建设的互联网平台企业，2020年，高德便发布了面向巡游出租汽车行业的“好的出租”巡网融合解决方案。

过去三年中，基于“好的出租”解决方案，高德与行业合作共建巡网融合平台，助力行业建设数字化能力，在全国100多个城市应用落地，累计服务驾驶员数量超100万，帮助司机线上收入增长40%。

日前，高德在2023出租汽车巡约一体化发展研讨会上发布“好的出租”2.0，助力巡游出租汽车行业从数字化能力建设，向服务能力建设升级。其在1.0版本基础上升级4套数字化系统，并首次推出“好的路线”功能，从运行效率、服务质量等方面，用数字化技术帮助巡游车行业释放专业能力，促进行业服务升级。

中国出租汽车暨汽车租赁协会会长张

普策笃定地说，中国式现代化不仅为世界带来新的增长机遇，更为全球规模的创新和可持续发展提供契机，在国际间架设友谊的桥梁，释放出多边合作的强烈信号。

他表示，宝马集团致力于成为中国迈向现代化新征程上的同路人。“对宝马及我们信赖的中国合作伙伴而言，这是一条互利共赢之路。我们在华业务的增长和发展繁荣也将为全球其他市场业务注入增长新动能，带来发展新机遇。”

在中国发展高层论坛2023年年会上，梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松认为，中国将在2023年迈向稳步经济复苏和发展，并继续夯实其作为全球汽车产业创新枢纽的地位。

他说：“中国有全球最大的汽车市场，同时创新步伐非常快，消费者对技术创新表现出很高的接受度。对奔驰来说，中国是真正检验汽车行业前沿优势的市场之一，将会持续增长。”

康林松表示，梅赛德斯-奔驰正加速电动化转型，并致力于“最晚至2039年，实现乘用车新车产品阵容在车辆整个生命周期内的碳中和”，这一愿景与中国“碳达峰、碳中和”目标同频共振。奔驰将通过涵盖生产、产品、供应链的全方位举措，支持中国汽车产业绿色转型。

世界贸易组织近日发布的《全球贸易数据与展望》提出，今年中国消费需求的释放将促进国际贸易增长。另有统计数据显

示，今年1-4月，我国汽车企业共出口汽车

137万辆，同比增长89.2%。今年第一季度，我国汽车出口量已超过日本，跃居全球第一。

盘和林表示，一方面，外资车企加大投资有利于巩固自己的市场份额，并充分利用中国的优秀产能，销往国际市场；另一方面，中国市场在智能化、电动化转型上具备领头羊一般的示范效应，外资车企在华投资时更要更多地考虑到技术创新，尤其是要提升与本土企业的合作水平。

## 中外合作更加“硬核”

值得注意的是，在多家外资车企加码在华投资的布局中，中国合作伙伴扮演了极为重要的角色，中外合作因为技术的碰撞也变得更具“硬核”。

此次访华首日，马斯克与全球动力电池龙头——宁德时代董事长曾毓群的面会令人不禁遐想。

今年4月，特斯拉宣布将在上海新建储能超级工厂，用来生产超大型商用储能电池Megapack。这座工厂计划于2023年第三季度开工，2024年第二季度投产，初期规划年产商用储能电池1万台。届时，这座工厂的储能规模就有近40吉瓦时(GWh)，产品将销往全球。而2022年，中国储能锂电池出货量约为130吉瓦时。

据了解，Megapack外形、尺寸近似集装箱货柜，可存储能源并供电，主要服务于公共事业项目和大型企业客户。就在不久前，宁德时代发布了其最新的储能解决方案——“零辅源”光储融合解决方案。该方案摆脱了对冷却系统及其辅助电源的依赖，同时可实现毫秒级功率控制响应，使充放电效率提升10%。

独立汽车评论员白德表示，随着新能源产业的不断发展，以锂电池储能为代表的新型储能产品技术逐渐成熟，成本逐渐下降，迎来了大规模商业化的时机。

他分析说，只要双方合作进展顺利，这座新工厂的出货量将相当于2022年全国储能锂电池出货量的三成。如此大的产能将从市场和生产两端影响国内储能产业发展，帮助上海快速形成储能产业的集聚。

考虑到汽车产业链原本就十分庞大，而电动化、智能化变革正加速进行，很难有哪一家企业能够在所有领域完成技术创新，因此，跨界合作就成为必选项。整车企业必须与上下游更多优秀企业紧密配合，才能成为汽车产业变革时代的引领者。

在齐普策看来，宝马与包括宁德时代在内的中国企业合作，为自身以及合作企业，乃至中德两国产业链都带来了新机遇。

据了解，宝马集团已宣布与宁德时代、亿纬锂能以及远景动力签订超过百亿欧元的动力电池需求合同。这3家中国电池企业将在欧洲、北美和中国总共建设5座工厂，与宝马携手拓展全球市场。

“可持续发展是我们的共同信念，也为深化经济合作创造了新的空间。”齐普策表示，宝马集团与中国合作伙伴携手同行，致力于在汽车产品全生命周期推进碳排放，同时推进循环经济。”

盘古智库高级研究员江瀚认为，与之前转型步伐略显迟疑不同，随着近两年新能源汽车渗透率的快速提升，中国新能源汽车产业配套日益完善，同时传统燃油车市场日益萎缩，外资车企的电动化决心更加明显。

“通用汽车将携手中国伙伴，致力于推动新能源汽车、智能网联汽车的创新发展。”不久前到访上海时，美国通用汽车公司董事长兼首席执行官玛丽·博拉向媒体表示，与上汽集团合作取得的丰硕成果让通用汽车对未来发展充满信心，未来上汽通用会继续加强技术导入和本土化研发，展示更多新品牌、新车型、新技术。

无独有偶，今年4月，大众汽车集团宣布将投资约10亿欧元，建立聚焦智能网联电动汽车的研发、创新与采购中心，公司(项目名称为“100%TechCo”)将致力于提升产品开发过程中的协同效应和本土化研发实力。此前，大众与中国自动驾驶软硬件解决方案提供商地平线达成了战略合作。

大众汽车集团管理董事、大众汽车集团(中国)董事长兼首席执行官贝瑞德告诉记者，“100%TechCo”项目涵盖了整车开发、零部件开发及采购职能，重点将中国本土先进的技术引入产品开发的早期流程，使产品能更快地响应中国客户的需求。据透露，2024年“100%TechCo”投入运营后，大众集团新产品及技术的开发周期将逐步缩短约30%。

“这些案例都证明，只有合作才能共赢。”江瀚提醒说，在电动化、智能化技术变革大潮席卷全球之际，所有人都应该意识到，外资车企与中国企业的合作是双向的，是彼此携手互相成就。

## 只有合作才能共赢

种种信号表明，在中国经济向好的背景下，中国市场的潜力不断释放，越来越受到全球投资者的青睐。公开数据显示，今年1-4月，中国实际使用外资金额近5000亿元，同比增长2.2%。在世界经济低迷、贸易保护主义抬头的背景下，外资企业向中国投出的“信任票”尤为可贵。

中国国际贸易促进委员会近日公布的一项在华外资企业调查显示，96.2%的受访企业对中国在知识产权方面取得的进展和成绩表示满意；82.74%的受访企业肯定中国在建立健全相关法律法规制度等方面取得了长足进步；92.4%的受访企业认为，中国在其全球投资决策中的地位没有下降。

齐普策在访华期间一次采访中的发言十分有代表性。他表示：“中国政府关于继续推进高水平对外开放、吸引外资、坚持创新等表态令人鼓舞，我们看好中国市场的中长期发展前景。”

一向快人快语的马斯克则说：“每次来到中国，我总是精力充沛，因为这里充满了正能量。”

汽车是国内不少地方重要的支柱产业。多年来，外资车企与中国伙伴的合作卓有成效，既为亿万消费者带来了心仪的产品，更为当地带来巨大的经济和社会效益，在中国经济这艘巨轮的远航中扮演了重要角色。

当前，汽车产业是汇集新能源、AI人工智能和大数据等新兴技术于一身的朝阳产业，智能化、数字化、绿色化趋势为外资车企在中国的发展拓展了新空间。

正因为如此，在中国持续改善营商环境、打造高质量对外开放的新征途中，汽车行业有望成为各方携手同行的实验田，成为推动合作共赢的新引擎。

# 补齐数字化能力 巡游出租汽车能否找回“往日风采”

中青报·中青网见习记者 王志远文并摄

当前，新一轮科技革命和产业变革深入发展，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术创新活跃。在数字化和智能化驱动下的巡游出租汽车(以下简称“巡游车”)行业，正迸发出新的活力和动能。在各行各业都在努力推进数字化转型的大背景下，巡网融合已成为出租车行业转型升级的必然选择。

据交通运输部统计公报显示，巡游出租汽车2021年完成客运量266.9亿人次，承担大量市民出行需求，占全国城市客运量26.9%，仅次于公共汽车，高于轨道交通，是公共交通的重要一环。但随着手机叫车的普及、出行选择的多样化，巡游车如何在出行市场中打出差异价值，完成数字时代的通关，成为了我国交通运输业发展的必答题。

## 巡游车要实现从“赶”到“超”

有人说，巡游车是一张名片，代表着一座城市的形象。而如今，受到多重因素的影响，这张原本靓丽名片已失去了往昔的光泽，被人渐渐地遗忘。

事实上，巡游车企业具有优质的运输服务资源、深厚的组织运输经验、扎实的安全能力积淀，同时还具有强烈的社会责任感。每逢春运、重大活动等关键节点，巡游车都会主动承担起交通保障任务。这些都是巡游车企业不可替代的专业能力。

党的二十大报告提出，加快交通强国建设，加快网络强国，加快数字中国；同时也提出，加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合。

推进巡网融合，促进新老业态融合发展，是巡游车行业保收入、稳就业的举措，也是巡游车行业求实谋进的新机遇。

事实上，早在10年前移动互联网普及之初，在网约车出现之前，巡游车就可以通过手机软件进行线上接单。但是，这次“触网”经历了一段短暂的“蜜月期”后，巡游车

并没有获得更好的发展，反而在网约车兴起的冲击下，生存环境受到了挤压。

另外，如今城市巡游车驾驶员都在使用打车软件接单，具有大城市交通特色的路边“扬召”明显减少，这对于老年群体快速增长的城市来说，成为一个新的社会问题。

业内人士建议，随着手机叫车的普及和出行选择的多样化，巡游车想要在出行市场中打出差异价值，不仅要补齐数字化能力，还要用好数字技术升级服务能力。

在他看来，在数字化时代，“赶”和“超”是巡游车行业面临的两个必答题。“赶”是顺应数字化趋势，构建线上服务人口和体系能力。当数字化能力成为标配之后，差异化的价值、核心竞争力必然重返线下，“超”的机会就在于巡游车的专业能力。

如何帮助巡游车线下的专业力量与线上平台的新技术、新连接、新生态和新场景结合，形成强强联合，优势互补，共建巡网融合生态，帮助巡游车在新长跑中跑得更快更远？高德集团给出的答案是：以聚合模式与“老师傅”组成新组合，向巡游车开放技术、数据、生态和流量能力，放大巡游车的专业能量，帮助巡游车企业焕发新活力。

记者了解到，作为第一批参与交通强国示范建设的互联网平台企业，2020年，高德便发布了面向巡游出租汽车行业的“好的出租”巡网融合解决方案。

过去三年中，基于“好的出租”解决方案，高德与行业合作共建巡网融合平台，助力行业建设数字化能力，在全国100多个城市应用落地，累计服务驾驶员数量超100万，帮助司机线上收入增长40%。

日前，高德在2023出租汽车巡约一体化发展研讨会上发布“好的出租”2.0，助力巡游出租汽车行业从数字化能力建设，向服务能力建设升级。其在1.0版本基础上升级4套数字化系统，并首次推出“好的路线”功能，从运行效率、服务质量等方面，用数字化技术帮助巡游车行业释放专业能力，促进行业服务升级。

中国出租汽车暨汽车租赁协会会长张



随着手机叫车的普及、出行选择的多样化，巡游出租汽车如何在出行市场中打出差异价值，完成数字时代的通关，成为了我国交通运输业发展的必答题。

峻峰表示：“近年来，网约车迅速发展，网约车平台覆盖了全国绝大部分城市，为巡网融合提供了技术支持和必要条件。经过各方的共同努力，巡网融合在北京、西安、深圳等多个城市获得了比较成熟的经验。”

事实上，率先启动巡网融合的城市已取得了可喜的成绩。

北京出租汽车暨汽车租赁协会会长王建华表示，据统计，46.6%的巡游出租汽车驾驶员对“网约”模式的依赖性增强，“北京的士”巡网融合平台为出租车司机日均增收34%。

深圳市出租汽车协会常务副会长兼秘书长郑永志透露，深圳市出租汽车协会与高德共建的巡网融合平台“深圳出租”，目前已累计服务超2200万人次。

国泰实业总经理王国庆说，重庆巡网融合平台“重庆出租”，为重庆出租车司机日均增收100余元。

高德集团总裁刘振飞表示：“高德希望能够作为技术要素，与巡游车老师傅的专

业能力结合，促进运行效率、服务质量、就业者服务、普惠能力四大方面进行行业服务能力升级，共同探索创造新的价值，帮助巡游车具备从“赶”到“超”的实力。”

“下一步，我们还将致力于在更先进的技术、更优质的服务、更普惠的场景上持续创新，与行业一起创造新的价值。”刘振飞说。

## 巡网一体化发展问题需多方面突破

《国务院办公厅关于推进出租汽车行业健康发展的指导意见》明确提出，坚持改革创新，抓住实施“互联网+”行动的有利时机，坚持问题导向，促进巡游车转型升级，规范网络预约出租汽车经营，推进两种业态融合发展。

近年来，随着大数据、物联网、人工智能等技术交通的深度融合，一体化出行服务体系已经得到很好的应用，聚合模

式也进一步引起了大家的广泛关注。

据了解，聚合模式通过接入专业交通运输经营者，进一步降低了交通运输企业数字化建设成本，企业也可用更多的精力来专注业务的发展。聚合模式的发展不仅为高效建立一体化出行服务体系提供了新的思路，开辟新的路径，还为推动巡游车和网约车的共同发展创造了条件。

尽管如此，在业内人士看来，巡游车的市场竞争力还不够强，出租车巡网一体化发展还面临诸多问题，需要从多个方面进行突破。

在北方工业大学汽车产业创新研究中心教授纪雪洪看来，巡游车转型升级，价格是很重要的制约因素。“过去巡游车满足不了大家的需求，政府为了避免漫天叫价给出了一个方案。但现在的市场机遇和市场机制已经改变了，如果如今的价格管理方式没有改变的话，那么价格问题将是摆在巡游车巡网融合面前的一大障碍。”

纪雪洪说：“尽管有许多城市已经逐渐将巡游车的政府定价转为指导价，但是指导价的调价机制仍然不够灵活，不适合老百姓实际的出行需要。所以需要各级政府部门协同起来，把定价问题尽快做一些调整。”

中国出租汽车暨汽车租赁协会副秘书长、深圳市出租汽车协会常务副会长兼秘书长郑永志认为，相比网约车，巡游车价格是僵化的，巡游车的价格机制不能适应市场的需求变化，需要进一步探讨如何实行供需动态调整价格。

他表示：“探索巡游车现在实行的价格管理方式可以考虑‘双轨制’，也就是说线上叫车、约车实行网约车化，线下拦召实现线下价的价格机制改革，同时探索‘拼车’模式等，使巡游车的服务多样化。”

郑永志指出，监管机制是影响巡网一体化发展的另一大障碍。“我们现在实行的是巡游车和网约车分类监管。不管是运力的投放，还是管理人员的配置，以及在一些硬性的要求上，巡游车和网约车监管的差别是非常大的。如果这个差异化两类监管再继续下去，不进行改革和创新，不

夸张地说，巡游车的市场规模将会继续萎缩。”郑永志说。

记者了解到，虽然有一些地方政府在促进出租汽车行业新老业态融合发展方面进行了积极探索，但是各地情况存在差异，改革进展不一，需要培育公平竞争的市场环境。目前来说，各地还都是单独设置许可条件。

交通运输部公路科学研究院副研究员程国华在法规制度层面进行了分析。他表示，由于管理体制等历史原因，巡游车一直没有纳入《道路运输条例》调整范畴。并且，国家层面有关出租汽车行业管理规定属于部门规章，法律层面的内容还是相对有限。除了国家层面、地方层面外，关于巡游车法规体系建设也存在一些滞后性。

他说：“目前各地的网约车管理政策基本都是政府办公厅或多个部门联合制定的规范性文件，将巡游车纳入地方性法律的还是很少。”

对于促进巡网融合、新老业态融合发展，程国华提出了三点建议：一是要以点带面持续深化巡游车改革；二是数字监管，提升监管的针对性，提升以管网网、常态化监管能力；三是信用监管，落实《出租汽车服务质量信誉考核办法》，制定有针对性的奖惩措施；四是央地协同，加强法规制度体系建设。

不难看出，数实融合、巡网融合的理念已经在行业里达成了共识。如何更好地来破解巡网融合中出现的问题，还需要各地行业管理部门、行业协会和企业进行探索和实践。

“真正的巡网融合应以巡为根本，以网促创新”，要回归出租汽车行业的本质——交通运输服务，要以专业的运输服务能力为先。互联网平台企业的责任是让巡游车的专业能力得以更好地施展，要持续以科技创新促进服务创新，做到‘你更懂行，我更懂你’，而不是以‘网’取代‘巡’。”刘振飞如是说。



汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹驾到公众号，给我们留言，消费维权邮箱：autocycl@126.com