

挑戰日系車壟斷地位 加速在當地設廠

中國電動車駛進東盟 市佔率急升

環球車市大執位① 東盟

中國電動車在國內

市場錄得高速增長後，現正轉戰海外市場，尤其是東盟地區。一直以來雄霸東盟車市的日本車廠，近年正日益受到來自中國電動車的衝擊，日系車在當地的市佔率不斷下跌，而中國電動車的市場份額急增，已由微不足道的比例，增長至逾5%。

大公報記者 李耀華

羅兵咸永道的資料顯示，在今年上半年，以豐田、本田和日產為首的日系車廠，在東盟六個市場的市佔率，已由2010至2020年平均錄得的77%，跌至約62%。反觀中國電動車的市佔率，在這個年銷約300萬輛的市場內，由微不足道的水平，顯著增加至逾5%。同時，根據Counterpoint分析師Abhik Mukherjee的統計，中國OEM的電動車生產商，在今年上半年亦佔去整體電動車銷量逾57%，按年增長67%。其中，以比亞迪、奇瑞、上汽、長安和長城等車企領導市場。

面對國內市場內捲的競爭壓力，中國的電動車製造商已把視野擴闊至鄰近的市場，尤其是已跟中國簽訂全區自由貿易協議的東盟地區，因入口汽車可獲免稅。

富士及鈴木關泰國工廠

羅兵咸永道在馬來西亞的合夥人Patrick Ziechmann表示，中國電動車製造商進軍東盟，標誌着日系車廠在區域內市場的優勢正在減少。而曾經領導泰國日產汽車的Ramesh Narasimhan亦指出，中國車廠攻佔後園，日系車廠將持續失去市佔率。他又稱，對於中企來說，因有價格上的優勢，故可以快速增加銷量和市場份額。

印尼是區內最大的汽車消費市場，中國汽車在當地銷量也直線上升，雖然日系車廠仍然是市場的領頭羊，但是銷量卻逐月下跌。例如豐田汽車和貨車今年1月至8月份的銷量便下跌12%，至161079輛，反觀比亞迪，銷量急增兩倍，至18989輛。中國車廠的致勝之道是廉宜的電動車，其在印尼的售價最低可達200萬印尼盾（約1.2萬美元）。相比起日系電動車，最便宜的車價亦要2.35萬美元。印尼汽車行業協會副主席Jongkie Sugiarto稱，價錢是決定因素，日系車廠要正視不足，否則便會失去更多市場。

在新加坡，中國車廠的優勢更為明顯，比亞迪已成為該國今年最暢銷的汽車品牌，早在2023年，比亞迪便取代豐田在當地的霸主地位，市佔率高達25%。究其原因，新加坡政府正大力改善電動車的基礎設施，加上中國車廠積極進軍，令更多新加坡人轉駕電動車。新加坡Prestige Auto Export的董事總經理Adam Mirza指出，新加坡的市場正在轉變，日本車廠已接受現實，就是難以與中國的電動車爭霸。

在泰國，比亞迪的銷量在今年首五個月達至21458輛，按年增長達66.5%，而比亞迪剛在7月份交付在泰國的第9萬輛汽車。比亞迪正式進軍泰國，是在2022年，當時主要透過出售入口汽車。至2023年3月，便開始在泰國興建廠房。作為區內製造業的樞紐，泰國的汽車市場亦正在轉型，日本富士汽車去年便關閉了在當地的廠房，鈴木汽車亦將在2025年底關閉工廠。比亞迪亞太汽車銷售事業部總經理劉學亮表示，日系車廠對東南亞地區的經濟極大貢獻，但他們現時會讓消費者自己決定最終誰是贏家。

中國電池技術領先全球

與此同時，中國電動車製造商亦希望在汽車軟件科技上擊敗日系車廠，因日系車廠在這方面的發展較為遲緩。例如中國初創公司小鵬汽車，便在今年2月份向東南亞市場出口X9型號汽車，其中包括由手機控制泊車的技術在內。事實上，中國電動車的技術優勢亦體現在電池技術的領先地位，例如寧德時代的麒麟電池和比亞迪的刀片電池，它們在能量密度、充電速度、安全性等方面都具有優勢。

小鵬汽車副董事長兼總裁顧宏地曾在4月份表示，東南亞市場充滿商機。標普環球流動部門東盟地區副董事Jessada Thongpak認為，中國在東南亞市場的成功將會複製到其他地區。



▲五菱於2017年在西爪哇勿加西的廠房正式投產，成為最早在印度尼西亞設廠的中國汽車品牌之一。

中國車企布局東盟情況



全球純電動車銷量 比亞迪稱冠

獨佔 驚頭

全球電動車包括電池電動車和插電式混合動力車，在今年上半年的銷量大幅增加34.3%，而其中，比亞迪獨佔鰲頭，成為全球最大的電動車製造商，比亞迪上半年的市場佔有率高達19.9%，遠遠拋離第二位美國特斯拉。

環球在上半年出售的電動車中，有63.5%屬於純電動型號，較去年同期的市佔率微升0.1個百分點，而插電式混合動力車的市佔率，則由去年的36.6%微降至36.5%。

而在純電動車中，比亞迪一枝獨秀，在今年上半年錄得最高的銷量，總共售出189.7萬輛，較去年同期大升33%，這數字甚至超越其餘五大排名的總和，市佔率為19.9%。

比亞迪銷量強勁，主要得力於旗下兩款汽車，分別為海豹和海豚，這兩個型號連同宋Plus（比亞迪Seal U）一同推高銷量。其實自從年初以來，上述兩款型號便一直為比亞迪攻城略地，令其得以維持全球電動車王者地位。

不過，由於競爭日益激烈，十大電動車

商的市佔率均下跌，比亞迪亦不例外，微跌0.1個百分點。其中跌幅最大的是特斯拉，不論市佔率和銷量均告下跌。主要依賴出售純電動車的特斯拉，市佔率在上半年大挫4.2個百分點至7.5%，而汽車交付量亦大跌13.1%至71.9萬輛。

特斯拉旗下的Model Y仍然是最暢銷的型號，佔去整體銷量逾半，並在今年6月曾佔70.6%的高比例，而其次則是Model 3，在今年2月份曾錄得逾四成的佔比。



▲比亞迪電動車出口量大增，今年上半年共賣出189.7萬輛，全球第一。

多重因素打擊 日系車競爭力急降

財經 觀察

李耀華

面對着中國來勢洶洶的競爭威脅，日系車廠在東盟市場的優勢已漸失去，不過，除了在東盟失利外，日系車廠在全球的銷量亦同樣下跌，這足以說明，中國競爭威脅只是日本車廠遇到的其中一個問題，實際上，還有很多足以影響其競爭力下跌的因素。

日本車在東南亞市場的佔有率正不斷被中國電動車蠶食，而在全球方面，日系車廠的產量和出口亦同樣不濟，而且就連日本國內的銷情亦倒退。統計顯示，日系八大車廠中，有六家的全球產量均錄得下跌，包括本田跌13%，富士跌12.5%，和三菱跌10.9%。

而且早在去年，日系汽車已失去光環，根據日本乘用車製造商協會的數

據，日本去年1至9月僅生產601萬輛汽車，較去年同期下跌8.8%，國內銷情和出口同樣令人失望，今年首九個月國內銷量只有357萬輛，按年下跌6.3%，出口則錄得306萬輛，下跌4%。

多個品牌先後爆出驗車醜聞

此外，日系汽車近年亦出現歷史上較為罕見的裁員和減產行動，例如日產汽車，便宣布在2024年至2027年間，全球共裁員2萬人，佔其總員工人數的15%，旨在應對業績持續惡化和創紀錄的淨虧損。減產方面，日本車廠正經歷四年來首次減產，主因包括美國特朗普政府的關稅政策、中國等市場電動化轉型的壓力等。其中，豐田全球產量亦出現四年來首次下降；日產也因業績下滑宣布削減在東盟的產

能。

另一個原因是日本本土汽車市場已經飽和，消費者買車意欲下降，年輕人不再視私家車為必需品。此外，豐田、本田、萬事得汽車均曾捲入驗車醜聞，被迫停產一段時期，以至產量和品牌形象都大受影響。

最後，日系汽車對轉型至電動車有欠積極，豐田、本田仍主力推介油電混合車，在轉型至電動車方面，則採取較審慎態度，因此，今日系車廠不單在中國市場失利，在東南亞和美國亦同樣受創。尤其是美國在取消新能源車補貼前，電動車在當地銷情大旺，今日系車錯失良機。豐田在北美9月份的銷量按年下跌21%，並已是連續第四個月下跌，這看來跟日本車廠不積極推介電動車有莫大關係。

日產陷財政危機 急推新車救亡

經營 不善

日產汽車正面臨25年以來最嚴重的財政危機，為了扭轉這個劣勢，日產行政總裁Ivan Espinosa在接受訪問時表示，集團會全盤改革過時的產品陣容。

Ivan Espinosa指出，現時是時候開始引入更多新車款，而在向市場引入新車時，亦會減少煩瑣的行政程序，力求縮短開發新車的時間和進程。他認為，這幫助公司選取受市場歡迎的產品，並因應市場的變化而作出更快速的調整。

現年46歲的Ivan Espinosa，正面對愈來愈大的壓力，他需要盡快扭轉不斷轉差的財政狀況。事實上，由於日產與本田的合併談判告吹，加上其與法國雷諾汽車的複雜關係，日產唯有繼續獨立經營。在今年5月，該公司更宣布將會大幅裁員2萬人，以及關閉七家廠房。

日產的主要問題在於其產品陣容過時，現在只有依靠Ivan Espinosa的改革才有望浴火重生，Ivan Espinosa表示，正準備推出多款新車以扭轉劣勢。例如正為純電動車Leaf推出新版本、為另一款暢銷的微型車Kei進行更新及推出新版本的Elgrand客貨車等。