

# 又一家 现代与北汽 联手“触电”



闻言培

继大众入股小鹏、奥迪合作上汽、雷诺联合吉利之后，中国汽车产业的“反向技术输出”仍在继续。9月12日，现代汽车在韩国首尔举办了Hi-Tech超级技术日上表示：为应对中国瞬息万变的新能源汽车市场，集团正准备与中国本土合资伙伴北汽集团将加强电气化的合作以加速推动电动汽车产品。另外，集团也在积极与国内电池供应商和智能座舱/车内软件公司接触，以应对成本和本地消费者偏好。

这是去年双方合作的延续。去年3月，现代汽车联合北汽共同向北汽现代注资约68亿（9.42亿美元），随后又在11月推出“2025向新计划”，谋求在华的持续经营和转型。

据韩国现代汽车总部高层透露：“现代和北汽集团合作的电动车项目正在推进中，不日将看到成果”。北汽方面指出：“尽管近几年销量不及预期，但北汽新能源颇具一定技术储备。现代和北汽合作的电动车项目可以想象的空间非常大。”

据悉，现代汽车和北汽的合作可能会采用两条路线同时进行的方式，包括直接导入现代 IONIQ 系列车型，由北京现代实现本

土化生产；由北汽新能源提供核心的三电技术，现代方面主导设计，推出的产品或归入全新合资自主品牌旗下。从定位来看，现代和北汽联合打造的电动车将面向10-25万元的主流大众市场。

众所周知，在新能源赛道上，跨国车企已经明显落后于国内车企。其中，某合资头部品牌的ID.家族系列凭借大幅降价促成月销量过万，但这仍远不如头部新势力品牌某一款车的单月成绩。奉行“打不过就加入”的原则，从今年开始，跨国车企纷纷向国内车企示好，下场寻求合作，以快速推进电气化进程。前有大众和小鹏，后有奥迪与上汽，这一次终于轮到现代汽车了。

近年来，现代汽车在华销量呈现断崖式下滑，品牌声誉也逐步落寞。据统计，北京现代销量从2016年巅峰时的114万辆暴跌至2022年的25万辆。更进一步的数据显示，2022年现代集团在中国市场的销量仅为34.3万辆，占全球销量的5%，在华份额已跌至1.6%，是近9年来最差的表现。

曾经在华大跃进式的扩产导致如今不得不对其产能大刀阔斧地缩减。前年现代变卖北京一厂给了理想、今年6月又欲将重庆工厂五折转让。现代集团CEO张在勋表示还将“关一卖二”，最终或许只保留1家工

厂运作。另一边的悦达起亚，在8月失去合资方东风后，也早已资不抵债。

现代汽车在华业务陷入困境，与其电动化布局落后有着密切的关系。现代汽车全球官网显示，当前现代汽车已推出12款环保车型，包括插电混动汽车、电动汽车以及氢能源汽车等。不过在中国市场，现代汽车合资公司及进口公司官网上仅有2款新能源车型，分别为现代途胜L混动和NEXO氢能源汽车。但事实上，这两款新能源车几乎可以忽略不计。乘联会数据显示，今年1-8月，北京现代累计销量为15.74万辆。其中，销量最高的为伊兰特、ix35等燃油车型。显而易见的是，面对如今新能源渗透率接近40%的中国汽车市场来说，现代汽车在我国的优势早已不复存在，因此品牌电动化转型迫在眉睫。

在新四化的大热潮下，中国自主品牌在纯电和混动方面的优势可谓遥遥领先。现代选择与北汽联手造电动车，或许是一条不错的捷径。北汽集团不仅与现代汽车有着良好的合作基础，还在新能源领域有着一定的优势。

其实北汽集团“反向输出”技术早有先例。2021年，斯太尔美国斥巨资购买了北汽蓝谷BE21平台的平台架构底盘技术，以及ARCFOX αT的电子电气E/E架构相关

知识产权，开创了中国汽车技术平台输出的先河。据了解，北汽集团自主研发的电动化技术相当一部分都在北汽蓝谷，不仅有BE21平台、IMC架构，还有“滑板平台”等黑科技，为此去年专门安排了80亿元融资。其中，“滑板底盘”更是受到了多家车企、供应商的追捧。

乘联会秘书长崔东树表示，北汽集团电动化、智能化方面拥有一定积累，有利于现代汽车融入中国的新能源汽车产业链。整体来看，合作对现代汽车在华业务有积极意义。

三十年河东三十年河西，没有谁是“常胜将军”，更没有哪家车企会一直稳居销量宝座。随着新能源市场的高速发展，自主品牌已经强势崛起，尤其是比亚迪、吉利、蔚小理等国产品牌早已在新能源领域筑起了技术壁垒，这让曾经高高在上的外资品牌有了难以逾越的鸿沟，同时市场空间也被蚕食挤压得狼狈不堪。强如宝马奔驰奥迪等一众豪华品牌都在积极求变，更何况是原本声誉不足的韩系品牌。随着现代与北汽联手“触电”的开启，让我们看到了现代汽车大象转身的决心。只不过，中国新能源市场的竞赛已经进入了下半场，“姗姗来迟”的现代能否在这个高度内卷的市场站稳脚跟，有待更多时间去验证。

## 崛起太快，欧盟将对中国电动汽车开启反补贴调查

慕尼黑车展的热度还未散去，中国电动汽车就突然遭遇黑天鹅。欧盟如坐针毡的背后，是中国不断崛起的汽车工业实力。

9月13日下午，欧盟委员会主席冯德莱恩(Ursula von der Leyen)在斯特拉斯堡欧洲议会发表年度“盟情咨文”时宣布，将对来自中国的电动汽车发起反补贴调查。

冯德莱恩表示，“全球市场现在充斥着便宜的中国电动汽车，由于国家的巨额补贴，它们的价格被人为地压低了，这正在扭曲我们的市场。因此，我今天可以宣布，欧盟委员会将对来自中国的电动汽车展开反补贴调查。欧洲欢迎竞争，欧洲对竞争是开放的，但不是没有底线的恶性竞争。”

欧盟委员会透露，反补贴调查必须在启动后的13个月内实施措施。临时措施必须在不迟于9个月内实施，如果法律允许，将在

随后4个月内实施最终措施。

对此，商务部新闻发言人9月14日回应称，中方对此表示高度关切和强烈不满。中方认为，欧盟拟采取的调查措施是以“公平竞争”为名行保护自身产业之实，是赤裸裸的保护主义行为，将严重扰乱和扭曲包括欧盟在内的全球汽车产业链供应链，并将对中欧经贸关系产生负面影响。

事实上，欧盟将大棒挥向中国电动汽车，并不令人意外。汽车是欧洲的支柱产业，在燃油车时代，德、日、美是当之无愧的汽车强国，而进入电气化时代，中国汽车在全球独领风骚。

近年来，汽车出口已经成为我国车企的一大增长点，特别是新能源汽车出口量逐步上升。根据中国汽车工业协会统计数据，我国汽车行业2020-2022年三年的出口量分别为99.5万辆、201.5万辆、311.1万辆，同比增速最高可达102.55%。今年上半年，我国汽车整车出口234.1万辆，同比增长76.9%，超越日本的202万辆，我国正式成为全球第一的汽车出口国。其中，新能源汽车出口72.7万辆，同比增长1.1倍。

而欧洲更是中国汽车，尤其是中国新能源汽车出海的主要目的地，中国电动车在欧洲市场的占率不断逐年提高。2020-2023年，中国国内电动汽车企业市占率从3%提升到8%，市场预期2025年有望提升到15%，这对欧洲汽车企业将形成前所未有的压力。

值得一题的是，中国电动车在全球范围也已经占据主导地位。根据相关数据，今年7月份在全球最畅销的20款电动车中，仅5款是外国电动车，其余15款均来自中国，足以证明中国在新能源领域一枝独秀。另外，刚刚落下帷幕的2023慕尼黑车展被许多人

戏称为“中德”车展，原因是中国企业的参展军团是2021年时的近两倍，数量直逼德国企业，占比超40%以上。包括比亚迪、阿维塔、赛力斯、零跑等中国汽车品牌均携新产品、技术集体亮相。中国车企在2023慕尼黑车展上颇有“反客为主”的意思，难怪德国总理朔尔茨会不顾右眼伤势，激励德国车企要勇于面对来自中国电动汽车的竞争，而不是被吓到。朔尔茨还表示，“1980年代，人们说日本汽车正在超越所有其他市场；20年后，又担心韩国制造的汽车；今天，轮到中国的电动汽车。”

而在乘联会秘书长崔东树看来，“这是中国新能源汽车强大后的必然伴生现象，强大了才有人关注。欧盟对中国电动汽车开展调查是法国等早有提议，德国慕尼黑车展后才发动调查，并不突然。我国新能源汽车出口表现较强，不是因为获得了巨额的国家补贴，而是因为充分市场竞争下的中国产业链竞争力强。”

据了解，早在2022年底中国对新能源汽车的财政补贴已经彻底结束，而且为了公平竞争，国家要求地方从2018年底开始就不能给新能源汽车补贴，规范市场秩序。可以说中国新能源汽车已经完全由政策导向转为市场驱动。

事实上，我国出口欧洲的国产车的价格普遍是国内价格的翻倍，如18.98万的亚迪海豹在海外市场价折合人民币35万元。即便如此，这样的价格仍比欧洲本土企业的电动汽车还要便宜很多。究其原因，中国电动汽车的规模足够大、成本低、起步早、创新能力强、技术更加先进、产业链也更为齐全。

因此，欧盟对中国启动反补贴调查，是对中国汽车实现弯道超车的最好证明。

