

瑞银：跨国车企在中国不断丢失市场份额

文 | 安丽敏

跨国车企在中国的市场份额不断遭到挤压蚕食，其产能利用率已从2020年的73%下降至2023年的56%。2024年11月25日，瑞银中国汽车行业研究主管巩曼在一场线上沟通会中称，跨国车企未来在中国可能需要削减1000万辆的过剩产能。

巩曼指出，发生上述变化主要原因是中国本土车企抢走了跨国车企的市场份额。中国汽车工业协会数据显示，从2020年开始，中国本土品牌乘用车的市场份额持续攀升。2024年10月，中国品牌乘用车市场占比高达70.1%，首次跨过70%大关，同比提升10.4个百分点。

跨国车企各自丧失的份额程度不同。巩曼称，韩系品牌在2016年达到销量顶峰之后就进入下滑状态，美系品牌、欧系品牌和日系品牌在随后几年中的市场份额陆续见顶。

中国汽车工业协会数据显示，2024年前10个月，德系品牌在乘用车市场的份额为14.9%，日系和美系品牌分别为11.2%和6.5%，韩系品牌市场份额仅剩1.6%，其他跨国品牌的市场占比为1.2%。

中国本土车企借助新能源汽车实现逆袭。2020年下半年，新能源汽车市场步入景气行情，中国本土车企具备技

术积累，大量新能源汽车初创车企也能够较快响应市场变化。跨国车企的总部和研发职能不在中国，再加上疫情阻隔，它们对中国市场的变化没有直接感知。当时全行业还忙于应对芯片短缺危机，跨国车企在中国市场越来越被动。

2024年7月至10月，新能源乘用车零售量连续四个月的渗透率超过50%，而跨国车企产品仍以燃油车为主，其产能利用率也遭遇滑坡。

部分跨国车企已经采取行动削减产能。2024年以来，本田汽车宣布将中国燃油车年产能从149万辆削减至120万辆。大众汽车集团合资公司上汽大众正在研究关闭南京工厂，此前其上海一座工厂改造后转为承担其他职能。日产汽车在华合资企业也关闭了一座年产能13万辆的工厂。

市场变化和中国车企激烈竞争影响了跨国车企获利能力。2023年以来，中国市场爆发激烈价格战，至今没有缓解迹象。巩曼称，2024年夏天，价格战有所缓解，近期又趋于激化。他还判断，2025年汽车市场价格战可能比往年来得更早。

中国不再是跨国车企能够赚取高额利润的市场。巩曼称，依据国内上市公司披露的数据计算，2023年跨国车企在中国市场赚取的净利润同比跌

去32%，2024年上半年又同比下跌44%。

巩曼认为，跨国车企需要调整中国产品策略，比如专注于一些细分市场或者高端品牌市场。同时，跨国车企要将中国市场定位从过去“最大的市场”“最有效的工厂”，转为“全球研发中心”。巩曼称，中国电动化和智能化供应链具备领先地位，跨国车企可以利用中国这些资源，重塑其全球竞争力。

上述变化在汽车零部件领域的体现更加明显。跨国零部件企业和跨国车企一样，主要优势在于传统零部件，随着新能源汽车崛起，汽车电子架构发生根本性变化，原来由跨国零部件企业分系统集成的模式不再适用。

中国本土新兴供应商正在迅速崛起，比如宁德时代(300750.SZ)、华为智能汽车解决方案业务单元、激光雷达公司等。巩曼认为，随着中国车企积极出海建厂，中国本土供应商有机会获取更大市场份额。

跨国零部件企业积极调整应对，赋予在华分支机构更大研发权限。采埃孚亚太销售及客户发展高级副总裁许欢平告诉媒体，中国发生的事情，全球迟早也会发生，只是时间问题。**MFC**