

汽车出海再掀新一轮竞速 自主车企抢滩东南亚市场

继今年一季度我国凭借107万辆超过日本出口量,成为全球第一大汽车出口国以来,“出海”已经成为汽车行业的一大热点。中汽协日前公布的数据显示,今年上半年我国汽车企业出口214万辆,同比增长75.7%。其中,新能源汽车出口53.4万辆,同比增长1.6倍,成为汽车出口新的增长点。

值得注意的是,在东南亚各国积极推动新能源汽车转型的机遇面前,自主车企更是争相把东南亚市场布局视为重点。今年以来,哪吒、埃安、长安纷纷调整“出海”方向,将重心从前期的北欧市场转移到东南亚市场,通过密集投资建设工厂、开拓本土化运营渠道等方式,寻求“走出去”增量。从现阶段看,日系车依然是东南亚汽车行业的主导者,但也正在受到来到中国新能源汽车的挑战。

■新快报记者 张磊



■廖木兴/制图

中国汽车出口东南亚步入快车道 靠性价比或差异化策略占领市场

进军海外市场,打开“第二增长曲线”,实现全球规模化,这一直是中国龙头车企的梦想。但在很长一段时间内,由于产品力、准入性、本地运营等方面的原因,中国汽车难以在欧美等成熟市场有大的突破。无奈之下,自主车企纷纷转向东南亚、南美等汽车工业较为薄弱的市场,主要依靠性价比或差异化策略占领市场。

相关数据显示,2022年中国对东盟国家汽车出口总额为58亿美元,同比增长48%,在东盟国家汽车进口总额中占比两成以上,而回顾过去五年中国汽车品牌在东盟的市场占有率,也就从不足1%到超过6%。但显而易见的是,从去年到今年上半年,中国对东盟国家的汽车出口保持着强劲的增长势头。

也正是在这样的背景下,中国新能源汽车品牌在东南亚地区的影响力逐步上升,出海较早的自主车企基本实现了在东南亚地区的常态化运营。中国汽车工业协会副总工程师许海东此前也表示,随着中国汽车出口不断增长,海外直接投资也将进入快速发展阶段,越来越多中国车企正积极进入东盟市场进行投资建厂。

以长城汽车为例,继2020年11月接管了泰国罗勇府工厂并对其进行改造,今年1月,长城汽车与越南TAG成安集团股份公司达成战略合作伙伴关系;6月份,长城汽车多款车型陆续在菲律宾、柬埔寨等国家市场上市。据统计,目前长城汽车在东盟国家地区已拥有两万多名车主。

再看比亚迪,比亚迪去年9月宣布在泰国建设乘用车工厂,预计2024年开始运营,年产能约15万辆。菲律宾、越南和印度尼西亚也积极吸引比亚迪在当地建设新能源汽车组装工厂。记者了解到,今年以来,比亚迪的东南亚版图已从泰国辐射至越南、菲律宾、印尼等国家。

作为造车新势力的代表之一,哪吒汽车近期也表示其正式进军马来西亚市场,旗下车型哪吒V在马来西亚上市。据悉,哪吒汽车也成立了泰国子公司,推出了包括哪吒V右舵版在内的3款海外产品,在泰国的工厂已于今年3月动工,

预计明年1月投产。

此外,上汽通用五菱也对外表示,中国五菱新能源将加大全球化战略布局,快速推进新能源体系走出去,第一阶段就是以印尼为中心,打通东南亚、中东市场。

为何都选择泰国当“跳板”?

因为政策支持力度极大

泰国被认为是车企“出海”东南亚的绝佳摇篮,泰国也是东南亚最大的汽车生产国和出口国,也是仅次于印尼的东南亚第二大汽车销售市场。在此次汽车“出海”浪潮中,哪吒、埃安、长安、比亚迪等车企,都不约而同把泰国作为首选之地。

今年6月,广汽埃安与泰国经销商签署合作备忘录,宣布正式进入泰国市场。按照计划,埃安将于今年内在泰国成立东南亚总部,同时将投资64亿泰铢(约合人民币13亿元)建设电动汽车工厂。此外,长安汽车、奇瑞等自主品牌,也先后宣布将在泰国投资建厂。

众多国内车企对泰国趋之若鹜,背后重要原因便是泰国正在成长的电动化环境和开明的销售政策。泰国是东南亚最大的新能源汽车市场,同时也是东盟国家中2022年进口中国汽车增幅最大的国家,达到255%。根据泰国的计划,到2030年,泰国本土将有30%的汽车为ZEV(零排放车,主要为纯电动汽车),到2035年,ZEV产量达到135万辆。

具体来看,比亚迪ATTO 3去年10月在泰国市场上后好评不断,获得当地市场青睐,一个多月收获订单超万辆。今年以来,比亚迪连续4个月蝉联泰国新能源汽车销量冠军,仅比亚迪ATTO 3一款车,在今年前六个月就卖出了11167辆,占泰国电动车市场三成以上份额。

据相关统计,2022年泰国纯电动汽车的前五大车型中,中国品牌占了五分之四,分别是比亚迪ATTO 3、长城欧拉好猫、正大上汽MG EP和MG EV。

泰国开泰研究中心预计,2023年泰国纯电动汽车销量有望达到5万辆,其中中国品牌纯电动汽车市场份额有望从2022年的78%增至85%。乘联会数据显示,今年1-5月,中国汽车品牌面向泰国共出口69129辆汽车,同比增长140%,其中新能源乘用车为66321辆,占比超九

成。

当然了,新能源汽车市占率的背后,是泰国政策的支持。据了解,为推动电动汽车销售,泰国提供了大量激励措施。早在2016年,泰国政府就制定了电动汽车普及的路线,并批准了针对泰国本土电动汽车生产的税收优惠计划。根据泰国的政策,在泰国本土生产的汽车,每辆不仅可以获得最多15万泰铢(约合3.1万元人民币)的销售补贴,还能减免4%的货物税。同时,泰国政府允许外国投资者购买泰国土地,并推出利于外国税收优惠政策。例如此前比亚迪购地的罗勇府地区,本身即是泰国汽车工业的中心,泰国政府将该地区的税率降低了50%。

此外,泰国投资委员会还表示,泰国政府同意为电动汽车生产商提供长达8年的企业所得税豁免权,以及在2025年底前免除电池、电动汽车驱动电机、电动汽车压缩机等关键零部件的进口税,并承诺补贴汽车厂商的电力成本。

市场竞争呈现高度动态性

想要站稳脚跟并非易事

在东南亚市场,日系车的地位还是举足轻重的。相关调查数据显示,2022年,泰国销量前十名的车企品牌,有八家都是日系,其它两家分别为中国的上汽名爵和美国的福特。2022年全年,丰田以28.27万的销售量拿下泰国接近45%的市场份额。

除了日本车企,欧美车企如通用、福特、宝马也紧随其后在泰国设厂。通用汽车发言人曾表示,泰国工厂是其亚太地区和非洲的主要制造中心,其车辆出口到包括澳大利亚和新西兰在内的15个市场。此外,特斯拉也盯上东南亚,于去年12月在泰国推出Model 3和Model Y。

值得注意的是,尽管日系车仍然占据着泰国大半壁江山,但部分品牌的增速却出现了下滑。这也意味着,作为东南亚汽车行业长期的主导者,日系车正在受到中国新能源汽车的挑战。

业内人士分析认为,日系车在泰国的燃油车市场优势之所以没有延续下去,主要是其保守的新能源策略与当地的政策目标有所偏离。例如丰田代表人

物丰田章男曾多次在公开场合质疑电动汽车的合理性,他认为汽车行业全面电动化会降低车企的价值,仓促实施燃油车禁令将导致当前汽车行业的商业模式走向崩溃。

野村证券研究所预测表示,未来10年,中国品牌可能通过推出平价电动汽车,在泰国市场从日本车企手中夺走至少15个百分点的市场份额。不过,上述研究中心也指出,泰国纯电动车市场目前仍处于起步阶段,市场参与者数量将会持续增加,市场具有高度动态性特征。尽管中国纯电动车现阶段势头较猛,但当未来其他车企渗透泰国纯电动车市场时,中国车企持续保持领先并非易事。

可见,尽管海外市场机会不错,但中国汽车面临的挑战仍然非常巨大。翻阅国内车企“出海”史可以发现,近十多年来奇瑞、上汽、吉利等车企寻求拓展海外市场的步伐未曾停过,但站稳脚跟的还是少数。

中国汽车工业协会副总工程师许海东指出,中国汽车品牌的产品在外观设计、产品质量管控体系、供应链质量和效率管理、服务体系的发展和创新方面都已与合资企业差距不大,但在关键核心技术、关键零部件等方面还存在明显短板,企业国际化体系建设还处于初级阶段。

对此,有业内人士分析认为,新能源汽车将成为自主车企出海的重要转折点,被日系车“垄断”已久的东南亚市场也将被撕开缺口。但长期来看,中、欧、美、日、韩等国家和地区车企都将在这一市场展开白热化竞争,想要短时间内实现东南亚汽车产业“中国化”还是有难度,产品和渠道是关键,本土化运营也是重要一环,再加上政策、法规、标准等众多细节的考量筹备,国内品牌才有在东南亚长期发展的可能性。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道