

中国汽车出口去年实现历史性突破，赢得全球市场认可——

突破200万辆！年度汽车出口翻番

本报记者 徐佩玉

2021年，中国汽车产业交出了亮眼答卷——中国汽车产销双双突破2600万辆，同比分别增长3.4%和3.8%，结束了2018年以来连续3年的下降局面。与此同时，中国汽车出口突破200万辆，比上年翻了一番，实现历史性突破；新能源汽车出口更是呈现爆发式增长，同比增长304.6%。

从常年徘徊在100万辆到一举突破200万辆，中国汽车何以畅销海外？出口的良好势头能否延续？

中国汽车产业的大突破

——标志着中国品牌汽车出口进入快速发展时期，乘用车和商用车出口均高速增长，中国车企纷纷设立海外工厂

中国汽车工业协会（以下简称中汽协）数据显示，按照整车企业出口统计口径，2021年，汽车出口201.5万辆，同比增长1倍，占汽车销售总量的比重为7.7%，比上年提升3.7个百分点。

一举翻番，实现了多年来一直徘徊在100万辆左右的突破。中国汽车工业协会总工程师许海东对本报记者表示：“这说明中国汽车产品得到了海外消费者认可。”

具体来看，2021年中国汽车出口呈现以下亮点——

中国品牌汽车企业出口快速增长。2021年，上汽集团在海外市场创下了69.7万辆的销量成绩，以78.9%的同比增速刷新历史纪录；奇瑞汽车出口量达26.9万辆，创下历史新高；长城、比亚迪等中国品牌汽车企业也在海外取得佳绩。

乘用车和商用车均高速增长。中汽协数据显示，2021年乘用车出口增长1.1倍，SUV占据绝对主导；商用车增长70.7%，客车和货车均呈现高速增长。去年，比亚迪与京阪巴士及关西电力合作，共同打造的日本首条纯电动公交环线正式运行。目前，比亚迪纯电动巴士在日本市场占有率达70%。

新能源汽车出口爆发式增长。2021年，新能源汽车出口31万辆，同比增长3倍。欧洲市场成为一大增量市场，主要集中在比利时、英国、德国、法国、挪威等发达国家，体现了中国新能源汽车的国际竞争优势。

直接投资模式发挥了重要作用。近年来，中国品牌汽车企业在海外布局建厂，为出口的持续增长奠定了坚实基础。去年6月，长城汽车投产了第二家海外工厂——泰国罗勇工厂，实现本土化生产，进一步深耕泰国乃至东盟市场。比亚迪在海外拥有6个生产基地，分布在美国、加拿大、巴西、日本、匈牙利和印度；同时在全球设立了30多个工业园，生产内容涵盖纯电动巴士、纯电动卡车、动力电池包装、太阳能组件及汽车模具等，持续为当地和周边国家和地区提供新能源解决方案。

看全球，世界经济持续恢复，汽车消费逐步复苏。看中国，汽车产业链相对完备，能够为全球消费者提供富有竞争力的产品。同时，以欧美为代表的国家纷纷加大对新能



图①：一艘滚装船正在江苏省连云港港东方公司码头等待装运国产汽车。 王健民摄（人民视觉）

图②：2月14日，位于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内，工人正在赶制出口的新能源商用车和零部件产品。 谢尚国摄（人民视觉）

源汽车的推广力度，新能源汽车成为中国出口增长新动能。这些因素共同推动中国品牌汽车海外销量实现历史性突破。

新能源汽车出口爆发式增长

——供应链规模化、产业化程度不断提高，产品竞争力强，出口价格大幅提升

2021年，新能源汽车出口同比增长304.6%。其中，新能源乘用车出口30万辆，

同比增长329.5%；新能源商用车出口1万辆，同比增长59.6%。

2021年，上汽集团通过新能源乘用车和商用车的共同发力，出口5.4万辆，成为中国品牌新能源汽车出口的排头兵；比亚迪、上汽集团、吉利控股等自主品牌2021年新能源汽车出口都实现了高速增长。

值得注意的是，好成绩的取得不再依靠低价。许海东表示，中国品牌新能源汽车在欧洲市场的售价约3万美元/台。海关数据显示，2021年前三季度，纯电动乘用车出口金额达54.98亿美元，同比增长515.4%，出

口金额的增长大于出口数量的增长，直观体现了中国新能源汽车产品出口价格的大幅提升。如今，中国新能源汽车已经具备较强竞争力。

技术方面，中国新能源汽车动力电池技术达到国际领先水平，电池单体能量密度持续提升，基本解决电池安全问题；驱动电机技术基本与国外水平同步，大部分已经接近国际先进水平；电机控制方面也基本掌握了一些核心零部件的关键技术。

产品方面，中国品牌汽车无论从外观、内饰、续航里程、环境适应性到整车性能、

质量、能耗、智能化应用等方面都已取得全面进步，在竞争中具备优势，赢得了海外客户青睐。

再看外部环境。全球电动车市场快速扩张，为中国新能源汽车出口提供了机遇。为实现减碳目标，近年来欧洲多国政府加大对新能源汽车的补贴力度，激活了欧洲新能源汽车市场，中国新能源汽车产品得到了欧洲消费者的认可，销量持续增长。

中汽协整理的海关总署数据显示，2021年，中国新能源汽车出口量排名前十位国家依次是比利时、孟加拉国、英国、印度、泰国、德国、法国、斯洛文尼亚、澳大利亚和菲律宾。其中，对斯洛文尼亚、澳大利亚和泰国的出口增速最为明显。2021年，上述十国新能源汽车出口42.4万辆，占新能源汽车出口总量的77.8%。中国的新能源汽车受到更多国家欢迎。

许海东介绍：“新能源汽车属于新产品，国外传统汽车企业在新能源汽车发展上动作相对缓慢，不能提供有竞争力的产品。而中国新能源汽车产品可以满足海外消费者需求，成本也具备优势，因此拥有较强竞争力。同时，国外汽车企业在新能源汽车品牌上无法充分利用原有的强势品牌壁垒，发达国家消费者也愿意接受中国新能源汽车产品，为中国品牌新能源汽车的出口提供了良好环境。”

汽车出口好势头有望持续

——与全球知名品牌正面竞争，企业加快实施本土化战略，挖掘新能源汽车出口潜力

出口的良好势头能否延续？

许海东分析，2021年中国汽车出口取得佳绩背后存在一些偶然因素，例如海外供应商供应能力不足、2020年受新冠肺炎疫情影响基数较低等，但更多的是中国品牌汽车硬实力的增长发挥了支撑作用。“中国品牌汽车产品的竞争力在不断提升，获得了海外消费者的认可。同时，直接投资模式有利于中国汽车在海外实现可持续发展，这些都是长远的利好因素。因此，中国汽车出口的良好势头未来仍将延续。”

随着出口量迈上新台阶，中国车企面临着在海外与全球知名品牌正面竞争。许海东表示，正面竞争比拼的是硬实力，要依托于自身产品实力、品牌建设、海外布局等，在同一个舞台上进行比拼。

目前，中国品牌汽车在技术、品质等方面具备较强竞争力，但在品牌塑造方面仍有进步空间。同时，随着中国车企设立海外工厂，雇佣和管理海外员工、传递品牌价值、与当地文化相适应等也是未来中国车企海外发展需要面对的难题。许海东说：“中国品牌汽车企业只有注重自身海外品牌建设，才能保证海外销量持续增长。汽车强国的标志，就是在全世界拥有知名汽车品牌。”

设立海外工厂、实施本土化战略，正成为中国车企的共同选择。“只有拥有自己的海外工厂，中国品牌汽车企业在海外的发展才是可持续的。”许海东表示，直接投资模式不仅能够带动当地就业，还有利于提高当地消费者对品牌文化的认可度，进而提高海外销量，这将是未来中国品牌汽车“走出去”的发展方向。

保持出口的良好势头，还要持续挖掘新能源汽车出口潜力。上汽集团有关负责人表示，2022年将瞄准欧洲新能源汽车市场，推出新产品并扩大营销服务网络。据分析，下一步中国新能源汽车出口需要在电动汽车跨境运输、中国自主品牌新能源汽车的知识产权保护、更好培育新能源汽车的海外品牌以及实施本土化战略等方面进一步努力。许海东表示：“我们相信中国自主品牌新能源汽车的出口大有可为，最终将诞生世界知名的中国汽车品牌。”

中汽协方面表示，将联合中国品牌汽车企业，在法规认证、关税、海外金融、物流运营、知识产权保护和品牌培育等方面积极开展工作，密切关注企业在出口方面遇到的主要问题，提出建议和措施，解决共性问题。同时，中汽协还将充分发挥行业交流平台和OICA(世界汽车组织)、APEC(亚太经合组织)汽车对话会、中俄装备工作组等国际交流合作平台作用，为中国品牌汽车海外发展助力。

2021年，中国汽车出口势头稳健，出口总量迈上新台阶。特别是中国自主品牌汽车，凭借自主创新、自主知识产权和优越的性价比，得到了海外市场的认可和青睐。

中国汽车出口的良好势头展现出中国整车研发与设计创新能力、零部件供应链组织能力、综合制造实力的整体跃升。中国汽车制造的强劲势头，离不开近年来中国综合国力和制造业总体水平的平稳增长，中国先发优势凸显，总体技术水平与装备水平与发达国家比较接近，一批自主品牌新能源车企业通过自主设计、自主开发等培育新的国际竞争力，在国际市场

汽车出口加速，折射中国供给优势

张建平 马令冲

得了高度认可。

中国的完整产业体系和齐备配套能力优势明显，在控制边际生产成本方面游刃有余。得益于工业智能化和产业数字化飞速发展，中国汽车制造生产流程正在被高度优化，产品品质可靠度不断提升。“十四五”时期，在新发展理念支持下，中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。在高新技术支持下，汽车等集成度高、附加值高的机电产品出口快速增长。同时，作为消费大国，中国持续深化改革开放，立足国内超大规模市场优势，以国内大循环为主体，积极畅通经济内外循环，助力中国出口供给保持高水平。

疫情影响下，中国供给优势被进一步放大。中国汽车出口强势得益于中国较快走出疫情影响，经济迅速回暖，汽车产业迅速恢复产能并抓住了全球市场需求恢复的大好机遇，既稳定了全球供应链，也带动了自身国际市场份额的扩大。

2022年，中国汽车出口有望延续增长的好势头。目前，国内汽车市场正进一步扩大开放，2021年产销均超2600万辆，庞大的国内市场支撑了中国自主品牌汽车发展。同时，随着共建“一带一路”的“朋友圈”越来越广，沿线国家的巨大市场潜力也正通过贸易和投资不断显现。汽车出口作为“一带一路”建设中的中国与沿线

国家经贸合作的重要领域，也是推动外贸高质量发展、跨周期稳外贸的重要支撑。全球发展中国家和地区汽车需求规模巨大，其中“一带一路”沿线国家和地区占主要部分，这些市场对中国汽车产品需求旺盛，且具有可预见的长期性与较高的可持续性，为中国2022年汽车出口良好势头的延续提供了保障。

2022年1月1日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效，这个全球最大的自由贸易区将给中国汽车出口带来巨大机遇，特别是东盟6亿人口的新兴市场潜力不可小觑。中国积极鼓励汽车企业用好RCEP规则，发挥协议带来的贸易创造

效应和投资扩大效用，扩大汽车产品出口。随着中国汽车产业放开对外资股比限制和加快“走出去”步伐，预计中国车企与伙伴成员基于全球价值链的协作将更加紧密，优惠的原产地规则也将为汽车出口带来更加多元化的贸易形态和贸易商机。未来，在一体化的东亚大市场上，中国汽车产品将拥有越来越广阔的市场空间，为中国汽车出口奠定坚实基础，助力中国车企的国际化发展，打造全球知名品牌。

(作者分别为商务部国际贸易经济合作研究院区域经济合作研究中心主任、研究助理)

