



2025

上海车展全球化观察

有朋自远方来,不亦乐乎。
在第二十一届中国国际汽车工业展览会(下称“2025上海车展”)上,全球汽车巨头、科技先锋与行业大咖齐聚,海外客商来到中国汽车企业展台打卡。大家在一起愉快交流、深入沟通,捕捉中国汽车行业蓬勃发展带来的新商机。

高质量出海

◎记者 俞立严

“小鹏、蔚来、吉利、比亚迪……中国汽车设计精良,续航性能令人印象深刻!”来自埃及的穆罕默德·法胡里对中国汽车品牌如数家珍。据悉,在中国汽车用新能源化和智能化实力征服海外用户和经销商的同时,相关企业也在积极实施战略升级,推动高质量出海。

中国车企期待品牌向上

“为什么那么多‘老外’来看车?原因很简单——我们的车确实不错。”4月24日,在2025上海车展东风岚图展台前,岚图汽车CEO卢放说,海外客商认可中国汽车行业的竞争实力,愿意了解产品和产品背后的技术支撑。

当天上午,全新岚图FREE+车型正式亮相,吸引了不少海外观众。卢放表示,全新岚图FREE+车型有多达1366项细节改进,承载着岚图汽车品牌向上、向新的更多期待。

作为继承东风集团50余年造车底蕴的年轻新能源汽车企业,成立4年间,岚图汽车注重技术研发、操控配置和审美意趣,收获了国内外超20万车主的信赖,出口至超40个海外市场,还拿下了包括欧盟整车型式认证在内的38项国际认证,其中欧盟整车型式认证涵盖整车性能、被动安全、智能驾驶、能耗续航里程等多个测试项目。

2025年初,首批岚图知音全球版从湖北武汉搭乘中欧班列发往挪威。在卢放看

品牌向上,中国汽车用实力说话

来,这标志着岚图汽车在全球高端汽车舞台上迈出坚实一步。

岚图知音全球版在挪威、瑞典、芬兰同步发售,并亮相挪威奥斯陆车展。该车型在挪威售价约合人民币27万元起,在芬兰、瑞典售价约合人民币43万元,进一步扩大了岚图品牌在欧洲高端新能源汽车市场的影响力。

“在电动化、智能化带来的汽车产业‘基因突变’中,中国汽车产业的进化最为彻底,这会同时助力经济车型和豪华车型出海。”4月24日,长城汽车总裁穆峰在展会上表示。

近年来,长城汽车不断加快全球发展步伐。公司年报显示,2024年公司出口表现亮眼,海外销售新车45.41万辆,同比增长44.61%,累计出口至欧洲、东盟、拉美、澳新等170多个国家和地区。

长城汽车不满足于经济车型的出口,努力追求高质量出海。“今后,我们将发力高端品牌车型的出口。”穆峰说,长城汽车以坦克SUV车型参与全球越野品牌市场竞争,“已经撕开了一道口子”,未来将以长城魏牌新能源为支点,以越野和科技感知提升企业的全球品牌势能。

乘联分会秘书长崔东树介绍,2025年一季度,中国汽车实现出口154万辆,同比增速达16%。其中,3月中国汽车实现出口57万辆,同比、环比走势较强。“我对中国汽车企业高质量出海充满信心。”崔东树说。

奉行长期主义

“海外市场业务已占到我20%的

力,我与当地消费者、经销商做了很多交流。”长安汽车旗下深蓝汽车CEO邓承浩认为,中国汽车企业要实现高质量出海,不能仅关心短期出口销量,要摒弃浮躁短视,奉行长期主义。

“打一枪换一个地方的做法,会损害中国汽车品牌整体形象。”邓承浩说,在欧洲等海外市场,深蓝汽车的员工对待当地消费者秉持务实和严谨的态度,除了卖车,还要了解客户具体需求,提升用户服务质量。穆峰表示,在全球化进程中,长城汽车强调合作共赢,坚守底线,尊重规则,“要靠产品、品牌、服务去赢得用户”。

在穆峰看来,合法合规对中国车企出海非常重要,否则企业在海外经营的根基就会松动。另外,除了遵守法律法规,中国车企出海还要了解和尊重当地的消费习惯

和服务规范等。“很多时候,我们可以做得更好。要鼓励企业主动提升服务,而不是为了眼前的利润降低服务标准”。

安全也是中国车企高质量出海的重点工作。根据吉利汽车财报,2024年公司累计完成38万辆的年度出口目标。得益于深度布局全球多个区域,2024年吉利汽车在沙特、哈萨克斯坦等重点市场推出16款高端主力车型,海外销售及服务网络覆盖80余个国家超900家网点,品牌渗透力持续提升。

“安全始终是我们在海内外市场首先考虑的事项。”吉利汽车集团CEO淦家阅透露,吉利投资20亿元建设的全球全域安全试验中心,2025年将正式落成并投入使用,这里有全球首家室内全天候气候环境模拟测试区,以科技赋能出口汽车安全。



在深蓝汽车展台,一位海外专业观众参观深蓝新能源车型的安全配置。 记者 俞立严 摄

全球本地化

◎钱佳滢 记者 宋薇萍

4月24日,上海证券报记者在2025上海车展现场采访发现,本地生产配套供应(Local for Local)对于汽车产业企业而言,已从成本策略转变为生存法则。如何在区域研发、本地生产、就近供应等方面形成本地化闭环,对国内外汽车企业已成为一大突围命题。

中国车企加速全球本地化布局

上汽集团在2025上海车展期间正式发布海外战略3.0版——“Glocal战略”,以“全球+本土”为核心,计划在未来3年内依托电动智能网联技术积累,打造17款全新海外车型,搭载全新HEV混合动力系统的车型将覆盖全球主流细分市场。

实施“Glocal战略”,上汽集团的底气来自已建立的全球化汽车产业链布局。目前,上汽集团的产品和服务已进入100多个国家和地区。研发生产方面,上汽集团拥有超100个海外零部件生产基地,打造了伦敦等3个研发创新中心及泰国、印尼、印度、巴基斯坦等4个生产制造中心。为构建海外的本地化体系生态,上汽集团将全球市场划分为N个区域,利用智能化、电动化技术优势,形成各区域个性化、智慧化的产品方案,以全球化思维布局本地化行动。

长安汽车也在全面强化全球化布局。近日,长安汽车发布“2030愿景”,宣布将投入超100亿美元加速全球化进程,目标是到2030年实现全球销量500万辆,海外从业人员突破万人,布局百万级海外产能,跻身全球汽车品牌前十强。

2025上海车展期间,长安汽车相关负责人对其全球化战略进行了解读。“不走国际化道路,无法成为世界一流汽车品牌。”

该负责人表示,长安汽车将坚定全球化“海纳百川”计划不动摇,推动实现从产品出海向品牌出海、产业出海的跃迁。

2024年,长安汽车海外销量达53.6万辆,同比增长49%。据介绍,为实现成为世界级品牌的目标,长安汽车将加大海外品牌、渠道、基地建设等重点领域的投入,到2030年,海外市场投资目标达100亿美元。未来5年,长安汽车计划面向全球推出45款全新产品,其中新能源产品37款。

与整车厂加速全球化布局相呼应,零部件企业也在构建深入的本地化网络。均胜电子“欧洲工厂服务欧洲车企、北美基地配套北美客户、亚洲产能支撑中国品牌”的本地化运营模式,使公司在国际市场发展的影响下展现较强的抗风险能力。2024年,公司总营收突破500亿元,扣非归母净利润同比增速近30%。

“我们密切关注全球贸易动态,并根据实际情况调整产能布局和市场策略。”均胜电子旗下均胜安全全球CEO单津晖表示,均胜安全全球化布局策略绝非简单的产能出海,而是一套深度嵌入区域市场的生态系统。利用目前海外布局的先发优势,在海外汽车市场建立全供应链的闭环,从产品研发、应用设计、供应链生态、客户服务响应等方面做到“local for local”的布局,不仅防范国际市场风险,还能优化成本,形成区域协同效应。例如,公司在中国湖州及菲律宾、摩洛哥等地区持续加大投资,形成了一个紧密的全球网络,目标是构建一个多元化、高效灵活的全球供应链体系,以确保在任何市场环境下保持竞争力。据了解,均胜电子在全球拥有近50个研发中心及生产基地,覆盖超过25个国家和地区。2024年,公司营收中海外业务占比超过60%。

随着全球汽车数量稳步增长,汽车内

饰材料市场需求同步向上。本次展会上,汽车内饰新材料供应商明新旭腾发布了首个车规级全水性PU材料。该公司市场负责人表示,公司具备和整车厂配套20年的经验,坚持技术创新,走环保可持续产品路线,为客户提供多材料解决方案。公司具备灵活调整采购来源的能力,避免对特定市场的依赖。同时,公司产品主要供应国内整车厂,并通过在墨西哥设立生产基地实现全球化布局。

海外龙头加码投资中国

不少外企也在深度推进本地化战略。

2025上海车展期间,全球科技公司安波福首发了多款为中国市场量身打造的本地化创新方案。其中,风河实时操作系统(RTOS)等两款本地化产品完全由中国本土团队开发,除了服务汽车行业,还将聚焦低空飞行、具身机器人等新兴行业,打造跟随中国节奏、面向中国市场的解决方案。

安波福还宣布了多项重大投资举措和进展,今年下半年将投产2座聚焦新能源汽车产业的全新工厂:安波福武汉连接器新工厂将成为公司旗下连接器系统最大的高压产品系列智能化生产基地;英凯博上海自动化工厂将提供高效、安全的高压配电铜铝母排本地化解决方案,从而进一步强化安波福在汽车高压电气架构系统方面的设计与交付能力。全新的安波福中国主动安全产品线智能黑灯工厂将在今年落地,安波福中国数据中心、测试中心等已进入规划和筹备流程。

“我们正在全力全速推进本地化战略2.0,以中国技术、中国人才、中国速度、中国成本、中国供应链,构建起全面、彻底、完整的中国方案,与本土‘朋友圈’无缝合作,持续推动智能电动汽车技术在中国的无界

融合、进化与普及,用深度国产化的产品助力中国汽车征战海外市场。”安波福中国与亚太区总裁杨晓明表示。

在本届展会上,多元化科技创新企业3M与福耀玻璃达成战略合作,双方将协力探索汽车玻璃领域集安全舒适、节能环保、美观时尚、智能为一体的全方位发展。

“作为材料科学领域的创新者,3M致力于推动汽车产业的电动化、智能化、绿色化转型。”3M全球资深副总裁兼中国总裁丁泓禹表示,“我们将依托全球化研发体系与本土化创新能力,助力构建更高效、更安全、更可持续的未来出行图景,为中国汽车产业的高质量发展贡献科技智慧与力量。”

“中国汽车产业政策支持丰富、产业链完整、创新土壤肥沃。”专家表示,2024年,中国汽车产销量突破3000万辆,预计未来5到10年中国汽车产销量将达4000万辆。

“特斯拉上海工厂的出货量占其全球市场的50%以上,丰田计划在上海金山落地雷克萨斯电动车生产线。这些决策不仅是出于政策考量,更是因为中国的产业环境能够助力车企研发最前沿、高性价比的产品,从而保持全球竞争力。”专家说。



安波福展台展出的软件定义网络SDN。 记者 宋薇萍 摄



均胜电子工程师向客户演示座椅功能。 记者 宋薇萍 摄

看懂上海车展,看到未来5年产业走向

◎记者 俞立严

从1985年到2025年,上海车展一办就是40年。在2025上海车展上,中外车企同台竞技,大秀新技术、新成果。“看懂上海车展,就能预判未来5年全球汽车产业的走向。”有人这样说。

数据显示,今年的参展新车中,新能源汽车占比超七成。全球汽车新能源化已成为不可阻挡的潮流,而这澎湃浪潮中,中国新能源汽车企业已成长为当之无愧的全球领军力量。

上汽集团、比亚迪、东风汽车、赛力斯、吉利汽车、长城汽车、蔚来、小鹏汽车等中国车企展示的主力新车型和概念车,不仅覆盖了纯电、插混、增程等主流新能源类型,还在换电、高压充电等新能源补能领域进行了探索尝试。

中国汽车行业正经历一场百年一遇的新能源变革。2024年中国新能源汽车渗透率达47%,一年增长了12个百分点,新能源汽车日渐占据主流地位,预计2025年渗透率将进一步提升,行业新旧动能加速转换。

燃油车时代看外资品牌,新能源车时代还是要多看中国品牌,这已成为众多专业观众的共识。在比亚迪董事长王传福看来,中国新能源汽车在技术、产品以及产业链方面,大约领先全球3到5年。时间窗口期极其宝贵,中国企业必须紧紧抓住机会,通过更高水平的对外开放,在优势互补和开放合作中出海。

上半场新能源,下半场智能化。中国科技企业在汽车智能化方面的成果也在本届展会上集中展示。当汽车产业的边界日益模糊,AI大模型逐渐重塑智驾逻辑,芯片算力开始决定体验上限。谁能想到,华为会成为上海车展的主角之一?不仅产销规模领先的上汽集团和华为成功牵手,有着近百年历史的宝马也和华为等中国科技企业展示合作成果。继新能源汽车出海后,智能化技术的出海,有望打开中国汽车产业新的想象空间。

新能源和智能化等技术已经成为定义汽车价值的关键要素。作为引领汽车产业的风向标,上海车展也已成为世界观察中国的重要窗口。参加上海车展,面向的是全球,投资的是未来。



在鸿蒙智行展台,海外专业观众参观赛力斯生产的问界M9车型。 记者 俞立严 摄