

今年以来出口量持续创新高，呈现良好增长势头——

中国新能源汽车驶向全球

本报记者 徐佩玉

在上海海通国际汽车码头，装载着各大品牌新能源汽车的大拖车排起长队，等待着漂洋过海，抵达欧洲、中东、南美等地。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)最新数据显示，今年前7个月，中国汽车企业出口150.9万辆，同比增长50.6%。其中，新能源汽车是重要增长点。7月，新能源汽车出口5.4万

辆，同比增长37.6%。

专家表示，在芯片供应短缺令全球车企承压的背景下，中国新能源汽车出口的好成绩，彰显了中国完备的产业链优势。随着产品质量不断提升、品牌形象逐渐树立，中国新能源汽车驶向了全球更多国家和地区。

出口版图不断扩大

今年以来，中国新能源汽车出口呈现良好增长态势。

中汽协数据显示，上半年，中国新能源汽车共出口20.2万辆，同比增长1.3倍，占汽车出口总量的16.6%。乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)数据显示，7月，新能源汽车占出口总量的21.8%。

“外资企业与合资企业发挥了较大作用。”中汽协副总工程师许海东对本报记者表示，特斯拉、宝马、沃尔沃等外资、合资企业出口的新能源汽车占比约2/3，其余为中国自主品牌生产的新能源汽车。

上半年，特斯拉上海超级工厂出口汽车接近10万辆，占中国新能源汽车出口总量的48%，是去年同期出口量的2倍以上。特斯拉有关负责人介绍：“在今年疫情冲击和全球产业链危机双重压力下，特斯拉中国制造的高质量、高价值车辆出口到欧洲、澳大利亚、日本、新加坡等发达国家和地区，取得了不俗成绩。”

中国自主品牌同样在加速拓展海外市场。乘联会数据显示，今年6月，新能源乘用车出口企业中，东风易捷特出口5445辆，比亚迪新能源出口2177辆，神龙汽车出口525辆，江淮汽车出口361辆，一汽红旗出口192辆。

这些出口的新能源汽车都卖到哪些国家和地区了？

欧洲市场占比逐渐提高。今年初，小鹏汽车宣布正式进军欧洲市场。8月，比亚迪和长城汽车都宣布新能源车进入欧洲国家。此外，上汽、东风、一汽、吉利等老牌中国制造商也在发力欧洲市场。不久前，红旗纯电豪华SUV E-HS9在挪威交付量突破1000辆。乘联会秘书长崔东树向本报记者介绍：“上半年中国新能源乘用车出口中，西欧市场占34%，其中比利时是上半年从中国进口新能源汽车数量最多的国家。”

出口版图不断扩大。8月2日，长城汽车与汽车零售商英之杰集团正式成为合作伙伴，共同开拓右舵车市场。据了解，长城汽车新能源汽车品牌欧拉右舵车已在泰国市场进行布局，未来还将登陆英国、澳大利亚、南非、马来西亚等市场，逐步实现全球右舵车市场的全覆盖。截至8月，比亚迪纯电动大巴和出租车已进入全球70多个国家和地区，今年计划进一步开拓中东、非洲、欧洲和亚太市场，后续还将开拓北美市场。中国车企正一步步扩大海外市场布局。

传统汽车强国成为重要出口市场。近日，比亚迪宣布进入德国、瑞典市场，首批车辆将于今年第四季度交付。此前，比亚迪日本分公司宣布正式进入日本乘用车市场。过去，日本、德国等传统汽车强国的车辆大量进口中国，受到中国消费者青睐。如今，随着中国在新能源汽车领域拥有更多优势，中国新能源汽车也开始向这些传统汽车强国出口。

许海东分析，未来，随着中国新能源汽车产品质量和不断提升、品牌形象逐渐树立，出口更多发达国家的趋势还将延续。



▲8月17日，大批出口车辆在山东港口烟台港集结等待装船。
唐 克 摄（人民视觉）



▼在上海港，出口挪威的比亚迪100台唐EV新能源汽车等待装船。
比亚迪供图



▲在海口国家高新区海马工业园焊接车间里，工人们正忙着组装、打磨汽车配件。近年来，海马汽车正向新能源汽车和智能汽车转型，不断拓展海外市场。
康登淋摄（人民视觉）

产业优势逐步显现

2020年，中国新能源汽车出口数量仅7万辆左右，占汽车出口总量的7%。到了2021年，中国新能源汽车出口猛增至31万辆，同比增长近304.6%，占中国汽车出口总量的比

例达到15%。

许海东分析，中国新能源汽车出口高增长是产业多年积累的必然结果。近10年来，中国政府对新能源汽车产业的支持政策不断加码。中国车企积极响应政策号召，新能源汽车产业整体实力不断提升，无论是产品外观、质量还是研发、生产能力，都能满足全球多样化市场需求。

比亚迪有关负责人对本报记者表示：“在新能源乘用车方面，比亚迪拥有20多年的技

术和经验积累，掌握电池、电机、电控及车规级芯片等核心技术，这让我们对行业的技术变革和战略布局有了深刻认识。此外，比亚迪新能源乘用车已服务超过210万车主，产品实力赢得了市场广泛认可。这些经验将帮助比亚迪更好服务海外市场。”

在疫情影响及全球汽车产业面临缺“芯”少“电”困扰的当下，中国新能源汽车产业链的优势逐渐显现。成熟的工业制造能力，低成本、高效率的生产体系，保证了国内新能

汽车是全球化程度最高的产品之一，也是全球货物贸易金额最大的商品，对各国的贸易增长和经济发展都有重要作用。

新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，世界经济复苏缓慢，国际形势更加复杂严峻，贸易环境不确定性大幅上升，但中国汽车产业展现了良好的发展潜力和韧性，不仅拉动了全球汽车产业供应链畅通运行，而且抢抓国际市场的发展机遇，实现汽车出口规模突破。

中国汽车和新能源汽车出口屡创新高，对发达国家的出口显著增加。比利时、英国等欧洲国家和智利、墨西哥、秘鲁等美洲国家成为重要出口市场。

中国部分品牌车企加速新能源汽车出口。比亚迪不仅进入智利、厄瓜多尔、巴西等市场，也宣布正式进入日本乘用车市场，同时还在欧洲与合作伙伴一同为瑞典和德国提供新能源汽车产品；上汽集团继

续深耕欧洲、澳洲等新能源汽车市场，蔚来、岚图进入挪威，小鹏实现对欧洲出口。

中国汽车及新能源汽车出口持续增长的背后，是中国汽车产业电动化转型升级成果的阶段性爆发结果。中国持续强化顶层设计和坚持创新驱动，新能源汽车产业从小到大、从弱到强，已成为引领全球汽车产业转型升级的重要力量。中国新能源汽车产业形成较强的示范效应，在全球低碳化发展背景下，欧美等主要国家也纷纷强化发展新能源汽车的战略定位，抢抓产业转型发展机遇。2021年全球新能源汽车销量达689万辆，同比增幅110%。其

中国培育了一批具有国际竞争力和创新活力的品牌企业，营造了开放竞争的市场环境。借助新能源汽车的先发优势，中国车企加速新能源汽车的研发与生产布局，比亚迪、上汽通用五菱、吉利等已步入全球新能源汽车销量前列，蔚来、小鹏、理想等造车新势力企业迅速成长，东风、上汽、长安等先后推出岚图、智己、极氪等具备电动化、网联化、智能化特征的新能源汽车品牌，大力推动国产品牌发展。

中国正在加速构建双循环发展新格局，必然会推动进一步开放，产业国际化

源汽车的高效生产，并在全球市场上具备了成本优势。崔东树说：“从供给端看，目前全球仍面临芯片、电池供应不足等困扰，致使欧、美、日等汽车产能缩减，而中国车企在芯片保供方面做得比较好，填补了全球新能源汽车供给不足的缺口，获得了巨大增量。”

全球新能源汽车需求旺盛，提供了广阔空间。“多国消费者对新能源汽车需求旺盛，一方面是由于汽车行业不断由传统燃油车向新能源汽车转型，另一方面是不断上涨的油价提高了燃油车使用成本，促使消费者改用新能源汽车。”崔东树分析。

值得注意的是，与传统燃油车出海路径不同，中国新能源汽车出口的目标市场主要为发达国家，例如比利时、英国、挪威等。

欧洲新能源市场空间大。挪威政府公布的数据显示，2021年挪威共销售17.62万辆汽车，其中65%的车型为电动汽车，同比增长11%。同样，德国2021年新能源汽车销量达到68.1万辆，同比增长72.7%。崔东树认为，欧洲作为新能源汽车消费的一大市场，本土品牌转型较缓慢，是中国新能源汽车出海的良好契机。

近年来，欧洲多个国家和地区大力推广新能源汽车，加大补贴力度、降低进口关税等优惠政策为中国新能源汽车出口提供了新空间。挪威对纯电动汽车购买者免征购置税和进口税，准许消费者免缴25%的增值税，并给予路权等配套政策支持。德国新能源汽车消费者可享受最高9000欧元的补贴。荷兰、丹麦、瑞典等国也陆续发布“禁售燃油车”时间表，加大对新能源汽车市场的扶持力度。

新能源汽车已成为中国汽车出口的主要增长点。崔东树说，未来，全球新能源汽车需求仍有望释放增量。中国拥有较为完整的新能源汽车产业链，规模效应又将带来成本优势，中国新能源汽车出口有望保持较快增长。

“换道超车”的重大机遇

近期，1000多辆上汽MG MULAN汽车即将抵达比利时泽布吕赫港，将于今年第四季度在欧洲市场首发。

随着海外版图不断扩大，中国新能源汽车品牌有望实现从“中国制造”到“中国品牌”的转换。

新能源汽车出口或将成为中国车企在全球市场实现“换道超车”的重大机遇。许海东分析：“各国都在支持新能源汽车发展，而中国已经具备了有利条件，应当抓住机遇，走进更多发达国家和发展中国家的市场，让中国新能源汽车驶向全球。”

如何实现“换道超车”？

“首先，要不断提高硬实力，包括提高产品质量，加大研发投入和自主创新。其次，要想实现从‘中国制造’到‘中国品牌’的转换，还需要适应当地市场，了解当地文化和当地消费者的使用需求，更好地推动中国新能源汽车‘走出去’。”许海东说。

自主品牌潜力大。目前，中国自主品牌新能源汽车正在打破“低端廉价”的老印象，向海外乘用车中高端市场发力。但是，中国自主品牌海外销量尚未形成规模效应，随着全球新能源汽车需求增长，中国自主品牌出海将面临更激烈的市场竞争，亟须进一步提升产品核心竞争力、树立良好品牌形象。

抓住智能网联汽车的领先优势。多家中国车企加大智能网联汽车研发投入力度，具备了领先优势。工业和信息化部数据显示，全国已开放道路测试里程超过5000公里，发放测试牌照900余张，高等级智能网联汽车在特定场景和限定场景率先应用，开展规模化载人载物的测试示范。随着新能源汽车智能化和网联化程度进一步加深，中国车企的优势也将进一步扩大。

现阶段，中国新能源汽车产品已具备一定竞争力，也在持续扩大海外市场。多位专家表示，中国汽车出口前景广阔，新能源汽车出口或将持续保持高增长并进入更多国家和地区市场。

“目前是中国新能源汽车出口的好时机，我们应抓住机遇，加快中国车企‘走出去’步伐，形成长期稳定的出口形势。”崔东树说。

产业转型升级助力新能源汽车出海

安铁成

是汽车强国的重要特征。汽车工业发达国家的经验表明，汽车强国都会走向国际市场。虽然当前外部环境不稳定加剧，且仍存产业短板弱项，但中国汽车产业迈向更高发展层级的步伐从未停止。未来，应进一步推动产业国际化发展，把先发优势转化为产业向上突破的新动力。

（作者为中国汽车技术研究中心有限公司董事长）

开放谈