

2026年电动汽车销量预计将占全球新车销量近30%

全球电动汽车市场进入加速增长新阶段

本报记者 刘 赫

国际视点

国际能源署最新发布的《全球电动汽车展望2026》报告预计，2026年全球电动汽车销量将达到2300万辆，占全球新车销量近30%，而五六年前这一比例仅为5%左右。其中，欧洲市场电动汽车预计销量增幅为20%；除中国以外的亚太地区国家电动汽车销量预计增长50%以上；拉美地区销量将增长45%。国际能源署署长法提赫·比罗尔近日表示，全球电动汽车市场进入加速增长新阶段。

多国销量刷新历史纪录

今年以来，随着国际油价上涨，消费者购买电动汽车的意愿明显增强，加之各国相关支持政策推动，全球电动汽车市场加速扩大。总部位于伦敦的全球知名咨询公司基准矿物情报的最新数据显示，2026年5月全球纯电动汽车和插电式混合动力汽车注册量约180万辆，同比增长3%，实现连续3个月增长。

标普全球交通出行公司的最新报告表明，今年3—4月，全球91%的国家和地区电动汽车销量高于去年同期水平，共有37个国家和地区的电动汽车单月销量创历史新高。其中，澳大利亚、英国等28个国家和地区3月刷新了电动汽车月度销量纪录，巴西等9个国家和地区4月电动汽车销量创下新高。28个国家和地区的电动汽车占比突破16%的门槛，这一数字通常被业内视为电动汽车扩大普及的重要节点。从地区看，2026年第一季度，欧洲电动汽车销量同比增长近30%，除中国以外的亚太地区国家同比增长80%，拉美地区销量增长75%。

基准矿物情报数据经理查尔斯·莱斯特表示，今年以来，补贴政策及持续高企的燃油价格刺激了消费者购车需求，不少用户选择提前购买电动汽车。汽车销量数据反映了消费者行为的明显转变，目前部分地区电动汽车市场需求强劲，现有库存快速消耗。《全球电动汽车展望2026》报告预计，随着电动汽车竞争力不断增强，以及更严格的二氧化碳和燃油效率标准，到2035年全球电动汽车保有量将达到5.1亿辆，较2025年增长6倍以上，电动汽车在全球汽车销量中的份额将提升至约50%。

交通电动化向纵深推进

国际能源署报告认为，全球应对能源危机所采取的措施，“将在未来数年内重塑全球汽车市场格局”。数据显示，2025年全球电动汽车的存量，可使每日减少约170万桶石油的消费需求，到2030年电动汽车对石油的年替代量将达到每日约500万桶。对于大量依赖石油进口的国家而言，电动汽车等新能源车正成为降低能源风险的重要选择。

当前，这场变革正从乘用车领域向更广泛的交通运输场景延伸。各国公路运输的电气化进程正快速推进，2025年全球电动卡车销量已占到卡车总销量的9%。随着动力电池成本持续下降，电动卡车的经济性不断提升，预计到2035年电动卡车在全球卡车销量中的占比将超过20%。电动汽车还与人工智能、新型电力电子技术加速融合，推动车辆从传统交通工具向智能能源终端转变。更先进的电池管理系统、更高效的充电技术以及智能驾驶功能不断

经济合作与发展组织近日发布的数据显示，巴西2025年吸引外国直接投资约770亿美元，较上年增长22%，为全球第三大外国直接投资目的地。近年来，巴西在吸引外国投资规模上的排名呈上升趋势，反映出全球投资者对巴西市场日益浓厚的兴趣。

巴西副总统阿尔克明表示，“巴西新工业”计划及税制改革为投资者提供了确定性和制度保障，是促进国际生产性资本持续注入巴西的重要因素。专业媒体“巴西经济”分析认为，当前全球能源安全备受关注，巴西丰富的石油储量、以可再生能源为主的电力结构，助力该国更广泛融入能源转型和经济脱碳相关的全球价值链。同时，外国资本不断扩大在巴西的制造业、金融服务业、信息技术产业等领域的投资。

近年来，巴西积极拓展投资伙伴关系，推动投资来源多元化。据巴西发展、工业、贸易和服务部数据，2014年至2023年间，金砖国家对巴西的外国直接投资存量增长13.9%，相关投资增长潜力巨大。巴西出口投资促进局与多部门合作加强与全球市场联系，在2023年以来的超过20次

家住韩国首尔市的独居青年朴志伍现在去超市都喜欢挑选“一人份”的水果、蔬菜等，“这样吃得更丰富，也新鲜。”近一段时间以来，受独居人口激增、高通胀及消费观念转变等多重因素影响，一种以简约、小额、高频为特征的“微消费”模式在韩国迅速兴起。

韩国《每日经济》报道说，韩国独居人口增加正在引导消费模式更新，该群体更倾向于少量多次地购买价格实惠的商品。韩国国家数据处统计显示，2024年韩国单人家庭共804.5万户，首次突破800万户，在整体家庭中所占比重高达36.1%，创下新高。韩联社认为，由于住房等固定支出占收入比重较高，单家庭在其他消费项目上更加注重控制单次支出。

物价快速上涨也推动韩国“微消费”模式兴起。韩国国家数据处近日发布的数据显示，韩国5月居民消费价格

普及，使电动汽车成为“软件定义汽车”的典型代表。“能源创新已成为全球各经济体的战略重点。”比罗尔表示，“随着能源安全和产业竞争力成为首要议题，那些持续在研发、示范和早期部署方面进行投资的经济体，将最有能力引领下一代能源技术。”

欧洲汽车制造商协会总干事西格丽德·弗里斯表示，当前更重要的是让政策、市场和产业能力相互匹配，使零排放交通真正具备可持续发展基础。她认为，全球能源市场波动再次凸显了降低对化石燃料依赖的重要性，交通电动化仍是提升能源安全和产业竞争力的重要路径，并通过与电网、储能、人工智能等领域深度融合，为全球绿色低碳转型和能源体系重构提供支撑。

中国车稳定全球供应链

在墨西哥首都墨西哥城街头来回穿梭的新能源接驳车，大多来自中国；今年4月，巴西进口中国电动汽车同比增长超过200%，成为当月中国电动汽车出口最大单一目的地；4月，亚洲其他国家进口中国电动汽车同比增长20%，成为最大进口市场。

面对旺盛市场需求，中国电动汽车凭借完整产业链、智能化优势及快速交付能力，正改写全球汽车市场格局，成为稳定全球供应链的关键力量。中国汽车工业协会数据显示，今年1—5月，中国汽车出口继续保持快速增长，其中新能源汽车出口183.3万辆，同比增长1.1倍。

越来越多海外消费者正在重新认识中国车。在欧洲，中国电动汽车销量占比首次超过15%，欧洲消费者对中国电动车型的需求强劲；在美国，彭博社援引多项民调结果称，相



不久前，人们参观澳大利亚墨尔本车展上的比亚迪电动汽车。

新华社记者 徐海静摄

巴西加大吸引外资力度

2025年为全球第三大外国直接投资目的地

本报记者 时元皓

高级别商务访问中，促成对巴西约2500亿雷亚尔（1元人民币约合0.76雷亚尔）的投资。巴西出口投资促进局正积极设立海外办事处，加大引资力度。该机构还于去年4月启动“投资更多州”计划，意在帮助外商投资较少的州吸引更多资金，协调区域发展。

自2024年开展“巴西新工业”计划以来，巴西通过吸引外国投资等方式，促进工业制造业加快向绿色化、数字化转型发展。例如，巴西2024年启动的“生态投资计划”，计划吸引至少60%的外国投资用于可持续发展项目。截至目前，该计划已推进4轮融资，共计筹集超过1400亿雷亚尔资金，主要用于能源转型、生物经济、循环经济和绿色及气候适应基础设施等领域。该计划还引入金融工具对冲汇率风险，并通过政府参与混合融资等方式确保长期投资的可预测性。

独居人口不断增加 物价上涨带来压力

韩国兴起“微消费”模式

本报记者 莽九晨 汪思源

指数（CPI）同比上涨3.1%，创下2024年3月以来最大涨幅。韩国农村经济研究院今年3月发布的报告显示，2025年，在购买加工食品时将价格作为首要标准的韩国消费者占比达23.2%。韩国农水产食品流通公社数据显示，20公斤装大米的平均零售价已连续8个月超过6万韩元（1元人民币约合228韩元）；五花肉的价格达每百克2811韩元，同比增长近13%。

“微消费”模式的兴起还与韩国Z世代（1995年至2009年出生）群体的消费观转变有关。韩国年轻人在消费时更加审慎，会投入更多时间和精力了解物性性价比。韩国《中

当一部分美国消费者对中国汽车品牌表现出浓厚兴趣。美国考克斯汽车咨询公司调查显示，近40%的美国司机表示“极有可能”或者“很有可能”考虑选购中国品牌汽车，而在Z世代（1995年至2009年出生）消费者中，这一比例升至69%。

英国广播公司记者日前参观北京和安徽合肥汽车工厂后表示，中国车企不仅在电动汽车领域保持领先，在电池技术、软件开发、工业自动化等方面同样展现出显著优势。2026北京车展期间，美国汽车自媒体博主“车轮哥”伊桑·罗伯逊带着来自10多个国家的粉丝组团参观中国新能源汽车展合。智能座舱、快速补能、辅助驾驶、舒适配置……一款款车型让不少海外消费者直呼“超出想象”。“车轮哥”认为，面对燃油车领域长期由传统车企主导的格局，中国车企选择在电动化和智能化领域开辟新赛道。如今，中国拥有全球最完整的新能源汽车产业链，从电池、电控到车机系统，均实现自主可控，这使得中国车企能够快速响应市场需求，实现产品快速迭代。

对许多国家而言，中国新能源车为当地绿色转型和产业升级提供新动力。在泰国，中国车企正将当地从日系汽车组装基地重塑为东南亚电动汽车制造中心。在法国，厦门厦钨新能源材料股份有限公司与法国欧安诺集团合资建设的工厂已正式动工。法国经济、财政和工业、能源与数字主权部部长罗兰·莱斯屈尔在奠基仪式上称赞该工厂是“电池技术研发创新的关键一环”，这家合资企业“将表明法国和欧洲其他国家与中国可以通过互利共赢的方式携手合作”。

路透社刊文称，过去几个月，中国汽车制造商与欧洲企业开展合作，利用当地闲置产能进行生产的趋势愈发明显。随着欧洲市场需求增长，中国车企成熟的电动化技术、供应链体系以及具有竞争力的产品，正为当地新能源汽车普及提供更多选择。

（本报柏林6月30日电）

经济透视

近年来，全球文旅市场涌现出不少让人印象深刻的营销故事：斯洛文尼亚在国家品牌中放大名字（SLOVENIA）里的“LOVE”，传递爱的信息；新加坡以“反正好玩”诠释充满惊喜的探索精神；斐济用“天生快乐”勾勒出惬意安乐的岛屿生活。这些探索昭示着一个深层变革——全球文旅市场的底层逻辑正在重塑，其核心命题已从“这里有什么”转向“我为何而来”。目的地不再仅仅是地图上的一个坐标，而是一种生活方式、一种价值取向、一种情感归属。

当前，地缘政治紧张局势考验全球经济韧性，各主要经济体积极寻觅新增长动能。目的地营销作为连接文化、旅游与经济的桥梁，正日益成为各经济体激活发展潜力的重要支点。游客需求的深层变革，必然推动文旅业竞争格局的重构。能否在游客心目中建立独特的意义占位，成为抢占市场先机的核心关键。随着文旅行业持续迭代，目的地营销在消费、传播、绿色化、技术四大维度上的变革态势愈发鲜明。

一是消费升级，健康与深度体验驱动需求。现代文旅消费持续升级，彻底告别浅层的观光打卡模式，转向沉浸式、个性化的在地体验。健康旅游已超越传统水疗范畴，延伸至康养康养、心理健康等维度。与此同时，“JOMO”（享受错失的喜悦）理念悄然兴起，越来越多游客主动避开人潮，追寻小众而有深度的体验。影视取景地旅游持续升温，“跟着电影去旅行”已成为跨文化传播的有力媒介。

二是视频为王，短视频重构传播生态。社交媒体是目的地营销组织触达游客的重要阵地。有统计显示，接近九成的机构将其作为核心营销工具。其中，短视频的崛起尤为迅猛，TikTok等平台上的目的地话题标签成为很多年轻人旅行决策的风向标。用户生成的内容，可以依托亲身体验的旅行场景，弱化商业营销感，提升目的地引流转化效率。

三是绿色转型，可持续发展成为硬约束。联合国旅游组织的调研显示，83%的游客将“可持续管理”作为目的地选择的重要考量，43%的游客愿意为更绿色、低碳的旅行支付溢价。这意味着，可持续发展正从文旅营销的“加分项”变为“必选项”。那些将生态保护认证、社区共建共享、碳中和实践等绿色理念深度融入品牌叙事与运营全程的目的地，将更契合新时代游客的价值诉求。

四是技术赋能，人工智能重塑营销逻辑。人工智能在目的地营销中的应用正从内容生成向数据分析与决策延伸，但后者的渗透率仍明显偏低。事实上，人工智能可以通过对海量游客数据的深度挖掘，实现从“人找信息”到“信息找人”的精准触达，为科学营销决策提供坚实依据。未来，如何将生成式人工智能与预测性分析相结合，是目的地营销组织提升竞争力的关键课题。

优质的目的地营销，不仅满足游客对人文意义的追求，更是区域消费提振、就业扩容与产业升级的重要引擎。从直接效应来看，它能迅速激活客流，拉动核心消费。英国旅游局将影视取景地转化为可预订的旅行路线，仅半年便带来2.17亿英镑的额外消费；中国江苏在2025年通过272项重点体育赛事，累计带动客流715.3万人次，直接拉动消费54.4亿元人民币。从间接效应来看，旅游业的繁荣会带动基础设施改善、文化创意产业发展，形成“以营销促品牌、以品牌引投资、以投资强产业”的良性循环。从更宏观的层面看，目的地营销还是塑造国家或城市软实力的重要手段，不仅能够吸引国际游客、增加外汇收入，更能在全球范围内构建积极的国际叙事，为经贸合作、商品流通和人文交流营造良好环境。

总之，在全球范围内，目的地营销正经历一场从单向传播到双向互动、从展示山水到共创价值、从“有风景”到“有温度”的深刻变革。诸多地方的实践表明：唯有将技术创新与人文关怀相结合，将商业目标与可持续发展相统一、将全球视野与在地特色相融合，旅游目的地才能在激烈的国际市场中脱颖而出，才能从“地图上的坐标”成为“人们心中的向往”。

（作者为上海对外经贸大学会展与传播学院院长）

环球扫描

委内瑞拉华侨华人捐赠近1700吨救灾物资

据新华社加拉加斯6月29日电（记者田睿、翟淑睿）截至当地时间6月29日14时，据不完全统计，委内瑞拉全国华侨华人联合总会等侨团已组织在委华侨华人捐赠近1700吨救灾物资，数万个委内瑞拉受灾家庭得到帮助。

据委内瑞拉官方6月29日消息，委内瑞拉6月24日强震造成的遇难人数已升至1719人。

市场服务机构：霍尔木兹海峡航运活动持续恢复

据新华社德黑兰6月30日电 总部位于比利时布鲁塞尔的市场服务机构克普勒公司的数据显示，24艘油轮和货船于6月29日通过霍尔木兹海峡，表明这一全球重要能源运输通道航运活动持续恢复。

彭博社援引克普勒公司数据报道说，包括原油运输船和液化天然气运输船在内的24艘船舶当天通过霍尔木兹海峡。数据还显示，6月30日海峡航运活动进一步增加，一艘巨型油轮以及若干小型船只驶入波斯湾，反映出航运市场对该地区通航状况的信心有所回升。

全部计票结果显示：藤森庆子赢得秘鲁总统选举

据新华社利马6月29日电（记者廖思维、王植樱）秘鲁全国选举程序办公室6月29日公布的全部计票结果显示，右翼政党人民力量党候选人藤森庆子在总统选举中获胜。

全部计票结果显示，藤森庆子以50.135%的得票率击败左翼政党“一起为了秘鲁”候选人罗伯托·桑切斯，后者得票率为49.865%。随后，藤森庆子在社交媒体发文称，等待全国选举委员会正式宣布结果。

藤森庆子现年51岁，是秘鲁前总统阿尔韦托·藤森之女，主张延续亲市场、重投资路线，采取更强硬手段打击犯罪。桑切斯现年57岁，经济上强调调整发展模式，强化国家作用，治安上主张从国家治理和社会政策入手应对犯罪问题。

央日报》报道认为，韩国经济增速放缓背景下，Z世代群体频繁光顾便利店或小商品连锁店，反映出他们更倾向于选择预算压力小、又能带来新鲜感和满足感的商品。

为适应“微消费”潮，韩国各商家纷纷推出“一人份”的商品。韩国《中央日报》报道说，韩国咖啡店此前推出的小份杯装刨冰大受欢迎，小份杯装刨冰的价格不到正常分量的一半。近期，多家韩国便利店也纷纷推出小份即食杯装食品，例如，某连锁便利店推出的售价为3000至5000韩元的冷藏杯装米饭以及售价1500韩元的小份即食杯装汤品等，均受到消费者欢迎，今年前4个月销量同比分别增长33.8%和167.4%。韩国仁荷大学消费名誉教授李恩熙认为，韩国社会“微消费”趋势可能会进一步蔓延，可以迅速应对这些变化的企业将获得竞争优势。

（本报首尔6月30日电）

本版责编：邹志鹏 张慧中 褚 君

目的地营销：从「有风景」到「有温度」

王春雷