



中国日本商会

今どきコラムー110

中国雑談

ハイテク大手の「新エネ車産業」参入ブーム

2021年に入ってから、新エネルギー自動車は中国投資界の最もホットなコンセプトの一つになっており、金融資本、産業資本—だけでなく、元来自動車製造とはかなり疎遠と思われてきたハイテク企業でさえ、すでに混み合っているサーキットに相次いで参入している。

5月中旬までに、ファーウェイ（華為技術）、テンセント（騰訊）、バイドゥ（百度）、アリババ（阿里巴巴）、ディディ（滴滴）、シャオミ（小米）、360 海信、OPPO、創維及び ZTE（中興通訊）等のハイテク企業がスマートカー事業への参入、巨額資金の新エネ車サーキットへの投入準備をこもごも宣言している。

実際のところ、新エネ車企業はここ数年、欠損状態が続いている。昨年、NIO（蔚来汽車）は 53 億 400 万元の赤字、シャオペン（小鵬）は 27 億 3200 万元の赤字、理想汽車（Li Auto）は 1 億 5200 万元の赤字をそれぞれ計上した。こうした状況下で、なぜこれほど多くのハイテク企業が新エネ車事業に先を争って乗り込もうとしているのか？

まず、政策的な支援及び奨励が考えられる。政策的な推進が想定されると、新エネ産業の確実性が高くなり、市場に巨大な潜在力を持つことになるからだ。国務院が昨年発表した「新エネ車産業発展計画（2021～2035年）」では 2025 年までに自動運転車、条件付き自動運転スマートカーの新車販売台数の比率を 50%以上とし、新エネ車の新車販売台数を 2020 年の 5%から 20%に増やす——つまり、おおむね 600 万台を上回る販売規模にすることを意味している。

次に、新エネ車に搭載する各種ハイテクに、資本側は成長ポイントがあると見ている。こ



こうした新エネ車の突出した特徴が IT（情報技術）、AI（人工知能）等のハイテク企業の大量参入の理由になっている。インターネット企業、スマートモバイル業界は長年のつぶし合いの過程で巨大な競争圧力に直面し、業界全体の成長力が鈍化し、ひいては衰退しつつある。こうした状況下で、モバイル、ネット大手は切迫した圧力で新たなサーキット開拓に立ち向かっているのである。

交通機関としての従来型の車に比べて、新エネ車は数少ない「プラットフォーム級工業製品」になっている。つまり、機械製造、電子、半導体、ネット技術、ビッグデータ、AI、新エネルギー、IT、レーザーあるいはレーダー距離計、新素材、工業デザイン、画像認識・処理等の多様なハイテクを搭載できるごく少ない工業品だからだ。今では、これほど強力かつ総合的な技術搭載能力を持つ工業製品はほとんど見当たらない。

第三に、新エネ車は移動可能なモバイルデバイスの大衆消費品になる可能性があることだ。車は典型的な耐久消費財として、多くの一般庶民の生活に深く入り込み、代替の効かない交通手段になっている。

総括してみると、工業製品、大衆消費品、モバイル端末として、新エネ車は極めて強力な技術搭載能力を有し、市場発展の将来性を有している。同時に、政策的支援、ネット企業の外圧、環境目標等の理由によって、新エネ車産業は発展するに違いない。過剰資本を背景に、新エネ車が持つこうしたメリットによって、多角的な資本は争うように、今は混み合っているがなおも拡張されつつあるサーキットに我先にと参入して行く。

日本企業（中国）研究院 執行院長

chenyan5931@163.com