

# “厂中厂”模式落地 宁德时代本地化布局提速

中经记者 陈靖斌 广州报道

6月30日,宁德时代在重庆赛力斯超级工厂内建设的两条CTP2.0高端电池包产线正式投产。这一项目不仅标志着宁德时代首次在重庆布局制造基地,也意

## 宁德时代与赛力斯打造智造新范式

不仅效率提升显著,该模式也在绿色制造方面展现出优势。

所谓超级工厂的“厂中厂”模式,是一种创新的供应链协同机制。通过将核心零部件供应商直接嵌入整车制造工厂内部,旨在实现产供研一体化、高效协同与快速响应,重塑新能源汽车产业链协作模式。

赛力斯相关负责人向《中国经营报》记者介绍,早在两个月前,宁德时代便与问界汽车联合完成了超级工厂一期50MWh分布式光伏项目的并网,为即将落地的电池生产线提供稳定绿色能源。本次投产的CTP2.0高端电池包产线,是宁德时代首次在赛力斯超级工厂内部采用“厂中厂”模式落地,将专为问界系列车型实现动力电池系统的本地化制造与即需即供。

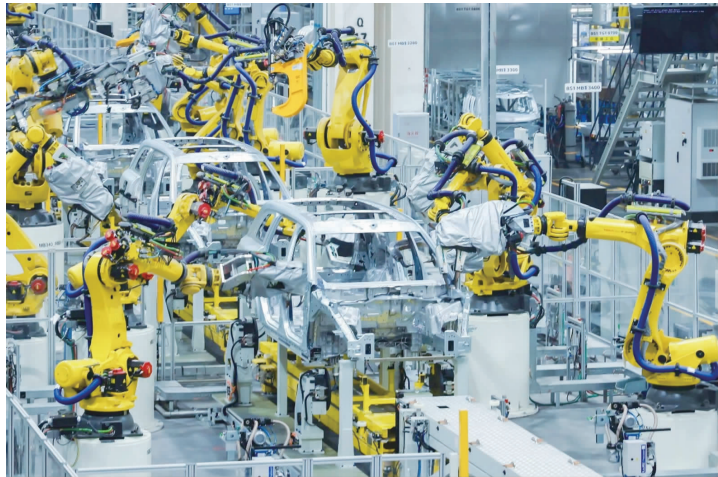
该负责人透露,“厂中厂”带来的最大优势,是供应链响应速度的大幅提升。例如,从赛力斯下达生产指令到宁德时代产线调整,仅需不到20分钟;每天所需的数千个零部件可实现当日生产、当日周转。在具体应用中,如冲压工序,产线可实现1分钟生产16个零件,内部物流转运实现100%自动化,焊接、喷涂等工序的自动化率亦达100%。

不仅效率提升显著,该模式也在绿色制造方面展现出优势。赛力斯方面指出,通过减少零部

意味着“厂中厂”合作模式正式落地,主要服务对象为问界系列车型,提供本地化动力电池系统支持。

“今天投产的生产线,是宁德时代迄今最先进的智能化、数字化产线。”宁德时代董事长兼CEO曾毓群在现场表示,此次投

产是公司本地化战略的重要一步,也标志着与问界合作关系的进一步深化。赛力斯集团董事长兼创始人张兴海则形象地评价:“问界的高端智能电动汽车,配上宁德时代专属设计与制造的高端电池,正如好马配好鞍。”



赛力斯超级工厂

赛力斯官微图

件跨地运输和降低能耗,“厂中厂”模式有效压缩物流链条,进一步推动碳减排目标实现。

在 product 安全方面,宁德时代为问界M9 2025款定制的电池也体现出其在电池安全领域的技术领先。该电池具备166Wh/kg的超高能量密度,采用超过行业标准的结构和热安全设计,并搭载“车云协同监护系统”,通过AI进行隐患预测,提升安全等级。

据介绍,该电芯采用五层安全包覆结构,可显著降低电芯短路风险;电池包则配备全高压热安全防护机制,涵盖实时监测、主动预警、主动冷却及毫秒级断电

等功能,有效防止极端情况下的热失控。

尽管如此,专家仍提醒,当前“厂中厂”模式在实际推进过程中仍存在一定瓶颈与挑战。

浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示,协同难题主要集中在生产计划同步、物流衔接和质量标准统一三大关键环节。他建议,主机厂与供应商应联合设立生产调度中心,实现实时数据共享;物流方面可采用共享仓储+统一配送体系,以减少周转时间;质量管理上则需设立联合质量团队,提前介入设计环节,制定统一标准,并引入专职协同经理,负责流程衔接与管理优化。

## 深化绑定 协同进化

本次在重庆赛力斯超级工厂落地的“厂中厂”电池产线,正是宁德时代推进本地化布局的缩影。

宁德时代与赛力斯的战略合作早已形成深度绑定。

早在2022年8月27日,双方即签署长期合作协议,约定AITO问界品牌车型将全面搭载宁德时代动力电池,合作期为5年。自此之后,问界旗下全系车型均标配宁德时代电池,累计装车超过70万辆,成为彼此最核心的战略客户与供应商。

市场表现也印证了双方协同的成果。今年前5个月,赛力斯旗下赛力斯汽车累计销量达10.88万辆。其中,旗舰车型问界M9销量达5.05万辆,同比增长19.46%,成为高端智能电动车市场的重要支撑。

在稳定合作订单的同时,宁德时代也在持续优化自身的投资效

率。今年,公司高管在调研中披露,通过引入“超级拉线”先进制造技术,其资本开支增速已低于产能增速。在动力电池与储能电池出货量稳居全球第一的背景下,截至目前,宁德时代已具备676GWh系统产能,仍有超过200GWh的新增产能正在建设中。

本次在重庆赛力斯超级工厂落地的“厂中厂”电池产线,正是宁德时代推进本地化布局的缩影。其背后逻辑是以更靠近整车生产环节的产能部署,提升交付效率、控制物流成本,并强化与核心车企的战略绑定。

除了重庆之外,宁德时代在国内还推进中州基地、贵阳基地、厦门基地、济宁基地等多个基地建设,部分已实现投产并处于产能爬

坡阶段;在海外,公司德国工厂产能持续释放,同时积极推进匈牙利工厂、与Stellantis合资的西班牙工厂以及印度尼西亚电池产业链项目的建设。

值得一提的是,宁德时代在“出海”与扩张过程中,并非仅仅输出产能,更同步复制其“零碳工厂”建设能力,推动区域绿色生态系统落地。在与赛力斯的合作中,双方已联手建成并网50MWh分布式光伏项目,为赛力斯超级工厂提供清洁能源支撑。

“未来,宁德时代与赛力斯将继续深化在新产品、新技术、新材料等领域的战略协同,推动全产业链绿色低碳转型,引领中国新能源汽车产业链向更高质量发展迈进。”宁德时代方面表示。

# 小鹏汽车何小鹏： 政策法规决定智驾出海进程

中经记者 赵毅 北京报道

“有效算力,全球第一。”近日,在小鹏G7上市发布会上,有这样一条广告语。

对于这款自研的芯片,小鹏汽车董事长、CEO何小鹏形容:“整车有效算力2250TOPS,智能座舱AI有效算力达800+TOPS,比行业旗舰车型大26倍。”

2020年,小鹏汽车便开始亲自下场研发芯片,直至2024年流片成功,何小鹏火速将这款芯片搭载于

## “不会放弃与英伟达合作”

自2016年,“人工智能”被写入“十三五”规划纲要,“十四五”规划明确将芯片研发列为重点攻关领域。多年以来,在政策护航、市场扩容、技术革新等因素作用下,国内芯片产业发展迅速。

国内车企纷纷加入“造芯工厂”,包括小鹏在内,比亚迪、小米、蔚来、长城、吉利等企业已自主研发芯片。

2025年CES展会上,英伟达创始人黄仁勋公布的汽车领域最新合作名单中并无小鹏汽车,作为早期的合作伙伴,这一举动被外界解读为小鹏汽车正在加速摆脱对英伟达的芯片依赖。

L3级自动驾驶的商业化落地,催生对高算力芯片的爆发式需求。

## “卖产品”更要学会“情绪营销”

2022年年底,小鹏汽车开启了大规模改革,其在内部举办的年度总结会上复盘了一年来的得失。

何小鹏列举了做得不足的地方:股价、销量、士气的低迷,小鹏汽车的组织能力差导致部门低效。

为此,何小鹏对内部进行了大刀阔斧的整改,包括明确未来的战略规划,对净推荐值(Net Promoter Score,NPS)提出了更高的要求,开始推进一场深度的组织架构调整。改革覆盖公司组织、战略规划、经营、供应链等。可以说,小鹏汽车经历了一次“涅槃”。

伴随着改革的是,小鹏汽车从单一车企向“面向全球的AI汽车公司”蜕变。除了汽车本身以外,开始布局飞行汽车及机器人领域。

## “明年开启智驾全球化布局”

值得庆幸的是,小鹏汽车在全球化布局上跑得很快。

目前,小鹏汽车已覆盖全球46个国家和地区。数据显示,2025年上半年,小鹏汽车海外累计销量突破18701辆,同比增长217%。

“区别于行业传统路径,小鹏汽车自产品规划阶段即锚定全球市场,以全球化视野反向驱动研发与生产,构建差异化的国际竞争优势。”何小鹏非常明确,“小鹏汽车在明年会开启智驾全球化布局。”

这当中的理由是,欧洲及联合国目前尚未放开与中国类似的城市自动驾驶功能相关政策法规。何小鹏认为,欧洲市场届时或跳过

G7。在G7正式亮相前,何小鹏曾聚集媒体搞了一场小型的闭门交流会,希望大家能够给点建议,听到的声音是“定价偏高”。

或许是听进去了。在G7公布价格当天,小鹏G7 Max 702超长续航版价格仅20.58万元,现场欢呼声一片。这与何小鹏所铺垫的各种性能形成巨大反差,更不要说收回图灵芯片的研发成本。

何小鹏对首次搭载新车的“Turing”可以说是寄予厚望,而面对《中国经营报》记者的提

问,何小鹏也直言,不会放弃英伟达。

“我们希望在芯片和软件解决方案上寻找全球合作伙伴。”与何小鹏一样,许多企业家的心态发生了根本性变化。近些年,中国企业面对的是全球竞争,绝非在一朝一夕间卷价格,而是长期博弈。

对于为何自研芯片,企业战略是否聚焦,政策法规的边界在哪里,如何顺应全球趋势,何小鹏提出了诸多观点。

发挥能力,未来不只在汽车上,还将运用到飞行汽车和机器人上面。”他表示。

虽然硬件潜力超前,G7当前明确提供的仍是L2级别的辅助驾驶功能。在采访中,何小鹏坦言,G7尚未配备全L3的硬件,而是L3级算力,从用户的角度看,它符合L2的法规,但实际能力将逐步进阶至L3。

何小鹏判断,当前Ultra还是L3级软件刚刚起步,未来L3级硬件将持续升级,L4级软硬件体系也将在5年内迎来重大突破。随着L4技术逐步成熟,L2级自动驾驶技术或将逐渐退出市场,L3级技术有望成为关键过渡技术。尽管技术迭代,现有的Max版本在中国及全球市场仍具备一定的生命周期。

鹏依然认为飞行汽车在将来有巨大的战略价值。但这不是一个难做的事,政策不确定和技术性难题让这个产业的爆发期不会来得太快。相反,机器人的发展过程会更快,因为法律法规限制相对较少。

反观当下的技术路径,他认为过去中国汽车企业多聚焦“纵向全域开发”,而未来,行业将进入“纵横全域开发”时代,突破单一技术维度,从“全栈”迈向“全域”。

整体战略上,何小鹏指出,企业必须具备组织能力、商业化能力以及全球化能力。突破传统商业逻辑,不仅关注成本控制与品牌塑造,更强调用户情绪价值、产品品位打造。不仅要“卖产品”,更要学会“情绪营销”。

案、数据服务法案等,对包括智能驾驶在内的汽车数据收集、使用、存储和隐私保护等都提出了严格的要求。

尽管挑战重重,何小鹏仍认为,走向全球应该是国内所有车企的共同愿景。而在出海过程中,创始人的精神价值对于企业发展至关重要。

“如今全球市场上,像特斯拉、Meta、谷歌等大型科技企业,其发展在很大程度上都受到创始人的人文精神与情绪理念指引。这种将人文特质融入企业发展的思考逻辑,未来或将在全球范围内成为主流趋势。”何小鹏说道。

广告

# 从小开到大 走遍天下都不怕

## 一口价放心买 终身质保放心开

途岳新锐  
7.99万元起

新途岳  
10.99万元起

途观L  
14.29万元起

途观L Pro  
19.29万元起

途昂X  
24.99万元

途昂 Pro  
26.99万元起

立刻扫码 了解详情

\*活动时间：即日起至2025年7月31日  
\*整车终身质保限首任非营运/非特殊用途车主，并按规定在上汽大众授权经销商处  
保养及事故维修，完整细节请详询经销商  
\*具体权益及使用规则详询当地经销商  
\*画面仅供参考，上市车型的實際外觀、內飾、技術參數配置及價格可能因車型調整，  
實際車型信息請以交付車輛為準，詳情請洽上汽大眾授權代理商

上汽大众

SAIC VOLKSWAGEN