

今年前10个月中国汽车出口创新高，新能源汽车出口同比增长96.7%——

国产汽车“加大油门”驶向全球

本报记者 孔德晨

今年前10个月，中国汽车市场顶住缺芯、原材料涨价、疫情影响等压力，稳步前行。中国汽车工业协会近日发布的数据显示，1-10月，中国的汽车出口量达261.5万辆，创下新高，其中新能源汽车10月份出口10.9万辆，环比增长1.2倍，同比增长81.2%。

专家认为，无论是保供还是自主品牌市场占有率提升，背后都有中国汽车产业链日臻完善的功劳。中国汽车热销海外，外资加码中国汽车市场，意味着“中国制造”越来越受认可。

拓展全球市场的步伐提速

“以前街上都是日产、美产车比较多，现在也会有些较为陌生的车型出现。一打听，原来是中国产的汽车。”生活在马来西亚八打灵再也的李佩祯告诉记者，她所在的城市较为繁华，看到中国车较为频繁地出现是近一两年的事情。“主要以新能源汽车为主，车型好看，听朋友说质量也不错，价格与其他进口车差不多，但相对而言性价比更高。”李佩祯对“中国制造”很有信心，她表示明年换车如果预算充足，愿意考虑中国汽车。“希望中国汽车能更快打开马来西亚市场。”

中国汽车在海外消费者中的认可度逐渐提高，是国产汽车加速“出海”的直接成果体现。中国汽车工业协会发布的数据显示，10月，中国汽车出口创下新高，当月汽车企业出口达到33.7万辆，环比增长12.3%，同比增长46%。1-10月，汽车企业出口245.6万辆，同比增长54.1%。“这个数字已经超越德国，仅次于日本，位居全球第二。”中国汽车工业协会副总工程师许海东预计，今年中国汽车出口总数有望突破300万辆。

分类型看，10月，乘用车出口27.9万辆，环比增长11.6%，同比增长40.7%。1-10月，乘用车出口197.5万辆，同比增长57.1%；商用车10月出口5.9万辆，环比增长15.5%，同比增长77.5%；新能源汽车10月出口10.9万辆，环比增长1.2倍，同比增长81.2%。1-10月，新能源汽车出口49.9万辆，同比增长96.7%。

分车型看，燃油车仍是国产汽车出口的主力。数据显示，今年前10个月，燃油车出口共195.7万辆，占比约80%。此前，长城、奇瑞等车企出口仍以燃油车为主，主要面向东南亚、拉美、非洲市场。

出口到哪些地方？

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树对记者分析，今年1-10月，整车出口增量相对较多的是欧洲、北美、亚洲市场，其中墨西哥、比利时、沙特等地居多。10月当月，智利和孟加拉国市场下降较大，墨西哥和菲律宾市场表现相对较强，比利时成为增量的重点市场。

哪些车企受欢迎？

根据中汽协发布的数据，今年前10个月，在整车出口前十位的企业中，上汽出口量达68.4万辆，高居第一，奇瑞、长安同期出口量也超过20万辆；增速方面，吉利汽车同期出口量为16万辆，同比增长86%，增速最为明显，而在未上榜的车企之中，比亚迪则有惊艳表现。

“可以看出，中国汽车的出口版图已经从



▲11月23日，江苏省太仓港码头，一批汽车即将发往欧洲市场。
计海新摄（人民视觉）



►在湖南省通道侗族自治县黄家堡生态工业集中区怀化弘瑞汽配加工生产车间，工人正在进行作业。该公司是一家专业从事汽车离合器、轴承、衬套、夹簧块研发、组装及销售为主的制造型企业，产品全部出口，销往欧美、中东、东南亚等地。
李尚引摄（人民视觉）



◀随着新能源汽车订单近期不断增多，广西柳州汽车城的新能源汽车电池生产基地里一派繁忙，工人加班加点赶制新能源汽车电池包，供应市场。
黎寒池摄（人民视觉）

传统的非洲、中东市场，逐步向北美、欧洲市场拓展；产品从过去的低端车型升级为中高端车，在外观质量、内在技术品质以及品牌市场营销能力等方面都能满足全球多样化市场需求。”崔东树说。

新能源汽车出口表现亮眼

据国际机动车制造商协会数据，20年前，世界汽车出口量为2210万辆，德国、日

本的汽车出口数量均超百万辆，而中国汽车整车出口量仅为4.31万辆。许海东告诉记者，过去10年间，中国汽车出口量一直在100万辆上下浮动，但在去年，汽车出口突破200万辆，实现翻番，今年前10个月又实现50%以上的增长。

中国汽车缘何受到外国消费者青睐？

许海东分析，从短期来看，有两个原因。一是海外市场在逐渐恢复，整体大环境趋好；二是中国的供应链相对海外汽车供应链更为完善，这也是国内汽车开拓海外市场

的好机会。从长期来看，首先是中国汽车产品竞争力大幅提升。“我们不仅提升了设计能力，而且非常注重客户体验，产品外观设计、质量控制与管理做得非常好，技术创新和集成能力大幅提高，服务体系也在创新。”许海东说。

其次，海外出口模式日趋多样。中国企业已从过去的整车贸易向在当地建厂、跨境品牌合作、自建销售渠道、共用技术定制化开发等多种方式拓展。而不少中国企业在海外建立的研发、营销、物流、零部件、

制造、金融和二手车等面向全球市场的汽车产业链供应链体系，为中国车企海外发展夯实了基础。

再次，中国汽车企业越来越重视品牌的塑造。产品价格是品牌溢价力的直接体现。许海东介绍，从中国汽车出口均价来看，2018年均价是1.29万美元，随后逐步提升至今年的1.64万美元，8月份达到1.89万美元。其中，纯电动车均价提升更为明显，8月份达到2.58万美元。

此外，新能源汽车的出色表现成为带动出口高质量增长的重要力量。

“截至10月底，长城汽车今年海外销量已突破13万辆，同比增长18.55%，尤其是电动汽车成为我们出口的新增长极。”长城汽车股份有限公司副总裁傅小康告诉记者，长城的足迹遍及欧洲、东盟、中东、南美、大洋洲、南非等市场，公司还在泰国、巴西建立了全工艺整车生产基地，全球化研发体系正在逐步推进。

欧洲市场成为众多中国产电动汽车的主要新增出口地。据海关总署统计数据，2022年上半年，新能源乘用车出口中，西欧市场占比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。

今年以来，中国的主要港口见证了中国电动汽车及相关产业链的加速“出海”：前三季度，天津市出口电动汽车同比增长66.7%；宁波口岸电动载人汽车出口激增12.3倍；上海市电动载人汽车、锂电池和太阳能电池合计出口增长143.3%……

“中国新能源汽车产销量连续多年位居全球第一，进入全面市场化拓展期。”崔东树说，“中国汽车制造从传统燃油车时代的市场换技术‘引进来’，再到现在新能源汽车的‘走出去’畅销海外，这20年发生的巨大变化，意味着中国高端制造业新的崛起。未来，随着新能源汽车技术的不断成熟，以比亚迪、上汽、吉利、长城、奇瑞等为代表的国产车企将进一步改变原有的国际汽车市场格局。”

“相信汽车市场明年也能稳住”

在汽车出口数量迅速增长后，如何让汽车产业能够真正“走出去”？

不少专家认为，简单的“走出去”已不再适合现阶段市场发展的需要，必须尽快探索出更具深度与广度、突破国与国之间贸易壁垒、更加国际化的“出海”模式。“以往主要采用整车出口的模式，销量会有明显的天花板。”麦肯锡全球董事合伙人、麦肯锡大中华区汽车板块业务负责人管鸣宇说，“外贸出口正从单一模式切换到多种模式，比如海外建厂生产，比如在海外收购品牌，甚至把整个中国品牌带出国门。”管鸣宇建议，中国整车企业和零部件企业需要想办法抱团，一起探索海外市场。

在消费者看来，中国汽车品牌在海外市场仍有大有可为。“在网上搜索‘China brand car’或者‘Made in China car in Malaysia’，我能找到最多的是中国车进入市场之类的相关新闻，而不是品牌在马来西亚的官方购买入口，如品牌官网等。”李佩祯说，“这样看来，在马来西亚市场，中国汽车仍有很大发展空间。”

怎么看汽车出口态势？

“随着中国汽车产品竞争力的提升，中国车企开始非常自信地往外走，从品牌到整个体系都在提升，中国汽车出口进入一个新阶段。”在许海东看来，上述因素也将在未来支撑中国汽车出口的长期增长。

近日，工信部等三部门联合印发《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》提出了17项具体措施。其中，明确进一步扩大汽车消费，落实好2.0升及以下排量乘用车阶段性减半征收购置税、新能源汽车免征购置税延续等优惠政策，启动公共领域车辆全面电动化城市试点。

许海东认为，随着上述17条政策措施的落地，相信汽车市场在四季度能够稳住，明年也能稳住。他预计，未来中国海外生产汽车将达到1000万辆左右，国内生产出口达500万台左右，实现这一目标的时间约在2031年。“达成这一目标的基础是国产汽车竞争力的提升、品牌的打造及长期直接投资的增加。”许海东说。

中国产业链优势支撑汽车出口创佳绩

崔东树

面对新冠肺炎疫情的反复冲击，中国汽车出口近两年强劲增长，充分体现了中国汽车产业链韧性较强的优势。中国的全球工厂地位和良好的世界贸易关系为中国汽车走向全球奠定了良好基础，未来有望超越日韩成为世界第一的汽车出口大国。

中国汽车工业的生产能力强，产业链韧性明显。疫情暴发后，世界汽车产业链出现避险调整，导致低端汽车芯片供给剧烈萎缩。中国汽车抓住市场发展机遇，以强韧的产业链优势实现了汽车出口强势增长。2021年中国汽车出口市场销量213.8万台，同比增长102%，今年前10个月又实现了50%以上的增长，表现亮眼。

出口增长的关键是有整车生产能力，产能充裕。从全国乘用车市场信息联席会的生产数据看，在工信部强力推动下，国内车企的生产恢复加速，乘用车生产从去年8月的149万台谷底，迅速回升到去年12月的247万台。

再看新能源汽车。国产新能源汽车主要出口西欧和东南亚市场，今年比利时、斯洛文尼亚和英国等成为出口亮点，对泰国、菲律宾东南亚等国出口恢复态势也较

好。虽然海外仍然受到疫情限制，但相关制造业需求开始平稳恢复，矿产资源价格高位回落，中国对美洲的墨西哥和智利等出口表现较强，新能源汽车的出口也逐渐回暖。

欧美车企的产能不足、销量萎缩，给予中国汽车发展的机会。欧美国家汽车由于生产不足，成品车库存严重缺货，二手车价格暴涨，新车和二手车出口明显下降。尤其是从美国数据看，美国经销商2020年末库存274万辆，而2021年末全权经销商库存总量为112万辆，比2020年12月底的274万辆下降了59.1%。

今年7月份美国汽车库存下降了102万辆，比一个月前减少了约9.8万辆，这也是美国汽车库存连续第七个月保持在100万至110万辆之间。Cox（美国最大汽车线上线下交易平台）表示，根据最近30天的销售速率计算，这一库存量可以满足37天的供应。相比之

下，一个月前的供应量为35天，去年同一时期的供应量为31天，当时Cox估计美国汽车库存为120万辆。受芯片短缺影响，2021年单车平均零售价格创下近8年的新高，达到42379美元。2021年经销商国内供应及进口的日平均供应量与2020年相比仅达到一半的水平。这给中国车企出口带来巨大的海外市场空间。中国车企抓住机遇加大出口，市场效果良好，中国汽车整车产品能正常出口海外市场，体现了中国贸易体系完整的优势。

随着中国扩大开放政策有效落地，特斯拉等国际车企落户中国，带动了汽车产业链升级。由于特斯拉等汽车独资企业的中国制造成本优势明显带动了出口暴增，加之上汽乘用车等自主品牌的出口战略实施，中国汽车出口欧洲发达国家市场取得显著突破。

近两年，新能源汽车出口成为中国汽车出口的重

要增长点，改变了依赖亚洲和非洲等部分欠发达国家出口的被动局面。根据乘联会数据，2020年新能源汽车出口22.3万辆，表现较好；2021年新能源汽车出口58.8万辆，持续走强。乘用车出口的增长空间较大，尤其在欧洲、墨西哥等市场预期较好，成为拉动中国汽车出口增长的重要动力。

中国汽车出口创出新高，体现了中国改革开放的成果斐然。以开放促发展，推动中国汽车走向世界，未来的世界汽车版图上，中国汽车大有可为。

（作者为全国乘用车市场信息联席会秘书长）

