

新能源汽车出海“新浪潮”：产业链本地化实现多赢

◎记者 俞立严

中国新能源汽车出海再传喜讯。7月9日，中国汽车工业协会召开信息发布会介绍，2026年6月，中国汽车出口103.7万辆，环比增长11.6%，同比增长75.1%，单月出口量首次突破100万辆大关。作为出口增长引擎的新能源汽车出口52.3万辆，环比增长17.2%，同比增长超过160%，出口量首次超越传统燃油车。

上海证券报记者采访获悉，不满足于简单的产品输出，中国新能源汽车出海正在掀起“本土化新浪潮”。从欧洲都市到非洲城镇，相关中国企业不仅成功完成从进口商到本地制造商的华丽转身，还融入当地经济和社会，践行长期主义。在提供工作岗位、惠及普通民众的同时，中国企业逐步构建具有竞争力的本地产业链生态，实现真正意义上的互利多赢。

全球化布局盘活六旬老车厂 造车新势力启动欧洲新产线

当地时间7月3日，南非比勒陀利亚，正值南半球的冬季，但当地的老牌汽车制造工厂——罗斯林工厂却迎来属于自己的春天。奇瑞汽车正式重启这座始建于1963年的老车厂，将生产包括新能源汽车在内的新车型。奇瑞汽车有关负责人对记者表示，此举标志着奇瑞在南非完成本地制造商的跨越，实现全球化布局中的关键落子。

2026年上半年，奇瑞汽车勾画了昂扬向上的新能源汽车出海增长曲线，奇瑞新能源汽车出口同比增长164.9%。在欧洲，奇瑞每销售2辆汽车，就有1辆是新能源车，公司今年前5个月在欧洲累计销售新能源车超过6.8万辆，同比增长458.62%。与此同时，奇瑞专门为了出海而打造的独立品牌OMODA & JAECOO已覆盖全球70个市场。

虽然已经尝到海外市场的甜头，但奇瑞汽车管理层并没有满足于眼前出口数据的快速增长，而是明确提出，真正的全球化不是简单的产品输出，企业需要坚守长期主义，将体系能力深植全球。

“依据‘在哪里，为哪里，成为当地一分子’的理念，无论在何处投资，奇瑞都将竭力融入当地经济，融入当地社区，融入这个国家的未来。”奇瑞汽车董事长尹同跃说。

罗斯林工厂是奇瑞汽车从国际老牌汽车巨头日产汽车手中收购的整车制造基地。按规划，工厂将进行全面升级改造，计划2027年中正式投产，全部达产后年产能将达到单班5万辆。目前，奇瑞汽车已启动广泛的



小鹏新能源车间在奥地利格拉茨的麦格纳工厂产线下线

本地化计划，力争2028年前实现本地化率40%的初期目标。

尹同跃告诉记者，奇瑞汽车对罗斯林工厂的定位是，将其打造成为集研发、制造、供应链、技能培训和出口辐射于一体的综合性汽车枢纽。同时，以罗斯林工厂启用为起点，奇瑞汽车规划将南非打造成为企业在南部非洲的区域运营中心。

随着罗斯林工厂的启用，奇瑞汽车首次在非洲完整布局了全产业链生态——从原材料到终端产品，再到绿色循环，多元化产业布局涵盖乘用车、商用车、智慧农机、机器人及循环经济等领域。

不仅远销非洲，中国新能源汽车正在改变欧洲汽车业格局。近期，造车新势力小鹏集团的G6和IG9两款新能源车凭借产品力在德国、法国、挪威、丹麦、葡萄牙等5个欧洲国家的纯电动汽车市场销量领先。上半年，小鹏集团在欧洲销量同比增速为60%至70%，主要销售单价4.5万欧元以上车型。在BBA（奔驰、宝马、奥迪）的老家德国，中国汽车不再是廉价的代名词。

小鹏集团董事长何小鹏介绍，目前，小鹏集团在欧洲销售的所有车型，全部由奥地利格拉茨的麦格纳工厂代工。经过调研论证，小鹏集团决定因地制宜，充分利用麦格纳工厂成熟的生产线、熟练的技术工人和完善的配套供应链，快速实现本地化生产。近期，小鹏欧洲生产线已接近饱和。“我们希望以更贴近市场的格局，把中国智造的好车带给更多欧洲消费者，稳步推进全球本地化战略。”何小鹏说。

宁德时代形成欧洲产能矩阵 “电池先行”打造海外产业链基础

伴随新能源车企出海的“新浪潮”，产业链上游的中国企业也在逐浪前行。近期，全球动力电池装车辆第一的宁德时代迎来海外布局的重要里程碑，公司位于匈牙利东部城市德布勒森的投资项目达成关键节点：在取得所有必要许可后，新建厂房内的电池模组装配线正式启动生产。该新建的模组装配线具备5GWh的年产能。此项投资的直接驱动力在于欧洲市场对高性能、高安全性电动汽车（EV）电池日益增长的需求，宁德时代正通过不断调整其产品组合，来满足欧洲本土客户的实际标准与期望。

在新建厂房投产之前，宁德时代在当地的模块化生产已具备实质性基础。自2024年秋季起，公司在当地租赁的厂房内已先行部署了两条生产线。截至目前，该租赁产线已累计生产超过34万个电池模组，成为欧洲市场的8.7万辆新能源汽车提供了动力支持。新厂房的无缝衔接，将进一步扩大其在欧洲本土的交付规模。

同时，宁德时代还在持续完善欧洲产能矩阵，西班牙合资工厂稳步推进落地。该工厂由宁德时代与全球第四大汽车集团Stellantis联合合资打造，双方各持股50%，规划年产能达50GWh，主打磷酸铁锂电池生产。作为宁德时代欧洲第三大电池生产基地，该工厂进一步完善了宁德时代在欧洲西南部的产能布局，与德国、匈牙利工厂形成互补联动的“三角产能矩阵”，全面覆盖欧洲主

流新能源汽车市场。

除了行业龙头宁德时代，中创新航、亿纬锂能、远景动力、欣旺达等中国动力电池重点企业也在欧洲加速推进本土化生产。其中，中创新航首座海外电池工厂已经在葡萄牙贝尼什市正式开工，计划投资约20亿欧元，预计2027年实现交付，一期产能为15GWh。亿纬锂能位于匈牙利德布勒森的电池工厂项目已进入机电安装与调试阶段，预计2027年竣工投产。欣旺达位于匈牙利赖克哈佐市的首座欧洲电池工厂也已进入施工关键阶段，预计2026年下半年投产。远景动力在英国、法国的电池工厂已经顺利投产，西班牙工厂正在建设中，其中英国桑德兰第二工厂首期规划产能为12GWh。

业内专家对记者表示，动力电池是新能源汽车最核心的零部件，直接关系车辆关键性能。中国动力电池企业已经成为新能源汽车产业链出海的代表。在中国新能源汽车出海“新浪潮”中，中国主流动力电池企业在欧洲的本土化进程，早于中国整车企业。“电池先行”的行业现象，一方面，可以为中国新能源车企未来在欧洲建厂提供成熟的电池配套服务；另一方面，中国动力电池企业与大众、宝马、雷诺等欧洲车企集团的合作，在就近供货、互利共赢的基础上，能够积攒本地化运营经验，为中国新能源汽车企业出海提供宝贵的借鉴。

从大西洋畔到地中海边，按照规划，中国动力电池企业在欧洲布局的电池工厂从2026年起会迎来集中投产高峰期，一张覆盖西欧、中东部、南欧的全域产能网络，将为欧洲汽车产业新能源化转型提供有力支撑。

商业航天“航班化” 倒逼工业母机升级

◎记者 王文嫣

近日举行的2026“工业母机+”百行万企产需对接活动传递出一个信号：中国商业航天发展正在倒逼工业母机过“坎”。

来自航天科技集团商业火箭公司的代表指出：SpaceX已实现火箭2周至3周重复周转，而国内从“十年磨一箭”向航班化发射迈进，工业母机必须从“造得出”升级到“造得好，检得准，修得快”。

中国工程院院士林忠钦展示了AI带来的改变：航空发动机叶片工艺规划从16天压缩到3天，超薄壁厚精度从±0.3mm提升到±0.1mm。

需求在倒逼，供给需突破，工业母机发展提速迫在眉睫。

航班化发射提出装备新需求

“当前全球商业航天已从辅助力量升级为大国战略竞争的重要力量。”前述来自航天科技集团商业火箭公司的代表表示，商业火箭正从一次性使用转向重复使用，尺寸更大、寿命更长、应用场景更多，对高端装备的需求前所未有。

2026年6月，CZ-12B火箭首飞成功，小批量制造能力初步形成。即将进入高密度发射和可重复使用阶段，才是真正的考验。商业火箭公司新需求为“一大一重”：

“一大”是指大尺寸、大批量制造。以72米高、4.37米直径的大型复用火箭为例，其贮箱、整流罩、舱段全是超大异形构件。“一重”是指可重复使用带来的全流程重构。火箭一子级要多次回收复用，新增损伤检测、结构修复、涂层翻新等工序，制造、检测、维修三大体系都要推倒重来。

为此，商业火箭公司归纳出八大装备需求方向：400MPa以上流体压力异形贮箱整体成型装备，可加工直径600mm构件的“测一切一补”一体化数控加工单元，复杂曲面防热涂层自动化喷涂单元，5米至6米级复合材料自动铺放、热压一体化装备，AI驱动舱体局部缺陷智能检测成套设备，自适应双轴肩焊接与焊接应力调控系统，多波源3D全景成像无损检测装备，箭体损伤智能柔性固相修复装备。

商业火箭制造装备多为定制化。在业界看来，工业母机企业不能只做“卖设备的”，而要成为火箭制造的“共创者”和“验证场”。商业火箭的工艺经验要反哺装备研发，从“买现成的”变成“一起定义设备”。

高端工业母机已实现多领域进口替代

济南二机床集团董事长卢庆亮表示，公司已能为飞机滑轨、钛合金油舱、碳纤维复合材料等提供完整的加工解决方案。

中国机械科学研究总院集团副总经理李爱国展示了该机构取得的突破性成果：真空熔铸装备、真空等温锻造成型装备、干吨级惯性摩擦焊接装备、超大型热处理装备等填补了国内空白，在航空航天等领域实现成功应用。“十四五”以来，30余台首台（套）高端工业母机打破封锁垄断，40余种工业基础关键产品填补国内空白，支撑了200余家行业龙头企业。

通用技术集团机床工程研究院首席专家黄祖广介绍，该集团已聚焦航空、航天、航海等14个关键领域。在航天领域，超精密单点金刚石车床重复定位精度达到0.2微米，用于半球谐振子陀螺仪制造；五轴电火花成型机床能完成封闭式整体叶盘和复杂内流道的精密成型。在航海领域：整体叶盘五轴加工中心攻克了窄流道薄壁加工难题；充液成型液压机已批量用于进气道燃烧室等复杂零件的生产。

上海市经信委主任汤文侃表示，航发领域的高端机床中试验证平台，已成为首批国家级制造业中试平台。

AI赋能开辟“换道超车”赛道

不过，专家们也普遍提到，当前国产工业母机“大而不强”的困境尚未根本改变，高端产品供给不足、关键核心部件依赖进口的问题依然突出。

面对差距，林忠钦认为，人工智能技术带来历史新机遇。通过“以软补硬”，有望在“AI+机床”新赛道实现领跑，弥补功能部件性能不高的缺陷。

他展示了上海交通大学团队的工业实践：AI智能体把航空发动机叶片的工艺规划周期从16天压缩到3天，效率提升20%以上；AI在线测量与控制技术，让超薄薄片（1.2毫米厚）的壁厚精度从±0.3毫米提升到±0.1毫米，已用于压力气瓶和整体箱底等结构件；大型五轴龙门机床集成的在机测量装置，在6米×5米×1米的空间内定位精度达到0.06毫米。

工业和信息化部装备工业发展中心最新发布的《工业母机智能化变革十大趋势展望2026》提出，以大语言模型、工业智能体为代表的新一代人工智能技术群体性突破，正推动工业母机从“被动执行指令的工具”转变为“自主完成制造任务的物理智能体”。

科德数控在互动平台透露，公司今年将继续深化在航空航天、能源等重要领域的全面自主化，基于在航天领域深厚的技术和应用积累，扩大在商业航天领域的覆盖面。

港股公司拓璞数控近期中标四川三星曜宇航五米级商业火箭制造项目，为其提供贮箱搅拌摩擦焊接设备及自动钻铆设备。据灼识咨询报告，2025年拓璞数控在中国航空航天五轴数控机床市场中排名国内第一，市场份额达到10%。

短剧出海：AI 重构供给,长效发展仍是必答题

◎记者 伊妹儿 李雁争

“2025年第四季度，真人短剧的单子断崖式下跌，我合作的三个制片方中，有两个宣布全面转做AI。”六然韵（上海）文化科技有限公司创始人钟天翔对上海证券报记者表示，他已经搭建了自己的AI系统工作流，两三个人的团队加上AI，一个月能产出8部至10部短剧。

这只是行业发展的一个缩影。2026年，AI短剧成为行业新风口。中国网络视听协会发布的数据显示，一季度，全行业上线微短剧约12.8万部，AI生成内容占比超过95%。出海方面，DataEye研究院数据显示，2025年海外微短剧市场规模约为40亿美元，2026年预计将突破50亿美元，300余款中国短剧App已投入海外市场。

从“翻译剧”到AI工业化生产，从“卖内容”到全球文化博弈，短剧出海正经历一场深刻重构。

AI赋能 释放行业产能

“以前我们在100个故事里挑1个翻译后卖到国外，现在把100个故事直接用AI翻译成多语种版本，全部上架。这不是量的增加，是供给范式的重构。”九州文化创始人、董事长汪家城对记者表示。

九州文化旗下的海外短剧平台Short-Max已覆盖200多个国家和地区，累计下载量约4亿次，月活峰值达4000万左右。汪家城透露，AI技术让公司短剧制作成本大幅下降，2万至3万元就能做一部短剧。以前拍古装、拍特效成本撑不住，现在AI把成本降下

来了，公司可以尝试修仙、玄幻、武侠等更有文化底蕴的题材。

网宿科技产品总监王文滨向记者介绍，步入2026年，随着AI视频模型迎来关键突破，AI技术已全面渗透影视制作全链条，影视制作产业从以往“手搓”步入“AI工业化”时代。网宿科技于2023年布局短剧出海解决方案，2025年下半年又推出AI漫剧网关，帮助AI短剧企业打通从脚本、分镜、生成到后期的AI协作链路。

成本的下探直接带来了产能的井喷。DataEye研究院数据显示，2026年海外AI剧/漫剧市场规模预计将达6.5亿美元，同比增长6倍。广州光盒动力首席营销官梁剑透露，今年出海AI短剧预计将同比增长50倍左右。

但成本下降的同时并未做到质量提升。钟天翔观察到，市场上AI短剧内容同质化严重，“爆款”不多。“市井烟火质感、人物肢体细节、传统文化呈现是AI做不好的。”他说。中德高路（越南）咨询有限公司首席出海文化官齐国涛向记者表示，AI快速生成的内容在画面精度和剧情连贯上都有欠缺，要打造精品化内容，仍需要较大投入。

高额投流 挤压行业利润

短剧出海市场火热，行业却面临盈利承压的困境。

2025年上半年，ReelShort母公司枫叶互动实现营业收入27.6亿元，同比增长154%，但净利润由2024年同期的盈利2293万元转为亏损4651万元。营收猛增，利润倒挂——这是典型的“越火越亏”。

资金都流向了哪里？投流。王文滨告诉记者，短剧的投流成本吞噬了利润，买流量成本占到短剧收入的60%至80%。

东南大学人文学院副教授李灵灵对记者表示：“‘流量税’正在吞噬利润。北美市场单用户获客成本已突破5美元门槛，头部竞争甚至攀升至15美元以上，但用户生命周期价值并未同步增长。”

DataEye剧查查副总裁林启文表示，当前AI短剧制作端成本已下降约90%，但流量投放成本同比涨幅超过100%，行业整体收益端缩水五成以上，大量入局AI短剧的企业目前仍处于未盈利状态。

更严峻的是，竞争格局正快速重塑。王文滨称，2025年之后，印度KukuTV、乌克兰Holywater等本土平台快速崛起，好莱坞势力强势入局。据DataEye研究院观察，印度微短剧市场一年内扩张至3亿美元规模，预计2030年将达45亿美元。

“北美、东南亚、中东为三大核心市场。”齐国涛判断，从付费习惯角度考虑，短剧出海布局重点应集中在北美和中东。

合规本土化 筑牢出海根基

短剧出海的窗口期还有多久？王文滨判断，大致还有12个月至18个月。“用户侧‘竖屏叙事’接受度已经基本成熟，部分区域用户付费习惯正在养成，目前正经历内容在各个区域投放、筛选过滤和留存的经验阶段，从‘抢滩’转为‘深耕’。”他说。

昆仑万维董事长兼CEO方汉向记者表示：“在出海方面，公司有三个原则——合规是底线，本土化是能力，规模化是结果，三者

顺序不能乱。”昆仑万维设有专门的海外合规团队，与当地律所、平台方保持常态化沟通，确保所有上线的AI短剧都符合当地法规。

事实上，本土化并非将国产内容直接翻译输出。方汉说，公司的本地团队会入选题阶段就介入，筛选符合当地价值观和审美偏好的剧本，甚至在AI生成过程中加入当地文化特定的镜头语言、服饰、场景。九州文化则选择在主要市场建立本土化制作中心，跟当地的编剧、导演从故事源头共创。

齐国涛认为，中国公司出海要补齐五块短板：建立本地化团队、提升编剧水平打造精品IP、丰富收益结构、加强合规前置及建设自主可控的技术基建。李灵灵称，内容出海面临数据本地化、内容审核、版权保护等挑战。“谁能在合规框架上率先建立清晰、可执行、被国际市场认可的‘素材溯源标准’，谁就更有可能在下一阶段全球竞争中占据话语权的有利位置。”她说。

汪家城表示，国产短剧若想真正打动海外用户，必须实现从文化语境、叙事逻辑到情感共鸣的全面本土化再造。“监管严格是好事，怕的是没有监管。”他说，“要把合规当成护城河。”

从流量出海到文化出海，从“翻译剧”到本土共创，短剧出海正站在一个新的起点上。李灵灵认为，未来胜负手不在于谁拍得多，而在于谁能用最低的“文化折扣”，把“情绪价值”最高效地送达全球用户。在这场由AI加速的全球文化竞逐中，中国短剧从业者正在用真金白银的投入和不断迭代的技术，摸索一条从“效率领先”走向“规则领先”的出海之路。