

拟与美日韩品牌竞争 中国新能源车企进军亚细安市场



中国长城汽车在去年12月的泰国国际汽车博览会展示多款新能源汽车，布局抢占泰国电动车市场。（法新社）

由于较早研发、政府支持和庞大国内市场，在电动车领域领先的中国车企出口亚细安，并在泰马印投资设厂。

新能源汽车包括使用混合动力、插电式混合动力和纯电池驱动的车辆。由于较早研发、中国政府的支持和庞大的国内市场，中国车企在电动车领域处于领先地位，它们出口电动车到亚细安，并在泰马印投资设厂。

亚细安国家纷纷承诺减碳目标和推出汽车电气化政策，加上《亚细安—中国自由贸易协定》的助力，越来越多中国新能源汽车企业进军本区域，包括从中国出口电动车到亚细安国家。

同时，这些企业也在泰国、马来西亚、印度尼西亚等国投资设厂生产新能源汽车或零配件，准备与日本、韩国、美国等传统汽车品牌竞争这个市场。

新能源汽车包括使用混合动力、插电式混合动力和纯电池驱动的车辆。凭借较早开始的研发、中国政府的支持和庞大的国内市场，中

国车企在电动车领域处于领先地位。除了传统车企生产电动车，还出现不少“造车新势力”，如小鹏汽车、蔚来汽车、理想汽车等。

要成为区域电动车生产中心泰国吸引中国车企排队投资

泰国作为“东南亚底特律”，是中国车企“走出去”的首要目标。

新加坡尤索夫伊萨东南亚研究院客座高级研究员谭小燕博士接受《联合早报》访问说，中国车企是在响应泰国的愿景——2035年成为区域电动车生产中心。

泰国政府2020年定下目标，2030年电动车产量将占该国汽车总产量的三成，并制定相应策略吸引国际汽车制造商到泰国投资设厂。2021年3月，泰国政府将这个目标从30%提高到50%。

虽然泰国的电动车市场不成熟，充电基础设施也不完善，但仍吸引中国车企出口产品到当地，以及在泰国投资设厂。

泰国《中华日报》去年9月报道，中国汽车品牌“正排队进军泰国汽车市场”，除了上汽集团和长城汽车外，奇瑞、东风、吉利和长安等品牌也将陆续在泰国推出新车型。上汽集团在春武里府的工厂2017年已投产，生产MG品牌汽车，日后可能也生产电动车。长城汽车收购了美国通用汽车在罗勇府的工厂，计划2023年起生产电动车。

除了泰国，中国车企也把目标对准马国和印尼。今年1月，马国国产车宝腾母公司多元重工业（DRB-Hicom）与Smart汽车公司签署合作协议进军电动车领域，在马泰销售后者生产的小型车。Smart是中国吉利与德国戴姆勒合资经营的品牌，吉利也持有宝腾49.9%的股份。

马六甲州政府也在今年1月宣布，马国公司Fieldman与中国长安汽车合作，投资10亿令吉（约3亿2200万新元）在甲州野新（Jasin）设厂生产电动车。

印尼作为重要的镍矿生产国，近年来吸引电池和电动车投资。同样是今年1月，以台湾富士康为首的多家台湾和印尼企业宣布投资80亿美元（约107.8亿新元），协助印尼开发新能源生态系统，包括生产车辆、打造电池生产和配套产业等。

除了中国企业，印尼也吸引韩国现代集团和美国特斯拉投资当地生产电动车和电池。印尼拥有全球最大的镍矿储量，总统佐科2020年宣布禁止出口镍矿石，并吸引外国企业投资当地的冶炼厂和发展相关制造业。

中国和韩国的新能源车企进军东南亚市场，让日本媒体感到焦虑。《日经新闻》早前报道称，无论是中国或韩国的汽车厂商，目前都在为大举进军东南亚的电动车市场高调铺路，如果日本“出招”太慢，很可能被抛在脑后。

对此谭小燕认为

在泰国汽车生产中占主导地位的日本厂商，拥有生产新能源汽车的技术，例如丰田的燃料电池车，关键在于这些厂商是否愿意进行转换，为泰国的汽车生产设施建立电动车供应链。

东南亚电动车市场短板与挑战

日本厂商也许早已看到进军东南亚电动车市场的短板和挑战。谭小燕指出，泰国的优势在于积极的工业政策，鼓励外国汽车制造商在该国生产新能源汽车；但主要弱点是基础设施如充电站不足，以及消费者的负担能力。“要让消费者负担得起，才能将他们的需求转向新能源汽车。”

对于负担能力的问题，上汽集团的方案是推出价格具竞争力的产品，电动车MG ZS的价格与同级的日美汽油车不相上下；但仍面对充电基础设施不足的挑战。

据《曼谷邮报》去年12月的报道，泰国全国约有1000个充电站，加油站则有约3万个。市场咨询公司德硕（ABeam Consulting）去年12月公布的一项民调结果显示，尽管泰国消费者明显有兴趣转向电动车，但四分之三的受访者认为泰国充电基础设施不足。

马国方面，全国截至去年底有274辆电动车和约4000个充电站。马国政府从2022财政年开始给予电动车税务优惠，但马国汽车协会会长艾沙说：“电动车的价格仍然处于高端水

平，从15万令吉起，对收入最低的40%甚至是收入中等的40%来说，它是难以负担的。”

新加坡业者：布局东南亚 中国车企放眼欧日港台市场

新加坡百盛汽车集团主席梁南兴认为，中国车企布局东南亚市场，是着眼明天，放眼几年后出口到欧洲、日本、香港、台湾等市场。

梁南兴经营德士、汽车贷款、租车服务、平行进口等各类与汽车相关的业务，是新加坡汽车界的领军人物之一。他接受《联合早报》访问时说，新加坡花了20多年时间，混合动力车占汽车保有量的比率仅上升到8.6%，电动车销售多年仅占0.5%，提升消费者对电动车的接受度还有很长的路要走。

他说：“东南亚市场更难了，收入较低的人口买得起电动车吗？有资金投入建设充电站吗？”

本区域消费者对电动车的接受度确实是车企面对的最大挑战之一。相比欧洲国家，本区域的充电基础设施还在起步阶段，普通消费者也负担不起价格相对较高的电动车，而且多数国家仍高度依赖化石能源发电，驾驶电动车无法实际减碳。

梁南兴总结道：“我们还没达到最终目标之前，这五到10年，混合动力车是最好的阶段性选择。”（完）

联合早报