

# 内卷加剧，海外新势力集体倒下

闻言培

在全球汽车产业转型的大背景下，近几年国内外均涌现出了一大批造车新势力。经过残酷的淘汰赛，在中国这片土地上的造车新势力们正以惊人的速度崛起，而海外的造车新势力却是哀鸿遍野、风声鹤唳，如今正面临着生死存亡的严峻考验。

近日，德国知名造车新势力 e.GO 宣布正式停止业务运营，在此之前，e.GO 公司已申请启动破产重组程序，进入破产时刻。据了解，e.GO 公司成立于 2015 年，与中国众多造车新势力几乎同时起步，曾被誉为德国工业 4.0 的璀璨明星，其创始人更是被视为德国电动汽车领域的先驱。公司主打小型电动汽车市场，售价约合人民币 15 万元，一度备受瞩目。在 2020 年前后，e.GO 曾计划进军中国市场，并与一家中国汽车制造商达成合作意向，期望建立生产线工厂，扩大生产规模。然而，由于疫情等多种因素的影响，这一计划最终未能实现。

同年，e.GO 公司因融资受阻而陷入资金链危机，面临生死存亡的关头。幸运的是，荷兰私募股权公司 ND Industrial 在此时伸出援手，成为 e.GO 的大股东，并投入资金新建工厂、恢复生产，并进行了多轮融资。然而，好景不长。尽管 e.GO 在 2023 年 10 月通过与特殊目的收购公司 Athena Consumer Acquisition 合并上市，并在 IPO 前声称估值达到约 9 亿美元，但上市当天的市场表现却令人大失所望，最高市值仅为 1.3 亿美元。此后，e.GO 的股价迅速下跌，很快跌破 1 美元，最终走向破产。从上市到陨落，这家曾经备受瞩目的电动汽车新星只用了短短 8 个月的时间，令人不禁感到惋惜。

和 e.GO 一样，几乎在同一时间，美国电动汽车初创公司菲斯克(Fisker)也紧接着申请了破产，试图通过出售资产和重组债务来

挽救其业务。不过雪上加霜的是，Fisker 又因产品质量问题再次申请召回。6 月 28 日，因车辆外部门把手可能卡住并且无法打开的问题，Fisker 将召回逾 1.2 万辆 Ocean 汽车。据悉，这是该公司 6 月第三次召回汽车。报道称，美国国家公路交通安全管理局对与 Ocean 车型有关的各种问题已经开启四项公开调查。该监管机构表示，“在紧急情况下，无法打开的车门会阻止乘客离开，增加受伤的可能性。”根据 NHTSA 的说法，Fisker 将免费更换有问题的门把手。已经有不少消费者在社交媒体平台上抱怨汽车钥匙有时打不开车辆，或者车门打不开等问题。Fisker 已经要求其在美国、加拿大和欧洲的经销商停止销售 Ocean 车型，并对该问题进行检查。

该公司在一份声明中表示，其将在美国召回 8,204 辆 Ocean 车型，在加拿大召回 513 辆，在欧洲召回 3,806 辆，总数达到 12,523 辆。6 月早些时候，Fisker 还因车辆软件故障和安全标准不合规，在北美和欧洲召回了超过 1.8 万辆汽车。据了解，Fisker 公司是由知名汽车设计师 Henrik Fisker 创立，曾是一家雄心勃勃的电动汽车初创公司。但自成立以来，该公司一直未能实现盈利。为了提高产量和交付 Ocean 车型，Fisker 大量烧钱。尽管该公司在 2023 年实现了约 2.73 亿美元的营收，但其净亏损仍高达 9.4 亿美元。

另一家也来自美国的初创汽车公司 Lucid Motors，日前公布了 2024 年第一季



度财报，Lucid 净亏损 6.85 亿美元，该公司在一天之内股价下跌了 7.5%，跌至每股 2.82 美元。提起 Lucid 品牌，早期因贾跃亭投资而闻名。Lucid 的主力车型 Air，今年一季度交付了 1967 辆，月均销量不到 700 辆。为了降低公司运营成本，Lucid 在三个月内裁掉了 18% 左右的员工，大约有 1300 人。

VinFast 作为越南新势力造车企业的代表之一，市值一度高达 860 亿美元，但如今股票暴跌，市值也下降到 100 多亿美元。该公司在美国交付的 VF8 车型并未得到当地消费者的满意评价，甚至被美国记者批评为“忽悠人的半成品”。此外，该公司曾计划通过进军国际市场来实现规模扩张和品牌提升的目标。然而，由于产品质量问题频发、消费者满意度下降等原因，VinFast 在美国市场的表现并不理想。这也让 VinFast 的融

资之路变得更加艰难。

近年来，全球电动汽车市场虽然呈现出快速增长的态势，但市场寒冬的阴影也逐渐显现。受全球经济下行、高通胀以及消费者购车意愿下降等因素的影响，电动汽车销量开始出现下滑趋势。据国际能源署 (IEA) 发布的报告显示，2023 年全球电动汽车销量增长率放缓，相比前几年的高速增长，市场竞争也愈发激烈。在这样的市场环境下，外国新势力造车企业面临着巨大的挑战。一方面，它们需要不断提升产品性能和品质，以吸引消费者的关注；另一方面，它们还需要降低生产成本，以应对日益激烈的市场竞争。

## 真要国产了，雷克萨斯或将在上海独自建厂

随着全球汽车产业的快速发展和新能源汽车市场的崛起，各大汽车制造商都在寻求新的增长点和市场机遇。作为全球知名的豪华汽车品牌，雷克萨斯也在不断地探索其未来的发展路径。近期，关于丰田计划在上海建造全资电动汽车工厂，专门生产雷克萨斯品牌电动汽车的消息引起了业界的广泛关注。有消息称，丰田希望拥有与特斯拉相似的待遇，包括税收减免、政策支持、土地补助等优惠政策，以确保工厂顺利建设和运营。

值得注意的是，雷克萨斯在中国国产化的讨论早在十多年前就已开始，但始终未迈出实质性的步伐。2006 年时，雷克萨斯曾表示，若中国市场的销量能突破 3 万辆，便会考虑在华生产，后来这个数字调整为 5 万辆，再调整为 10 万辆。到 2016 年，雷克萨斯在中国的年销量首次突破 10 万辆，但当时公司的态度仍是“暂不考虑国产化”。

不过，进入新能源时代以来，随着自主品牌品牌的迅速崛起，像雷克萨斯这样的品牌，在国内市场不再像以往那么受欢迎了，最近几年在华的增速开始放缓。

数据显示，2021 年雷克萨斯在国内累计销量 22.7 万辆，但此后几年就开始一路下滑。2022 年雷克萨斯以累计销量 17.6 万辆，同比下滑 22.4% 的成绩草草收尾。而在 2023 年，雷克萨斯在华销量 18.14 万辆，同比增长 3%，即使有所增长，但增速较前些年已经相对放缓。2024 年在今年前 5 个月雷克萨斯品牌在华销量为 69147 辆，依靠大幅终端降价实现同比增长 28%，其中现有的雷克萨斯产品矩阵当中，主要依赖的还是燃油车基盘，像近年推出的雷克萨斯 RZ 车型其实用户并不认可，今年前 5 个月的销量只有 445 辆。因此，丰田不得不极力改变雷克萨斯在中国市场逐步落后的态势。

2023 年，佐藤恒治接替丰田章男成为丰田汽车的新社长，上任后他即刻推动了“优先发展电动车”的战略。根据公司此前的规划，丰田将在 2026 年前为雷克萨斯品牌开发一种全新的电动车型，这种新车型在电池和底盘架构上将进行重大改进，有可能放弃目前丰田采用的 e-TNGA 平台。据悉，丰田到 2030 年前将投入 4 万亿日元 (350 亿美元) 用于纯电动汽车的研发等，会推出 30 款纯电动汽车。在接下来的几年中，丰田汽车将会在纯电动车方面投入更多。雷克萨斯将规划电动超跑、电动大型三排座纯电 SUV、4 门轿跑车、5 门 Shooting Brake 跨界 SUV、还有双门 4 座敞篷等概念纯电新车。下一代电动汽车的首款车型预计将在 2026 年推出，新车将注重空气动力学和轻量化设计，很可能采用下一代高性能锂离子电池。

雷克萨斯作为丰田的核心豪华品牌，必

然要带头引领电动化转型。丰田汽车社长佐藤恒治曾表示，在雷克萨斯电动化转型的过程中，中国市场将扮演非常重要的角色。中国作为全球最大的汽车市场之一，对于豪华汽车品牌而言，其吸引力不言而喻。近年来，随着经济的快速增长和消费者购买力的提升，中国豪华汽车市场呈现出强劲的增长势头。雷克萨斯作为日本丰田汽车公司旗下的豪华品牌，自然也希望能够在市场中占据一席之地。然而，长期以来，雷克萨斯在中国市场主要以进口车型为主，这在一定程度上限制了其在市场上的表现。因此，雷克萨斯选择在上海建厂国产，可以更好地满足中国消费者的需求，提高市场响应速度，并降低运营成本。

上海作为中国的经济中心之一，拥有完善的汽车产业链和配套设施。上海地区不仅拥有众多的汽车零部件供应商和汽车制造商，还具备先进的制造技术和研发能力，特斯拉上海工厂的成功为外资车企树立了样板。自 2019 年投产以来，特斯拉上海工厂产能达峰值，更在本地化运营、供应链管理等方面展现了极高的效率。数据显示，特斯拉上海工厂已经成为特斯拉全球最重要的生产基地之一，为特斯拉的全球化战略提供了强有力的支撑。

有特斯拉的成功先例，丰田才会打消顾虑，努力推动雷克萨斯中国独资工厂项目的落地。雷克萨斯在上海建厂可谓拥有得天独厚的条件。通过在上海建厂，雷克萨斯可以充分利用当地的产业链优势，提高生产效率，降低生产成本，并加强与本土供应商的合作，共同推动中国汽车产业的发展。

