

# 欧盟电动汽车临时关税生效 车企借道新合资模式出海

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在欧盟对中国电动车加征关税“阴霾”下，中国车企正借道新合资模式加速出海。

6月19日，奇瑞与捷豹路虎对外发布信息，双方近日签署战略合作意向书。据悉，基于该合作意向，奇瑞与捷豹路虎的合资公司——奇瑞捷豹路虎将推出并制造一系列电动产品，搭载奇瑞电动化平台，使用捷豹路虎授权的“Freelander 神行者”品牌。

“捷豹路虎和奇瑞的全新合作模式放弃从国外引进车型的传统思路，转而扶植合资企业自主研发新的电动化产品线，这代表合资企业转型突围的全新思维。”捷豹路虎中国方面表示。不过其相关工作人员对《中国经营报》记者表示，捷豹路虎与奇瑞的合作，不属于“反向合资”。

“一石激起千层浪”，在新合资模式渐成趋势的大背景下，奇瑞与捷豹路虎的合作讯息，迅速引发市场广泛关注。对于双方合作的具体产品、未来出口规模等问题，奇瑞汽车相关工作人员回复记者表示，关于上述具体内容“暂时还没有对外发布”。

捷豹路虎与奇瑞的合作，无疑是中国汽车技术赢得海外车企认可的一个缩影。大众入股小鹏、奥迪与上汽合资等颇受瞩目，而业内首个“反向合资”公司零跑国际，也在近日迎来新进展，据报道，零跑部分车型将在欧洲投产。

“中国车企正加速走向海外。”威尔森高级汽车行业分析师张一夫向记者表示，在当前中国电动车出口面临关税壁垒的情形下，“反向合资”模式对中国车企出海具有一定帮助作用。但其也提醒，从长远角度而言，中国车企仍需克服困难更深入地走向全球市场。

## 捷豹路虎再度“牵手”奇瑞

公开信息显示，奇瑞与捷豹路虎近日签署战略合作意向书，双方拟共同推进全新合作模式。双方在声明中同时表示：“旨在进一步强化其合资公司——奇瑞捷豹路虎的产品矩阵，迈向正在到来的电动化时代。”

“充分利用双方的优势资源，融合奇瑞汽车在中国汽车市场的领先地位，以及捷豹路虎在全球独树一帜的品牌渊源和设计实力，开创互利互惠、共赢共荣的发展前景。”奇瑞与捷豹路虎在声明中表示。

记者获悉，在奇瑞与捷豹路虎的全新合作模式下，捷豹路虎旗下的“Freelander 神行者”将实现“重生”，并独立于奇瑞现有产品线及捷豹路虎四大新现代豪华品牌家族。

## 零跑车型已在欧洲投产

今年5月14日，零跑汽车与Stellantis集团对外宣布，两家公司已通过关于成立零跑国际的所有必要性审批，由Stellantis集团主导的零跑国际正式组建完成，该合资公司由Stellantis集团和零跑汽车分别持股51%和49%，零跑国际总部位于荷兰阿姆斯特丹。

据了解，合资公司零跑国际独家拥有向大中华地区以外的全球其他所有市场开展零跑汽车的出口和销售业务，以及独家拥有在当地制造零跑汽车产品的权利。

## 中国技术反向输出成趋势

奇瑞汽车相关工作人员提供给记者的信息显示，“Freelander 神行者”将提供主流市场定位的电动产品系列，通过特定网络先期在中国销售，未来将实现海外出口。

“Freelander 神行者”一开始是为中国市场生产制造，如果这条路走得不好，当然我们不排除出口。那谈到出口的时候，需要什么？那就是全球性的质量标准，这方面也是捷豹路虎的所长。”捷豹路虎中国方面如此认为。

记者注意到，作为“Freelander

神行者”电动化平台技术输出方的奇瑞汽车，早已对外释放出技术反向输出给海外车企的信息。

今年4月份的直播活动中，奇瑞汽车董事长尹同跃就透露，欧洲两家豪华品牌将采用奇瑞星途星纪元的技术平台打造高端车型，一家已接近落实签约，另一个海外品牌正在谈判中。此后市场传出捷豹路虎采用奇瑞平台的信息，但奇瑞汽车当时予以否认。

进一步梳理可发现，在零跑、奇瑞之外，近年来，上汽、小鹏也

成为技术输出方，陆续与国际车企巨头开展相关合作。如今年5月20日，上汽集团宣布，继2023年7月签署深化战略合作谅解备忘录后，其与奥迪汽车正式签订合作协议，Advanced Digitized Platform智能数字平台联合开发正式启动。

据悉，在全新合作模式下，上汽集团与奥迪双方整合优势资源，通过提升研发效率、优化开发流程、加快研发速度，将Advanced Digitized Platform智能数字平台车型推出时间缩短30%以

为进一步提升不造车，而是利用自身优势帮助车企造好车、卖好车。鸿蒙智行一直是华为在电动汽车定义、设计、研发、销售等方面深度参与的合作模式，与其他智选伙伴的合作也不会受到影响。

赛力斯和华为的合作模式自其开始以来，就一直强调双方在资源和技术上的互补优势。赛力斯的负责人强调，这次商标和专利收购将进一步巩固赛力斯在高端智能电动汽车市场的竞争力。赛力斯在问界品牌汽车上将拥有充分的话语权，有利于其在市场上的独立运作和品牌建设。同

然而，印尼汽车工业协会(Gaikindo)的数据显示，今年1—5月，小康印尼旗下品牌DFSK生产的GLORY 560 1.5T 6M/T LUX-URY、GLORY I-AUTO、GELO-RA Blind Van (4X2) M/T等8款车型的销量总计仅为422辆，同比去年下滑38.8%。今年5月单月销量也仅有87辆，同比下滑32.6%，市场份额仅为0.1%。

面对国内日益“内卷”、价格战愈加激烈的汽车市场，国内车企纷纷出海谋求出路。国内市场销量与印尼市场销量的巨大反差，也促使赛力斯重新思考AITO问界的出海策略。

尽管AITO问界作为高端豪车，但由于与华为的紧密关联，其出海需要慎重考虑。

张翔指出，华为仍是美国制裁

的对象，鸿蒙智行在出海时可能会受到美欧的制裁。“鸿蒙智行目前似乎没有明确的出海计划，这与华为的特殊性有关。”

值得注意的是，除中国外，豪华车销量领先的国家均为制裁华为的欧美市场。根据2019年的数据，中国豪华车销量占全球的31%，紧随其后的是美国、德国和英国，分别占比24%、11%和8%。这4个国家的豪华车销量合计占全球市场份额的74%。

然而，随着华为将问界商标转让给赛力斯，赛力斯问界车型的出海障碍有望被扫除。

在今年6月初的第六届中国西部国际投资贸易洽谈会的涉外投资贸易服务对接会上，赛力斯集团副总裁康波谈到中国车企的全球化战略时表示，赛力斯正在积极

产零跑汽车还尚待披露。”

“零跑国际运营模式相较当前其他中国车企产品出海，正常市场情况下，推进更高效、更快速；极端情况下，零跑国际抗风险能力更强。”零跑汽车相关负责人向记者介绍，“在没有关税限制的市场，零跑汽车将直接出口；在有限制的市场，Stellantis集团将帮助零跑汽车实现本土化生产，即零跑汽车出口汽车零部件，Stellantis集团负责组装生产。”

其也表示，借助海外品牌在全球市场销售仅能作为过渡手段，从长远角度而言，中国车企需要做的是进一步走向海外，“扎根中国、放眼全球”。

“中国汽车产业链全球相对竞争力的快速增长，是中国汽车全球化的核心驱动力。出海将成为未来10年汽车产业的下一个爆发点。整车角度上，全球化和品牌运营能力、全球化的研发和生产体系，是决定主机厂出海成败的关键。”国金证券研报认为。



近期，零跑T03首批试生产车辆已在Stellantis集团位于波兰的工厂成功组装。图为零跑汽车生产工厂。

“Freelander 神行者”是一个品牌家族，而非单一产品。”

在合资车企持续承压的当下，捷豹路虎对与奇瑞的合作寄予厚望。

“在中国这一全球规模最大、增速最快的电动汽车市场，通过携手

开启这一全新的合作模式，并结合重生的‘Freelander 神行者’品牌的独特魅力，将赋予奇瑞捷豹路虎更为广阔的发展前景。”捷豹路虎全球首席执行官 Adrian Mardell 在6月19日表示。

合作项目的车型覆盖B级和C级市场，首款产品预计将于2025年上市。

“反向合资”现象持续增加的根本原因在于，合资品牌中的海外车企本身决策流程长、研发周期长，很难适应中国市场日新月异的变化，并快速开发出一些新的平台、新的技术。”张一夫向记者分析。

张一夫同时向记者表示，“反向合资”对于真正具备技术研发实力的中国车企具有一定好处。但

# 斥资25亿收购华为问界资产 赛力斯回应称将为出海做准备

本报记者 陈靖斌 广州报道

7月2日晚，赛力斯集团股份有限公司(以下简称“赛力斯”，601127.SH)发布公告，称其控股子公司赛力斯汽车有限公司计划以25亿元的总价收购华为技术有限公司及其关联方持有的919项商标(包括问界系列的文字和图形商标)及44项相关外观设计专利。

赛力斯相关负责人表示，此次商标转让旨在强化产品与商标的市场认知一致性。AITO问界品牌将专用于双方联合业务合作的车型，赛力斯与华为将继续在AITO问界品牌车型上进行联合定义和联合设计，全心全意为用户服务，带来更多AITO问界新品。

与此同时，《中国经营报》记者注意到，赛力斯拟以25亿元收购问界商标和专利的消息引起公众广泛讨论。许多网友认为这是为AITO问界出海做准备。对此，赛力斯方面并未否认。赛力斯相关负责人独家回应记者称：“这是AITO问界品牌走向国际化的开始。”

此前，国际智能运载科技协会秘书长张翔向记者分析指出，华为作为美国制裁对象，其鸿蒙智行系统在出海时可能会面临美欧的制裁。他表示：“鸿蒙智行目前似乎没有明确的出海计划，这与华为的特殊性有关。”

然而，随着华为问界商标的转让，这为问界车型的出海铺平了道路。张翔进一步解释道：“赛力斯收购问界商标后，拥有自主知识产权，作为车企出海，华为只是供应商，这样受制裁的风险较小。此外，赛力斯收购华为问界后，可以直接使用赛力斯问界的商标。如果美国再想制裁华为，赛力斯受波及的风险也较小。”

## 斥资25亿收购问界商标

根据赛力斯发布的公告，其控股子公司赛力斯汽车有限公司计划以25亿元的总价收购华为技术有限公司及其关联方持有的919项已注册或申请中的问界系列文字和图形商标，以及44项相关外观设计专利。

赛力斯相关负责人表示，在原有合作框架不变的前提下，赛力斯与华为签订了进一步深化联合业务合作协议。此协议旨在充分发挥双方的资源和禀赋优势，聚焦赛力斯汽车旗下的AITO问界品牌。通过联合设计和联合营销，双方致力于为用户提供高端智能电动汽车产品和智慧出行解

## 国内、印尼销量“两重天”

赛力斯计划收购华为持有的919项问界系列文字和图形商标以及44项相关外观设计专利，总价为25亿元的消息一经发布，立即引发网友的广泛热议。众多网友直言这是赛力斯为AITO问界品牌出海做准备。

记者就此消息第一时间向赛力斯方面进行核实，赛力斯相关负责人并未否认。她独家回应记者说：“这是AITO问界品牌走向国际化的开始。”

赛力斯的前身为“小康股份(601127.SH)”，主要生产东风小康汽车。自2021年12月与华为合作推出问界汽车以来，公司于2022年7月更名为“赛力斯”。在华为的技术支持下，赛力斯的销量和股价均实现显著增长。华为深入参与了问界的定义、设计、研发和销

售等多个环节，为赛力斯提供技术和品牌背书。

值得注意的是，早在2018年，赛力斯的前身小康股份就已在海外市场——印尼建厂布局。然而，AITO问界的出海计划却一直未能实现。

一方面，赛力斯在国内市场的AITO问界系列销售火爆；另一方面，赛力斯的小康印尼却面临销量低迷的困境。

最新数据显示，AITO问界系列在2024年6月的单月交付量突破4万辆，创历史新高。其中，AITO问界M9在6月交付17241辆，累计订单超过10万辆；AITO问界新M7在6月交付18493辆，上半年累计销量突破11万辆。预计更多AITO问界新品将在年内陆续推出。

然而，印尼汽车工业协会(Gaikindo)的数据显示，今年1—5月，小康印尼旗下品牌DFSK生产的GLORY 560 1.5T 6M/T LUX-URY、GLORY I-AUTO、GELO-RA Blind Van (4X2) M/T等8款车型的销量总计仅为422辆，同比去年下滑38.8%。今年5月单月销量也仅有87辆，同比下滑32.6%，市场份额仅为0.1%。

面对国内日益“内卷”、价格战愈加激烈的汽车市场，国内车企纷纷出海谋求出路。国内市场销量与印尼市场销量的巨大反差，也促使赛力斯重新思考AITO问界的出海策略。

尽管AITO问界作为高端豪车，但由于与华为的紧密关联，其出海需要慎重考虑。

张翔指出，华为仍是美国制裁

的对象，鸿蒙智行在出海时可能会受到美欧的制裁。“鸿蒙智行目前似乎没有明确的出海计划，这与华为的特殊性有关。”

值得注意的是，除中国外，豪华车销量领先的国家均为制裁华为的欧美市场。根据2019年的数据，中国豪华车销量占全球的31%，紧随其后的是美国、德国和英国，分别占比24%、11%和8%。这4个国家的豪华车销量合计占全球市场份额的74%。

然而，随着华为将问界商标转让给赛力斯，赛力斯问界车型的出海障碍有望被扫除。

在今年6月初的第六届中国西部国际投资贸易洽谈会的涉外投资贸易服务对接会上，赛力斯集团副总裁康波谈到中国车企的全球化战略时表示，赛力斯正在积极

布局海外市场。他指出，泛东南亚市场包括东南亚11国、澳大利亚、新西兰和印度共14个国家，人口数量占全球的30%。预计到2030年，该市场的汽车销量将突破1500万辆，其中增量空间达到600万辆，新能源汽车市场潜力巨大。然而，由于泛东南亚市场中各国的产品结构差异大，用户消费偏好各不相同，市场进入具有一定的复杂性。

康波特别提到，泰国、马来西亚和印尼作为泛东南亚区域的重点市场，已经吸引了众多中国车企的入驻。他表示，赛力斯在2018年全面启动运营的SO-KONINDO(小童印尼)标志着赛力斯首个海外基地成立。该项目投资规模达1.5亿美元，年产量可达5万辆，是印尼首个投产的新能源汽车制造商。

然而，随着华为将问界商标转让给赛力斯，赛力斯问界车型的出海障碍有望被扫除。

在今年6月初的第六届中国西部国际投资贸易洽谈会的涉外投资贸易服务对接会上，赛力斯集团副总裁康波谈到中国车企的全球化战略时表示，赛力斯正在积极

产零跑汽车还尚待披露。”

“零跑国际运营模式相较当前其他中国车企产品出海，正常市场情况下，推进更高效、更快速；极端情况下，零跑国际抗风险能力更强。”零跑汽车相关负责人向记者介绍，“在没有关税限制的市场，零跑汽车将直接出口；在有限制的市场，Stellantis集团将帮助零跑汽车实现本土化生产，即零跑汽车出口汽车零部件，Stellantis集团负责组装生产。”

其也表示，借助海外品牌在全球市场销售仅能作为过渡手段，从长远角度而言，中国车企需要做的是进一步走向海外，“扎根中国、放眼全球”。

“中国汽车产业链全球相对竞争力的快速增长，是中国汽车全球化的核心驱动力。出海将成为未来10年汽车产业的下一个爆发点。整车角度上，全球化和品牌运营能力、全球化的研发和生产体系，是决定主机厂出海成败的关键。”国金证券研报认为。

合作项目的车型覆盖B级和C级市场，首款产品预计将于2025年上市。

“反向合资”现象持续增加的根本原因在于，合资品牌中的海外车企本身决策流程长、研发周期长，很难适应中国市场日新月异的变化，并快速开发出一些新的平台、新的技术。”张一夫向记者分析。

张一夫同时向记者表示，“反向合资”对于真正具备技术研发实力的中国车企具有一定好处。但

产零跑汽车还尚待披露。”

“零跑国际运营模式相较当前其他中国车企产品出海，正常市场情况下，推进更高效、更快速；极端情况下，零跑国际抗风险能力更强。”零跑汽车相关负责人向记者介绍，“在没有关税限制的市场，零跑汽车将直接出口；在有限制的市场，Stellantis集团将帮助零跑汽车实现本土化生产，即零跑汽车出口汽车零部件，Stellantis集团负责组装生产。”

其也表示，借助海外品牌在全球市场销售仅能作为过渡手段，从长远角度而言，中国车企需要做的是进一步走向海外，“扎根中国、放眼全球”。

“中国汽车产业链全球相对竞争力的快速增长，是中国汽车全球化的核心驱动力。出海将成为未来10年汽车产业的下一个爆发点。整车角度上，全球化和品牌运营能力、全球化的研发和生产体系，是决定主机厂出海成败的关键。”国金证券研报认为。

合作项目的车型覆盖B级和C级市场，首款产品预计将于2025年上市。

“反向合资”现象持续增加的根本原因在于，合资品牌中的海外车企本身决策流程长、研发周期长，很难适应中国市场日新月异的变化，并快速开发出一些新的平台、新的技术。”张一夫向记者分析。

张一夫同时向记者表示，“反向合资”对于真正具备技术研发实力的中国车企具有一定好处。但

产零跑汽车还尚待披露。”

“零跑国际运营模式相较当前其他中国车企产品出海，正常市场情况下，推进更高效、更快速；极端情况下，零跑国际抗风险能力更强。”零跑汽车相关负责人向记者介绍，“在没有关税限制的市场，零跑汽车将直接出口；在有限制的市场，Stellantis集团将帮助零跑汽车实现本土化生产，即零跑汽车出口汽车零部件，Stellantis集团负责组装生产。”

其也表示，借助海外品牌在全球市场销售仅能作为过渡手段，从长远角度而言，中国车企需要做的是进一步走向海外，“扎根中国、放眼全球”。

“中国汽车产业链全球相对竞争力的快速增长，是中国汽车全球化的核心驱动力。出海将成为未来10年汽车产业的下一个爆发点。整车角度上，全球化和品牌运营能力、全球化的研发和生产体系，是决定主机厂出海成败的关键。”国金证券研报认为。

合作项目的车型覆盖B级和C级市场，首款产品预计将于2025年上市。

“反向合资”现象持续增加的根本原因在于，合资品牌中的海外车企本身决策流程长、研发周期长，很难适应中国市场日新月异的变化，并快速开发出一些新的平台、新的技术。”张一夫向记者分析。

张一夫同时向记者表示，“反向合资”对于真正具备技术研发实力的中国车企具有一定好处。但