

# 实探香港车市：国产电动汽车积极布局 站稳脚跟瞄准“出海”之路

证券时报记者 韩忠楠

从香港中环西向东至维多利亚港，贯通着一条车流量巨大的主干道——告士打道。历经五次填海工程，香港湾仔区的海岸线推移了约1200多米，而告士打道因填海而不断扩建，不仅成为了香港市区最宽阔的道路之一，也演变成了连接香港岛东西部的重要通道。

如今的告士打道，在繁华之外还增添了一道新的风景线。越来越多的国产新能源汽车品牌入驻了这条有着近百年历史的老街，以此进一步打响在香港市场的影响力。而进入香港市场，对于多数国产新能源汽车品牌而言，则意味着筑牢了品牌国际化之路的“桥头堡”。

近日，证券时报·e公司记者实际探访了位于香港湾仔区告士打道的比亚迪、极氪等销售门店，近距离见证了香港车市的“触电”演变。

## 香港车市“触电” 新能源车渗透率攀升

漫步在香港街头，从人行天桥向下俯瞰，川流不息的车流中，特斯拉的出镜率非常高。在2023年热播的TVB新剧《新闻女王》中，女主角驾驶的车辆就是一台特斯拉Model X。

香港电动汽车资料库数据显示，2017年—2023年香港首次登记电动汽车数量为62458辆，特斯拉以33909辆力压其他品牌夺得第一，占比54.3%。这意味着，在香港每卖出两辆电动汽车，就有一辆是特斯拉。

证券时报·e公司记者了解到，特斯拉从2010年进入香港市场以来，在当地电动汽车细分市场长期处于“一家独大”的地位。而特斯拉销量的快速增长，也反映了香港车市的变化。

记者实际探访的告士打道，曾经是保时捷、阿尔法·罗密欧、宝马等豪华品牌的聚集地，被誉为香港的豪车一条街。

如今，这条街上的汽车陈列室(销售门店)几经更替，越来越多的新能源汽车品牌开始涌入寸土寸金的告士打道。

一位销售人员向记者表示，香港推崇绿色环保，新能源汽车很适合在香港扩大市场规模。近几年新能源汽车在香港销售火爆，主要与特区政府的大力支持有密切关系，特别是减税以及“一换一”政策的推出，吸引了很多消费者将燃油车置换为新能源汽车。

2020年香港特区政府施政报告指出，香港力争2050年前实现碳中和；在2021年施政报告中，又进一步提出香港力争2035年前碳排放总量较2005年下降50%。

香港特区政府正在鼓励采用新能源技术减少碳排放。据了解，香港特区政府为了推动新能源汽车在本地发展，特别推出了电动汽车首次登记税的宽减，类似于内地的购置税减免政策。

香港特别行政区运输署官方网站显示，2024年2月28日宣布延长电动汽车首次登记税宽减安排的期限两年，至2026年3月31日。按照最新政策，一般电动汽车的首次登记税宽减上限将由9.75万港元调整至5.85万港元；符合“一换一”计划条件的私家车车主，其电动汽车的首次登记税宽减上限由28.75万港元调整至17.25万港元。

真金白银的税费优惠吸引了不少香港消费者购入新能源汽车。

公开数据显示，2022年香港纯电动私家车总登记量为19795辆，在私家车(新车)市场中占比52.82%，较2021年的24.2%进一步攀升，这是纯电动汽车首次在香港的销售量超过了燃油汽车。

2023年，纯电动汽车在香港市场的渗透率进一步提升，突破66%。比亚迪香港销售门店的副经理陈文轩告诉证券时报·e公司记者，目前香港的新车市场上，新能源汽车的市占率已超75%。

除了政策上的税费优惠，香港昂



## 新能源车企抢滩香港 谁能饮得品牌国际化“头啖汤”?

证券时报记者 韩忠楠

香港舞台剧导演林奕华在《等待香港：永远的香港人》一书中提到，香港可能是别人的某一种天堂，对于他而言，它却是百分百的现实的，不做无谓的行动与妄想的。

这里的“现实”，在某种程度上反映了香港人务实的态度。在摩登繁华与市井烟火之间，一部分香港人追求向上且务实的现实生活。就像对车辆的偏好一样，宽敞舒适的MPV车型，是很多香港消费者的“心头好”。

对于中国新能源车企来说，要想在香港喝到品牌国际化的“头啖汤”，势必要与当地的文化、消费偏好做深

贵的油价也是促使许多车主“油转电”的原因之一。上述销售人员告诉记者，在香港电动汽车充电一度电约3港元—4港元，一台续航500公里的车充满电，相当于1公里仅需要耗电1港元；但是香港油价极高，同等驾驶里程的油车，一公里需要耗电3港元以上。

数据显示，8月5日更新的香港汽油价格为每升24.37港元(折合人民币22.36元)，相当于内地油价的三倍左右。

香港特区政府环境及生态局局长谢展寰此前表示，特区政府会密切留意市场上电动私家车的供应情况以及普及化进程，不时检讨可否把“2035年全面停止新登记燃油及混合动力私家车”的目标进一步提早。

极氪智能科技副总裁陈禹透露，极氪在香港太古湾的门店很快也会开业运营，其面积将近1000平方米，定位类似于内地的“极氪中心”。后续极氪会在香港总计布局7家门店，包括4家销售中心和3家售后中心。

不止极氪在加码布局香港市场，比亚迪、上汽大通、广汽埃安、小鹏汽车、哪吒汽车等都在积极入港，以此加速国际化发展步伐。

今年4月，小鹏汽车宣布与森那美汽车集团建立合作伙伴关系，正式进军香港市场。5月，小鹏G6和X9在香港开售，订单突破500台。7月19日，小鹏汽车香港首家旗舰店也正式实现开业。

广汽埃安在香港的布局同样迅速，今年1月，埃安香港九龙湾首店正式开业，不到半年时间，埃安香港湾仔品牌门店也投入运营，埃安AION Y Plus智尊版在香港上市。

6月份向港交所递交上市申请的哪吒汽车，也将香港市场作为发力海外市场的重中之重。今年3月，哪吒汽车与香港特区政府签约，成为香港特区政府重点企业伙伴。香港特区政府将为哪吒汽车提供2亿港元补贴并协助基石轮投资2亿美元。

度融合。

目前，粤港澳大湾区的建设，让香港与广州、深圳等城市在通信、新能源、无人机、机器人、服装贸易、食品饮料等各个产业产生了深厚的交织，但对于刚刚进入香港市场的国产新能源汽车企业来说，如何让品牌与当地的文化深度融合，如何让产品精准满足本地消费者的需求，仍然是一道待解的难题。

进入香港市场不易，在香港市场打响知名度，由此起航走向全球更不易。对于中国新能源车企而言，首先需要摆正心态，不仅要视香港市场为长期市场进行深耕，以长期主义精神

在这款车上市之前的两个月，极氪已在香港湾仔区的告士打道布局了首家本地销售门店。记者在实际探访时发现，这家门店距离丰田的汽车销售中心只有十米的距离。

极氪香港销售中心的销售人员向记者表示，极氪刚刚推出的新款009在香港市场很有竞争力。不仅是极氪，广汽传祺、上汽大通、比亚迪等推出的MPV产品在香港也比较受欢迎。

“现在香港街头的特斯拉比较多，那是因为它进入香港市场较早，性价比也比较高。但随着越来越多国产汽车品牌的进入，香港MPV的市场和新能源汽车市场都会有改变。”上述销售人员表示。

极氪智能科技副总裁陈禹透露，极氪在香港太古湾的门店很快也会开业运营，其面积将近1000平方米，定位类似于内地的“极氪中心”。后续极氪会在香港总计布局7家门店，包括4家销售中心和3家售后中心。

此外，他还向记者透露了一个有趣的细节。几个月前，他还是宝马的普通销售人员，现在代理比亚迪已经快速升任了副经理。

“随着越来越多国产品牌的进入，代理特斯拉和宝马品牌的经销商的业绩是有所下降的，但国产品牌在香港的销售比较火爆。”陈文轩表示。

从该销售人员的介绍中，可以明显感受到中国品牌在香港市场正在逐渐打开影响力和知名度。

香港汽车工业协会会长李耀培判断，国产新能源汽车品牌若能在香港市场站稳脚跟，则意味着其品质经得起国际标准的考验，对于这些国际品牌在全球市场打开局面有积极作用。

以香港为出海“桥头堡”

证券时报·e公司记者通过梳理后发现，除了已经在香港有销售网

做好品牌的沉淀。

同时，面对非常务实，甚至略显“现实”的消费者，产品力才是能够在当地立足的根本。这需要积极入港的车企，根据本土化的需求开发产品，并将产品的质量做到扎实可靠。

目前很多国产新能源车企均在积极推动自身的智能化产品入港，这些便捷、灵活的智能化配置，为香港消费者带来了新鲜的体验。而要将这种“引人入胜”的好体验转化为“好口碑”，本质上还是需要产品的可靠性和耐久性做支撑。

在采访过程中，很多香港的经销商对内地车市的白热化竞争程度已有所耳闻。不少车企也在试图将

在内车市市的“内卷”转移到境外。但事实上，过度的内卷并不完全适用于境外市场，特别是那些刚刚开拓的市场，如果采取过于激进

对于中国新能源车企来说，“头啖汤”固然很鲜，进入香港市场抢滩国际化阵地固然很重要，但过于激进的布局反而会“烫伤”自己，影响品牌的长期建设。品牌国际化本身就是长期征程，需要一步一个脚印地踏实推进。敢为人先，争饮“头啖汤”的精神可嘉，但以长期投入，以打造百年老店的心态煲出一锅浓郁鲜美、十里飘香靓汤也值得鼓舞。

事实上，中国新能源汽车品牌“南下”入港，并非只是为了拓展当地市场，而是希望以香港为出海的“桥头堡”，进一步扩大在全球市场的销售范围。

吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧向证券时报·e公司记者表示，港澳地区是新能源汽车非常重要的市场。极氪品牌在成立的时候，就非常重视港澳地区市场，专门开发了右舵产品，包括应用软件都结合了当地用户的实际情况，进行了适应性开发。

安聪慧透露，极氪品牌成立的时候就将自身的定位确认为全球品牌，极氪会针对左舵车和右舵车市场进行同时开发，产品会进入全球各个市场。

对于多数新能源车企而言，进入香港市场最核心的目标，并不是为了增加销量，毕竟香港车市的总体容量有限，以此为起点走向全球市场才是这些车企的最终目的。

小鹏汽车名誉董事长兼联席总裁顾宏地认为，对小鹏汽车而言，香港是小鹏汽车走向全球化的重要桥梁和视窗。进军香港市场，对于小鹏汽车的全球化进程来说具有重要战略意义。

多位业内人士表示，香港车市成熟，对机动车的各项技术指标要求高，直接对标欧洲体系。对于中国新能源汽车企业而言，进入香港车市，不仅是对品牌力的一次挑战，也是对产品力的挑战。

此外，香港作为亚洲重要的国际金融中心，本地经济充满韧性与活力，特别是成熟的金融和便捷的资本流动，更利于中国车企的出海发展。中国汽车工业协会副总工程师许海东认为，中国汽车企业走向国际，也需要资金方面的支持，香港是一个很好的起点。



## 福耀玻璃上半年 净利增长23.35%

证券时报记者 叶玲珍

8月6日晚间，福耀玻璃(600660)2024年半年报出炉，上半年实现营收183.4亿元，同比增长22.01%；净利润34.99亿元，同比增长23.35%；扣非后净利润为35.76亿元，同比增幅为28.05%。

市场对福耀玻璃业绩增长早有预期。7月29日，福耀玻璃就曾发布业绩快报，对半年度主要财务数据按披露，数据与半年报基本一致。

数据显示，福耀玻璃盈利增长含金量颇高。上半年，公司实现利润总额41.25亿元，同比增长24.26%，若扣除汇兑损益、太原金诺实业有限公司终止履行北京福通剩余24%股权转让减少投资收益等因素影响，利润总额同比增幅将达59.95%。

福耀玻璃现金流及毛利表现依然亮眼。今年上半年经营性净现金流为33.25亿元，同比增长6.41%，净现比高达95%；主营业务毛利率为36.71%，同比提升3.15个百分点。此前，福耀玻璃曾表示，作为汽车玻璃行业的头部企业，公司产品量价齐升，虹吸效应持续增强。

分产品来看，福耀玻璃上半年汽车玻璃营收为168.2亿元，同比增长25.82%，毛利率为31.84%，同比提升2.47个百分点；浮法玻璃实现营收27.84亿元，同比增长8.35%，板块毛利率为35.55%，同比提升8.34个百分点。

值得一提的是，在“电动化、网联化、智能化、共享化”(下称“新四化”)发展趋势下，汽车正朝着可移动智能终端转变，而汽车玻璃、饰件也逐步成为智能座舱的重要组成部分，对企业的创新能力提出了更高要求。上半年，福耀玻璃持续优化产品结构，智能全景天窗玻璃、可调光玻璃、抬头显示玻璃、超隔绝玻璃、轻量化超薄玻璃、镀膜可加热玻璃、钢化夹层玻璃等高附加值产品占比较上年同期提升4.82个百分点。

分区域来看，福耀玻璃有超40%的营收来自于海外。公司表示，经营业绩、财务状况及前景受到经济、政治、政策、法律变动、战争等影响。

近期，福耀玻璃美国工厂被包括美国国土安全部在内的多家美国执法机构调查事件备受关注。

对此，公司于7月28日以公告形式进行回应，表示福耀美国于美国当地时间2024年7月26日上午10时左右，接受美国联邦政府机构和当地执法工作人员(下称“美国政府机构”)的上门搜查，主要是配合美国政府机构针对一家第三方劳务服务公司正在进行的调查工作。据美国政府机构的告知，福耀美国并非该调查的目标。当日下午5时左右，美国政府机构完成他们的现场工作后离开。

福耀玻璃进一步表示，在上述搜查期间，福耀美国当日生产部分作业暂停，但货物运输及交付未受到影响。搜查结束后，当日已经恢复正常作业，生产经营一切正常。

近年来，福耀美国经营稳健，对上市公司的业绩贡献比重持续增长。今年上半年，福耀美国实现净利润3.87亿元，同比增长超100%。

对于行业发展趋势，福耀玻璃指出，从短期来看，汽车市场在持续复苏，但国内外形势复杂严峻，挑战和不确定性增加。中国加大宏观调控力度，扩大内需、优化结构，积极扩展海外市场的同时，也通过出台和落地各种政策措施促进汽车消费。从全球汽车工业结构来看，发展中国家新车产量和汽车保有量占比均不断提升，影响不断加大，但汽车的普及度与发达国家相比差距仍然较大，中国潜在汽车消费潜力巨大，汽车工业提供配套行业仍有较大发展空间。与此同时，伴随着“新四化”的发展，汽车玻璃销售将迎来结构性机会。

