

本报专刊部主编 | 第979期 |  
2024年5月22日 星期三  
本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳  
编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

# 汽车周刊 · 专题

## 中国汽车迎来“反向合资”时代

生命力,将会更加汹涌澎湃。

### 拒绝“直线反超”

前不久,日本丰田宣布,已取得固态电池技术的重大突破,简化生产过程,大幅缩短充电时间和增加续航里程,并拥有1300多项固态电池的专利,被认为是电动汽车行业的颠覆性改变。一些业内专家警告称,“弯道超车”的中国新能源,要警惕被以丰田为代表的老牌车企“直线超车”的危险,固态电池技术一旦实现批量应用,必将成为新能源车市场的决定性因素。

不过,中国企业也不是吃素的。近几年,中国固态电池全球专利申请量年均上涨20.8%,增速方面无人能及。宁德时代、清陶能源、赣锋锂业、辉能科技中国企业纷纷取得显著成绩。更有甚者,智己L6的固态电池这台车的续航里程可达到1000公里,权威机构预计,2025年国内固态电池市场的规模有望达到300亿。目前中日两家在固态电池技术方面的争夺如火如荼,看谁笑到最后。

中国汽车企业要想继续保住目前的某些优势,务必要加大加强新技术研发投入力度。只有自己强大了,才能吸引国外车企主动上门来寻求合作,“反向合资”的新合资浪潮才能持续下去。我们更愿意相信“反向合资”模式在2024年将有越来越多的企业跟进。而如何利用好这种“反向合资”,为中国车企自身寻求更大的利益,考验中国车企的智慧与能力。

雍君



▲自主品牌高端电动车在2024北京车展上受到观众热捧

从去年起,中国汽车产业正在开启一轮“反向合资”的高潮,迈入从“市场换技术”到“技术换市场”的全新阶段,一个新的合资时代正在到来。

### “外企”走下神坛

自第一家合资车企北京吉普于1983年签约以来,中国的汽车合资之路已走过40年历程。由于国产汽车起步较晚,我们不得不寻求外资车企的帮助,通过技术导入来构建整个体系能力,开始了“以市场换技术”的长途跋涉。此后的几十年,合资公司的产品几乎把控着国内每个细分市场。在乘用车领域的A级市场,很长一段时间里的销量榜前十,几乎全是大众桑塔纳、捷达、别克凯越、日产轩逸这样的合资品牌轿车。在利润最为丰厚的B级车市场,则几乎被合资品牌垄断。

而随着新能源智能汽车的兴起,中国汽车市场强势崛起,国产新能源智能汽车已将西方发达国家抛在身后。燃油车时代的发动机、变速箱、底盘这“老三件”被三电系统、自动驾驶、智能座舱“新三大件”全部取代。2023年中国品牌汽车市场份额已超过合资品牌,比亚迪、长安、奇瑞、吉利等品牌

遥遥领先,彻底成为推动车市整体大盘的绝对主力。而以往叱咤风云的合资品牌,市场份额被大幅蚕食。属于合资品牌的辉煌时代倏然逝去,外资品牌万万没有想到的是,在新能源领域,短短几年就被中国品牌“弯道超车”。

### 开启“反向合资”

在严酷的事实面前,为了在智能新能源时代不被淘汰,外资品牌痛定思痛,开始寻求与中方伙伴探讨合资合作新路径。2023年以来,先

后有马自达、大众、奥迪、福特、日产等一众合资品牌,宣布与中国品牌在新能源汽车开发领域达成相关合资合作。在燃油车时代,以往所有合资都是同一模式:外方提供产品、技术、品牌甚至生产制造,中方负责销售,面向中国市场,卖给中国消费者。而如今,形势彻底迎来大逆转,合资合作模式也完全反了过来,由中国品牌输出技术,提供产品、品牌、生产制造。外方反倒成了技术的受方,负责销售,面向除中国以外的全球市场。与此同时,

中国车企也彻底改变以往在合资企业中无话语权的软肋,在“反向合资”中拥有更大的话语权,引领全球新能源汽车的发展。

这正应了“风水轮流转”这句老话,从40年前主动寻求合资,到如今外企找上门来合作,从由外国人教着造车,到现在中国车企教跨国车企造车,中国汽车业“反向合资”从梦想变成了现实。历史总是在悄然之间被改写,相比40年前,新一轮的合资完全是市场化的选择,是市场要素的自由流动组合,其进发的

## 美国新关税对中国电动车影响几何

最近,美国“关税大棒”再次挥向中国新能源等战略行业。5月14日,美国白宫宣布,将大幅提高电动汽车、芯片和医疗产品等中国进口产品的关税。其中增幅最大的是电动汽车。通常,美国对进口乘用车征收2.5%的关税。2018年,特朗普政府对中国产汽车加征25%的关税;如今,拜登政府又将此项加征关税税率提高至100%。这意味着,算上2.5%的基础关税,中国产电动车最终在进入美国市场时将面临高达102.5%的关税税率。另外,从中国进口的锂离子电池及其零部件,关税将从今年的7.5%跃升至25%。

美国新关税对中国电动汽车等影响究竟多大?事实是,中国电动汽车对美国出口非常少。2023年我国电动汽车出口国家主要集中在欧洲、中东以及东南亚地区,美国出口量占比低于0.5%。今年一季度,中国车企只有吉利一家向美国出口了2217辆电动汽车,还是通过子品牌“极星”出口销售的。

因为现有的关税,中国电动汽车早在几年前就被挡在了美国市场门外,大部分中国车企近年都没有进入美国市场的规划。另外,目前其他从中国进口的汽车大多以美国品牌销售,分别是林肯航海家SUV、别克昂科威SUV、极星2和沃尔沃S90轿车。因此,相对中国车企,“关税大棒”对美国及其他外国汽车制造商的打击实际会更大。

由此可见,美国此次关税上调对中国电动车影响有限。相反,此举或将“反噬”自身——推高美国电动汽车硬件的成本,抬高本地电动汽车的整体价格,延迟美国电动车的发展进程。美国很可能是“搬起石头砸自己的脚”。正如新华社评论所言:“新一轮加征关税看似来势汹汹,但就像美国此前推行的保护主义政策,随着对华加征关税的‘回旋镖效应’逐渐显现,受伤最深的到头来还是美国消费者、美国产业发展本身以及全球绿色转型进程。”

李永钧

近日,乘用车市场信息联席分会发布4月乘用车销量数据,上汽大众帕萨特以18999辆的销量,蝉联国内B级燃油车销量冠军;同时以累计70787辆的销量,稳居2024年1—4月B级燃油车销量榜首地位。

在市场热销的同时,帕萨特紧随国家以旧换新步伐,升级置换补贴,送出回馈用户大礼包,2024出众款高功版车型只要18.83万元起。拥有优异的德系操控和底盘,帕萨特2024出众

## 帕萨特蝉联B级燃油车月销量冠军

款全系搭载380TSI高功率发动机,最大功率达到162kW,最大扭矩350Nm,百公里最快加速时间仅7.4秒。

帕萨特2024出众款还搭载了丰富的高智能装备,其IQ Drive智驾管家可实现自适应巡航、变道辅助、全旅程智驾辅助系统等功能,配合IQ.360全景,灵活应对复杂路况。

林夏



## 上汽通用校园创新传播工场焕新再起航

第九届上汽通用汽车校园创新传播工场(ICCG)近日焕新起航。在智能化浪潮席卷全球,各行业竞相拥抱科技新风的背景下,2024年,ICCG携手别克品牌,以科技赋能的崭新姿态,力邀全球大学生共赴“别克下一站”。大赛鼓励高校学子借助新兴技术,以创新设计构想别克未来世界;同时打造校园大使平台,挖掘并激励优秀大学生内容创作者,与别克品牌一起玩转创意,在追梦之路绽放“别Young”精彩。

作为奥特能智能平台的首款轿跑SUV,别克E4自上市以来,凭借安全智能的三电科技、30英寸6K屏领衔的VCS智能座舱,以及长腰美背的高颜值、安心可靠的大厂品质,赢得众多年轻用户的青睐,此次也走近同学们的身边,带来大有“意思”的出行体验。



上汽通用汽车校园创新传播工场(ICCG)是上汽通用携手国内重点院校,面向大学生创立的校园创新平台。自2015年至今,已携手全球220余所高校的5200余名学子,对未来生活展开畅想。在持续树立上汽通用汽车创新超越精神的同时,也为行业不断挖掘并输送新生力量。

本届ICCG以“别克下一站”

为题,邀请国内外高校学子以交通工具为核心,探索别克未来世界的无限可能,为别克品牌在未来科技语境下的设计语言注入新的灵感。大赛拓展设计边界,鼓励参赛者结合各跨界领域元素,充分释放想象力,以更加包容、开放的姿态拥抱年轻创意。同时,大赛还开创性地引入VR技术,这也是新兴技术在校园汽车设计赛事中的一次创新应

用。表现优秀的参赛者将有机会来到“国家级工业设计中心”上汽通用汽车泛亚前瞻设计与造型中心,在专业导师的带教下,学习并运用VR技术,更直观地在三维空间中展示创意、沉浸式体验设计细节。最终获胜的同学,不仅能在虚拟世界中搭建充满想象力的别克“下一站”移动生活空间,还将收获奖金奖杯、荣誉证书等硬核福利。

致力于发现并培育具有新视野、新思维的创新人才,本届ICCG特别打造校园大使平台,旨在挖掘并激励新生代内容创作者,在展现创意和实现自我价值的同时,以年轻的力量为别克品牌助力。据悉,ICCG将定期发布挑战任务,鼓励校园大使以多元的创意内容和创新的表现形式进行创作。表现优异者将获得内容指导、流量扶持、品牌周边等福利。

吉姆