产业聚焦

□ 本报记者 吉亚娇

汽车业探索出海新模式

当前，全球汽车产业变革加速，国际贸易关系日趋复杂，给汽车产业链供应链格局带来诸多不确定性，而中国新能源汽车产业正以开放创新的姿态参与全球合作。如何强化我国汽车产业与世界的链接，推动供应链协同，对于全球汽车产业绿色转型与创新发展至关重要。

在位于湖北武汉经开区的岚图汽车数字化总装车间，岚图汽车第20万辆整车下线。
新华社记者 伍志尊摄

图为安徽合肥新桥智能电动汽车产业园蔚来第二工厂新能源汽车生产线。
新华社记者 张 端摄

加强本土化运营

在电动化和智能化驱动下，全球汽车产业区域格局发生深刻变化。我国新能源汽车产业崛起，并建立起较为完善的产业链体系。最新数据显示，今年1月份至5月份，我国汽车整车出口249万辆，同比增长7.9%；新能源汽车出口85.5万辆，同比增长64.6%。

在近日举办的2025全球新能源汽车合作发展（上海）论坛上，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示，我国汽车产业需要根据新的汽车全球化形势来探索新发展路径。

传统全球化合作模式面临瓶颈。一方面，整车销售的壁垒不断增加，并向供应链延伸；另一方面，新能源汽车供应链高度复杂，可能受到地缘政治、技术壁垒和跨行业融合的影响，面临潜在风险。

“在此背景下，沿用以前的‘品牌出海+整车投资’模式难以奏效，必须重构合作逻辑与路径。”张永伟建议，推动中国整车企业和供应链与世界汽车市场深度链接。依托我国丰富车型和较为完备的以新能源智能化为主的增量供应链，赋能全球汽车产业发展，帮助其他国家发展本土汽车工业，甚至打造本地品牌，实现产业互补、资源共赢。同时，输出数字化、智能化、标准化的服务体系，加快融入全球市场。

品牌全球化和运营本土化逐渐成为我国汽车企业在全球拓展合作的新模式。

广东小鹏汽车科技集团有限公司国际业务中心总经理唐志坤介绍，小鹏在欧洲探索出直营代理、代理制、“子公司+经销商”和总代理4种市场模式，基本实现对欧洲市场全覆盖。在品牌建设方面，尝试跨界营销，帮助品牌深入本土社区和文化。例如，挪威的消费者偏爱户外运动，小鹏汽车连续3年赞助当地自行车赛事，加深消费者对品牌的认可度。

根据岚图汽车最新计划，到2026年岚图汽车覆盖主流新能源汽车市场，到2030年进入60个国家市场，布局500家以上门店。岚图汽车科技有限公司海外事业高级总监高源说：“岚图知音全球版针对海外市场进行适应性开发，同时整合本地服务资源与金融供应链，实现用当地资源服务当地用户的共赢。”

协同布局全链生态

随着我国新能源整车企业走向国际，电池出海成为产业链协同发展的重要一环。

“全球化发展要坚持长期主义，以技术带动产业发展。”国轩高科战略运营副总裁熊永华介绍，公司乘用车产品线已发展到第四代电芯，在全球建立了8个研发中心、20个生产基地，申请全球专利技术超1万项。

欧美及东南亚多国出台了电池本地化生产、碳足迹等相关政策，对企业提出更高要求。例如，欧盟出台的《新电池法》要求电池生产者承担延伸责任，包括电池的收集、处理、回收和处置等环节。“我们计划通过自建回收供应链、与海外战略合作伙伴共建回收体系两种模式，在今年搭建99个回收网点。”熊永华表示，公司已经构建起从电池原料的矿产开采、材料生产、电池制造、产品应用到电池回收利用的垂直一体化产业链。

传统汽车产业的供应链包括车企、零部件、服务商，而新能源汽车产业则需要硬件制造商、能源服务商和数据服务商共筑整个价值网络。瑞浦兰钧能源股份有限公司欧洲子公司副总经理程丹丹认为，中国正通过电池、智驾、电控等新能源核心技术的创新，打破技术垄断，实现从“代工制造”向“规则制定”的战略转变。

新能源汽车实现真正的绿色出海，离不开完善的充换电基础设施，以及车、桩、网、储全链路协同布局。“在电动化渗透率超40%的当下，供应链正从成本驱动转向生态驱动。”湖南京能新能源科技有限公司副董事长孙茂建认为，全球协同的新需求，倒逼整个供应链破界重构。

孙茂建表示，公司在出海实践过程中发现，目前全球超充标准割裂，超充认证重复检测率较高。他呼吁，应构建全球高质量智能超充网络，推动中国、欧洲、东盟检测结果互认，消除重复认证的数字壁垒，打造技术共享平台。

“中国企业要成功进入欧洲等市场，需要关注的不只是产品竞争力，还包括对当地市场、法规、文化和用户习惯的深刻理解与适应。”艾尔多集团董事、执行副总裁卢卡·福特表示，在欧洲建立充电基础设施面临城市土地紧张、政策复杂等多重障碍，这就要求中国供应链企业加强与本地政府、企业的合作，打造适合当地的基础设施解决方案。

搭建出海服务体系

中国已经成为全球最大的汽车出口国，历经从卖产品到提供服务，再到深耕本土市场的转型。从“走出去”到“融进去”，这对本地运营和创新能力提出更高要求，需要多方携手共同搭建汽车产业出海综合服务体系。

数字化转型出海时代，汽车企业面临新的挑战。“安全合规是出海计划的第一步，不能冲出去、卖产品，卖失败了再退回。”亚马逊云科技（中国）行业集群总经理沈涛分析，汽车产业除了有地域性合规要求，还要满足包括生成式AI应用、数据隐私保护等在内的新要求。

联通智网科技解决方案与交付部总经理白桦建议，参照德国和日本车企国际化的经验，中国车企在建立海外分公司时，应设计一个风险可识别、流程可管控、责任可追溯的全球合规管理平台，保证与本地企业、本地法律法规的对接。

“中国汽车出海不仅是一个产品的出海，也是产业链在全球化布局的整体突破。”白桦认为，这需要与本地的文化、市场还有产业链结合，做到“一国一策”。联通智网依托全产业链数字化底座的支撑能力，扎根本地化运营，在法兰克福、利雅得、新加坡和墨西哥城部署了本地的车联网服务平台以及服务团队。接下来，公司将把出海数字化服务从车联网扩展到行业数字化领域，集成合规方案、海外智算中心方案、数字化制造系统和营销系统等解决方案。

在智能化和全球化的双轮驱动下，汽车产业从“电动化出海”向“智能化出海”转变，推动中国汽车国际竞争力的持续提升。阿里云智能集团AI汽车行业副总经理兴頔介绍，阿里云通义大模型具备全尺寸、全模态、广开源能力，大模型的上车应用，将进一步改善智能辅助驾驶和智能座舱的体验。阿里云将持续投入，加速打造全球云计算一张网，在全球每个节点部署全栈AI能力，服务出海企业。

汽车产业链条长、使用周期长，随着全球新能源汽车保有量增加，相关企业在海外的价值要从研发生产销售端向使用和服务环节不断延伸。开思时代科技（深圳）有限公司创始人兼CEO江永兴指出，新能源车型的迭代速度快、零部件多、技术支持也非常复杂，海外车主在使用过程中可能面临附近缺少授权维修厂、操作系统生态不同等问题。

江永兴建议，在新能源汽车出海的后装市场，供应商共建数字化网络，打通主机授权、配件维修、质保溯源等信息，给全球的车厂车主提供更好的服务。

创造点睛

国际消费中心城市建设的根本目标，在于为国内外消费者创造优质体验。无论是政策优化还是场景创新，最终都是为了让人“愿意来、留得下、还想来”。

冯其予

随着暑期来临，旅游消费的蓬勃活力，不仅为城市发展注入强劲动力，也成为检验城市消费环境、服务水平和创新能力的试金石。当前，我国国际消费中心城市建设正处于从规模扩张向质量提升的关键转型期。上海、北京、广州、天津、重庆作为首批试点城市，通过政策支持和特色化发展路径，正在构建全球消费资源配置能力、时尚潮流引领能力和区域经济辐射能力。暑期消费热潮涌动，有助于加快提升国际消费中心城市核心驱动力，推动传统商业空间加速向商旅文体展融合的新型消费场景转型，从而加快消费生态从资源集聚向系统优化的深刻变革。

目前，我国国际消费中心城市建设呈现规模与质量同步提升的良好态势。在消费规模方面，这些城市的社会消费品零售总额、进口消费品份额及离境退税规模在全国占据重要比重，是国内消费市场的核心枢纽。在发展路径上，各城市依托自身优势形成差异化发展模式。当下，暑期旅游需求的集中释放进一步凸显了这种差异化优势。各类体育赛事与商业载体的联动促进短期客流转化为长期消费黏性，低空旅游、沉浸式体验等新业态突破传统消费时空限制，推动城市从购物场所向生活方式体验空间升级。

多重利好的叠加为我国国际消费中心城市建设提供了有力支撑。政策层面，从国家到地方形成了完整的政策支持体系，聚焦入境游便利化、优化离境退税、新业态培育等领域。市场层面，我国作为全球第二大消费市场，居民消费结构持续升级，服务消费、绿色消费、数字消费等新需求快速增长，人工智能等新技术为消费场景创新提供有力支撑。此外，签证便利化政策持续优化，支付、退税等消费痛点逐步破解，中国文化国际影响力的提升也为本土品牌国际化创造了有利条件。

面向未来，相关建设需紧扣“国际”“消费”“中心”三大关键词持续发力。增强国际交流，提升消费便利化水平。一方面，扩大免签国家范围、增设国际航线，打造支付便捷、服务完善、语言无障碍的消费环境；另一方面，推动本土品牌与国际资源深度合作，培育具有文化特色和全球影响力的消费品牌。创新消费场景，优化消费环境。通过技术创新拓展消费场景，发展可持续的服务消费，将绿色发展理念融入产业链各环节。发挥中心功能，构建区域协同网。依托城市群发展优势设计跨区域消费线路，促进中心城市与周边地区、县域经济联动发展，形成资源双向流动的良性循环。

国际消费中心城市建设的根本目标，在于为国内外消费者创造优质体验。无论是政策优化还是场景创新，最终都是为了让人“愿意来、留得下、还想来”。城市建设不止于硬件升级，要在商业空间中融入文化元素，在服务过程中体现人文关怀，在品牌建设中讲好本土故事。当城市能够提供便捷的消费环境、丰富的消费选择和独特的文化体验，才能真正实现从旅游购物场所向生活方式目的地的跨越。未来，国际消费中心城市应当成为展现中国消费活力、传递中国文化魅力的重要窗口，为消费者创造持久价值。

本版编辑 纪文慧 美 编 王子萱

山东交通学院

创新打造“四流合一”涉海商科应用型人才培养

在服务交通强国、航运强国建设，对接山东省“十强”产业需求的时代背景下，培养具有国际化视野、创新意识和实干精神的交通事业高级应用型专门人才，成为高等教育的重要使命。2012年始，山东交通学院聚焦航运管理、航运金融、跨境电商3大特色培养方向，针对涉海商科类专业公众认知度低、应用能力要求高、知识更新快等挑战，以及人才培养与社会需求的错位问题，创新构建了服务物流、商流、资金流、信息流“四流合一”的涉海商科人才培养范式，形成了富有特色的“楔形”方案，成效显著。

理念创新：楔形理论破题专业认知

学院创新以学生为中心的涉海商科类专业“楔形”人才培养理念。针对学生专业认同度波动大、持续性不强的问题，学院运用楔形理论，深度跟踪调研学生在专业期望、专业认同、学习动机3个维度的认知变化点、波动峰值及关联强度。基于精准洞察，学院将航运生产运营真实流程深度融入课程体系，推行校企共建教学方案，有效破解了因行业专业化、社会认知模糊、课程滞后导致的学习动力不足难题，稳固了学生的专业根基与发展预期。

模式突破：双主协同重塑育人生态

学院突破传统校企合作“点状对接”局限，创新实施“双主协同、三维驱动”的高素质应用型人才培养新模式。该模式明确校企双主体角色定位，通过资源整合与共建、制度协同与共创、价值融合与共塑3大维度协同发力，构建了系统化、深层次的校企协同育人生态。资源共建方面，以校企共建船货港虚实结合平台为载体，通过“虚拟企业”制共建涉海商科类专业；制度共创方面，与地方政府、龙头企业紧密合作，共建实践基地，引入企业高管、行业专家进课堂；价值共塑方面，师生共同参与企业真实项目与社会调研，实现教学相长、能力共进，显著提升了学生的职业能力与产业适配度。

机制革新：多维评价闭环质量保障

学院构建了“多维协同、多级联动”的人才培养质量跟踪评价新机制。通过企业岗位导向、学校目标统筹、院系过程管控、专业精准评估四级联动，设计了一套多元主体深度参与、评价标准产教融合、信息数据实时共享、质量反馈精准闭环的立体化评价流程。该机制实现了人才培养质量的全要素监测与全周期评价，有效解决了传统评价维度单一、数据滞后、反馈割裂的问题，形成了需求导向、过程控制、持续改进的涉海商科人才培养质量保障闭环。

经过长期的探索实践，显著提升了学校服务区域发展与创新驱动能力，凝练出一套可复制、可示范的教学改革方案，受益学生3000余人。学院创新构建的涉海商科人才培养“楔形”方案，通过理念创新、模式突破、机制革新，成功破解了专业认同度低、校企协同效果不显著、质量评价不完善3大核心难题，为培养服务国家战略和区域经济发展的涉海商科人才提供了系统化的“高校方案”。未来，山东交通学院将继续深化教育教学改革，为交通强国、航运强国建设贡献更多智慧和力量。

（孙 龙 马建文）

·广告

山东省烟台龙口市石良镇

信用铸基石 治理开新局

山东省烟台龙口市石良镇正探索将信用理念与实践深度融入核心工作，为高质量发展注入强劲动能。

党建引领，信用筑基强队伍。将党员日常表现、承诺践诺、服务群众实效纳入信用评价体系，实施积分量化管理。以此作为评优评先、教育帮扶重要依据，激发党员队伍内在自觉，锻造一支信念坚定、作风过硬的先锋力量。党员信用积分榜，让先进性看得见、可比肩。

工业提质，信用护航优环境。将安全生产、生态环保、契约履行等作为核心指标，构建企业信用档案与分级评价机制。对守信企业，在政策扶持、要素保障、荣誉评选上予以优先倾斜；对失信行为坚决警示惩戒，倒逼企业依法合规经营。以信用“标尺”优化营商环境，树立“诚信兴商”鲜明导向，让企业安心扎根、茁壮成长。

信访纾困，信用助力促和谐。探索在矛盾调处中引入信用承诺机制。引导当事人签订并积极履行调解协议或承诺，其良好信用记录可转化为正向激励。同时，设立“信用调解室”，发挥乡贤、老党员的信用感召力，推动“事心双解”，将风险隐患化解于无形。

宣讲聚力，信用浸润树新风。让信用典型成为宣讲主角，深入挖掘、广泛宣传各领域守信践诺的先进人物和感人故事，让群众在“身边人讲身边事”中感知诚信价值。将信用内涵有机融入政策理论、村规民约、文明实践宣讲中，使“知信、用信、守信”成为石良人的共同精神坐标。

（山东省烟台龙口市石良镇政府 战雅涵）

·广告

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司关于深圳湾科技生态园12栋B座44层办公物业招租公告

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司（以下简称“我分公司”）拟出租以下办公物业，特发布此公告。

我分公司拟出租的深圳湾科技生态园12栋B座办公物业，位于深圳市南山区白石路深圳湾科技生态园西北角，紧邻地铁9号线高新南站。深圳湾科技生态园整个项目用地面积20.31万平方米，建筑面积188.57万平方米，共12栋建筑。园区地下总共有3层，总面积46.8万平方米。我分公司拟出租12栋B座第44层办公物业，该楼层空置，目前已进行了简装。

深圳湾科技生态园12栋B座拟出租办公物业清单

楼层	竣工建筑面积（平方米）	竣工套内面积（平方米）
44	2,653.48	1,710.26

该办公物业资产的交易对象须为在中国境内注册并合法存续的法人或者其他组织或具有完全民事行为能力的自然人，并应具备财务状况良好条件；交易对象不得为：国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司工作人员、参与办公物业出租工作的律师、会计师、评估师等中介机构等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人；以及与办公物业出租的金融资产管理公司工作人员或者受托资产评估机构负责人员等有直系亲属关系的人员。

有承租意向者请速与我分公司联系商洽。任何对本招租项目有疑问或异议者均可提出征询或异议。征询或异议的有效期限为自发布之日起20个工作日。

联系人：赵女士 杨女士 **电话**：86-755-82215629 82213985

电子邮件：zhaodongpei@coamc.com.cn

通信地址：深圳市南山区白石路深圳湾科技生态园四区12栋B座49层

邮编：518001

对排斥、阻挠征询或异议的行为可向有关部门举报。

举报电话：010-66507226（中国东方资产管理股份有限公司纪委办公室）0755-82215576（我分公司纪检部门）；监督管理部门：财政部深圳监管局

电话：0755-88318989；中国银保监会深圳监管局 电话：0755-88285111

特别声明：本公告不构成一项要约。

本公告的有效期限为自发布之日起20个工作日。

中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司

2025年6月30日