

今年1-8月，中国汽车出口131.8万辆，同比增长1倍多——

## 咱们的汽车何以畅销海外？

本报记者 徐佩玉

新能源汽车不断拓展欧洲市场，乘用车、商用车等各类车型畅销海外，中国车企加大境外投资、转变出口模式……今年以来，中国汽车出口持续增长，并呈现出新亮点、新特点。

海关数据显示，今年1-8月，中国汽车出口131.8万辆，同比增长117.5%，创同期历史新高，在多地出现“一车难求”的景象。

## 热销海外创新高

——8月，乘用车出口同比增长1.9倍，商用车出口同比增长85.7%

位于沙特利雅得市中心的中国一汽红旗利雅得旗舰店里，错落有致地摆放着红旗H9、HS5、HS7等多款车型，吸引了众多当地消费者前来选购。这是继红旗吉达、达曼旗舰店后，红旗在沙特阿拉伯的第3家旗舰店，于今年6月30日正式开业。

红旗汽车沙特经销商穆罕默德·阿卜杜勒·贾瓦德说：“红旗在沙特上市后，销量远超预期，热门车型一车难求。”据了解，红旗高端车型H9在沙特上市1个多月，订单已过百辆。

这只是中国汽车远销海外的一个缩影。海关数据显示，今年1-8月，中国汽车出口金额达1377亿元人民币，增长111.1%，超过去年全年水平，为同期历史新高。

近年来，中国汽车企业海外布局逐渐扩大，海外市场收获颇丰。

上汽有关负责人介绍说，今年上半年，上汽实现海外销量26.5万辆，同比增长112.8%。目前，上汽产品和服务已进入全球70多个国家和地区，形成了3个“5万辆级”和6个“万辆级”海外重点区域市场。

今年8月，长城汽车在海外市场实现销售新车12399辆，同比增长81.1%；1-8月累计海外销量达86509辆，同比增长156.8%。海外市场正在成为长城汽车最有前景的增长点。吉利汽车1-8月海外出口总量为66701辆，受到多国用户的欢迎。

中汽协数据显示，8月，乘用车出口15.4万辆，同比增长1.9倍。

不止乘用车卖得好，商用车同样畅销。

今年3月，比亚迪与英国公共交通运营商第一巴士公司签订126台纯电动巴士订单，是苏格兰有史以来最大的纯电动巴士项目。5月，比亚迪在英国电动巴士累计销量突破1000辆。6月，比亚迪与伦敦交通局旗下公共交通运营商RATP签订195台纯电动巴士订单，这也是英国单笔最大的纯电动巴士订单。

中汽协数据显示，今年8月，商用车出口3.3万辆，同比增长85.7%。

国家统计局新闻发言人付凌晖表示，在全球汽车行业缺芯的背景下，中国汽车出口之所以能保持较快增长，有两个因素的影响比较突出：

一是汽车行业产业链条较长，对企业相关配套各方面要求较高。在全球疫情背景下，许多国外企业的物流、生产供应等遇到了很多问题，但是中国产业体系比较完整、配套能力较强，在这些方面具有较大优势。

二是中国疫情防控形势总体较好，国内生产秩序、生活秩序维持得较好，有利于汽车生产稳定运行。此外，汽车出口增长较快也和去年的低基数有一定关系。



今年1-8月，中国汽车出口131.8万辆，同比增长117.5%；

出口金额达1377亿元人民币，增长111.1%，超过去年全年水平，为同期历史新高。



## 乘用车

今年8月，乘用车出口15.4万辆，同比增长1.9倍。

## 商用车

今年8月，商用车出口3.3万辆，同比增长85.7%。



## 新能源汽车

今年8月，中国汽车企业出口18.7万辆，同比增长1.6倍，其中新能源汽车出口增长贡献度为35.2%。

## 新特点展现新变化

——新能源汽车进军欧洲市场，注重本地化生产，投入畅销车型

近年来，中国汽车质量、技术、品牌服



务水平不断提升，国际竞争力逐步增强，促使汽车出口增长较快。中国汽车出口呈现一些新亮点、新特点。

——新能源汽车积极拓展欧洲市场。中汽协数据显示，今年8月，中国汽车企业出口18.7万辆，其中新能源汽车出口增长贡献度为35.2%。中国汽车工业协会副总工程师许海东对本报记者表示：“经过《节能与新能源汽车产业发展规划（2012-2020年）》，目

前中国新能源汽车产业已经逐步发展起来，产品越来越成熟，在国内获得消费者广泛认可，并加快“走出去”。值得注意的是，去年以来，中国新能源汽车正在积极拓展欧洲市场，欧洲政府给予了大量补贴，欧洲市场的渗透率正在不断提高。”

6月7日，比亚迪首批100台唐EV在上海港起航，7月24日顺利抵达挪威德拉门港。8月12日，比亚迪唐EV挪威上市暨首

交付活动在挪威奥斯陆举行。作为全球首个达成百万辆新能源车下线的中国品牌，本次交付标志着比亚迪乘用车业务正式落地挪威市场，也标志着比亚迪新能源乘用车业务正式布局欧洲市场。比亚迪有关负责人对本报记者表示，预计今年内比亚迪将向挪威交付1500台唐EV。目前比亚迪新能源乘用车业务已经在美国、加拿大、巴西、智利、墨西哥、哥伦比亚、厄瓜多尔、乌拉圭、阿根廷、巴拿马等国家和地区全面开展。

——出口模式发生改变。吉利并购宝腾，长城汽车收购通用汽车在泰国的工厂，上汽乘用车在泰国建立合资工厂，上汽通用五菱把工厂建在印尼……近几年，中国车企在东盟市场纷纷投资建厂。业内人士指出，按照东盟协议，在东盟任何一个成员国建厂，只要本地化程度达到一定比例，就能出口到东盟任何一个国家，中国汽车品牌正在以重资产形式敲开东盟市场的大门。“中国汽车企业‘走出去’的模式发生了变化，开始在印尼、泰国、印度、俄罗斯等国家投资建厂。这种本地化生产模式，是中国汽车企业走出去的未来发展方向。”许海东表示。

——产品竞争力在提高。许海东表示，近年来中国车企出口海外的车型大多为国内畅销车型，这些产品已经在国内获得了消费者认可，出口海外之后同样具有较强的市场竞争力，能够获得海外消费者的认可。例如长城皮卡今年1-7月在智利累计销量达4773辆，居整体市场第二位；吉利博瑞在马来西亚大受欢迎，上汽名爵畅销泰国……好产品自然畅销海外。

## 打造品牌，增强整体实力

——还需进一步培养品牌，未来出口仍有较大增长空间

近年来，推动中国汽车产品“走出去”，实现品牌的向上发展，逐步成为汽车产业的发展方向，越来越多中国车企加入出海阵营。

“中国汽车品牌的产品竞争力有明显提升，在海外市场逐渐建立了较好的口碑。”许海东表示，中国车企出口已经进入快速发展阶段，更加注重产品、模式、品牌等整体实力的提升。在他看来，目前中国汽车品牌实实在在地“走出去”了，将持续向上发展。“我们的产品有能力走向海外，未来还需要进一步培养品牌、打造品牌，让海外消费者接受中国汽车。”

汽车出口的好势头能否延续？相关各方普遍乐观。

从全年外贸走势看——付凌晖表示，第一，虽然近期受疫情冲击，世界经济复苏势头有所放缓，但世界经济总体复苏的态势是持续的，外需扩大对国内出口的拉动作用还会持续显现。第二，中国产业体系较完整，配套能力较强，生产整体状况较好，有利于企业出口。第三，稳外贸政策效应还会持续显现。一些外贸新业态如跨境电商、海外仓等的发展，对于外贸增长仍然会发挥助力作用。

从国内汽车产业看——中汽协方面表示，展望四季度，国民经济运行总体保持稳定，支撑汽车生产和消费保持稳定。当然，原材料价格上涨可能会加大企业成本压力。

上汽有关负责人表示，按照规划，今年上汽海外销量将达到55万辆，逐步形成中东、澳新、东盟、印度和欧洲5个“5万辆级”区域市场，2025年上汽海外销量将冲刺150万辆大关。比亚迪方面表示，随着全球碳中和政策及环保政策的推广，比亚迪有望在四季度保持良好势头，海外市场未来可期。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树说，中国车企进入发达国家市场才算真正参与国际竞争。2021年中国汽车出口的爆发式崛起，体现了中国汽车产业的世界竞争力在大幅提升，汽车出口仍有巨大空间。

图①：8月12日，一艘滚装船停泊在江苏连云港港汽车专用码头装运出口汽车。

王健民摄（人民视觉）

图②：浙江省湖州市莫干山高新区的启航汽车有限公司数字化车间里，工人正在赶制出口订单。

谢尚国摄（人民视觉）

图③：位于沙特利雅得市中心的中国一汽红旗旗舰店内的红旗H9。

新华社记者 王海洲摄

## 中国汽车国际竞争力持续提升

张建平 金扬凯

我们有理由相信，中国汽车出口的增长态势仍会持续。

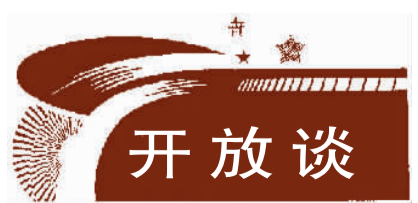
首先，全球经济正处于重要恢复期，国际货币基金组织等机构预测，今年全球经济有望实现4%的正增长。汽车作为耐用消费品，全球市场需求也在逐步恢复，这为中国汽车出口的增长创造了条件。

其次，“一带一路”倡议通过提升双边贸易和投资关系，为汽车产品在贸易往来中获得长足进步带来支撑与帮助，为中国车企“走出去”指明了方向。同时，中国车企“走出去”近年来也发生了很大变化，在促进贸易出口的同时，越来越多的企业采用海外投资、并购等多种形式参与国际竞争。

其三，随着中国汽车产品国际竞争力不断提升，中国汽车企业出口目的国不断增加，途径也日趋多元化。更为关键的是，中国汽车产品出口海外的同时，也正在逐步构建完善的零部件供应体系和售后维修服务网络，为汽车产品出口的持续增长奠定了基础。

面对新冠肺炎疫情等不确定因素，一些国家的经济发展受到影响，消费需求也受到制约，这些将增加中国对外贸易发展的外部不确定性，也会影响汽车出口，需引起关注。但总体而言，汽车出口向上发展的趋势是确定的，增长势头不会改变。

（作者分别为商务部研究院学术委员会主任、商务部研究院区域经济研究中心助理）



进入新世纪以来，在国家鼓励发展自主品牌、鼓励自主创新、鼓励自主知识产权的政策引导下，中国机电产品出口占外贸出口比重不断提高，目前已达近六成。汽车正是机电产品的重要代表和组成部分。今年1-8月，中国汽车出口超过130万辆，同比增长117.5%。这一良好表现可以说在预期之中，背后是中国汽车产品国际竞争力的不断提升。

经过几十年积累，中国的汽车设计、研发和制造能力均有很大提升，产品力不断增强。在人才培养、企业管理等方面，中国车企也有了一定的积累。有了这些积累，中国汽车产品近年来在东南亚、俄罗斯、中东欧、拉丁美洲、非洲等市场均有较大拓展和提升。特别是通过开展系统性发展与合作关系，“一带一路”伙伴国家成为中国汽车产品“走出去”的重要新兴市场。目前中国已与140多个国家和地区签署相关合作协议文件。

不仅要看到整车出口的好形势，还要看到中国汽车零部件产业快速发展，配套和服务能力不断提升，这是中国汽车产品拓展国际市场的重要支持力量。20

年前的中国，虽已具备整车出口能力，但是受限于技术水平、零部件支持能力和服务网络支持能力，中国汽车产品并未“走出去”。如今，中国汽车产业零部件支持和服务网络支持能力不断提升，为汽车产品拓展国际市场提供了有力保障。

新能源汽车出口是目前汽车出口的一大亮点，未来的潜力仍然很大。跟传统燃油汽车相比，中国新能源汽车与发达国家的差距较小。新能源汽车是未来全球汽车发展的重要方向和趋势，如果中国车企能够抓住机遇、苦练内功，积极抢占国际市场，新能源汽车出口的规模还将进一步扩大，在汽车整体出口中的比重也将进一步提升，有望成为未来中国汽车出口的重要增长极。