

# 从裁员、提价到停止供货 跨国车企储备粮草应战“关税风暴”

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

美国总统特朗普的惊人之举,世界已经见识了许多,然而连日来特朗普政府宣布对全球所有贸易伙伴征收10%的基准关税,对美国贸易逆差最高的60余个国家和地区征收20%—49%不等的额外关税,对中国所有商品加征的关税税率在4月9日攀升至125%等一系列举动,还是让世界感到错愕和震惊。

全球汽车产业界因此受到剧烈冲击。在新的关税框架下,美国对所有进口汽车以及汽车零部件加征25%关税,这一政策正在持续引发连锁反应,跨国车企股价近期亦持续震荡。

## 美国汽车关税“乱拳开打”

美国征收25%的汽车关税对多国汽车产业来说是一记重锤。

虽然已有所准备,但美国最新关税政策的落地实施仍然打得全球产业界措手不及,其加征关税的政策力度远超市场预估。

美东时间4月2日,美国总统特朗普宣布了全球瞩目的“对等关税”。在新的关税框架下,越南、泰国、印度尼西亚、印度、日本、韩国、欧盟国家被美国征收的关税分别升至46%、36%、32%、26%、24%、25%、20%。虽然在美东时间4月9日特朗普宣布将对特定国家加征的“对等关税”实施90天暂缓措施,但美国关税仍然是一把悬在头顶的利剑。

作为大宗贸易的代表,汽车产业是美国此番加征关税的重点门类。根据白宫发布的文件,美国对所有进口的乘用车和轻型卡车(包括轿车、SUV、面包车和货运厢式车),以及发动机、变速箱、锂离子电池、轮胎、汽车座椅、火花塞等汽车零部件,征收25%的额外关税。其中,符合美墨加协定的车型则可享受一定的豁免政策,不满足条件的产品则仍需加征25%关税。

行业内分析认为,特朗普政府此举意在改善贸易逆差,推动制造业“回流”。根据一些机构的估计,美国整车关税政策可能带来每年约1000亿美元的税收收入。通过高关税形成的成本壁

《中国经营报》记者注意到,截至目前,为应对美国加征关税而带来的成本的急剧上涨,包括大众汽车、奥迪、梅赛德斯-奔驰、宝马、现代汽车、英菲尼迪、日产汽车等在内的跨国车企已然采取包括提价、停产、调整产品结构、推出折扣活动、暂停向美国经销商交付车辆以及自我消化关税成本等短期性举措。跨国车企正在内部评估美国关税带来的潜在影响,面临着如何调整在美业务的艰难考验。

特朗普政府为何要上演这一出戏码?这盘棋并不难理解,美国当局希望通过关税“大棒”促使汽车制造商将部分生产产能转移到美国,从而增加美国本土的就业和制造能力。



受汽车关税影响,跨国车企股价近期持续震荡。

垒,汽车制造商或将妥协考虑增加在美国本土的生产比重,保障本土就业以及重新打造美国汽车产业。

业界普遍认为,此次美国对进口汽车以及汽车零部件征收25%的关税,对日本、韩国、德国、英国车企以及在加拿大、墨西哥生产的美国车企冲击最大,对中国汽车产业影响较小。

公开数据显示,2024年美国市场销售的新车中,仅有一半是在美国制造,另外50%来自进口。在进口至美国的汽车中,约有一半来自墨西哥和加拿大,另外一半来自日本、韩国、德

然而,理想很丰满现实却很骨感。中汽中心资深首席专家、中国汽车战略与政策研究中心总工程师吴松泉分析指出,由于美国汽车生产大量依赖进口零部件、美国市场供给高度依赖进口车以及“美国-墨西哥-加拿大协定”(以下简称“美墨加协定”,USMCA)严苛的原产地标准,长期加征关税势必导致美国汽车行业陷入孤立或半孤立状态。“由于车企推进本地生产和供应链本土化需要一个过程,对于美国来说,在“残缺”的本土供应链基础上推进本土制造,再加上熟练工人不足、劳动力成本高昂,必然意味更高的成本,汽车价格将大幅上涨。”

## 引发“蝴蝶效应”

部分车企已开始着手推进在美国建厂的可行性评估。

面对美国抛出的“即刻执行、永久有效”的高达25%的汽车关税,跨国车企无不惊惶。背后的原因在于,美国凭借其庞大的消费规模、高购买力及成熟的汽车文化,长期以来是许多跨国车企的第一大单一市场。

几乎在消息落地的第一时间,主流跨国车企纷纷宣布启动“应急预案”,从供应链管理到全球生产、运输、销售网络的调整,都在紧锣密鼓地进行着。

奥迪是反应最为迅速的车企之一。据悉,奥迪在美国本土没有汽车制造工厂,奥迪在美国的畅销车型Q5生产于奥迪墨西哥工厂,而其他车型则来自奥迪在德国、匈牙利和斯洛伐克的工厂。美国汽车关税的落地使其面临成本迅速上涨的挑战。

据相关媒体报道,奥迪品牌向美国经销商发送了一份备忘录,称4月2日起暂停向美国经销商发货,直至另行通知。据了解,奥迪品牌目前在美国经销商手中大概有3.7万辆库存车,大约能满足美国两个月的市场需求。而在这期间,奥迪将重新审视其在美国的汽

## 关税震荡下车市将迎来新局?

“在这次关税中,没有人是赢家。”

就汽车关税“风暴”的影响,多位跨国车企发言人或美国业务负责人认为,可以肯定的是,美国汽车关税政策将给车企和消费者带来高昂且难以预测的成本,车企的经营利润将被关税进一步吞噬。

美国经济咨询公司安德森经济集团(AEG)方面称,仅汽车关税就可能使像本田思域、大众捷达这样的小型车的价格上涨2500—4500美元;而受关税影响更为严重的大型车型的价格可能会上涨1万—1.2万美元。预计,美国二手车价格也将随之攀升,因为不愿为新车支付更高价格的消费者将选择购买二手车。

类似的声音此起彼伏。美国投行Wedbush某知名分析师在一份研究报告中指出:“我们认为,仅就

车业务,思考如何消化加征关税导致的成本上涨这一压力。

为应对特朗普政府25%的汽车关税,奥迪母公司大众汽车也已对全部运往美国的车辆实施了“紧急刹车”措施。记者了解到,大众汽车在第一时间作出计划,其将在运往美国的汽车标价中增加进口费。与此同时,大众汽车采取临时措施,暂停从墨西哥通过铁路运输车辆至美国,并将从欧洲运来的车辆暂留在港口。大众汽车方面称,公司正在密切关注事态发展,并在内部对供应链及生产网络的潜在影响作出全面评估。

面对压力,同为德系车企的梅赛德斯-奔驰则选择自我消化关税带来的成本压力,表态称暂时不会提高2025款车型的标价,不过其也声明将在必要时根据不断变化的市场条件和竞争格局进行战略调整。

除了德系车企外,日系与韩系车企也对美国汽车关税政策感到紧张。本田、马自达、现代汽车与梅赛德斯-奔驰的态度趋同,在现阶段采用暂不涨价、观望事态发展的态度。丰田汽车方面亦表示,仍将保持现有运营模式,并致力于降

低固定成本,暂时不会上调其在美国市场销售的车辆价格。

上述车企的举措只是权宜之计。要应对美国汽车关税冲击,必须找出能“治标”的“药方”。

记者了解到,在上述车企之外,部分汽车制造商已经加快评估在美国建厂的可行性,并对现有在墨西哥、加拿大的工厂进行全面审查,考虑是否需要将部分生产线转移到美国或调整组装比例。与此同时,一些车企开始对采购的零部件来源进行替代性整合,通过提升美国产零部件的比重来降低总体进口关税带来的成本压力。

此外,为了降低生产成本,有车企决定对现有生产工艺和自动化水平进行改造,力求在保证产品质量和技术优势的前提下,通过技术创新和效率提升来抵消关税成本对利润的挤压。

除了车企在进行调整,汽车出口占比比较大的各国政府亦在寻求应对之策。连日来,在加拿大宣布对美国汽车对等征收25%关税的同时,包括日本、韩国等政府高官奔赴美国就关税展开谈判,欧盟亦召开高规格会议商讨应对策略。

# 人形机器人赛道升温 赛力斯能否“二次突围”?

本报记者 陈靖斌 广州报道

近期,赛力斯在人形机器人领域动作频频,战略布局逐渐清晰。

3月31日,赛力斯联合北京航空航天大学成立北京赛航具身智能技术有限公司,注册资本5000万元,赛力斯旗下子公司持股70%。此外,3月22日发布的2025年全球校园招聘中,新增“具身智能大模型工程师”博士岗位,要求具备将

## 战略布局逐步清晰

近日,赛力斯在“人形机器人”领域的一系列动作引发了市场的高度关注。从企业设立、校招岗位设置,到业内持续流传的动向传闻,赛力斯在这一前沿技术领域的布局逐步浮出水面,其战略推进路径也愈发清晰有序。

今年3月31日,北京赛航具身智能技术有限公司正式成立,成为赛力斯在人形机器人领域的重要战略支点。工商信息显示,该公司注册资本为人民币5000万元,由赛力斯旗下的重庆凤凰技术有限公司持股70%,北京航空航天大学持股30%。公司法定代表人为朱乾勇。

3月22日,赛力斯发布了2025年春季全球校园招聘公告,首次设立“具身智能大模型工程师”博士岗位。该岗位要求候选人具备多

模态数据能力应用于机器人等场景的能力,显示其正加快在具身智能领域的技术储备与落地进程。

事实上,自2023年年底以来,业内便多次传出赛力斯计划涉足人形机器人本体研发的消息。尽管目前赛力斯方面尚未对此作出正式回应——截至发稿,记者就此向赛力斯集团发出的采访请求仍未获回复——但从公开信息及其一系列实际举措来看,赛力斯的相关战略已具雏形。

模态数据理解与生成能力,并能将其应用于机器人、智能制造及家庭服务等具体场景。

事实上,自2024年下半年起,赛力斯就在招聘平台上密集发布与人形机器人相关的技术岗位,包括具身智能控制工程师、嵌入式软件开发(电机-机器人)、产品经理(机器人)等,工作地点多集中于重庆研发基地,进一步印证了其在机器人领域的持续推进。

而有关赛力斯进军人形机器人本体研发的消息,早在2023年年底便已在业内频频传出。

尽管2024年11月4日,赛力斯官方曾回应称“没有与任何伙伴联合开展有关人形机器人的合作”,但随后又补充道:“公司持续锚定新能源智能汽车主赛道,同时关注前沿技术探索。”这一说法虽未明确,但

“赛力斯此时切入人形机器人赛道,并非偶然。”科技部国家科技专家库成员、曾参与机器人国家标准制定的专家周迪在接受《中国经营报》记者采访时表示:“随着新能源汽车市场竞争愈发激烈,差异化发展成为车企寻求突围的重要方向。涉足人形机器人,尤其是聚焦具身智能,或许是赛力斯打造差异化竞争力的关键一步。”

周迪指出,人形机器人作为智能

与其近期一系列动作为外界留下了充足想象空间。

除技术与人才投入外,赛力斯在人形机器人领域的资本与品牌布局也在同步展开。

2023年12月,赛力斯与重庆市财政局旗下控股企业共同出资,成立重庆赛力斯凤凰智创科技有限公司(注册资本12.2亿元),专门承接机器人相关业务;2024年9月,公司申请注册“ROBOREX”商标,并于10月获得受理;直至今年3月,再度携手北航成立北京赛航具身智能技术有限公司,明确涉足智能机器人研发、销售及服务型消费机器人制造等业务。这一系列资本运作和商标动作,标志着赛力斯在机器人产业链条上的深度参与。

产业观察人士洪仕宾指出,赛力斯此时进入人形机器人赛道,

硬件与人工智能融合的重要载体,与新能源汽车在感知系统、控制算法、动力系统等多个技术层面存在高度协同。“人形机器人的加入,有助于赛力斯构建更完整的智能汽车生态系统,不仅能强化品牌的智能化标签,也可能催生出新的商业模式和增量市场。”他说,“在传统汽车企业纷纷转型智能化的背景下,谁能更早完成机器人与汽车技术的深度融合,谁就有望在未来的竞争中抢占先机。”

具有重要的战略意义。“在新能源汽车市场竞争日益白热化的背景下,拓展机器人技术不仅为企业提供了差异化竞争路径,更有可能成为引领下一轮技术突破的关键抓手。”

洪仕宾进一步分析:“人形机器人本体技术是未来智能汽车发展的关键技术之一,能够显著提升整车的智能化水平,增强企业在智能驾驶、交互体验等方面的核心竞争力。同时,机器人技术作为未来智能制造和智慧生活的核心支撑,也为企业提供了跨产业拓展的广阔空间。赛力斯布局该领域,既有利于强化其在新能源汽车领域的技术壁垒,也有望开拓新的商业模式和增长曲线,实现从汽车制造商向智能科技企业的转型升级。”

## 车企争相竞逐人形机器人

自2024年以来,随着新能源汽车市场进入“白热化”竞争阶段,越来越多整车企业正将目光投向人形机器人这一前沿科技领域,试图通过差异化布局寻找新的技术突破口和增长曲线。无论是自研、合作还是校企联动,人形机器人正成为整车企业加快智能化转型、构建未来产业生态的重要抓手。

3月18日,长安汽车公开披露其人形机器人研发项目,面向全社会寻求优质供应商。该项目聚焦驱动、动态控制、多模态感知等关键核心技术,旨在通过技术创新与产业协同,推动人形机器人向高性能、低成本和高可靠性方向发展,构建完整的技术生态体系。

事实上,2024年11月长安汽车就宣布未来五年将投入超过500亿元,围绕海陆空立体交通方案及人形机器人等战略领域展开布局。其中明确提及:将在2026年前推出飞行汽车产品,并计划在2027年前发布具备实际应用能力的人形机器人。

广汽集团则选择以迭代升级为路径,持续推进具身智能机器人技术的应用。其第三代人形机器人产品“GoMate”已对外发布,并计划在2025年实现自研零部件的批量化生产,以满足行业和市场的多元化需求。预计到2026年,GoMate将

进入小批量整机生产阶段,并逐步向大规模量产过渡。

广汽方面透露,该款机器人将率先在广汽传祺、广汽埃安等品牌的生产线与产业园区开展示范性应用,进一步强化其在智能制造领域的技术实践与应用能力。

在智能驾驶技术方面布局较早的小鹏汽车,则于近期推出全新一代人形机器人“IRON”。董事长何小鹏表示,公司希望借助在L3级自动驾驶和世界模型方面的技术积累,推动工业级L3级人形机器人的研发,目标是在2026年实现量产。

相比自主研发路线,部分车企则选择与头部机器人公司深度合作。例如比亚迪、吉利、领克等均与机器人企业优必选达成合作,借助其成熟的技术与产品体系加快实训落地。据悉,优必选已将旗下工业版Walker S系列机器人部署至多家车企,开展第一阶段的单机自主智能实训。目前,项目已进入“实训2.0阶段”,通过多机协同实训与数据积累,进一步提升模型性能,加速产品迭代。

尽管整车企业纷纷入局,但人形机器人作为一项融合了人工智能、机械工程、感知控制等多学科的复杂系统,商业化路径仍存在不少难题。