

# 非洲人爱上中国车

本报记者

立秋后的一个正午，北京进入一天中最热的时候，45岁的北京网约车司机陈师傅，将吉利汽车停到路边休息区，准备打一个盹。在遥远的非洲大陆，埃及首都开罗刚刚进入清晨，43岁的出租车司机穆罕默德·穆斯塔法驾驶中国奇瑞汽车，运送人们上班。同一个时刻，不同的地方，中国汽车成为人们工作、生活的得力助手。

今年是中国提出共建“一带一路”倡议10周年。近年来，随着共建“一带一路”倡议深入推进和《中非合作论坛—北京行动计划（2019—2021年）》等合作文件稳步实施，中非关系保持良好发展势头，中非汽车合作“驶入”快车道。海关总署提供的数据显示，2015年，中国汽车对非洲出口约11万辆，2022年约20万辆。中国汽车工业协会数据显示，2023年上半年，中国汽车出口214万辆，同比增长75.7%。中国今年有望成为全球第一大汽车出口国。

一汽、北汽、北汽福田、比亚迪、奇瑞、长城、江淮……这些中国汽车品牌不断出现在非洲各国街头，越来越多非洲人喜欢中国车。

## 非洲街头，中国汽车越来越多

在南非约翰内斯堡，64岁的莱瑞克·陶早已将他的中国车当作形影不离的“好搭档”。身为出租车司机的他，每天驾驶着北汽福田迷你巴士，穿梭在约翰内斯堡的大街小巷。“是中国汽车帮助我改变了生活。”莱瑞克·陶说，“它帮我挣钱，解决了生计问题。”

5年前，莱瑞克·陶打算买一辆迷你巴士作为营生工具，在朋友推荐下，他选择了北汽福田。“中国汽车价格合理、动力足、油耗低，现在看，我的选择没错。”穆斯塔法说，约翰内斯堡山路多，经常需要上下坡，北汽福田表现很好。车内还很安静，乘客十分喜欢。在莱瑞克·陶推荐下，他的同事也开始购买中国车，用作学校校车、旅游接待车。

南非素有“世界汽车竞技场”之称，近年来中国汽车保有量越来越大。2022年，中国品牌汽车在南非的销量突破3.5万辆。今年8月初，南非“汽车排行榜”网站刊文称，自2023年以来，约有7个品牌的2.1万辆中国汽车在南非销售，与宝马、丰田等品牌相比，中国汽车销量出现强劲增长。

在非洲内陆国家赞比亚，中国客车成为人们长途出行的重要选择之一。数据显示，中国汽车每年销往非洲市场约3800辆。赞比亚华侨总会执行会长、海格客车（赞比亚）有限公司总经理吴明已在非洲打拼22年，目前代理中国海格客车的南部非洲7个国家的销售业务，市场份额在当地占六成以上。

“如今非洲国家街头的中国汽车越来越多了。”吴明说，这主要与中国汽车性价比较高有关。与中国客车为例，一辆中国客车、公交车在赞比亚的售价不到20万美元，功能更多，而欧洲同类型车辆售价超过它两倍。此外，欧美品牌售后维修、配件价格昂贵，中国客车在当地拥有配件仓储，维修人员、工程师常驻，收费较低。

中国新能源汽车开始在非洲流行。在东非国家肯尼亚的首都内罗毕，如果搭乘大巴去机场，这辆由电力驱动的大巴可能由中国公司比亚迪制造。通过和当地新能源汽车公司合



图①：南非车主莱瑞克·陶在他购买的福田迷你巴士前留影。  
图②：行驶在南非约翰内斯堡街头的奇瑞汽车。  
图③：中国一汽南非工厂生产线。  
图④：2023年3月17日，汽车滚装船靠泊山东港口烟台港准备装载出口商品车。

（受访者供图）  
本报记者 刘少华摄  
（资料图片）  
张超摄（人民图片）

作，比亚迪获得了当地几家公交运营商130多辆电动大巴的订单。这些大巴在中国进行部分组装后运抵肯尼亚，然后完成所有组装。目前，比亚迪、吉利、东风、长城、上汽、江淮等中国车企，都在非洲进行了新能源汽车布局，长城、奇瑞等车企还将推出混合动力车型。

在津巴布韦和肯尼亚，人们目前唯一能买到的全新电动货车由比亚迪提供，这些货车已被广泛应用于物流和运输行业；在加纳，数家企业和初创公司提供20多款中国制造的新能源汽车，包括轿车、SUV和小型货车等；在埃及，北汽福田是埃及主要的电动公交车供应商；在南非，长城汽车“长城炮”皮卡获得“2022年度最佳新晋皮卡”大奖，在当地累计销售超过1万辆……

南非金山大学南方不平研究

中心客座研究员穆贝斯瓦内·马希洛说：“相对于欧洲和美国品牌而言，鉴于中国汽车品牌在南非乃至非洲的性价比合理，中国品牌未来有机会占据领先地位。”

## 不仅“物美”，而且“适用”

中国汽车为什么在非洲受欢迎？来自南非的汽车经销商安德烈·杜曼兹威尼对此有发言权。多年从事汽车销售的他，在加入中国车企后，生意做得越来越大。

在安德烈·杜曼兹威尼看来，非

洲客户看重汽车的3个特点：一是车辆性能好，油耗低；二是车辆质量可靠；三是售后服务完善，在市场上容易找到配件。“多数中国汽车品牌同时具备这3个特点，这非常难得。”安德烈·杜曼兹威尼说，中国汽车更适应非洲路况，使用年限更长，“即便在不太好的路况条件下，也最少可以使用7到8年”。

能得到非洲客户青睐，背后是中国车企付出的大量努力。

国家政策助力。北汽福田海外事业部总裁付军认为，中国政府和非洲国家之间有着良好的外交关系，多年来通过共建“一带一路”、深化中非国家间合作等方式，为中非企业在汽车领域合作提供了很多政策和金融支持。

重视本土化运营。1994年，中国一汽的解放牌卡车进入南非，通过瞄准中小企业的客户群体，逐渐成长壮大。2014年，乘着共建“一带一路”倡议东风，一汽南非哈工厂落成投产。从0辆到1万辆卡线下线，该厂仅用了8年时间。到2023年上半年，该厂累计销售卡车超过1.5万辆。

2003年，宇通客车“进军”非洲；2004年，比亚迪进入非洲市场；2007年，长城汽车第一辆皮卡在南非售出；2011年，北汽福田汽车在非洲建立生产基地；2016年，北汽集团落户南非，与当地公司合作建立工厂，业务涵盖汽车研发、采购、生产、销售及金融服务等全产业链……

“属地化生产、本土化运营，促

进了中国车企在非洲落地生根。”长城汽车南非子公司总经理李强说，多年来，长城汽车在非洲坚持打造本地化的销售网络、售后服务、营销传播模式，既奠定了企业长期发展的基础，又增加了当地消费者的认可度和信任度。

产品质量有保障。59岁的卡车司机艾迪安平时经常来到一汽南非库哈工厂展厅，看看自己的“老伙计”。2004年，当时一汽在南非还是通过经销商销售时，他买了一辆解放牌货车，驾驶它拉着建筑材料、家具，几乎跑遍了整个南非，行驶里程达150万公里。在这期间，除了正常保养以外，货车几乎没有进过维修车间，即便车龄接近10年时，满载油耗依然可以达到4.5公里/升。“它像一个‘工作狂’，埋头工作，从不给雇主添麻烦，是我见过的最耐用的卡车。”艾迪安说。

满足用户喜好。在对乘客、驾驶员、经销商进行多次调研后，吴明有一个特别发现：非洲客户对客车内饰的豪华程度有一定要求，比如需要配备冰箱、5个以上彩色显示器、USB充电口和漂亮的灯饰。吴明解释说，非洲人很喜欢音乐，中国客车企业根据用户反馈，不断完善善乘客车功能，更加吸引乘客选乘中国客车。

提供技术助力。针对非洲不同的自然条件，很多中国车企专门进行了长时间技术研发。毕纳弗是北汽福田东南非大区客户经理。去年下半年，为了调研埃塞俄比亚境内物流干线路况，毕纳弗和同事开着

卡车转遍了埃塞俄比亚的各个角落。“埃塞俄比亚地形主要是山区，我们根据测试情况，对卡车进行了多项升级。例如增大油箱，让司机能够携带更多燃料；加固和升高底盘，以适应当地的山路。”在他们努力下，改进设计后的福田卡车更能适应当地路况，赢得了良好的市场反响。

非洲的复杂路况需要动力强大的发动机。在非洲，每年有约5000台玉柴发动机为各国卡车、客车、牵引车等提供强大动力。广西玉柴机器股份有限公司通过与尼日利亚发电机组品牌Mikano合作，研制的发动机性能优异，在非洲市场经受了自然环境的各种考验。

不仅“物美”，而且“适用”，这成为中国汽车在非洲市场站稳脚跟的主要原因。

中国汽车品牌在非洲的崛起引起外媒注意。比利时“全球船队”网站刊文分析，过去10年，中国汽车品牌在南非取得成功，其中一大因素是，它们能够提供物超所值的产品。中国汽车不仅价格极具竞争力，还有现代设计美感、强劲的性能和全面的保修服务，因此吸引了买家注意。

## “我们是真正的朋友、伙伴，就像亲人一样”

近年来，肯尼亚等非洲国家对汽车进口实行差异化关税政策。如对照

用车、卡车等车型整车进口实施50%—70%的高关税，将汽车零部件进口关税降至20%—30%左右。为降低生产成本，越来越多中国车企在非洲投资或合作办厂，实现了产品本地化组装或生产，非洲消费者成为最终受益者。

受益的还有当地求职者。一汽南非库哈工厂里，中方员工只有3名，当地员工近200名，其中女员工占比超过15%。工厂还建立了以培训为核心的员工成长和质量提升体系。宇通客车在埃塞俄比亚设立的组装厂，为当地提供550个就业岗位。北汽福田一期工程建设已经创造1540个直接工作机会。项目建成后，南非籍员工将达到90%以上。北汽福田在非洲的工厂可直接带动当地就业超500人。

“我刚进厂的时候一无所有，现在我有一个家，有漂亮的妻子，漂亮的孩子，我非常开心幸福。”如今成为一汽南非库哈工厂技术主管的杰杰，2009年进入一汽前还在四处讨生活。杰杰说：“我和中国、南非的同事一起工作，他们无私地倾囊相授，让我收获了很多工作经验，真的很感谢中国企业。”

“中国公司给了我改变生活的机会，我在这里工作很受尊重，很舒服。”毕纳弗说，今年3月，他作为属地员工代表，到中国参加业务培训，这段经历给他留下了深刻印象。“中国同事工作很专业，还热心帮助我，我们建立了深厚友谊。”毕纳弗说，他越来越体会到，中国人民和非洲人民是真正的朋友、伙伴，就像亲人一样。

捐资助学、医疗救助、体育捐赠、儿童公益捐赠……中国车企积极融入当地社会，主动投身所在国经济和民生事业建设，不断深化与当地消费者沟通，逐步树立起负责任和值得信赖的中国品牌形象。市场调研公司尼尔森一项研究发现，超1/3的非洲消费者表示愿意考虑购买中国品牌汽车。

从全球汽车市场版图看，非洲汽车市场潜力巨大。数据显示，非洲人口占全球人口的15%，而根据非洲开发银行发布的《非洲汽车产业展望2021》报告，非洲在全球汽车销售的市场份额仅为2%。

“随着非洲国家消费者收入提升，中非在汽车领域互利共赢的合作关系，对双方经济发展和进步都有积极意义。”付军认为，从中国角度看，中非汽车合作有利于助力中国企业开拓广阔发展空间，促进技术创新，提升自身技术水平和竞争力，进而提升国际影响力。从非洲角度看，有助于为当地创造大量就业机会，培养一批专业技术人才和管理人才；降低非洲消费者购车成本；由于中国汽车品牌类型丰富、研发能力强，还有助于满足非洲不同地区和场景的交通需求。

“中国车企要深入把握世界经济发展趋势，更加重视非洲市场，坚持顺势而为。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树建议，一方面，中国汽车企业要进行更多投入，通过抱团发展，降低建厂成本和潜在风险；另一方面要建立起本土化的售后服务体系，积极用用户口碑。

“中国车企在新能源汽车领域拥有较强的技术实力和创新能力，技术路线涵盖纯电、混动及氢燃料电池等，产业链成熟。要抓住非洲经济不断改善和基础设施逐渐完善的趋势，加强中非在新能源汽车领域的合作。”崔东树说。

莱瑞克·陶平时非常关注中国新能源汽车在自动驾驶、电池等方面取得的进步。“如果有机会，我非常愿意购买一辆中国新能源汽车。”莱瑞克·陶说。

（本报记者陈振凯、杨一枫、彭训文、李贞、杨俊峰、丁美栋参与采写，实习生孟知鹭、何梓芸、王培基亦有贡献）

## 中国车在全球“圈粉”

叶子

参观北汽福田位于北京的展车广场，重卡、轻卡、中卡等10余种车型一一陈列。工作人员介绍，这些车，不仅在我国发挥重要作用，在地球的另一端，也受到非洲朋友们的欢迎。例如，北汽福田的“VAN”已成为南非公共交通行业的主流品牌之一。今年6月，在南非年度车型评选中，北汽最新一代X55车型夺得年度家用SUV大奖。

南非人爱公交，坐的车里有中国车。南非人最爱的家用SUV，同样有中国车。这让想起，前不久，一位朋友在埃及出差，使用打车软件叫车，叫到的竟是一辆熟悉的“中国车”。在非洲大地，中国车的身影随处可见。

中国汽车为何能在非洲打开市场？正如埃及汽车经销商协会主席马萨马·阿卜杜勒-马吉德所说，中国汽车吸引消费者的原因在于“物美”。考虑到当地人的实际需求，中国车企推出更受欢迎的车型、提供分期付款的销售方案、承诺更加贴心的售后服务，这些，

都让中国车更具优势。有分析认为，中国汽车品牌注重经济性、安全性、创新性和本地化生产，得以突破重重障碍，在竞争激烈的市场站稳脚跟。

对于非洲当地人，中国车不仅是生活伙伴，也是生产资料。无论是开网约车，还是从事货运、客运，中国车帮许多非洲人解决了生计问题。除了汽车，非洲人也爱中国的自行车、摩托车、火车机车等。前些年，中国制造的自行车、摩托车等，因为结实耐用，受到非洲朋友青睐。曾经，他们用中国自行车来搬运成批的香蕉，骑着中国造的摩托车去相亲；今天，他们开着中国汽车运输，甚至在结婚时用中国车作为婚

车。中国车是生产生活工具，也见证了非洲朋友们越过越有滋味的生活。

放眼全球，越来越多人爱上中国车。在欧洲的挪威，一些新人结婚用比亚迪汉作为婚车；在东南亚，中国汽车品牌在泰国首都曼谷热门商圈的体验店还未正式开业，就接待了不少意向用户；在中亚，走在乌兹别克斯坦首都塔什干街头，中国新能源公交车和中国品牌私家车不再新鲜；在中东，阿联酋阿布扎比政府旗下投资机构接连对中国汽车品牌进行投资；在南美的智利，像大通、奇瑞、长城、长安、江淮、福田、江铃等中国车，已是当地人的购车首选……中

国车，在全球范围内成功“圈粉”。

继2021年全年出口超200万辆、2022年全年出口超300万辆之后，中国乘用车市场信息联席会预计，今年中国汽车出口规模将达到400万辆。中国今年有望成为全球第一大汽车出口国。抛开数据，打开短视频平台，更加鲜活生动的感受扑面而来。来自不同国家的用户，主动在社交媒体上分享中国车的驾驶感受，甚至有外国人为了体验中国智能汽车的语音控制功能，学习说起中国话。

作为公认的“人类工业文明皇冠上的明珠”之一，汽车工业一直备受各大制造强国重视。近年来，中国汽车产业取得长足进步，阔步走向国际市场。出海，正在成为中国汽车的关键词。尤其是在电动车时代，中国车企在技术、车型、价格、产业链等方面优势突出，品牌形象也逐渐被认可。随着新技术的不断涌现和市场空间的不断延伸，相信中国汽车产业将为全球用户带来更多惊喜。