

佔慕尼黑車展四成展商 外媒形容雄心勃勃搶盡風頭

# 電動車競賽壓倒德國 中國車企勢成領頭羊

香港文匯報訊 歐洲最大車展「德國國際車展」(IAA)周二(9月5日)在慕尼黑登場，中國汽車品牌搶盡風頭。數十年來「德國製造」一直是汽車行業的技術尖端代表，如今在電動車的全球競賽上似乎已經落後。與上屆相比，本屆參展的車企有多達41%來自中國，是各國車企中最多。中國品牌東風選擇在此發布M6 PHEV新能源車、全球最大電動車廠比亞迪也推出最暢銷的「海豹」和「海豹U」兩款高端車型，展現出搶灘歐洲市場的雄心。

中國車企在今屆車展主打高端車型，比亞迪、吉利等近10家中國公司展示了新款高端電動車，以尖端技術和時尚高雅的設計為武器。吉利與子公司富豪汽車(瑞典)成立的高檔電動車廠商北極星的行政總裁英根拉特表示，「競爭對手是德國保時捷的Taycan，但我們在電動化方面更勝一籌。」電動SUV「北極星3」的續航里程最高為610公里，在歐洲的定價逾8.99萬歐元，比寶馬等相同車型高出數千歐元，定價顯得樂觀，但據稱提前預訂情況很好。

## 法《世界報》：只需數年時間

長安汽車集團攜手華為、寧德時代新能源科技共同打造的高檔電動汽車新品牌阿維塔，也於今次車展作中國以外首次亮相，預計售價至少在4.5萬歐元以上。

中國企業轉變戰略的原因之一，在於對歐洲市場的定位。在歐洲18個國家，2022年新車銷售中的純電動車份額達15.1%，若加上佔9.8%的插電式混合動力車，則四分之一是新能源汽車。如果在歐洲通過技術和設計而非低價獲得好評，有望對全球銷量產生積極影響。

據德媒報道，在周一的媒體開放日上，中國汽車展台周圍圍滿了參觀者。外媒指出，相較於「雄心勃勃、搶盡風頭」的中國車企，德國等歐洲車企意識到危機感，在他們致力於中國市場「收復失地」時，中國車企已發起對歐洲市場的攻勢。法國《世界報》則稱，「只需數年時間，中國車企就能成為全球汽車業的領頭羊。」

## 歐車企：中國領先我們一代人

路透社援引數據稱，目前比亞迪、蔚來汽車和小鵬汽車等中國電動車製造商，都瞄準歐洲市場，今年頭7個月銷量飆升近55%，增至約82萬輛。汽車諮詢公司Inovev數據顯示，2023年至今在歐洲銷售的新電動車中，8%由中國品牌製造，高於2022年的6%和2021年的4%。

車展期間，福士、雷諾、寶馬等歐洲車企負責人紛紛直言，在電動車領域，「中國已領先我們一代人」，歐洲必須在製造成本、生態系統等各方面努力追趕，並與之合作。路透社報道，博世、采埃孚等德國主要汽車零部件供應商，渴望擴大與中國合作夥伴的關係，並為中國汽車製造商提供歐洲製造的零部件。

博世行政總裁阿通表示，「中國汽車製造商將通過用戶體驗和客戶導向，逐步使車輛適應歐洲市場，這是一個很好的方法，博世早就與這些製造商合作過。」路透社提到，博世在中國的合作夥伴包括比亞迪和蔚來汽車等。采埃孚行政總裁克萊因稱，「當我們與中國客戶交談時，他們有非常具體的在歐洲建廠的計劃，我們正就此進行討論。」

## 分析師：歐洲人幾被華企表現嚇呆

香港文匯報訊 中國的電動汽車在此次德國國際車展中受到各方關注，柏林的電動車市場獨立分析師施密特說，「我認為歐洲人幾乎被中國企業在歐洲的表現嚇呆了。」德國知名汽車專家、杜伊斯堡汽車研究中心主任杜登赫爾則用「轉折點」一詞來描述今年的車展，形容歐洲市場競爭將更激烈。

杜登赫爾說，「一個轉折點。對於中國電動車廠商來說，歐洲成為『一個具有吸引力的市場』，但對於德國廠商來說，競爭將會更激烈。」

## 俄「斷氣」重創德工業

美國《紐約時報》分析指出，德國車企正面對多項難題，其中一個主要問題是能源價格持續居高不下。數十年來，德國一直以穩定的能源供應為傲，這為鋼鐵廠和車廠的運轉提供了保證。但它的能源來源是從俄羅斯進口的天然氣，由於德國在俄烏衝突中支持烏克蘭，俄停止向德供氣，之後德國的天然氣價格漲了逾4倍，迫使許多公司減少產量。儘管氣價已有所回落，但仍比2021年高出近兩倍。

德國工商會進行的年度企業調查顯示，能源價格高漲令需要大量能源的公司不能作出長期規劃，企業對政府能源政策的信心已降至十多年來最低點。德國工商會副總經理德爾克斯說，「經歷了2022年底的能源價格衝擊後，企業對未來的發展深感擔憂」，這種擔憂正讓許多德國工業企業重新考慮以前制訂的投資計劃，其中福士汽車決定取消在德國建設第二家電池工廠。



◆東風發布M6 PHEV新能源車。  
新華社



◆小鵬汽車計劃在2024年將業務擴展到更多歐洲市場。  
新華社



◆中國電池製造商企業迅速崛起。  
新華社



◆比亞迪推出最暢銷的「海豹」和「海豹U」兩款高端車型，在車展大受歡迎。  
法新社



◆顧宏地

## 小鵬汽車總裁：德產生強烈危機感

香港文匯報訊 隨著中國汽車製造商和歐洲廠商在電動車領域競爭日趨激烈，中國電動車製造商小鵬汽車總裁顧宏地在德國車展期間受訪時稱，中國電動車企讓德國同行產生強烈的危機感，德國汽車製造商下決心解決問題、生產出更有競爭力的電動車。

包括小鵬汽車、比亞迪和零跑汽車在內的中國企業正打入海外市場，尋求更高利潤和更快增長幅度，對歐洲當地企業構成挑戰。顧宏地稱，德國汽車工業協會主席穆勒早前表示，德國正「失去競爭力」，目前面臨「必須進行投資的嚴峻形勢」。顧宏地指出，穆勒傳遞出的信息是「他們有一種非常強烈的危機感」，「我認為，通過反思那段痛苦經歷，他們已表現出迎頭趕上的決心。」

顧宏地表示，像小鵬汽車這樣的初創企業，仍需利用德國汽車製造商的規模、品牌和投資來降低成本，在日益擁擠的市場中生存下來。小鵬汽車計劃在2024年將業務擴展到更多歐洲市場，包括德國、英國和法國。該公司近日與德國福士達成協議，將在中國合作生產兩款新車型。零跑汽車等其他中國公司也在尋求合作夥伴關係，提高全球銷量。顧宏地補充說，中國公司和德國公司在優勢互補方面仍有很多方式，「市場還不夠成熟，每家企業還在探索好的商業模式。」

中國東風汽車副總經理尤輝則在展會期間表示，「在車展上看了這麼多新技術，歐洲實際上並沒有停止向電動車轉型。我們仍需加大努力，提高核心技術能力。」

## 德車企獲政府泵水逾1100億歐元「激勵」

香港文匯報訊 面對中國汽車企業來勢洶洶，德國以至整個歐洲的車企正感到「焦慮不安」。德國總理朔爾茨周二(9月5日)在德國國際車展開幕式發表講話，表示面對來自中國電動車的競爭，德企「應該被激勵，而不是被嚇到」。他同時宣布一項總值1,100億歐元的「激勵計劃」，為德國電動車行業發展提供支持。

朔爾茨稱，電動車在德國有着深厚根基，德國有長達135年的汽車製造經驗，擁有超過75萬名員工的德國汽車工業，是邁向可持續未來的「核心驅動力」。談及來自中國等新興市場在電動車生產方面的競爭時，朔爾茨稱「公平

競爭激發商業活力」。他指出，過去數十年間，德國汽車工業分別受到來自日本和韓國的競爭，如今來自中國的電動車也將為德國車企提供「創新驅動力」，他再次強調德國作為汽車大國的國際競爭力「毋庸置疑」。

朔爾茨向參展車企宣布一項旨在推動「德國製造」可持續創新計劃，聯邦政府將投資逾1,100億歐元，推進在加速充電基礎設施、可再生能源、電池等戰略重要領域的建設。在朔爾茨參觀車展期間，十多名環保組織「綠色和平」人士在會場抗議，其中3人舉着「派對結束」橫額，爬上寶馬展台的車輛。朔爾茨批評抗議者此舉「不合時宜、有點煩人」。

## 中國汽車在澳銷量增長近90%

香港文匯報訊 據澳洲塔州華人網報道，最新數據顯示，澳洲民眾8月購買了近11萬輛新車，創下8月份的新紀錄。其中，中國汽車品牌逐漸進入澳洲人視野，成為澳洲人的「最佳選擇」。

隨着主流汽車品牌不斷提高價格，並將較便宜的車型從其產品線中移除，中國汽車製造商一直在填補高性價比市場的空缺。據悉，今年澳洲的中國汽車銷量增長近90%，其中名爵增幅最大。現時市場上共有6個中國品牌汽車在銷售，其中奇瑞和比亞迪吸引了可觀的買家份額，長城汽車的銷量則增長了86%。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

去年，中國超過韓國，成為澳洲第三大汽車進口國，且這一趨勢似乎不會改變。

## 外媒：接棒互聯網巨頭 成中國經濟增長引擎

香港文匯報訊 據《華爾街日報》報道，過去十年，阿里巴巴和騰訊等互聯網巨頭成為推動中國國內科技經濟發展的生力軍，到了現在，電動車企和電池製造商日益成為中國經濟增長的引擎。

中國是全球最大的電動車市場，投資研究機構Preqin的數據顯示，包括電池製造商在內的中國電動車相關初創企業，2022年獲得

152億美元風險投資，創下該行業的最高紀錄。汽車製造商從德國福士和英特爾公司獲得資金，許多企業正迅速擴張。截至6月份的12個月內，股神巴菲特投資的中國銷量最高電動車企比亞迪，員工人數增加50%以上，達到逾63萬人。

通過向綠色產業轉型，比亞迪和中國最大電動車電池製造商寧德時代等巨頭得以躋身

中國最重要、市值最高的民營企業行列。這些企業的迅速崛起，與十年前中國互聯網行業的發展如出一轍，在長達數年的監管整頓和消費者需求減少導致自身增長放緩前，阿里巴巴和騰訊曾吸引投資並廣納英才，成為中國創業皇冠上的明珠，惟去年中國互聯網初創企業的融資額，已較2018年鼎盛時期下降84%，跌至58億美元。