

国际论道

近日，“法国24小时”的一篇报道讲述中国车企比亚迪、动力电池制造商宁德时代在匈牙利的建厂情况。该报道援引匈牙利学者的话说：“中国汽车制造商在欧盟国家建立生产中心，将为中国在西方市场推出自己的高质量电动汽车奠定坚实基础。”

近年来，中国汽车企业深耕海外市场，积极开展本土化生产，从过去单纯的产品出海逐渐向技术出海、产业链出海转变，引发外媒广泛关注。



加快海外布局

“法国24小时”的报道称，在匈牙利南部的德布勒森市，一座耗资约73亿欧元的锂电池工厂正在建设中。该工厂由中国动力电池制造商宁德时代建造，预计于2025年投产，届时将成为欧洲最大的电动汽车电池工厂。此外，比亚迪于2023年年底宣布，将在匈牙利南部城市塞格德建设该公司的第一座欧洲工厂，投资约5亿欧元。

欧洲成为中国车企海外建厂的重要目的地之一。2017年4月，比亚迪在匈牙利北部城市科马罗姆设立的电动大巴工厂投产；2022年9月，蔚来汽车在匈牙利比奥托尔巴吉建设的首个海外工厂投入运营；今年1月，比亚迪新能源汽车生产基地落户匈牙利塞格德市。

据新加坡《联合早报》网站近日报道，比亚迪还考虑于2025年在欧洲建立第二家装配厂，并表示希望比亚迪到2030年将成为欧洲领先的电动汽车销售商。

据路透社报道，今年4月，奇瑞与埃布罗在西班牙巴塞罗那自由贸易区举行电动汽车合作协议签字仪式。双方将在当地设立合资企业，共同开发电动汽车新产品。

在东南亚，广汽集团加速在缅甸、马来西亚、泰国等地的海外工厂建设。其中，广汽埃安泰国工厂从申请到获批仅用时4个月，是泰国电动车行业落地最快的保税工厂。此外，比亚迪、哪吒汽车、上汽集团也分别宣布在泰国开工建设海外乘用车生产基地和新能源汽车关键零部件生产基地。

泰国投资促进委员会表示，泰国已成为中国电动汽车行业海外投资首选目的地，该委员会将进一步促进电动汽车行业在泰国的健康发展，计划在电动汽车生产、零部件生产和充电站三个业务板块为投资者们提供多渠道支持。

在拉美，中国车企也在加快投资布局。综合埃菲社、《金融时报》等外媒消息，长城汽车宣布在巴西投资18.5亿美元，经过改造扩建后的长城巴西工厂将用于生产混合动力和电动汽车；比亚迪公司宣布将在巴西伊巴州建设由3个工厂组成的大型生产基地综合体；上汽名爵、比亚迪和奇瑞还计划在墨西哥建厂，并与墨西哥官员商谈工厂选址事宜。

“中国不仅是海外市场汽车供应商，更将加速当地汽车产业发展，这将是未来的趋势。”标普全球交通出行公司美洲区调查与分析副主任吉多·比尔多索说。

注重技术创新

汽车产业是技术密集型产业，技术创新是保持行业乃至国际竞争力的关键。不少外媒认为，中国车企加速“出海”，其发展优势在于顺应时代潮流，坚持自主研发和科技创新，走绿色低碳发展道路。

英国《经济学人》援引一家咨询公司的分析指出，中国车企不惧风险，行动更快，能够迅速更新技术、推出新车型，保持客户的兴趣，“他们像对待智能手机等消费技术产品一样对待新车，并迅速淘汰不合格产品”。

美国《纽约时报》网站称，中国汽车制造商正在制造更大、更先进、更具竞争力的新一代电动汽车。许多新车型引擎盖更高，空间更大。它们还配备了更大的轮胎，以

改善制动力性能。一些新车型的座椅更厚实、舒适，电池体积更小、功率更大，充电更快了。“这些变化是为了赢得中国消费者的心，同时也为了提高在海外市场的竞争力”。

《纽约时报》网站的报道还关注到，中国还在推进自动驾驶汽车的技术和法规，这表明中国迫切希望推动自动驾驶汽车的发展，这被广泛视为汽车行业未来竞争力的核心。

《日本经济新闻》说，电动汽车制造成本中有三成来自电池，中国企业在量产电池成本方面居于优势地位。路透社的报道认为，在欧洲汽车制造商加速本土市场向电动化转型时，宁德时代在匈牙利的建厂计划将填补欧洲市场对动力电池飙升的需求。

在匈牙利知名汽车专家兹瓦拉·绍博尔奇看来，中国品牌蔚来带来的开创性换电技术以及比亚迪“海豹”、名爵“Cyberster”等车型的到来，展示了中国电动汽车在欧洲市场的竞争优势，并推动了技术创新。

“中国新能源汽车在东盟特别是泰国市场表现亮眼，其显著的竞争优势主要来自持续、快速的技术与产品迭代，其背后是中国开放的市场环境、人力资源和超大规模市场优势以及完善的供应链体系对创新的支持。”泰国正大管理学院中国—东盟研究中心主任汤之敏表示。

收获更多认可

中国汽车在海外越来越受欢迎，将推动更多车企在海外市场开展本土化生产。

据新加坡《联合早报》报道，中国汽车工业协会近日发布数据显示，4月，中国汽车出口量为50.4万辆，同比增长34%。在此基础上，前4月中国汽车出口达到了182.7万辆，同比增长33.4%。其中，中国新能源汽车4月出口11.4万辆，同比增长13.3%。今年1至4月，新能源汽车出口42.1万辆，同比增长20.8%。

在欧洲，德国市场研究机构Dataforce的数据显示，今年3月，中国汽车制造商在欧洲市场的份额首次超过4%，汽车销量总和为5.74万辆，超过去年3月的5.39万辆，同比增长6.6%；市场份额为4.3%，高于去年同期的3.9%。

《拉美社》指出，在通向未来出行的竞赛中，中国集技术创新、政策支持和前所未有的产量于一身，成为无可争议的领军者，其电动汽车重塑着全球汽车产业格局。

英国《泰晤士报》刊文援引长城汽车总裁穆峰的话说：“随着中国汽车行业进入全球化新时代，中国自主品牌的实力正在不断增强，中国汽车走向世界舞台已成为新趋势。”

中国新能源汽车在海外的落地项目，为其他国家和地区的绿色发展贡献了中国经验。正如墨西哥城交通厅长拉霍斯所说：“我们十分欢迎对电动汽车和可持续发展领域的投资，中国在这些方面可以为我们提供宝贵经验。”

“我们期待中国的进一步投资。”匈牙利投资促进局负责人约·伊什特万表示，汽车制造产业以及与之相关的整个供应链在匈牙利经济中具有举足轻重的地位。匈牙利劳动力潜力与中国技术投资之间的协同作用，为匈牙利在欧洲汽车行业脱颖而出提供了独特机会。

《纽约时报》分析称，匈牙利希望在中国投资者的帮助下将匈牙利变成电动汽车、电池和其他新技术的制造中心。

上图：5月14日，在江苏连云港港东方港务分公司码头，滚装轮正在装载出口汽车。

王春摄（人民图片）

海外声音

海南离岛免税政策红利不断释放



近日，在海南省海口市美兰机场免税店内，游客在选购商品。

翁奇羽摄（人民图片）

中国正将海南变成世界上最大的免税购物区。中国已将海南某些公司的所得税税率从25%降至15%，并取消部分商品的进口关税。中国还将海南的免签入境政策扩大到59个国家。

2011年，中国开始实施海南离岛免税政策。2020年，中国将海南离岛旅客免税购物额度增加两倍以上。购物者纷纷涌向这个遍布棕榈树的南部岛屿，以度过时间更短但更划算的购物假期。这里拥有世界上几个最大的免税购物中心。2022年，全球最大的单体免税店——占地28万平方米的海口国际免税城开业。

海关数据显示，2024年春节假期海南离岛免税购物金额达到24.89亿元，同比增长近六成。

——据英国《金融时报》报道

跑马拉松成中国人健身新风尚



近日，在河北省秦皇岛市，君乐宝2024秦皇岛马拉松开赛。图为参赛选手在起点起跑。

曹建雄摄（人民视觉）

中国人的赛跑需求正在迅速增长。去年10月，北京马拉松比赛有13万名选手争夺3万个参赛名额。作为2024年巴黎奥运会选拔赛，江苏无锡马拉松比赛的需求更大：有创

纪录的26.5万人申请仅仅3.3万个名额。在重庆，一天之内就有10万人申请参加马拉松比赛，最终只有4%的申请人通过抽签获得参赛资格。上月的一个周末，全国有近50万名跑步者参加了各地50多场马拉松比赛。

——据《华盛顿邮报》报道

录的26.5万人申请仅仅3.3万个名额。在重庆，一天之内就有10万人申请参加马拉松比赛，最终只有4%的申请人通过抽签获得参赛资格。上月的一个周末，全国有近50万名跑步者参加了各地50多场马拉松比赛。

中国一个体育用品行业协会今年发布的一份报告显示，跑步现在是中国最受欢迎的运动，58%的受访者表示他们尝试过跑步，高于2020年的48%。报告指出，人们跑步已经不只是为了健身和放松，这种运动已成为“新兴的时尚潮流”。

——据《华盛顿邮报》报道

中国“银发经济”市场广阔



近日，重庆市沙坪坝区一社区养老服务站内，老年人在练习书法。

孙凯芳摄（人民图片）

银发经济旨在让老年人更能安享晚年并提供专业化服务、产品和环境的产业。官方数据显示，目前中国银发经济规模在7万亿元人民币左右，占GDP比重大约为6%。预计到2035

年，银发经济规模将达到约30万亿元人民币。国家发展改革委指出，老年人多元化、差异化、个性化的需求，尚未得到有效满足，其中蕴含着巨大的发展机遇。

除了满足衣食住行的基本需求外，老年人对精神生活的需求也在不断增长。中国在这方面的消费潜力巨大。国家老年大学自2023年3月挂牌

成立以来，全体系服务老年学员2214万人。旅游不再是年轻人的专属。近年来，许多旅游机构都推出了一些针对中老年人的旅游项目。

——据拉美社报道

彭博社近日以“中国较小城市正在蓬勃发展，二三线城市吸引更多人和品牌”为题报道称，如今，从大城市返乡创业的一批“逆向迁徙者”正改变“低线城市”面貌。这些城市的街道上，快餐店、珍珠奶茶店和电动汽车经销商如雨后春笋般涌现，以迎合拥有更多可支配收入的返乡人员和当地居民的需求。去年下半年，中国较小城市消费者几乎所有类别的月度支出都加速增长。该报道引用专家分析称，中国将更多资源转到大城市以外地区，此类举措正在缩小城乡差距并激发县域经济活力。

专家解读

中国二三线城市消费市场活力涌动

■ 受访专家：北京大学经济学院教授 苏剑



近日，游客在河南洛阳龙门石窟参观游览。贺路启摄（人民图片）

近年来，中国二三线城市消费市场火热。“下沉”正在成为消费市场新亮点、新图景，也成为经济社会发展关键词之一。中国连锁经营协会发布的“中国城市便利店发展指数”显示，2023年全国多个城市的便利店门店数量实现正增长，进一步向四、五线城市及县级市场下沉。下沉市场越来越受到线上线下品牌方的关注。

二三线城市消费热主要体现在两方面：一是消费热点从大城市向中小城市转移；二是二三线城市居民消费升级。以旅游业为例，今年一季度，国内旅游人数和游客总花费同比增长都在20%左右，并呈现出从大城市向中小城市扩散的特征，有力带动了二三线城市餐饮、住宿、购物、娱乐等消费。飞猪数据显示，除传统的机票、酒店、景区门票之外，下沉市场用户的旅游消费类目在迅速扩容，租车自驾游、房车游、精品小团游、研学游等越来越多地成为下沉市场中常见的旅游消费内容。

消费市场的下沉并不意味着居民消费降级。相反，二三线城市消费者对高质量商品的消费意愿和消费能力都有所提高。国内消费的主力军正在从大城市向中小城市扩散，二三线城市居民正在成为新一轮消费升级的中坚力量。

“雁阵模式”是一个经济学概念，指不同发展水平的地区通过产业转移，各自形成比较优势，实现大城市带动小城市发展的目标。从全球范围看，“雁阵模式”具有一定普遍性。国家在发展过程中，一般都会经历产业转移的过程，从而形成“雁阵模式”。

如今，中国二三线城市消费市场火热就是“雁阵模式”的表现之一。大城市发展起步较早，发展成本也越来越高，而小城市生产成本相对较低，商品及服务具有价格优势，发展空间和潜力较大。在此背景下，一些产业逐渐从大城市向小城市转移，小城市随之崛起，与大城市的收入分配差距逐渐缩小。可以说，做好“雁阵模式”产业承接，对推动区域协调发展、促进经济平衡发展都具有重大战略意义。

产业转移往往会带来人才转移。二三线城市蓬勃发展的同时，年轻人返乡热潮也成为备受关注的趋势。一方面，二三线城市逐步崛起，就业机会增多，吸引大量人才返乡；另一方面，人才返乡促使二三线城市人力素质提升，进一步提升当地发展水平。两者相辅相成，形成良性循环。

二三线城市的消费热潮，是产业布局调整的结果，也会进一步推动经济布局优化。同时，消费作为经济增长的动力之一，将改变二三线城市相对落后的发展面貌，助力实现共同富裕。此外，产业转移对二三线城市的社会治理与营商环境提出了更高要求，将推动二三线城市提升公共服务质量。

未来，越来越多城市将扩大消费潜力，提升消费水平，共享发展机遇。二三线城市要实现高质量发展，加快融入全国经济发展大局，需各方形成合力。地方政府部门需要在区域乃至国家经济发展的大棋盘中明确自身定位，突出自身优势，发挥自身潜力。同时，要在法治、医疗、教育、住房等不同领域提供高水平的公共服务，构建良好的营商环境，为企业投资、百姓消费消除后顾之忧。企业需要努力开拓更广阔的市场，持续把更多中高端产品和优质服务带到二三线城市及以下地区，满足消费者日益多元化的消费需求。同时，要承担社会责任，提供就业岗位，提高员工收入，为消费市场注入动能。

挖掘二三线城市消费潜力，为经济增长提供更多动力——中国经验对其他国家和地区，尤其是发展中国家来说，有一定借鉴意义。

（张岳怡采访整理）