

世界为何爱上中国卡车

——一家中国商用车企业的出海故事

本报记者 叶子 李贞

在西班牙巴塞罗那，中国造的电动轻卡成为当地的物流运输车；在智利圣地亚哥，中国品牌的电动公交车助力绿色出行；在南非约翰内斯堡，来自中国的迷你巴士是许多出租车司机的“好搭档”……这些商用车，都来自一家今年8月28日将迎来30岁生日的中国品牌——北汽福田。

在中国车的出海版图中，商用车是重要的一块。2025年，中国商用车出口突破百万辆。自2004年启动国际化布局以来，北汽福田已深耕海外市场20余年。其海外事业部党委书记代洪凯的比喻形象而深刻：“以前，出海是一道‘甜点’；现在，出海已成为‘主菜’。”

国际化

车开到哪里，服务就跟到哪里

在非洲马里，大家围着印有“FOTON（福田）”字样的蛋糕，用英语和法语共唱生日歌……王卉至今还记得这个温馨的画面。

王卉是北汽福田海外事业部的一名员工。2025年8月28日那天，她和同事在非洲的马里跑业务，当地经销商约他们在家中简单相聚，恰逢北汽福田29周年。没想到，经销商特意定制了蛋糕来庆祝。

这份心意，代表了对北汽福田的信任与支持。2023年底，北汽福田非洲地区部成立，拥有近20年海外业务经验、此前一直在后台从事海外经销商管理和渠道标准化建设的王卉主动请缨，第一时间奔赴非洲一线拓展业务。

过去两年多，王卉去过刚果（金）的泥泞矿区，到过几内亚的工地现场，也走过布基纳法索的崎岖山路，在南非亲自指导经销商落地店面标准……她是北汽福田非洲业务快速发展的参与者，也是中国品牌扎根非洲、赢得尊重的见证者。她说：“我们不是简单把产品卖出去，而是‘把自己当成当地人、把本地事当成自己事’。”

像王卉一样，她的同事们也在非洲各地全力以赴。在科特迪瓦，新经销商的首批皮卡到港后，北汽福田工程师顶着高温，在集装箱内连续奋战3天，手把手带教属地员工，最终实现车辆交付。在布基纳法索，团队驱车400公里采集路谱、摸清路况，用一手数据为产品优化提供支撑。在加纳，团队白天跑市场摸痛点、夜晚磨方案，历经10个月诚意付出，成功打动客户，斩获直销重卡订单，其示范效应也为品牌赢得了行业信任。在南非，北汽福田系统性战略投入：制造端，全系列产品相继实现属地化量产；渠道端，网点覆盖全境，团队深入公交车、物流、商贸一线逐户调研，接连开发出爆款产品；服务端，“事不过夜”响应机制赢得本地用户自发推荐；供应链端，“中心库+区域分拨仓+终端服务点”三级配件网络确保售后无忧……

这些努力带来亮眼的成绩单：成立以来，非洲地区部已建成12座组装工厂、设立8大培训中心、配备千余名服务人员。2025年，北汽福田在非洲区域销量同比增长超120%，2026年一季度，销量同比增长96%。向上的曲线背后，是越来越多非洲人开上中国造的生产工具，驶向更好的生活。而开拓非洲市场的故事，是北汽福田推进全面国际化转型战略的一个缩影。“最初，我们把车卖到海外主要靠参加广交会；后

来，我们在海外与代理商合作、外派员工；发展到现在，北汽福田在海外建有32个组装工厂，产品和服务覆盖140多个国家和地区。”代洪凯介绍，公司的海外业务正在从“走出去”转变为“走进来”，带动产业链上下游企业一起出海，与各地的伙伴、客户共同发展。

在东南亚，北汽福田的泰国工厂已通过多项属地认证，首批出口至印尼的轻卡已下线；在南美，设在巴西的本土化制造基地发挥出强劲的区域辐射作用；在欧洲，仅2026年1—3月，出口就超5000辆……今年一季度，北汽福田销量18.4万辆，同比增长7.8%。其中出口超5.3万辆，同比增长34.4%。

可以说，北汽福田的车开到哪里，服务就跟到哪里，品牌就在哪里扎根。

智能化

“灯塔工厂”用智造赢得客户信任

AGV（自动导引车）自由穿梭、机械臂有序作业、机器狗自动巡检……这样科幻感十足的场景，正在北汽福田旗下动力企业福田康明斯的发动机工厂上演。

2020年，这座位于北京昌平、占地32万平方米的工厂，获评“灯塔工厂”。这一概念由麦肯锡和世界经济论坛在2019年提出，代表全球制造业领域智能制造和数字化最高水平。

“我们的自动化基础好，数字化起步早，近年来又一直在向智能化转型。”制造工程部总监李强告诉记者，工厂已构建起覆盖设计、生产、物流、运维全链条的智能制造体系，2025年入选中国工业和信息化部卓越级智能工厂。

工厂里有一个特殊的“未来工位”。机加工程支持经理沈子桐介绍，这是一个平台，集成了视觉拧紧定位、人形机器人分拣、虚拟调试系统等13个核心智能模块。未来工位融入前瞻技术与先进理念，依托智能体系持续迭代演进，成熟工艺可快速复制推广，是构建福田康明斯智能工厂的核心支撑。

“我们的智能化转型，并不是简单追求减少人工，而是用新技术将他们从繁重、重复的劳动中解放出来。”李强说，今后，工人将成为处理异常、进行优化和知识创新的“知识型操作者”。

对北汽福田而言，智能化与国际化密不可分。智能技术为产品的规模化、个性化制造注入动力，而海外市场则为智能制造提供广阔实践舞台。福田康明斯已为100多个国家和地区提供多元动力解决方案，从裸机出口到助力整车出口，从欧洲、北美到全球市场，从聚焦商用车拓展到非道路应用……

一位来自特立尼达和多巴哥的经销商在实地参观后说：“我参观过很多工厂，但这里的布局和技术让我震撼。这里的智能化不是简单的设备堆砌，而是全流程精益管控，这让我们对产品质量充满信心。”

有类似感受的海外合作伙伴不在少数，“中国智造”正为企业出海插上翅膀。

新能源化

为商用车绿色低碳转型贡献中国方案

“这就是我们的新能源专属平台。能看到，它的座舱地板更低，空间更大。”在北汽福田系列产品展示区，十余辆卡车依次排开，北汽福田工程研究院院长郭凤刚指着一辆新能源卡车向记者介绍。

新能源化，是支撑北汽福田销量增长和出海业务的一抹亮色。

2025年，北汽福田新能源车销量10.1万辆，同比增长87.2%。今年一季度，北汽福田新能源车辆出口同比增长80.4%。

郭凤刚介绍，北汽福田全面新能源化转型坚持“三线并举”，产品覆盖纯电动、混合动力、燃料电池三条技术路线。

在纯电方面，北汽福田已完成VAN（厢式货车）、重卡、轻卡等产品线的纯电专属平台开发及一系列新车型的量产和推广，新能源自主零部件的开发也持续落地。

面向长途干线、重载等纯电续航不够用的场景，北汽福田则开发了轻卡、VAN、皮卡、重卡等多个产品线的混合动力产品。

氢燃料电池汽车是道路交通运输系统低碳化、零碳化发展的有力支撑，北汽福田已有多款燃料电池重卡、轻卡、客车产品，累计销量超过3600辆。

在全球推进汽车电动化的背景下，来自中国的解决方案受到海外客户的认可。

2026年1月，随着首批电动轻卡交付，北汽福田成为欧洲物流供应商DSV以及DACHSER的重要合作伙伴。针对西班牙城市物流运输的高频需求，北汽福田为DSV定制了适配城市狭窄路况、高续航能力的电动轻卡。对于DACHSER的区域配送业务，北汽福田则以灵活的装卸设计、智能的车队管理系统，提升货运整体效率。

“我们将在燃料电池、氢能、智能座舱、智能底盘、换电业务等领域持续攻坚。”郭凤刚表示，北汽福田不仅出口产品，更输出技术标准与生态模式，为世界商用车绿色低碳转型贡献中国方案。

『打造具有全球影响力的商用车品牌』

北汽福田汽车股份有限公司党委书记、总经理鹿政华一席谈

本报记者 叶子

记者：2025年中国商用车出口量达106万辆，首次突破百万辆大关，其中新能源商用车出口8.3万辆，同比增长86.8%。您如何看待中国商用车的全球竞争力？

鹿政华：中国商用车出口突破百万辆、新能源板块实现高速增长，根源在于我国拥有全球最完整的商用车配套体系。

具体体现在三个方面：一是供应链的自主可控带来的规模与成本优势；二是在纯电、混动、氢燃料等新能源技术路线上形成了全场景覆盖能力；三是围绕商用车场景的智能化技术应用不断深化。

今年是“十五五”开局之年，北汽福田作为民族品牌，立足中国、面向世界，将加速从中国市场领军者向“世界一流企业”迈进。

记者：北汽福田从2004年启动国际化布局，在出海方面积累了哪些优势？

鹿政华：一是长期主义的战略定力。在复杂多变的国际贸易环境中，公司长达20多年持续投入。在响应“一带一路”倡议和深耕RCEP区域市场过程中，重点锁定拉美、东盟、非洲等区域。

二是全品系覆盖与核心技术自主。北汽福田拥有商用车行业最全的产品谱系，覆盖重卡、中卡、轻卡、微卡、客车、VAN等全部领域。在新能源方面，纯电、混动、氢能源三条路线同步推进，并且实现核心“三电”技术自主可控。

三是坚持“本地化制造+深度运营”的出海模式。我们不是在当地做简单的贸易销售，而是推进产业落地，同时持续完善销售服务网络和后市场布局，通过解决用户在维修、配件等方面的痛点，提升中国品牌在当地的信任度。

记者：您提到不简单把车卖出去，而是把中国商用车制造、运营、服务的整套能力带出去，真正扎根当地。在这方面有何计划？

鹿政华：关于属地化布局，未来五年，我们将在泰国、印尼、沙特、南非、巴西、墨西哥、欧盟等地建设超过10个产业化制造基地，建立属地化营销体系，同时围绕配件、二手车、车队管理等构建生态业务体系。北汽福田的目标是打造具有全球影响力的商用车品牌，通过高质量的属地化经营，助力中国汽车工业由产品输出向产业输出转型。



▲鹿政华

▼北汽福田全球科技体验日活动上，海外客户在参观体验。



▼2026年3月，北汽福田泰国工厂举办首批出口至印尼的轻卡下线仪式。



▼2025年6月23日，北汽福田重卡成功批量交付津巴布韦物流车队。



『车就是我最贴心的伙伴』



▲徐莹莹

我叫徐莹莹，河北石家庄人，开重型卡车拉货有十年了。这些年，我把女司机开大卡车的事儿拍成短视频，发到网上，有了300多万粉丝。大家说我这人说话直，“刀子嘴豆腐心”，就给我起了个昵称——“刀姐”。

做货运司机，我的日子一年过得比一年好。买第一辆卡车时，我手里就一万多块钱，硬着头皮借了钱，才把车开回家。如今，家里有了两辆大车，我和爱人轮流开，一家人的日子

全靠这方向盘转出来，生活宽裕多了。

我跑的最远的路线，是从福建到新疆，单程四五千公里。出去一趟，几个月不着家，可以说一年365天有350天住在车上。车就是我最贴心的伙伴。

有一回，我开车走岔了道。那山路越走越窄，只能掉头回去。结果掉头时，车尾两排轮子都悬在了崖边上，吓得我冷汗直冒。好在，我自己车的性能特别熟，硬靠着前排轮胎的抓地性，把车转了过来。

这么多年，我换了几次车，一直都买北汽福田的卡车——有劲儿，还不爱坏。我现在开的是北汽福田的欧曼银河9。这车后面的卧铺特宽敞，平躺下两个人没问题，在路上睡着舒服又踏实。经常有粉丝问我，福田的卡车咋样？我都实话实说：开了这么多年，从来没把我扔半道上过！

前阵子，我还试驾了新能源重卡，响应快，还省钱，整得我又心动了，真想换车了！

（李贞、吴杏雨采访整理）

泰籍员工帕特拉蓬·甘永维：

“我与企业共同成长”

佳宝。

北汽福田泰国工厂由北汽福田和正大集团合资组建，工厂占地面积约4万平方米，生产包括重卡、轻卡等系列商用车产品。泰国事业部员工超过120人，其中属地员工占比70%以上。

工作中，大家发挥各自的优点，互相支持，配合默契。我们所有同事都觉得这两年收获很大，能力有了很大提升。例如，泰国同事对汽车业务、中国的管理、文化更加了解和熟悉，中国同事也对泰国的人文传统有了较深的认识和适应。公司还安排日常业务培训，有时1个月一次，有时2周一次，我和同事都很珍惜这些机会。公司运营越来越顺畅，效率越来越高，大家都很看好公司的发展前景。

拿我自己来说，这两年多，我学到了中国车企很好的、成熟的管理体系，从质量管理到人力资源与行政管理等，

这很难得。我个人的知识体系更系统、更丰富，能力更上一层楼，也能为公司作出更大贡献。

在生活上，中泰同事积极交流、互相照顾。中国同事经常帮助我，例如，我的车抛锚，懂技术的中国同事主动跑来帮我修车；去中国山东培训时，中方同事怕我们受冻，特地找来防寒服。在泰国，我们也帮中国同事推荐美食、租房，讲解泰国的法规、传统，陪伴去医院等，帮助他们在泰国的生活。我们一吃月饼过中秋节，也过泼水节、水灯节等，互相祈福，就像一家人。

我接待过一些来拜访的客户，他们都对我们的车质量好、服务好。我明显感到，北汽福田品牌在泰国的知名度越来越高，企业发展会一年比一年好，在这里工作很有盼头。我与企业共同成长，一起创造更好的未来。

（叶子、王梓馨采访整理）



▲帕特拉蓬·甘永维

我是帕特拉蓬·甘永维，在泰国福田正大公司的人力与行政部工作两年多了。

选择这份工作的主要原因是，近几年来越来越多中国企业乘着“一带一路”的东风在泰国落地扎根，北汽福田就是其中之一，与其一同成长，应该是很好的发展机会，所以我就毫不犹豫地加入了。中泰友谊历史久远，我很喜欢中国，喜欢中国文化，还取了个中文名叫做