

# “三重涨价”压顶，车企打响供应链成本“防御战”

在智能化与电动化双轮驱动下，汽车产业正迎来一场前所未有的供应链成本考验——来自内存、金属、电池等环节的涨价压力，越发明显地笼罩在车企成本侧。

存储芯片价格飙升与供应紧缺的双重挑战，已逐步蔓延至汽车供应链的核心地带。有车企人士预测，在AI“吸芯”、汽车“失芯”的背景下，今年全行业存储芯片供应满足率可能不足50%。这意味着在智能化浪潮中高歌猛进的汽车产业，将直面“内存超级周期”的冲击。

与此同时，铜、银、锂等关键金属价格上涨，也对汽车制造成本构成显著压力。原材料涨价进一步传导至动力电池，使车企承受二次成本冲击。一些车企不得不在供应链韧性与成本控制之间寻求艰难平衡。业内分析认为，终端涨价、配置调整乃至交付延期，都可能成为车企被迫采取的对策。

伴随着AI、储能等新兴行业对上游资源的激烈争夺，汽车制造业不仅面临周期性成本压力，更暴露出在关键零部件供应上的被动性。一场围绕供应链安全与成本控制的深度进化，已在汽车行业内部悄然展开。

## 面临多重涨价冲击

“2026年，汽车行业可能面临存储芯片供应危机，满足率或许不足50%。”理想汽车供应链副总裁孟庆鹏近日发出预警。1月6日，蔚来汽车创始人李斌在接受记者采访时也坦言：“内存涨价已成为今年最大的成本压力，这是关乎全行业的大事。”

全球DRAM（动态随机存取存储器）市场正经历一轮史上最强的涨价周期。自2025年下半年起，DRAM价格持续快速上行，多数品类涨幅超过100%；其中DDR4与DDR5两大主流规格的价格在去年更是上涨2—3倍。进入2026年，涨势加速，在“一日一价”的市场节奏下，内存整体涨幅远超黄金。

随着汽车加速向智能终端演进，存储芯片已成为智能汽车的“数字记忆体”。“任何一辆高阶智能网联汽车，既是交通工具，也是数据处理器。”李斌解释，从智能座舱的多屏交互、影音娱乐，到自动驾驶系统每秒产生的大量数据，均需大容量、高性能存储芯片支撑。无论是蔚来自研的“神玑”芯片，还是外采的英伟达芯片，都离不开内存配套。

中国信通院专家王进（化名）向记者提供的数据显示，现代智能电动汽车对存储芯片的需求正呈指数级增长。单辆高端车型的存储需求已达64GB（吉字节）至256GB，并正向TB（太字节）级别迈进。

一家国有车企人士向记者透露，目前内存涨价导致单车成本增加数百元至上千元不等，视车型定位而定，“但随着TB级存储时代的来临，内存成本在整车硬件成本中的占比将快速提升，预计到2030年可能突破15%”。

其他原材料成本的上涨也对车企构成显著影响。去年以来，铜、银、铝、稀土永磁等价格持续上行，这些材料广泛应用于驱动电机、车身结构及关键控制器等环节，属于难以规避的硬性成本。

前述国有车企此前专注于合资燃油车，近年才发力新能源汽车，并未充分预料到铜价上涨对车企的影响如此之大。“电池系统、电机、铜箔、线束以及配电系统等关键部件都大量用铜。一辆新能源汽车



AI生成

车的用铜量比燃油车高出数倍，这会‘杠杆式’放大造车成本。整体来看，因供货协议提前签订，目前尚未感受到明显的成本压力。不过我们已经开始研判后续影响。”

有色金属涨价的影响已传导至动力电池环节。近月来，因上游原材料成本上涨及供需变化，基膜、涂覆等湿法隔膜产品价格上浮，叠加加工费上调等因素，都在推高电池成本。

“金属、芯片、电池等多重全球性成本上升，势必推高整车制造成本。”前述车企负责人表示，“公司2026年开年第一会，主题就是如何通过其他环节的优化来控制总成本。”

## “不对等竞争”

上游成本上涨潮，实则是汽车与AI、储能等其他产业竞争关键资源的一次压力测试。

以内存为例，与汽车产业相比，供应商的市场天平明显向AI一侧倾斜。王进向记者分析，Chat-GPT引领的生成式AI与大模型训练，已锁定了全球高端存储产能。近期，AI应用重心从训练向推理侧延伸，“以存代算”模式兴起，通过减少数据在存储与计算单元间的搬运来降低对图形处理器和显存的依赖，这大幅推高了内存需求。

存储巨头美光科技近日宣布，将于1月16日在美国纽约州动工兴建总投资约1000亿美元的巨型晶圆厂，这映射出AI对存储芯片的旺盛需求。

“美光、SK海力士、三星等存储巨头，都会优先保障利润丰厚的AI客户订单。目前市场预估约2/3的高端DRAM产能已被AI需求占据。芯片产能有限，价高者得，销售给AI客户的利润通常是汽车行业的数倍。”王进表示。

集邦咨询等机构曾预测，到2027年，全球70%的DRAM产能将被AI领域吸纳，留给汽车、手机等传统行业的产能将大幅缩减。

“在需要高端存储的智能驾驶领域，车企的出价能力与订单规模，难以与手握千亿预算的AI巨头抗衡。”李斌无奈地表示，“AI产业在资本体量、议价能力等方面均占优势，汽车与AI的存储争夺，是一场‘不对等的竞争’。”

如果说内存争夺还局限于智能化赛道内部，那么有色金属价格的上涨，则意味着汽车在与光伏、储能等更多产业同台竞技。

去年，中国新型储能新增装机规模持续增加，一度带动A股储能板块飙升。储能业务在动力电池厂商的业务占比同步提升，一定程度上挤压了车用电池的产能配额。

前述车企人士比喻道：“光伏板以吨计消耗铜铝；半导体、机器人、储能电站的核心部件都离不开稀缺金属这些‘工业味精’。对车企而言，以前是买‘馒头’，饿了就买；现在需要的是‘特级面粉’，做蛋糕、面包、披萨的都在抢。”

## 会否向下游传导？

上游价格上涨已直接冲击车企供应链。内存方面，有新势力车企采购负责人透露，去年三季度订购的LPDDR5内存，供应商要求提价40%才肯发货，否则将撕毁合同。

1月13日，碳酸锂期货主力合约价格触及涨停，盘中报17.41万元/吨，连续第二日涨停。电池产品增值税出口退税率的下调可能刺激了锂电下游企业的备货热情，进一步影响了碳酸锂市场的供需平衡。

面对动力电池的涨价预期，多家车企纷纷赴动力电池厂家“抢”订单。小鹏汽车董事长、CEO何小鹏近日坦言：“最近跟我们所有的电池厂商老板都喝过酒了。”

车企负责人亲自下场保障供应链，在新势力阵营中并不少见。掌舵者希望最大限度避免核心零部件短缺对产品规划、生产节奏与交付周期造成扰动。

对于铝、铜等有色金属涨价的影响，有车企内部人士透露，尽管铜在新能源汽车中用量较大，但因供货协议多提前签订，目前尚未感受到直接成本压力。

但这也是暂时的。车企普遍预判，这场供应链困局可能持续3—5年。

王进举例说：“以内存为例，一方面，AI大模型对内存的需求只增不减，OpenAI等巨头已提前锁定未来两年大部分高带宽内存产能；另一方面，车载存储芯片技术门槛高、认证周期长，短期难以快速扩产，国产厂商虽在突围，但短期内仍难以填补产能缺口。”

尽管供应链涨价压力高企，但多家车企向记者证实，目前汽车产业整体仍处于“内部消化成本

压力”的阶段。李斌表示，蔚来暂未将内存涨价压力传导至终端售价，这个压力仍在企业可承受范围内，但还是建议大家早一点买车，未来车价大概率看涨。

在2026年新能源汽车购置税补贴进一步退坡、市场销量承压的背景下，终端售价上涨的预期显得尤为敏感。

不过，主流判断认为，车企普遍不敢轻易涨价，以维护市场份额与客户关系，但这也意味着压力都在车企一侧。

有头部车企人士向记者表示，大规模交车延期可能性不大，但部分配置调整或特定车型交付延迟恐难避免，“会有车企在部分车型上降低非必要的算力与存储配置，用一颗芯片满足以往两辆车的需求；也会有车企被迫削减智能座舱等非核心系统的存储配置，以优先保障智能驾驶域控制器等关键部件”。

这场成本涨价潮可能加速行业洗牌。“技术实力强、供应链管理优异的头部车企，可通过长期协议、多元采购缓解压力；中小车企则可能因供应不稳定进一步丧失市场份额，甚至导致新车交付延期。”前述人士判断。

## 供应链进化

王进指出，由AI引发的存储芯片供需失衡，实质上是高附加值产业对传统制造业的一次资源挤压，“在算力定义未来的时代，掌握核心芯片产能与分配权的巨头，正拥有前所未有的产业主导权”。

面对供应链成本挑战，车企也在积极寻求破解之道。部分车企通过技术转型与供应链策略调整应对成本压力，例如加快研发低钴电池、签订长期供应协议以锁定价格。这相当于以车企为链主，推动动力电池等产业链加速技术转型。

在芯片采购方面，部分车企正考虑通过深化与本土供应商合作、签订长期协议等方式降低风险。也有车企采购负责人亲赴韩国等地，以期争取更多订单份额。“结果未知，但努力尝试总比被动等待。”

2025年下半年，特斯拉曾与三星达成价值165亿美元的芯片制造代工协议。特斯拉为其自动驾驶硬件获得核心算力保障，三星则借此提振代工业务、证明其AI芯片制造实力。有国内车企认为，亦可借鉴特斯拉策略，以规模换稳定——通过签订长期协议锁定供应，尽管可能需接受更高单价。

王进认为，这对汽车行业而言不仅是一次短期供应危机，更将引发一场深刻的“供应链觉醒”。方面，车企将重新思考如何构建更具韧性、更自主可控的供应体系；另一方面，若供应链困局持续，不排除部分车企开启垂直化整合，向比亚迪式的“既造电池又造整车”的体系化能力转型。

以存储芯片为例，市场越发认识到供应链多元化与国产化替代的紧迫性。在蔚来合肥新桥工厂附近，便是国内存储芯片领军企业长鑫存储的所在地。“存储芯片需求旺盛，在合肥投资的长鑫存储已成为当前中国最受瞩目的科技公司之一。”李斌表示。

2025年底，长鑫科技科创板IPO申请获受理。作为中国大陆唯一具备规模化DRAM制造能力的企业，其上市进程标志着中国半导体产业链资本生态进一步完善。有行业人士透露，部分车企已开始测试长鑫存储等国产芯片，“部分高端产品虽仍存在技术代差，但追赶速度很快”。

“内存、有色金属、电池等涨价带来的多重挑战，会倒逼汽车产业加速供应链的重塑与升级。”王进表示，一场关乎成本、技术与供应链安全的深度进化，迟早是要推进的。

据《证券时报》作者：王小伟

# 重塑行业生态，直播电商强监管时代来临

近日，国家市场监督管理总局与国家网信办联合发布《直播电商监督管理办法》（以下简称《办法》），定于2026年2月1日正式生效。这标志着直播电商行业从“野蛮生长”进入“强监管、规范化”的新阶段。

与以往零散分布的监管条款不同，《办法》精准聚焦直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构四类核心主体，通过压实责任义务、划定行为红线、完善监管机制，构建起全链条、立体化的监管体系。业内专家普遍认为，此次《办法》的出台将加速行业洗牌，推动直播电商从流量驱动向质量与信任驱动转型，为数字经济的可持续发展注入新动能。

## 构建全链条网状责任体系

上海正策律师事务所律师董毅智表示，《办法》最大的制度创新在于，首次以部门规章形式，将直播电商生态中的四大主体——平台、直播间运营者、主播服务机构（MCN机构）和主播，进行捆绑式责任界定，构建了权责对应的“网状”责任结构，打破了以往责任模糊、推诿扯皮的监管困境。

董毅智指出，这一创新架构主要体现在三个维度。其一，责任穿透，打破“避风港”幻觉。过去，责任往往局限于主播或平台，中间服务机构常以“技术服务”为由规避责任。而《办法》明确要求主播服务机构对签约主播的内容审核、商品核验、合规培训等承担首要责任，迫使MCN机构等建立内部风控体系，从“中介角色”转变为合规管理第一责任人。

其二，强化连带责任，形成互相监督机制。在虚假宣传、销售假冒伪劣商品等场景下，《办法》明确相关主体需承担连带赔偿责任，消费者可同时对追责主播、商家、平台及服务机构。这种“一损俱损”

的约束机制构建了内部制衡闭环，平台为降低风险将加强入驻审核，服务机构将严格约束主播行为，主播也会提高对合作商家的资质要求。

其三，角色与义务精准匹配，实现精细化监管。《办法》清晰划分各类主体的专属权责，改变了以往“一刀切”的监管模式，使追责路径更清晰，监管施策更精准。

浙江垦丁（北京）律师事务所直播电商法律服务部主任武娟娟分析认为，《办法》构建的全链条责任体系实现了主体全覆盖与流程贯穿。在主体覆盖上，首次将直播间运营者与直播营销人员服务机构列为独立责任主体，尤其将MCN机构对主播的管理责任法定化；在流程管控上，推动监管重心从“事后处置”向“事前防范、事中干预”前移，平台需承担身份核验、实时监测、交易存证等全流程义务，直播间运营者负责全链路运营管理，服务机构则需建立从人员招募到日常监督的内控制度。

网经社电子商务研究中心特约研究员郭涛认为，这种责任划分避免了“法不责众”的监管难题，平台、MCN机构、主播等各归其位、各担其责，形成

“主体明确、权责对等、闭环追溯”的治理框架。

值得关注的是，面对AI技术在直播电商领域的快速普及，《办法》充分适配技术发展趋势，首次将AI生成内容纳入监管范畴，填补了新技术应用的监管空白。

据中国商业联合会直播电商工作委员会副会长、网经社电子商务研究中心主任曹磊介绍，当前，抖音电商、快手、视频号、京东直播、小红书直播等主流平台，以及谦寻等头部MCN机构已广泛布局AI直播业务，数字人24小时直播、AI智能选品、AI短视频创作等新技术应用日益普遍。

对此，《办法》明确要求，使用人工智能生成人物图像、视频从事直播电商活动的，需持续向消费者作出提示，并明确由直播间运营者对违规后果承担责任。

浙江垦丁（北京）律师事务所律师程念认为，这一规定有效解决了数字人主播等新兴业态的监管难题，防止人工智能成为传播虚假信息的“挡箭牌”。

郭涛认为，《办法》在协同治理层面建立了市场监管与网信部门的联动机制，通过线索移交、信息共享与联合执法，为全链条监管提供了执行保障，同时要求平台运用AI提升监管精准度，推动技术在合规框架内创新。

## 规范中迈向高质量发展

在业内人士看来，《办法》的落地将对直播电商行业产生深远且多维的影响，加速行业洗牌与提质升级。

从行业格局来看，合规成本的上升将推动中小违规主体加速出清，头部合规企业将获得更公平的竞争环境。抖音、快手等平台已提前开展专项治理

行动，对虚假宣传、假冒官号等行为采取封禁账号、限制流量等处置措施，形成监管震慑。

从主体行为来看，郭涛认为，平台需强化风控与信息保存，直播回放留存不少于三年；MCN机构角色从幕后走向前台，需同时承担“服务机构”与“直播间运营者”的双重责任，合规体系与风险管理能力成为核心竞争力；主播则须规范营销用语，摒弃以往依赖低价、夸张话术的“收割式”直播模式。从消费者权益来看，《办法》明确了商业广告认定标准，建立了失联主体处置机制，有效解决了取证难、维权难等痛点，为消费者提供了坚实的法律支撑。

“整体而言，短期可能出现流量波动与行业洗牌，长期将提升行业透明度与公信力，为数字经济注入可持续动能。”郭涛说道。

董毅智也指出，《办法》落地后，各直播平台需投入更多资源升级核算算法、完善交易数据监控系统，建立更高效的客诉处理机制。“这可能短期内增加运营成本，但长期看，规范的平台环境能吸引更多优质品牌和消费者，形成良性循环。”

对于行业未来发展，曹磊提醒相关MCN机构需提升监管意识，强化合规举措。

新质生产力产业联盟秘书长段积超则强调，监管需“量体裁衣”，避免“一刀切”政策扼杀行业灵活性，应对“知识付费”“助农直播”等细分场景给予差异化监管，在扎紧合规篱笆的同时，为行业创新留出空间。

程念认为，随着元宇宙等新技术与直播电商的深度融合，虚拟场景、虚拟商品等新形态将不断涌现，《办法》提供的基本合规框架仍需在实践中完善，监管部门需加强与技术专家的合作，提升技术监管能力。

据《国际商报》作者：刘旭颖