

中国汽车跑步进入“新合资时代”

车企主导中国车市的时代即将画上句号。”白德直言，合资品牌必须将突围的紧迫感，转换为对技术研发和本土化合作的重视。

合资车企成“中国制造” 驶向全球的桥梁

除了加强本土化合作以降低研发、生产成本之外，支持合资公司将产品远销海外，成为不少合资公司股东双方的另一大选择。

从广汽本田生产的奥德赛返销到日本市场，到福特宣布出口业务成为重组中国业务的重点方向之一，不少合资品牌希望通过发展出口来提振销量。

东风集团已表态称，将与Stellantis集团继续深化合作，在稳定神龙公司国内销量和规模的基础上，共同支持神龙公司以“神龙造·全球销”为战略方向，借助双方股东的全球资源、品牌效应，扩大整车和零部件的出口业务。

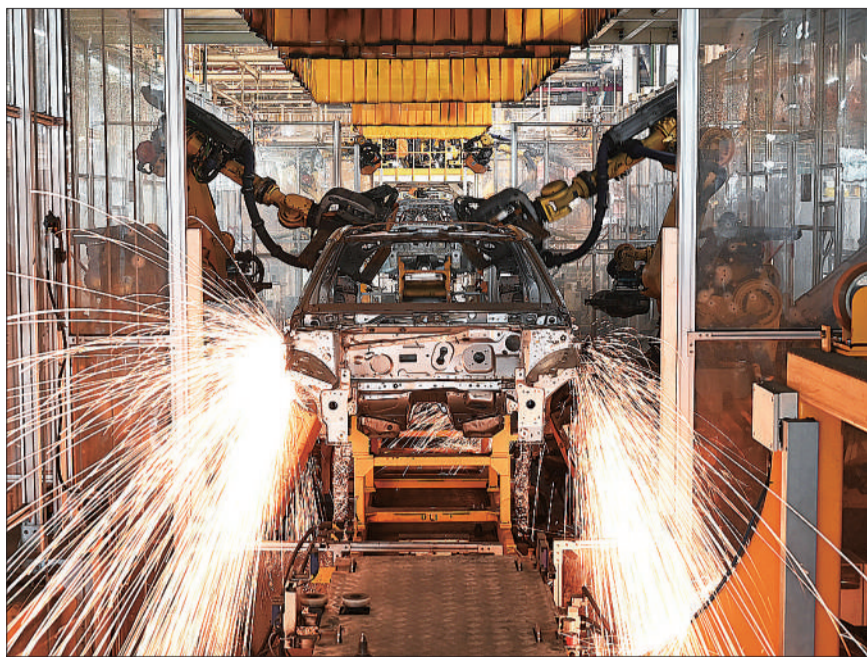
2022年，神龙公司共出口汽车3.7万辆，同比增长180%，占当年总销量近30%，创下历史新高。

据透露，经过本次战略调整，神龙公司成立了国际事业部，努力构建国际化人才队伍。目前几项新规划的出口项目已全面启动，并将在今年内落地，未来将有更多出口项目陆续启动。

中国汽车工业协会的统计数据显示，今年1-9月，我国累计出口汽车338.8万辆，同比增长60%，出口市场成为合资品牌提振销量的新途径。图为山东烟台港口，上千辆汽车等待装船发往世界各地。



今年1-9月，我国累计出口汽车338.8万辆，同比增长60%，出口市场成为合资品牌提振销量的新途径。图为山东烟台港口，上千辆汽车等待装船发往世界各地。



按照最新达成的协议，东风集团与Stellantis集团对神龙公司的治理模式保持不变，中法双方50:50的股比保持不变，双方将合资年限延长至2037年。图为神龙公司的工厂生产线。

有率始终稳居中国自主品牌一头。2021年，中国品牌的市场占有率为41.2%，2022年提升至47.3%。直到今年上半年，中国品牌的市场占有率才首次突破50%。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示，合资品牌在产品开发等方面跟不上中国市场和消费者，导致其产品竞争力出现问题，然后市场份额迅速萎缩。他认为，中国汽车市场演变速度之快、势头之猛，出乎不少合资车企外方高管的意料。

“在当前中国汽车市场电动化转型加速、自主品牌强势崛起的大背景下，合资品牌的销量自然会受到严重冲击。”汽车评论员白德认为，合资品牌式微的根本原因有两点：一是自主品牌、新势力崛起，竞争对手变强了；二是中国车市进入了存量竞争时代，市场无法再消化如此多的汽车品牌。

在他看来，在这些不可逆转的市场趋势面前，合资品牌如果不能积极应对，市场还会被继续蚕食，最终不得不黯然退出。

瑞银中国发布的研报称，由于竞争激烈，中国车市中的尾部汽车制造商正在逐渐退出市场，只留下最适合生存的。中国目前大概有148个汽车品牌，其中114个是本土品牌，34个是外国品牌。瑞银分析师表示，到2030年，能够在中国市场大规模运营的车企将只剩下10家至12家。

Stellantis集团全球执委会成员、中国区首席运营官，神龙汽车有限公司董事长张祖同表示，这是结合东风与Stellantis战略安排，和神龙公司自身特点而实施的重要举措，“是最利于神龙公司长期稳定发展的”。

对此，东风汽车集团有限公司党委书记、副经理，神龙汽车有限公司董事长张祖同表示，这是结合东风与Stellantis战略安排，和神龙公司自身特点而实施的重要举措，“是最利于神龙公司长期稳定发展的”。

Stellantis集团全球执委会成员、中国区首席运营官，神龙汽车有限公司副董事长奥立维表示，Stellantis集团将携手东风集团，共同支持神龙公司继续在中国市场生产销售标致和雪铁龙车型、富康车型，并支持和扩大神龙公司的整车和零部件全球出口业务。

张祖同表示，国家层面，发展智能汽车是汽车强国的战略选择，也是实现交通强国、制造强国、科技强国、网络强国的重要载体；产业层面，将对技术创新与产业发展起到强大的拉动作用；社会层面，赋能智慧出行和智慧城市，解决拥堵、交通事故、节能环保及城市管理问题。

以拉动相关产业经济和技术创新为例，预计到2030年，汽车智能化实际带动新增的产值将达到2.8万亿元，包括物联网、云计算、信息通信技术等一系列技术会变成产品，进入汽车。

张永伟直言，目前中国汽车在电动化上先行一步。一方面，要保持先行优势，巩固发展优势；另一方面，必须通过智能化形成新的竞争力。“智能化决定汽车革命下半场竞争的胜负。不发展智能化，电动化的先发优势也可能保不住。‘两化’同步，甚至要加速转向智能化，才能继续保持领先。”

同时他指出，中国智能汽车产业有三大支撑力量：“电动化”“信息通信”“大数据、大模型与人工智能”。

张永伟建议：“要加快明确智能汽车发展技术路线，全链条规划建设汽车智能化供应链；要有明确的汽车芯片发展战略，在汽车软件领域加快战略性布局；要支持跨界力量全面参与汽车智能化进程；加强顶层设计与组织协同，制定

还有业内专家预测称，到2025年，国内合资非豪华乘用车的市场占有率将下降至29%。

“当前，中国汽车市场正在发生深刻变革，新能源汽车加速替代传统燃油车，自主新能源产品加速抢占合资品牌的传统优势市场。”神龙公司相关人士坦言，与大多数合资车企一样，加速转型升级是神龙公司破题的切口。

据他透露，此次战略调整是东风集团与Stellantis集团积极洽商，双方达成一致后形成的方案。值得注意的是，东风集团与Stellantis集团对神龙公司的治理模式保持不变，中法双方50:50的股比保持不变。中法股东双方将继续履行2019年已签署的战略合作协议，合资年限延长至2037年。

对此，东风汽车集团有限公司党委书记、副经理，神龙汽车有限公司董事长张祖同表示，这是结合东风与Stellantis战略安排，和神龙公司自身特点而实施的重要举措，“是最利于神龙公司长期稳定发展的”。

Stellantis集团全球执委会成员、中国区首席运营官，神龙汽车有限公司副董事长奥立维表示，Stellantis集团将携手东风集团，共同支持神龙公司继续在中国市场生产销售标致和雪铁龙车型、富康车型，并支持和扩大神龙公司的整车和零部件全球出口业务。

张永伟表示，国家层面，发展智能汽车是汽车强国的战略选择，也是实现交通强国、制造强国、科技强国、网络强国的重要载体；产业层面，将对技术创新与产业发展起到强大的拉动作用；社会层面，赋能智慧出行和智慧城市，解决拥堵、交通事故、节能环保及城市管理问题。

以拉动相关产业经济和技术创新为例，预计到2030年，汽车智能化实际带动新增的产值将达到2.8万亿元，包括物联网、云计算、信息通信技术等一系列技术会变成产品，进入汽车。

张永伟直言，目前中国汽车在电动化上先行一步。一方面，要保持先行优势，巩固发展优势；另一方面，必须通过智能化形成新的竞争力。“智能化决定汽车革命下半场竞争的胜负。不发展智能化，电动化的先发优势也可能保不住。‘两化’同步，甚至要加速转向智能化，才能继续保持领先。”

同时他指出，中国智能汽车产业有三大支撑力量：“电动化”“信息通信”“大数据、大模型与人工智能”。

张永伟建议：“要加快明确智能汽车发展技术路线，全链条规划建设汽车智能化供应链；要有明确的汽车芯片发展战略，在汽车软件领域加快战略性布局；要支持跨界力量全面参与汽车智能化进程；加强顶层设计与组织协同，制定

数据表示，截至2023年8月，我国开通5G基站313.8万个，全球占比超60%，5G网络实现地市级全覆盖，为车路云一体化发展奠定了网络基础。截至2023年7月，我国各类手机App超261万个，移动应用开发者83万多名，为手机生态移植车机提供了丰富的应用生态。

如何让传统汽车产业之外的力量更深度地参与到汽车行业，也是汽车产业进入智能化时代后的关键议题。

“从一定意义上来说，如果能够把中国在信息通信领域所形成的基础性力量和创新性力量导入到汽车行业，就等于完成了智能化的关键一步。”张永伟说。

在转型大棋局中下好本土化“先手棋”

“考虑到汽车电动化、智能化研发需要大量资金和资源，合资公司的股东双方当然需要精打细算，尤其是那些遭遇销量下滑的。”车夫咨询合伙人曹广平认为，随着市场变革的持续推进，外方股东“以技术、品牌换市场”的简单做法已经难以复制。

白德认为，对于那些销量连年下跌、难有起色，甚至资不抵债的合资品牌来说，及时转出过剩的产能，清理掉品牌负债，反而更有利于股东双方的长远发展。“特别是对于中方股东来说，弱势合资品牌的存在分散了企业资源，不利于企业将精力集中在自主品牌与强势合资品牌身上。”

东风集团方面表示，在此次战略调整中，最重要的一点就是“支持神龙公司开拓发展新模式、激发经营新活力，利用体系优势帮助其积极融入东风的新能源事业版图”，从而推动神龙公司按下新能源转型“加速键”。

神龙公司此前曾表示，从2024年起，神龙公司将不再推出全新的燃油车型。未来5年，神龙公司将密集投放9款全新车型和多款改款车型，其中8款为新能源车型。

事实上，对于东风集团来说，充分利用神龙公司全球标杆工厂的优势资源和现

有产能，既是为了充分发挥集团制造资源的协同效应，也是东风乘用车新能源“跃迁行动”落地的重要一步。

曹广平分析称，近年来中国汽车产业链愈发强大，尤其在动力电池、智能网联等新兴技术领域取得了突破；同时，汽车行业外资股比限制全面放开，因此从整体来看，中外企业在汽车领域的合作空间反而比以往更大。

从大众汽车集团投资小鹏汽车，并达成技术合作框架协议，到奥迪与上汽集团联合开发新车……今年以来，外资车企加强在华投资，与中方伙伴深化合作关系的新闻层出不穷。

在许海东看来，这体现了合资企业和外资企业的战略决策：不只要把产品研发环节搬到中国，还要借助中国合作伙伴在新能源和智能网联技术上的优势，尽量发挥中国产业链的优势。

易车研究院发布的《合资车企新能源洞察报告（2023版）》分析称，2023年至2026年，是合资车企转型、合资品牌加码新能源战略的最后窗口期，建议合资车企要重视市场变化和技术潮流，提升自己在华的本土研发与采购能力。

该报告的统计数据显示，从2014年至2022年，增换购消费者占比迅速逼近70%。占据先发优势、客户保有量巨大的合资品牌本应捷足先登，但在电动化、智能化转型中掉队，没能跟上用户诉求的变化。

“如果连自身老用户都留不住，合资

市场大洗牌后怎么走

自中国汽车市场进入私人消费时代以来，有不少合资品牌在中国市场获得成功。一方面，头部在华合资品牌包揽了国内汽车品牌“保有量TOP5”，大众、丰田、本田、日产、别克分别高达2735万辆、1330万辆、1252万辆、1004万辆、916万辆；另一方面，北京现代、长安福特和神龙公司这些位居第二阵营的合资企业，也曾分别创下年销量“超百万辆”“近百万辆”和“超70万辆”的巅峰成绩。

很长一段时间以来，合资品牌市场占

推动产业升级 智能汽车发展有哪些新路径

中青报·中青网见习记者 王志远 记者 许亚杰

“三大支撑力量”加快智能化转型

当前，全球汽车产业正处于深度变革期，这也是汽车产业格局重塑的关键时期。汽车革命与能源革命、信息革命、交通革命、智慧城市建设交织在一起。汽车产业的边界越来越宽，与其他产业融合越来越深，汽车的产业链、供应链、价值链都在加速重组。在产业变革的过程中，电动化、智能化成为重要方向。

与电动化相比，智能化涉及面更广，技术复杂度更高，进一步重塑汽车产业链、供应链和价值链，甚至改变了产品属性。因此，汽车智能化必将是竞争的焦点和重点，也是决定竞争胜负的关键。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟认为，发展智能汽车既是战略选择，也是产业发展与社会发展的需要。智能化的发展不但不能慢下来，还要加快。

张永伟表示，国家层面，发展智能汽车是汽车强国的战略选择，也是实现交通强国、制造强国、科技强国、网络强国的重要载体；产业层面，将对技术创新与产业发展起到强大的拉动作用；社会层面，赋能智慧出行和智慧城市，解决拥堵、交通事故、节能环保及城市管理问题。

以拉动相关产业经济和技术创新为例，预计到2030年，汽车智能化实际带动新增的产值将达到2.8万亿元，包括物联网、云计算、信息通信技术等一系列技术会变成产品，进入汽车。

张永伟直言，目前中国汽车在电动化上先行一步。一方面，要保持先行优势，巩固发展优势；另一方面，必须通过智能化形成新的竞争力。“智能化决定汽车革命下半场竞争的胜负。不发展智能化，电动化的先发优势也可能保不住。‘两化’同步，甚至要加速转向智能化，才能继续保持领先。”

同时他指出，中国智能汽车产业有三大支撑力量：“电动化”“信息通信”“大数据、大模型与人工智能”。



近日，中国电动汽车百人会以“智能汽车产业化发展新征程”为主题，在安徽合肥市举办第六届全球智能汽车产业大会。

智能汽车发展新规划，构建智能汽车发展的政策体系，立足智能化发展，加快完善法规体系。”

电动化是中国智能汽车发展的第一支撑力量。在技术方面，电动汽车具备了更适应智能化的电能供应及集中/中央电子电气架构，两者技术适配，企业也具备了新平台打造及产品快速迭代的积累；在产业生态方面，在电动化过程中培育了一批创新主体和自主品牌，企业具备了创新意识，也培养了居民对新技术的接受度和消费习惯。

信息通信是中国智能汽车发展的第二支撑力量。张永伟表示，过去信息通信行业离汽车很远，现在信息通信与汽车这两个行业正逐步融合，下一步就是“你中有我，我中有你”。

数据表示，截至2023年8月，我国开通5G基站313.8万个，全球占比超60%，5G网络实现地市级全覆盖，为车路云一体化发展奠定了网络基础。截至2023年7月，我国各类手机App超261万个，移动应用开发者83万多名，为手机生态移植车机提供了丰富的应用生态。

如何让传统汽车产业之外的力量更深度地参与到汽车行业，也是汽车产业进入智能化时代后的关键议题。

创新性力量导入到汽车行业，就等于完成了智能化的关键一步。”张永伟说。

近年来，随着ChatGPT引发人工智能革命，汽车智能化技术路线也被重塑。大模型在处理文本、获取和加工数据、建立场景的训练和迭代方面的优势，将会对人机交互智能化和智能驾驶方面起到加速推动作用。

大数据、大模型与人工智能是第三支撑力量。张永伟表示，大数据、大模型与人工智能是新兴力量，是实现自动驾驶的希望所在。基于云服务的算力和数据闭环能力的底层支持，大模型将极大地加速智能座舱、自动驾驶迭代。

“这三大支撑力量若能实现和汽车业融合，我们这条路就能走得更快。”张永伟说。

构建产业合作生态是关键

智能汽车的发展是一项系统工程，在向规模化商业应用推广的过程中，仍然面临着法律法规不完善、关键技术亟待突破、配套设施不健全等多方面的挑战。

作、跨界融合发展。中国科学院科技战略咨询研究院产业科技创新研究部部长王晓明认为，智能网联汽车更依赖科技创新驱动发展的模式，构建产业合作生态非常关键。

从推进模式上来看，十年前新能源汽车推动的模式和今天智能网联汽车推动的模式有所不同。

新能源汽车的发展，依靠中央和地方政府大量投资支持，特别是在产业链、供应链上既有供给侧的支持，也有需求侧的支持。新能源汽车的技术路径相对清晰，主要还是解决产业化问题。产业涉及到“三电”，复杂度、产业结构清晰，本质上还是能源效率提升，属于降本增效的过程。

目前，新能源汽车走过了政策支持，正在迈向市场化发展的阶段。预计2025年，基本上可以靠市场内生的动力驱动新能源汽车的发展。

而智能网联汽车技术尚处于探索期，技术路线不够明确，产业链也更长、更复杂。另外，智能网联汽车未来带来的用户体验，以及用户侧的价值和效率方面如何体现，也是需要创新驱动的。

同时，智能网联汽车全球竞争非常激烈，新技术投资的门槛低，社会资本活跃，产业灵活多变。总体来看，新时期推动智能网联汽车的发展，政府、行业都很难直接套用新能源汽车的模式和经验，更多是依靠行业、市场的力量，而不只是政策的力量。

王晓明说：“政府应该在规则、标准、基础设施方面给予更多的支持，通过市场竞争筛选最优的技术和产品。”

能源、信息、网络，包括未来的智能、算力等。这些新的合作关系和合作模式如何建立，对于我国智能网联汽车的整体推进至关重要。”

他建议，国家层面应加强合作平台建设，完善法律法规与标准；企业应积极探索智能汽车商业模式，打造产业生态；投资机构应注重科技创新与模式创新，避免无效投资，合理的商业模式比政府补贴更重要。

工业和信息化部装备工业司汽车管理处处长吴锋表示，工业和信息化部将会同相关部门，坚持“车-能-路-云”融合发展，深入完善法律标准体系，支持技术创新，完善网联基础设施，深化测试示范应用，规范行业有序发展等，推进智能网联汽车产业高质量发展。

一是加强标准体系建设。深入推进智能网联汽车标准体系建设，加大在功能安全、网络安全、操作系统等重点领域的标准研制力度，加快新能源汽车与信息通信、智能交通、智慧城市等融合发展，充分发挥标准领航效应，加速技术落地和产业化发展进程。

二是支持关键技术创新突破。支持龙头企业牵头、大中小微企业协同创新，补齐车用芯片、工具软件、新型电子电气架构等底层技术短板，加快关键芯片、高精度传感器、操作系统等新技术、新产品的研发和推广，进一步提升产业发展内生动力。

三是深化测试示范和试点应用。加快C-V2X、路侧感知、边缘计算等基础设施建设，完善智能网联汽车运行条件；会同公安、交通、住建等部门加快启动智能网联汽车准入和上路通行试点，支持L3及更高级别的自动驾驶功能商业化应用；探索开展城市级“车路云一体化”示范应用，推动形成可复制可推广的典型示范案例。

四是推动行业规范有序发展。进一步加强组合驾驶辅助车辆管理，严格履行告知义务，强化产品安全管理；持续规范OTA升级备案活动，强化企业主体责任，保证产品生产一致性。

“行业组织要充分发挥力量，搭建交流平台，积极引导，为智能网联汽车产业发展营造良好的产业环境。”吴锋说。



汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注“青豹”公众号，给我们留言。消费维权邮箱：autocycd@126.com