

# 智驾企业上市难解亏损“魔咒”

本报记者 陈清斌 广州报道

随着智能驾驶技术的飞速发展，中国正成为全球最大的汽车市场转变为全球汽车产业变革最大的推动力量。本土智能驾驶技术供应商正积极募资，扩大技术应用规模，以加速推动技术的落地与普及。

近年来，国内智能驾驶企业的

资本运作步伐不断加快。今年10月，地平线(9660.HK)和文远知行(WRD.US)分别在港交所和纳斯达克成功上市。此前，黑芝麻智能(02533.HK)、速腾聚创(02498.HK)、如祺出行(09680.HK)等企业也陆续成功登陆资本市场。而最近，希迪智驾、佑驾创新等头部企业也正加紧推进赴港上市的进程。

然而，尽管资本市场的支持

为智能驾驶企业提供了重要的发展动力，许多企业仍然面临盈利难题，未能摆脱亏损困境。地平线、希迪智驾、佑驾创新等企业在资本市场的活跃表现，背后却是长期未能实现盈利的现实。盈利问题已成为这些企业发展的“紧箍咒”，如何突破这一瓶颈，摆脱亏损困境，已经成为其面临的首要挑战。

## 智驾企业扎堆上市

2024年10月24日，地平线正式在港交所挂牌上市，首发募资总额达到54亿港元，成为今年香港股市最大的一宗科技IPO。

近年来，智驾企业纷纷选择赴港上市，掀起了一股资本市场热潮。随着行业竞争的加剧，越来越多的企业希望借助资本市场的力量推动技术创新和市场扩展。在智能驾驶产业链中，已有地平线、黑芝麻智能、速腾聚创等公司成功上市，成为业内瞩目的焦点。

2024年10月24日，地平线正式在港交所挂牌上市，募资总额达到54.07亿港元，成为今年港股最大的一宗科技IPO。这一事件标志着智能驾驶领域的热度进一步升温，也让更多相关企业纷纷踏上赴港上市的征途。

11月7日，商用车自动驾驶技术供应商希迪智驾也递交了上市申请，计划在港交所主板挂牌。据记者不完全统计，除了希迪智驾外，佑驾创新、纵目科技等多家智驾企业也正在积极筹备上市。

尽管市场热情高涨，背后却隐现着一个不容忽视的问题——自动驾驶技术的商业化进展仍面临诸多挑战。虽然希迪智驾和佑驾创新在智能驾驶领域占据领先地位，但它们依然未能突破持续亏损的困境。

顶着“中国自动驾驶第一股”的光环，地平线在过去三年半的时间里累计已亏损超过220亿元人民币。2021年—2024年上半年，地平

线净亏损分别是20.6亿元、87.2亿元、67.4亿元和51亿元，经调整后的净亏损分别为11.0亿元、18.9亿元、16.4亿元、8.0亿元；净亏损率分别为442.1%、962.9%、434.3%和545.5%，经调整净亏损率分别为236.4%、208.8%、105.4%和86.0%。

根据希迪智驾的招股书，2021年至2024年上半年，该公司分别实现收入约0.77亿元、0.31亿元、1.33亿元和2.58亿元。然而，同期的亏损分别达到1.8亿元、2.63亿元、2.55亿元和1.23亿元。希迪智驾表示，亏损的主要原因在于高额的销售成本、一般和行政开支以及研发投入。尤其值得注意的是，尽管收入有所增长，但毛利率却持续下滑，2021年公司的毛利率曾达到33.1%，但此后呈现震荡下行的趋势，表明其盈利能力依旧承压。

佑驾创新的情况也不容乐观。根据其招股书，2021年至2023年，佑驾创新的收入分别为1.75亿元、2.79亿元和4.76亿元，但调整后的净亏损分别为1.31亿元、2.05亿元和1.85亿元。2024年上半年，公司的营业收入达到2.37亿元，同比增长44.5%；尽管亏损有所收窄，但调整后的净亏损仍然达到0.82亿元。

佑驾创新解释称，亏损的主要

原因是持续高额的研发投入，虽然其毛利率有所提升，从2021年的9.7%提升至2024年上半年的14.1%，但这一增长依然未能覆盖其高昂的研发成本。

面对持续亏损，地平线创始人余凯则表示：“如果我们已经盈利了的话，那这个企业就没有未来。这说明挣的钱完全没有投资到未来，只是在做现有的事情，目光非常短浅。”

实际上，整个行业普遍面临着亏损压力。据《中国经营报》记者不完全统计，10家主要的国内智能驾驶企业中，9家处于亏损状态，只有一家未披露财报，其盈利状况尚未可知。以文远知行为例，2021年至2024年上半年，累计亏损已超过51亿元；黑芝麻智能在同一时期的亏损更是高达105.68亿元；地平线在2021年至2023年间的经营亏损分别为13.35亿元、21.32亿元和20.31亿元。

此外，业内还传出了一些不容忽视的消息。例如，毫末智行近期面临大规模裁员，纵目科技也被报道遭遇财务困境，部分员工工资未能按时发放。管理层离职的消息也频频传出，12月2日，网传地平线副总裁、前软件平台产品线总裁余铁南已于近期正式离职。



自动驾驶车辆在道路上。

本报资料室/图

## 盈利难题待解

面对盈利困境，专家建议智能驾驶企业应在技术差异化、市场定位和商业模式创新方面寻求突破。

智驾企业亏损与动荡的背后，反映出行业激烈的市场竞争与普遍的“内卷”现象。

根据灼识咨询的报告，2023年全球自动驾驶商用车市场规模仅为59亿元，其中国内市场占24亿元。竞争格局方面，2024年上半年，国内自动驾驶商用车市场前五名企业中，最大的公司市场份额为12.9%，而排名第二至第五的公司市场份额则在6.7%—8.2%之间，显示出市场竞争的高度分散。

佑驾创新的招股书显示，在2023年，按照L0至L2+/L2++解决方案的收入计算，公司在国内智能驾驶解决方案供应商中排名第六，市场份额仅为0.6%。与行业领导者的6.6%份额相比，佑驾创新面临较大的差距。

在这一竞争环境中，希迪智驾也面临诸多挑战。除了开发新技术和提升客户体验外，如何建立有效的商业化策略、研发新产品与解决方案以及持续吸引和维护客户，将是公司能否成功脱颖而出的关键。希迪智驾在招股书中指出，如果公司未能在竞争中保持优势，或不得不采取高成本

的竞争手段，可能会对其业务、经营业绩及财务状况产生重大不利影响。

尽管当前智能驾驶企业普遍亏损，但市场对其未来仍持乐观态度。北京社科院副研究员王鹏表示，随着技术的不断发展，智能驾驶的市场前景被广泛看好。资本市场普遍认为，尽管许多智驾企业目前仍处于亏损状态，一旦技术成熟并实现商业化，这些企业的盈利潜力将极为巨大。

事实上，从长远来看，全球自动驾驶商用车市场确实有望迎来高速增长。灼识咨询的报告预测，全球市场规模到2030年将达到16158亿元，年复合增长率为123%。国内市场，随着政策逐步放开和自动驾驶技术的不断成熟，预计将在未来几年迎来爆发式增长，市场规模有望在2030年达到7788亿元。

在自动驾驶技术的应用场景中，2023年封闭场景已占全球商用车市场规模的53.7%，远超城市道路及城际干线场景。同时，随着对自动驾驶解决方案需求的增长，中东、澳大利亚和南

美洲等地区已成为商用车自动驾驶的战略市场，这些市场将在未来几年推动全球市场的扩张。

面对盈利困境，专家建议智能驾驶企业应在技术差异化、市场定位和商业模式创新方面寻求突破。

科方得智库研究负责人张新原指出，企业可以通过深度挖掘市场需求，开发具有差异化优势的产品或服务，以满足特定客户群体的需求。通过精准的市场定位，企业可避开与行业领导者的直接竞争。此外，创新商业模式，如提供一体化解决方案或开展合作研发，可以降低成本、提高效率，从而提升市场竞争力。同时，提供优质的服务和客户体验，也能帮助企业建立口碑，推动盈利增长。

针对上述内容，记者曾尝试联系希迪智驾和佑驾创新进行采访，但截至发稿未收到希迪智驾回复。仅佑驾创新则在回函中表示，当前正按照相关法律和规定进行上市程序，处于静默期。如有进一步的上市进程，将通过交易所发布正式公告。

# 借新能源“东风”加速进军海外 国产轮胎能否“弯道超车”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

走进通用股份(601500.SH)位于江苏省无锡市的半钢“黑灯车间”，自动化设备运转有序，AGV小车穿梭自如，操作人员屈指可数，生产效率却能提升40%。

同样的智能化工厂，通用股份还建到了泰国和柬埔寨，使得轮胎产能迎来飞跃式增长。泰国基地二期已于2024年6月28日实现投产，泰国基地日产能最高突破3万条；柬埔寨基地二期项目也已于8月28日实现首胎下线。

《中国经营报》记者了解到，工艺进步、产能释放以及加速“出海”，正是中国轮胎企业业绩增长的主要原因。截至今年三季度，在包括通用股份在内的10家A股上市轮胎企业中，9家企业成功实现盈利。

作为轮胎工业后来者，中国轮胎能够崛起，也离不开新能源汽车产业的蓬勃发展。中国汽车工业协会数据显示，今年1—10月，我国汽车产销量达2446.6万辆和2462.4万辆，同比分别增长1.9%和2.7%。其中，新能源汽车产销累计完成977.9万辆和975万辆，同比分别增长33%和33.9%。

中信证券研报认为，中国轮胎凭借性价比优势，把握海外供应链扰动和终端消费降级的历史发展机遇，持续向上渗透，实现全球市场份额的稳步提升，龙头轮胎企业有望享受出海建厂绕过贸易壁垒带来的超额利润。

## 业绩普增分化明显

与利润普遍下滑的整车企业不同，A股轮胎企业2024年的利润水平不断攀升。

记者梳理财报发现，在10家A股上市轮胎企业中，除青岛双星(000559.SZ)外，其余9家均实现盈利。其中，赛轮轮胎(601058.SH)业绩最为突出，今年前三季度实现营收236.28亿元，同比增长24.28%；实现归母净利润32.44亿元，同比增长60.17%。

通用股份更是实现利润翻

番。财报数据显示，今年前三季度，通用股份实现营收49.88亿元，同比增长35.56%；归母净利润3.8亿元，同比大幅增长139.49%；毛利率和净利率也分别提升至16.67%和7.63%。

“随着公司全球化市场布局、品牌和渠道建设、研发创新和产品表现等核心竞争力的提升，同时海外双基地产能不断释放，公司前三季度业绩实现较大增长。”12月3日，通用股份董事长顾莘在业绩会

上阐释道。

顾莘进一步表示，依托高性价比、高竞争力产品，国产轮胎品牌海外市场占有率稳步提高，呈现向上渗透趋势。

根据美国《轮胎商业》发布的“2024年度全球轮胎75强排行榜”，中策橡胶连续13年位列10强，赛轮集团首次跻身10强。第一梯队世界前三大轮胎制造商(米其林、普利司通、固特异)的市场份额已经从2003年的56%下降至

2024年的39.2%，前75强中的中国企业数量则从2006年的11家增长至2024年的38家，对应市场份额从5.0%扩张至18.6%。

这样的增长幅度，离不开中国本土汽车工业的崛起。中国汽车工业协会数据显示，今年1—10月，国内汽车产销量达2446.6万辆和2462.4万辆，同比分别增长1.9%和2.7%。而在同期，中国橡胶轮胎外胎累计产量为9.28亿条，同比上涨8.9%。

此外，中国轮胎行业不断向头

## 新能源带来超车机会

“现在道路上的新能源车越来越多，因为它们凭借便捷性、成本性等优势更为受到年轻人的青睐。随着我国新能源汽车的崛起，轮胎产业也迎来弯道超车的机会。”通用股份董事会秘书卞亚波在接受记者采访时感慨道。

作为“中国轮胎一哥”，拥有“朝阳”“好运”“全诺”等知名品牌的“中策橡胶”也有着类似的想法。中策橡胶方面表示，随着新能源汽车产业的迅速发展以及新能源产业链在我国的全面落地，轮胎行业

迎来了一个全新的市场，中国轮胎企业可与海外轮胎企业在一起跑线上充分竞争。

中策橡胶方面强调，新能源汽车制造商相较于传统车企更追求性价比，整车降本压力大，在成本管控方面更为严格。国内轮胎行业龙头可发挥自身固有的性价比优势、服务优势，加强相关技术研发，深化与新能源汽车制造商的合作，强化新能源汽车的行业布局，进一步提高市场占有率。

以米其林为代表的国际轮胎

巨头也感受到了这一变化。“中国的整车销售市场变化非常大，没想到国产车的品牌在今年能够迅速崛起。我们不能满足于过去仅有1款适用于新能源车的轮胎，而是所有的米其林轮胎都要能完全适应新能源车的要求。”米其林大中华及蒙古区总裁叶菲如是表示。

正因如此，米其林集团加大了对在中国市场的投资力度。2023年11月，米其林集团宣布扩张在上海工厂的产能，计划将工厂所产的高

性能子午线轮胎从目前的850万条增加至2026年的950万条。

沈阳工厂则是米其林集团在中国大陆投资设立的第一家生产性公司。2024年年初，米其林集团宣布对沈阳工厂进行产能调整，总投资超过3亿元，逐步将现有乘用车轮胎产能转换为乘用车轮胎产能。改造完成之后，沈阳工厂的乘用车轮胎年产能将提升至1700万条以上。

叶菲认为，新能源车企业对供应

商的反应速度、技术要求更加苛刻。要在中国长远发展，必须提高研发速度和适应中国车厂需求。

“新能源汽车对于轮胎也提出了更高的要求。”卞亚波表示，一方面，新能源汽车加速度更快，要求轮胎的抓地力要更好；另一方面，新能源汽车需要轮胎有更高的耐磨性和降噪性，同时滚动阻力又要更小，这样的要求十分苛刻。

卞亚波进一步表示，尽管中国轮胎已经进步明显，但和国际巨头相比仍在品质稳定性和品牌溢价率等方面存在差距。

## 加速“出海”谋破局

华谊集团旗下的“双钱”牌是中国首个轮胎品牌，至今已有95年的历史。2016年，华谊集团来到泰国建立了“海外第一厂”。

据华谊集团相关负责人介绍，当年5月，华谊集团和泰国泰倍加企业有限公司签约，在泰国罗勇府立盛工业园区建设一条数字化轮胎生产线，主供满足卡客车(TBR)市场需求的各型“双钱”轮胎。第一期设计产能为120万条。一年多以后，第一条测试轮胎顺利下线。到了2022年，华谊集团泰国工

厂生产线利用率已达116%。2023年，泰国工厂二期项目开工，仅用183天就建成投产，产能增长至150万条。“短短8年时间，‘双钱’轮胎在泰国的市场占有率完成了从0到5%的跨越。”华谊集团相关负责人感慨道。

中策橡胶的“出海”进程则更早。中策橡胶方面表示，在海外设立生产基地，既有利于缩短原材料运输时间、压低成本，又可以规避部分国家对华贸易保护政策的不利影响。中策橡胶泰国生产基地

自2015年投产以来，已成为公司重要的生产基地及利润增长点。

据卞亚波介绍，通用股份泰国基地二期已于2024年6月28日实现投产，目前项目爬坡进展顺利，预计于2025年实现全面达产。目前，泰国基地一期和二期日产能最高突破3万条；柬埔寨基地二期项目也已于8月28日实现首胎下线，由于全钢胎和半钢胎订单饱满，超出现有产能规模，公司正在加速二期项目的产能爬坡。

中信证券研报分析称，过硬的产品力与制造优势，是中国轮胎能够加速“出海”的根本原因。产品力方面，中国轮胎整体产品性能与海外巨头之间的差距正加速缩小，甚至在部分规格及领域实现反超；制造优势方面，近年来产能降本增效如火如荼，稳定的供应链叠加强化的制造能力使得中国轮胎传统竞争优势得到进一步巩固。

“在国内受到宏观经济挑战的同时，欧美国家也在对中国制造贸

易壁垒，因此中国轮胎企业走出去已经是不可避免的趋势。”在卞亚波看来，相较于国内，海外工厂普遍利润率更高，海外市场将成为中国轮胎企业新的业绩增长动能。

中信证券研报进一步指出，市场份额提升与品牌升级存在相互促进，越来越多的海外消费者能够看到中国轮胎。国内头部轮胎企业有望在产品性能、营销渠道、中高端配套等方面继续发力，最终在海外市场实现份额与品牌的双赢，并助力国内市场进口替代提速。