

从“全球导入”到“中国策源”

合资车企重构本土化研发体系

合资车企过往以“全球车型导入+本土生产”为主导的核心运营模式,正迎来实质性改革。

近日,丰田宣布将中国专属车型的开发决策权全面下放至本土研发团队;随后,北京现代高管亦公开强调“本土化研发是抢占市场先机的核心引擎”。从这些举措可以看到,合资车企对本土化研发体系的战略性正在重构,也折射出合资车企对中国汽车市场从“销售终端”到“创新策源地”的认知升级。

有业内人士称,在全球汽车市场竞争加剧、汽车产业变革加速的背景下,本土化研发成为了合资车企乃至外资车企提升竞争力的关键策略。

■新快报记者 罗晓彤

丰田、现代等紧抓本土化研发 旨在更好融入中国市场生态

在近日举办的第二届广汽丰田科技日上,广汽丰田宣布,下一代汉兰达、赛那等核心支柱车型的商品企划、开发乃至验证,将全面由中国首席工程师主导。同时,广汽丰田还将与华为鸿蒙座舱、Momenta 智驾“飞轮大模型”,以及小米生态接口等中国科技伙伴广泛合作,搭建汽车生态圈。

丰田智能电动汽车研发中心(中国)有限公司总经理小西良树透露:“丰田将在中国市场迈出关键一步——未来中国车型的开发决策权将由日本总部放至中国。”记者了解到,这一变革将以REC体制(Regional-Chief Engineer 中国首席工程师)为核心,构建本土工程师主导的研发体系,由最了解中国市场的“现地工程师”担任项目负责人,从源头提升产品对中国用户需求的响应速度与匹配度。

无独有偶,近期北京现代党委书记、董事长吴周涛也再次表达了对中国汽车市场的重视。在吴周涛看来,下一步的关键在于怎么在中国做好本土化的研发,因为现代汽车原来的研发都是基于全局的需求来做,如今本土化的研发能力要建起来。当本土化研发能力体系建立完成后,属于北京现代的市场化机会就会到来。

对此,知名财经作家高承远向新快报记者表示,近期这些合资车企加快本土化研发战略调整,主要是看到了中国市场的独特性和巨大潜力。中国汽车市场规模庞大且消费升级趋势明显,消费者对智能化、电动化、个性化的需求日益增长。本土化研发能够更精准地把握中国消费者的需求偏好,快速响应市场变

化,提升产品竞争力。而且,中国在新能源汽车、智能网联技术领域发展迅速,这些合资车企需要借助本土研发力量,才能更好地融入中国市场生态,避免因技术滞后而失去市场份额。

“在中国,为中国”战略深化 打破过往模式已成趋势

近年来,中国汽车工业实现了跨越式发展。中国汽车工业协会数据显示,2024年我国汽车产销保持在3000万辆以上规模,已连续15年稳居全球第一;与此同时,我国新能源汽车也已连续10年位居全球第一。

蓬勃发展的市场态势,让众多合资车企、外资车企深刻认识到中国市场蕴含的巨大潜力,以及中国消费者需求的独特性。为了抢占先机,抑或是防止被市场淘汰出局,他们正通过各种方式积极进行本土化布局,以更好地满足中国

市场的需求。

不难发现,“在中国,为中国”的口号也越发频繁出现在众多跨国车企的企业战略规划或新品发布会上。如今,这些跨国车企越发看重本土化研发,也是其“在中国,为中国”战略的进一步落实。

高承远称,这种打破过往合资车企核心运营模式的改变,已然是一个行业趋势。在全球汽车市场竞争加剧、汽车产业变革加速的背景下,本土化研发成为了这些车企提升竞争力的关键策略。

事实也的确如此。记者注意到,早在2023年,大众汽车集团就在中国成立大众科技有限公司(VCTC)。大众中国CTO 吴博锐曾向媒体表示,VCTC成立后,德国大众集团总部掌握的全部技术权限与职责转移至中国,是总部之外具备技术决策权和验证能力的研发实体,也是在华合资公司唯一对接的技术合作接口。

如今,随着更多合资车企或外资车企加大本土化研发力度,中国汽车市场

的竞争格局将更加激烈。高承远表示,竞争将促使整个行业加速技术升级和产品创新,推动中国汽车市场向高质量发展转型。

值得注意的是,这些车企做好本土化研发,也并不意味着可以高枕无忧,因为市场竞争是多维度的。高承远认为,在做好本土化研发的基础上,还需进一步优化运营模式,提升服务质量和成本控制能力,才能在竞争中保持优势。

此外,高承远还提到,本土品牌应积极应对这种竞争态势,持续加大研发投入,提升产品品质和技术含量,特别是在新能源、智能网联等前沿领域,保持领先地位;也要强化品牌建设,提升品牌知名度和美誉度,增强消费者认同感;更要加强产业链协同,整合上下游资源,提升产业竞争力。高承远说:“只有通过技术创新、品牌建设和产业链升级,本土品牌才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。”

超22万辆车被召回 涉及奔驰、一汽-大众两大品牌

新快报讯 记者罗晓彤报道 据国家市场监督管理总局最新召回公告,包括一汽-大众汽车有限公司、梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司、北京奔驰汽车有限公司在内的三家车企于同一日,向国家市场监督管理总局备案了召回计划。记者注意到,三家车企,四条召回公告,涉及部分国产奔驰EQC、国产奔驰C级、进口奔驰S级、一汽-大众速腾等车型,总计召回超22万辆车。

其中,一汽-大众的召回规模最大,是在国家市场监督管理总局启动缺陷调查的情况下开展的。一汽-大众的召回计划显示,自7月15日起,其将召回2018年9月1日至2019年8月19日期间生产的部分速腾汽车,共计202662辆。召回

原因是速腾轮速传感器外壳材料防潮性能不足。在高温、高湿环境下长期使用,水或潮气可能浸入内部芯片,导致轮速传感器信号超差,进而使防抱死制动系统(ABS)、电子车身稳定系统(ESP)等部分功能停用,给行车带来安全隐患。后续,一汽-大众将委托授权经销商,为召回范围内车辆免费更换优化后的轮速传感器,以消除隐患。

据悉,速腾作为一汽-大众旗下的一款紧凑型轿车,定位介于宝来和迈腾之间,长期以来在车市中与东风本田思域、东风日产轩逸等车型竞争。近期网上也曝光了全新一代一汽-大众速腾图片,有消息称新车预计三季度上市。此次大规模召回事件,对速腾市场表现的影响程度还未知。

奔驰方面,其多批次召回进口及国产车型,有主动开展的召回,也有在国家市场监督管理总局启动缺陷调查情况下开展的召回,总计召回16055辆车。且召回原因涵盖多个关键方面,如排放、零部件安装和新能源电池安全等。

具体来看,自6月30日起召回的2151辆进口A级、CLA级和GLA级汽车,是由于涡轮增压器涡轮外壳的喷嘴形状不符合规范,在特定驾驶条件下存在排放危害风险,将通过免费更新发动机控制单元软件解决。自6月13日起召回的部分国产C级、GLC SUV汽车及进口S级、EQE汽车,共计509辆,因在之前召回维修中使用了不正确的保险丝盒,可能导致关联系统故障甚至起火,将免

费检查并更换问题保险丝盒。而自9月27日起召回的13447辆国产EQC汽车,因电池管理系统软件设计缺陷,极端情况下高压电池可能热失控起火,将免费升级电池管理系统软件,且召回前建议用户将充电上限设为不超过80%。

对此,有业内人士表示,如何进一步提升产品质量把控,从源头减少缺陷产品的出现,也是车企在激烈市场竞争中赢得消费者信任的重要课题。而消费者也要及时关注召回信息,配合车企完成车辆维修,进而保障自身行车的安全。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道