

新能源汽车出海怎么看

中国经济网记者 郭涛 姜智文 陈梦宇 郭跃 张懿

从世界范围来看，汽车强国往往都是汽车出口大国，这也是我国成为汽车强国的必由之路。今年以来，我国汽车出口量价齐升，刚刚发布的5月份最新数据显示，我国汽车出口特别是新能源车出口延续高速增长势头。近年来，我国新能源汽车国际竞争力不断提升，受到海外消费者青睐，车企也积极抢抓机遇大力开拓海外市场。我国新能源汽车出口势头为何持续强劲？车企“出海”经历了哪些变化？国际市场的风浪又该如何应对？

近段时间，关于汽车出口的话题不少，国产汽车特别是新能源汽车“出海”早已不是个别现象。伴随我国汽车产销量连续14年稳居全球第一位，新能源汽车产销量连续8年问鼎全球，中国品牌凭借新能源汽车的“换道超车”，以丰富的产品种类、过硬的产品质量收获了市场广泛认可，市场份额不断获得突破，影响力持续提升，并推动中国汽车尤其是新能源汽车加速“走出去”。

中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示，2021年，中国汽车出口总量首次突破200万辆，达到201.5万辆，超越韩国，位居日本和德国之后；其中，新能源汽车出口31万辆，同比增长3倍。2022年，中国汽车出口量达311万辆，同比增长54.4%，超过德国成为世界第二大汽车出口国；新能源汽车出口量攀升至67.9万辆，同比增长1.2倍。进入2023年，我国汽车出口延续高速增长势头。一季度，汽车出口同比增长70.6%至99.4万辆，成功超越日本的95.4万辆；新能源汽车出口也达到24.8万辆，同比增长1.1倍。前5个月，我国汽车出口已达175.8万辆，同比增长81.5%；新能源汽车出口45.7万辆，同比增长1.6倍；汽车出口额更是达到2667.8亿元，同比增长124.1%。

乘用车市场信息联席会预计，今年我国汽车出口规模将达到400万辆的水平。对此，有外媒认为，中国今年有望超过日本，成为全球最大的汽车出口国。

更自信站上世界舞台

“我国汽车及新能源汽车出口实现爆发式增长，说明中国汽车产业出现了一些从量变到质变的根本性变化。”中国汽车工业协会副总工程师兼产业研究部部长许海东表示，“中国汽车市场正在成为一个独具特色的单一市场，具有不同发展周期和特征，中国品牌开始进入一个全新阶段。”

中国汽车流通协会会长助理王都也认为，中国品牌汽车出口迎来了新能源发展机遇期。“在燃油车方面，相较发达国家，我们的产品技术仍处于落后状态，而新能源技术我们已处于相对先进状态。加之欧洲等市场目前资源相对紧张，对汽车产品需求较大，为我国新能源汽车出口提供了较大空间。”

比亚迪汽车相关负责人表示，“在燃油车时代，海外汽车品牌占据了高端市场的主导地位，而新能源汽车时代的到来正在逐渐打破已有的技术壁垒。新能源汽车给中国汽车工业带来了前所未有的机遇，让中国汽车品牌可以更自信地站在世界舞台上”。

机会总是留给有准备的人。“中国

新能源汽车企业抓住了全球汽车产业绿色发展、低碳转型的重要时机，迅速填补国外用户对新能源汽车大众化需求的空缺。”王都说。

在许海东看来，这些根本性变化的背后是中国品牌产品竞争力的大幅提升，在外观设计、产品质量管控体系、供应链质量和效率管理、服务体系的发展和创新能力等方面已与合资企业差距不大。“中国汽车企业在经历40多年的合资合作后，已建立起完备的汽车供应链产业体系。”

更为关键的是，经过近10年的努力，我国新能源汽车已经具备一定的先发优势。在国家政策引导下，中国新能源汽车产品快速迭代发展，国内新能源三电（电池、电机、电控）供应链高效、完备，充电基础设施快速发展，已拥有十几家知名的新能源汽车厂家、数百款新能源汽车产品。特别是一些外资和合资车企在新能源汽车制造方面，也将中国作为制造基地，并面向全球出口。以特斯拉为例，其上海超级工厂依托中国完善的供应链体系和“中国智造”能力所生产的Model 3及Model Y智能电动汽车销往欧洲、亚太等多个国家和地区。去年全年该工厂共计交付整车超71万辆，其中出口超27万辆，占比近四成。

此外，中国品牌海外直接投资也在发挥作用，为汽车出口积累丰富的经验。例如，长城在俄罗斯、泰国、巴西等国家和地区投资建厂，吉利入股马来西亚宝腾汽车等直接投资行为，都代表了中国品牌国际化发展的坚定信心。

“中国汽车品牌在国内竞争中市场份额逐渐提高，去年年底已达到49.9%，今年1月至4月则提升至53%。”许海东表示，“现在，中国品牌正加速发展海外市场，对于推动我国汽车产业‘双循环’格局的构建发挥了积极作用。”

“走出去”方式更多元

汽车作为国民经济的支柱产业，出口规模不断攀升，不仅能助力国家提升国际竞争力，还能促进汽车产业结构升级，推动技术创新和品牌建设，助力产业高质量发展。尤其在智能化、电动化大趋势下，中国品牌凭借新能源技术优势，也将进一步提升在全球市场上的话语权和主导权。自去年4月成为全球首家宣布停售燃油车的车企以来，比亚迪不仅在国内市场呈现出一骑绝尘之势，更成为全球新能源汽车市场的“香饽饽”。2022年，比亚迪全年累计销量达到186.8万辆，同比增长152.5%，在连续十年稳居中国新能源汽车销量第一的同时，更超越特斯拉成功拿下全球新能源汽车销量冠军。

与此同时，比亚迪在海外布局方面也从最初的电池、电子业务“出海”，以及以新能源公



观众在粤港澳大湾区车展比亚迪展台了解新能源汽车。
新华社记者 梁旭摄

交、大巴等产品为主导的商用车“出海”，逐渐发展到以乘用车为核心产品的新一轮“出海”。2021年，比亚迪宣布与挪威汽车经销商合作，将唐EV打入挪威市场。去年10月，BYD ATTO 3在泰国市场上市掀起“抢购潮”，短短42天便获得订单10305辆。今年以来，比亚迪更是连续4个月蝉联泰国新能源汽车销量冠军。目前，比亚迪新能源汽车已在全球服务超过410万车主，纯电动大巴足迹遍布70多个国家和地区，积累了一定的产品口碑、品牌知名度和美誉度。

长城汽车也是早在1997年便以皮卡拉开了“出海”序幕。面对当下的智能新浪潮，长城目前的出口也以智能化、新能源产品为主，包含旗下欧拉、魏牌、哈弗等多个品牌的全球化车型，已出口170多个国家和地区，海外销售渠道超700家，销售区域覆盖俄罗斯、泰国、巴西、澳大利亚、沙特、南非、智利、厄瓜多尔以及欧洲区域内多个国家和地区的核心城市商圈，并在澳大利亚、南非、中东等重点市场建立了海外配件中心库。

“长城汽车是率先实现海外布局3家全工艺整车生产基地的中国车企，也是首个在海外建立新能源整车生产基地的中国车企。”长城汽车相关负责人表示，“今年1月至4月，长城汽车海外销售量达到73789辆，同比增幅为99.13%。主要增量是欧洲及东盟市场，因为需求缺口巨大，所以市场反响热烈。”

除了产品出口、在海外直接建厂外，中国品牌“走出去”的方式正变得越发多元。已有20年“出海”经验的吉利汽车已从全球供应链体系、产品出口、技术“出海”，进入“产品、技术、人才、管理”全产业链输出的新阶段，正利用国内国际两种资源，增强资源配置和整合能力。数据显示，今年1月至4月，吉利汽车集团出口量达75694辆，同比增长超54.4%。

2022年，吉利汽车首次将技术输出到汽车工业发达国家。通过入股雷诺韩国汽车，联手研发、制造和供应混合动力总成和燃油动力总成技术；将纯电动SEA浩瀚架构技术授权给波兰电动汽车制造商EMP。此外，吉利与

马来西亚汽车品牌宝腾的合作已迈入第七年，吉利输出了多款产品以及发动机技术，并助力其开启新能源转型。

广汽集团则选择持续在科研创新方面发力，加快向科技型企业转型。随着广汽欧洲研发中心暨广汽米兰前瞻设计中心在去年11月开业，广汽集团已构建起以广汽研究院为核心，以广汽美国研发中心、广汽欧洲研发中心、广汽上海前瞻设计工作室为支撑的广汽全球研发网；广汽设计团队形成了米兰、洛杉矶、上海、广州“三国四地”的全球化设计创新体系。

目前，广汽集团主要以整车出口为主，产品涵盖SUV、轿车、MPV等车型，覆盖中东、亚洲、欧洲、非洲、美洲五大板块30多个国家和地区，初步构建起覆盖全球的销售及服务体系。作为广汽“万亿广汽1578发展纲要”的重要组成部分，2030年广汽将在海外市场挑战出口50万辆汽车的目标。

在商用车方面，北汽福田已连续12年蝉联中国商用车海外出口销量第一，累计出口近80万辆。2022年，北汽福田出口达8.8万辆，实现从量价齐升、产品力增强到本土化KD生产和营销网络的完善。在全球“去碳化”趋势下，北汽福田近年来正加速新能源产品“走出去”，旗下纯电动轻卡、VAN、公交车等新能源产品已通过WVTA欧盟整车型式认证，正在全面“驶入”意大利、波兰、西班牙等欧洲国家和地区。

有风景亦有风浪

“出海”路上有风景也有风浪。中国汽车出口在实现跨越式发展的同时，也面临着一些压力。

“从国际政治经济形势来看，我们担心一些国家强制实施供应链脱钩，这种逆全球化的做法将会影响中国品牌开拓国际市场。”许海东说，“此外中国汽车产品出口还面临各种市场限制、加征关税等风险。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树也认为，当前，电动化已经成为全球汽车发展公认的趋势，而中国恰恰在这方面具有较大优势，这也对传统汽车领域优势品牌造成了威胁。

除了国际环境，中国品牌自身的国际化发展

中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示

2021年

中国汽车出口总量首次突破200万辆 达到 201.5万辆

其中，新能源汽车出口 31万辆

▲ 同比增长3倍

2022年

中国汽车出口量达 311万辆

▲ 同比增长54.4%

其中，新能源汽车出口 67.9万辆

▲ 同比增长1.2倍

2023年

我国汽车出口延续高速增长势头

前5个月，我国汽车出口量已达 175.8万辆

▲ 同比增长81.5%

其中，新能源汽车出口 45.7万辆

▲ 同比增长1.6倍

推动汽车大国迈向汽车强国

根据中汽协整理的海关总署数据，今年一季度，我国汽车出口量已超越日本。按照业内预计，今年我国汽车出口量将突破400万辆，成为全球汽车出口第一大国。我国汽车出口之所以能屡屡实现新突破，原因在于经过多年的市场磨练，自主品牌汽车在产品外观质量、内在技术品质，以及产业链支撑等方面均能满足全球多样化市场需求，尤其是新能源汽车表现更为出色，已具有全球比较优势。同时，国家实力的不断增强和对外开放水平的不断提升，客观上也加快推动了企业和产品更好地走出去。

出口一般代表着该国商品在国际市场的竞争力，汽车又是民用工业品的集大成者，其出口数量和质量更是汽车出口强国的重要标志。不过，全球汽车出口第一大国并不等于汽车出口强国。在经济全球化遭遇逆流、全球地缘政治博弈加剧的背景下，我们更应通过专业和理性的分析，厘清国际汽车制造业的底层逻辑，不简单为数字上的某个第一而迷惑。

海关总署的出口量是按属地原则统计的，即从中国生产出口到海外，代表的是“中国制造”的力量。这里不全是中国品牌，还包含了特斯拉、通用别克等外资品牌。尤其需要说明的是，特斯拉上海超级工厂生产的产品在我国的出口数量中具有较高占比。衡量一国能否成为汽车出口强国，不仅要



工人在位于广州番禺的广汽埃安智能生态工厂内工作。
新华社记者 龚兵摄