

中国本土车企在未来出行上或将力压德系

据德国商报报道，汽车行业正经历巨变，电动汽车、无人驾驶以及出行服务将在很大程度上改变当前的业态。而在全球最大的汽车市场中国，本土汽车制造商及出行服务商在新业态下成长速度惊人。这给大众、戴姆勒和宝马带来了很大的压力。

中国市场对于大众、戴姆勒和宝马意味着什么无需多言。过去十年间，中国经济和车市的腾飞给德系汽车制造商带来了前所未有的发展机会。因为在中国市场获得的巨大成功，德系三巨头创造了一个又一个的销售记录。大众集团新车销售的一半是在中国市场完成的，戴姆勒28%的新车销往中国，宝马也有25%的客户来自中国。

在经历了二十年的迅猛增长之后，中国车市从去年开始出现萎缩，德系制造商毫无疑问成为受影响最大的企业之一。目前还没有复苏的迹象，甚至市场规模还有可能进一步倒退。波士顿咨询在最新发布的调研报告中表示，对于习惯了躺赢的欧洲汽车制造商而言，可能还要经历更严重的销量低谷。

中国正在将传统的交通体系转变为以未来出行科技为核心的智能交通系统。在未来的交通出行世界，电驱动、无人驾驶以及共享出行将起到关键性作用。在这些方面，德国的汽车制造商至今未能在在中国崭露头角。他们的后继发展因此受到了很大的阻碍。

波士顿咨询在调研报告中写道，外资厂家在汽车设计、构造以及生产方面的优势不足以保障他们能够在未来继续获得成功。相反，以往处于市场弱势地位的中国本土汽车制造商有更大的机会成为未来出行世界的领军企业。

波士顿咨询公司的汽车行业专家亚历克斯·瓦和特迈斯特（Alex Wachtmeister）表示，决定未来市场竞争格局很重要的一点是中国当前的行业政策很大程度上向本土厂家倾斜。这是很理所当然的事情，中国政府非常关注本土企业是否能取得持续成功。

他写道，在汽车生产和销售方面中国市场确实是越来越开放的，这从放开合资公司的股比限制政策中可见一斑。但在未来出行科技方面，外资企业在中国的发展却面临着更多的新障碍。

以无人驾驶为例，高分辨率的三维地图是无人驾驶车批量生产的前提条件之一。除特斯拉以外，所有的汽车工业企业都相信只有通过高精度地图才能实现厘米级别的全球准确定位，仅靠传感器和激光雷达并不足以完全保障无人驾驶车对周边环境的准确判断。

要在中国的公开路面创建高精度地图必须获得政府许可。目前只有14家企业获得了许可证，并且全部都是中国本土企业。也就是说，外资企业要在中国发展无人驾驶，必须与本土企业合作进行。

出行服务领域的进入门槛同样不低。以上海为例，根据波士顿咨询的预测，未来十年间，经常使用出行服务的用户比例将达到40%。与此相对的，至2030年购车人群比例不会超过三分之一。作为对比，目前上海居民中有44%的人拥有私家车。

中国的出行服务市场发展潜力巨大，对于外资企业而言有着很大的吸引力。然而本土企业滴滴出行当前已经完全垄断了这一市场，超过90%的出行订单都是通过滴滴完成的。外资企业只能在某些细分领域谋求发展。

再看电动车市场，中国政府推进环保工作的决心无比坚定。为了促进电驱动事业的发展，中国建立了一套体系，而中国本土汽车制造商是这套体系的受益者。

波士顿咨询预测，至2025年，中国市场的电动车销量将可达到550万台每年。按照中国政府的预期，这其中80%都将来自本土汽车制造商。从传统能源向电驱动的转变将很大程度上改变外资品牌和本土品牌在中国市场的销量和盈利情况对比。

此外，随着电驱动的发展，车载软件的重要性越来越高。在这方面，中国本土的高科技巨头如百度、阿里巴巴和腾讯都有着丰富的经验和不可比拟的优势。

在这种情况下，以工程科技和硬件质量著称的德国汽车制造商正面临前所未有的压力。汽车行业的盈利模式正发生很大的改变，德国的汽车制造商不得不迅速从过往的光环中走出来探索新的增长点。

亚历克斯表示，当然德系汽车制造商的品牌优势，质量、可信度以及设计方面的优势仍然能够发挥作用，能够保障他们在未来的市场竞争中仍占有一席之地。但为了不在未来出行科技这一领域落后于竞争对手，德系汽车制造商应该寻求与中国本土初创企业开展更加紧密的合作。这或许可以给德国厂家未来在中国的发展提供更大的保障。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/145051.html>