

问题

如何看待特斯拉在中国的本土化战略？

分析：

战略维度	核心举措	战略价值与成效
生产与供应链本土化	<div><div>- 上海超级工厂零部件本土化率超过95%</div><div>- 签约400余家中国一级供应商，其中60余家进入全球供应链体系</div></div>	<div><div>- 实现全球最低的制造成本与售价</div><div>- 上海工厂成为特斯拉的全球产能支柱与出口中心</div></div>
技术研发本土化	<div><div>- 设立上海研发中心，专注软硬件开发与中国市场适配</div><div>- 与百度合作，利用其高精度地图优化FSD（完全自动驾驶）系统</div><div>- 与字节跳动火山引擎合作，搭载本土AI大模型，提升智能座舱体验</div></div>	<div><div>- 攻克技术落地面临的本地法规与道路环境挑战</div><div>- 满足中国消费者对智能交互的本土化需求，弥补早期短板</div></div>
生态体系与营销本土化	<div><div>- 充电网络等基础设施全面覆盖中国360多座城市</div><div>- 入驻天猫等第三方平台，开展本土化营销与用户服务</div><div>- 在华布局储能业务（Megapack），形成新增长点</div></div>	<div><div>- 构建从用车到服务的本地化生态闭环，提升用户粘性</div><div>- 拓展新的业务增长曲线，降低单一依赖整车销售的风险</div></div>