

车企全力加速海外圈粉

自动驾驶“出海”潮爆发

2019年11月,小马智行在美国加州推出了面向普通公众的Robotaxi服务,在线上两个月里即完成共计5252个订单。这是小马智行的第一个海外项目,也可以被视作中国自动驾驶公司出海棋盘上较早落下的一子。

这一年,小马智行加速扩张韩国和卢森堡市场,文远知行则开始进入瑞士、法国、新加坡,萝卜快跑获批中国香港首个自动驾驶车辆先导牌照,并对外释放“我们已开启面向全球业务拓展”的信号。

为何直到2024年,自动驾驶公司出海潮才集中爆发?

出海需要的各方面准备已基本就绪。一方面,自动驾驶成本大幅下降,大量运营、调试也使技术日益具备快速复制落地的可能;另一方面,商业模式得到初步验证,尤其萝卜快跑预计在武汉地区实现收支平衡并于今年全面进入盈利期。

文远知行市场公关总监张羽雪认为,多数海外市场车流、人流密集度远低于国内;在出海前,文远已在广州黄埔全域进行了Robotaxi的商业运营,在早晚高峰甚至城中村复杂路况条件下得到检验的技术,到海外后基本不会面临太大的挑战。

小马智行方面告诉记者,经过几年发展,L4级自动驾驶技术的泛化能力快速提升,使其在新地区落地的难度大大降低,而Robotaxi和Robotruck在国内也已有比较成型的模式,这也意味着出海时不再需要对现有技术架构和产品框架做过多调整。

此外,特斯拉、Waymo等竞争对手动作频频,Cruise也在多地重启无人驾驶业务,倒逼着中国公司提速抢占海外市场。

艾媒咨询CEO张毅认为,国内头部车企大多已涉足自动驾驶赛道,使行业竞争更加激烈,而海外传统车企巨头在智驾领域稍显弱势,亟须外部合作,中国智驾公司的海外市场潜力更大。

智驾军团扎堆布局中东

萝卜快跑最早将于今年上半年在迪拜开始测试。这也意味着,继小马智行、文远知行之后,萝卜快跑或将成为第三家中东地区落地的中国自动驾驶公司。

以沙特和阿联酋为代表的中东,缘何得到中国智驾军团扎堆布局?

“好的自动驾驶市场至少要满足三个条件——较高的经济发展水平、劳动力不足、迫切的碳中和目标,中东完美契合了这三点。”张羽雪说。

经济发展水平关乎投资意愿。同时,无论是面向公众的Robotaxi,还是同政府合作的公交领域Demo项目或产业集群共建计划,都对消费和财政能力提出了较高要求。目前,进入中东的中国自动驾驶公司普遍获得当地资金加持。文远知行在阿联酋获得了中阿产业投资基金的支持;小马智行获得沙特阿拉伯王国新未来城(NEOM)及旗下投资基金NIF的1亿美元投资,用于自动驾驶技术全球化研发和运营。

在劳动力方面,沙特与阿联酋外籍劳工占比分别高达四成和八成,外来人口的高流动性和本地劳动力的低参与度,导致其物流运输业面临司机不足的困境。此外,无论是沙特“2030愿景”还是阿联酋,均已要求摆脱“石油依赖”。发展自动驾驶无疑是打破上述困局的不二选择。

小马智行方面也认为,这些国家发展自动驾驶的意愿较强,并有着相应的开放政策,且在技



2月25日,等待装船的车辆停靠在天津港环球滚装码头。新华社发

术发展上处在相对空白的阶段;道路基础设施整体较完善,具备汽车及电子零部件产业链基础;同时这些国家普遍面对着人口老龄化、司机短缺的问题,因此具备潜在市场和变革需求。

此外,从切入海外的模式来看,目前各方主要有自动驾驶整车产品出海、自动驾驶技术和定制化方案支持几种模式。产品序列更为丰富的文远知行已将其无人驾驶小巴、环卫车推向海外,相比之下,小马智行则选择了更为“轻资产”的路径。

“目前主要是以项目落地产生的技术性服务收入,以及落地后的技术授权收入为主,不排除未来有直接面向海外消费者提供终端服务的可能性。”小马智行方面回应称,这主要是根据各地市场阶段和合作伙伴需求保持高度灵活性和适应性。

多家车企海外市场表现强劲

随着上市公司业绩快报的陆续披露,多家汽车行业公司2024年度经营情况进一步明晰。截至3月5日记者发稿,根据申万行业分类,汽车行业共有37家公司披露业绩快报。其中,27家公司2024年净利润实现正增长(包括扭亏为盈公司),占比超七成。

记者注意到,在多家净利润实现正增长的汽车行业公司中,海外市场拓展成为了共同的制胜策略。多家公司也表示,其业绩增长的主要原因系积极进行国内外市场的开拓,出口销售增长。海外业务增量成为多家公司业绩提升的一大亮点。

“公司充分重视海外市场的培育与开发,2024年加大开拓海外市场力度,海外市场进一步突破,原有境外老客户的销售额增长的同时,又与不少新客户开展合作,公司外销收入有一定幅度的增长。”林泰新材在业绩快报中表示。报告期内,公司实现营业收入3.13亿元,同比增长51.33%;归属于上市公司股东的净利润8104.32万元,同比增长64.78%。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会发布的数据显示,2024年全年中国汽车实现出口641万辆,出口增速23%,其中全年新能源汽车累计出口量201万辆,同比增长12%,全年中国常规燃油车型出口440万辆,增长26%。乘联会认为,近两年的国际芯片短缺对中国车市的影响较小,反而推动中国汽车出口表现很强,抢占了国际市场供需缺口,获得难得发展机遇。

跨越市场壁垒与监管高墙

让中国技术和服在海外扎根落地,远比将中国汽车卖到海外更具挑战性。这从文远知行在阿联酋的时间线或可窥见一斑。

“从进入当地,到实际落地项目,往往需要1—2年的准备期。”张羽雪表示,其他市场节奏也大抵类似,“在新加坡,我们2022年底注册公司,次年拿到牌照,直到2024年才真正落地了商业化项目。”

在这一时间线中,本地化是无法绕过的任务。最基础的本地化调适围绕产品本身展开。例如,落地苏黎世的小巴需要在通信方面加强,以应对机场带来的电磁干扰;在临海的阿联酋,高盐分的空气可能会腐蚀激光雷达和摄像头,因此需要为车辆配备自清洁系统。

除了环境因素,用户习惯也是必须考虑的因素。

因此,文远在中东地区落地了部分特制的“豪华版”车辆,内置四个航空座并配备小型冰箱。

张毅提出,自动驾驶公司还需要解决品牌信任度和数据合规问题。而经验丰富的合作伙伴往往能带来事半功倍的效果。

事实上,中国自动驾驶公司在出海过程中,往往也会选择直接与当地政府合作,或与当地机构成立合资公司。多位业内人士认为,其合作伙伴往往是在当地积淀深厚的运营商,有助于公司借势其既有的品牌影响力,并链接到更丰富的投资和客户资源。

例如,在韩国和新加坡,小马智行分别与韩国科技公司GemVaxLink、全球陆路交通巨头康福德高集团达成了合作,共同推动自动驾驶落地。其中,康福德高在全球坐拥超2.9万台出租车的营运网络。文远知行同Uber的合作也是类似逻辑。

同时,技术出海的模式也使中国自动驾驶公司能够在出海初期降低数据审查的壁垒。张羽雪表示,目前文远知行更多是为合作伙伴提供技术支持,由后者在当地开展运营,因此公司并非用户数据的直接搜集方。

此外,国内自动驾驶项目的迅速铺开还有赖于智慧公路的大规模建设,但走向海外之后,严苛的安全监管和不完善的基础设施都将带来挑战。这进一步衍生了单车智能与车路协同两种技术路线的交锋。

端到端技术日益成熟之下,更多公司开始探索“无图NOA+车路协同”的混合架构。例如,早在2023年,元戎启行便正式发布了DeepRoute-Driver3.0智能驾驶解决方案,摆脱了对高精度地图的依赖,破除了使用区域限制。

“出海”圈粉应求新谋变

2024年我国汽车出口641万辆,同比增长23%,其中电动汽车出口量首次突破200万辆。综合来看,中国新能源汽车的产销量继续蝉联全球第一,且占全球新能源汽车市场的比例超过六成。

中国在新能源汽车方面的提前布局,带来了技术优势。海外汽车制造商也在努力追赶。以福特汽车为例,福特计划通过获取中国的知识产权(IP),结合美国的创新能力、规模优势以及客户洞察力,取长补短,在全球范围内展开竞争。为了应对中国平价电动汽车的崛起,福特正在研发一款售价低于3万美元的小型电动汽车,以吸引对价格敏感的消费者群体,尤其是发展中国家和地区的消费者群体。

在国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青看来,当前,中国车企的“出海”正处于整车出口转向海外投资生产的阶段性调整过程中。要以国际化的思维,在符合当地制度、文化和经济发展规律的背景下,协同构建新能源汽车的商业模式和配套体系,形成相互加持的效果。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟也表示,2025年是中国推进新能源汽车“新国际化发展”扎根落地的关键一年,中国车企要用先进制造和先进产品服务全球市场。过去,车企更多的是把中国制造的整车卖出去,未来,需要把生产更多放在市场所在地,与当地企业合资合作,既要有贸易也要有投资,做到“你中有我、我中有你”,用利益协调的新模式推动新能源汽车国际化发展。

据21经济网、南方财经、经济参考报

智能化热潮

出口加码

自2024年开始,如祺出行、黑芝麻智能敲钟上市,地平线在港交所主板挂牌、文远知行成功登陆纳斯达克,再到小马智行以美股自动驾驶年内最大规模IPO收官,中国自动驾驶行业就在全球范围掀起了一股热浪。

“出海”会是更优解吗?哪块市场更具爆发性?这些追问正考验着远航的智驾公司,这场“大航海”注定不会只是风帆高扬的浪漫故事。

”

声音