

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市场。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：“上半年中国新能源汽车出口中，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。中国车企正进一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速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“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

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，允许消费者免缴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速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

汽车是全球程度最高的产业之一，也是全球贸易额最大的商品，对各国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链供应链畅通运行，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，新能源汽车产业发展从小到大、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，抢抓产业转型升级发展机遇。2021年全球新能源汽车销量达689万辆，同比增幅110%。其

中，欧洲和美国销量分别达到234.8万辆和67.3万辆，同比增长66%和105%，占全球总量的34%和10%。

中国已初步形成新能源汽车的技术、标准、政策、供应链、基础设施等全产业链。通过培育和发展新能源汽车，中国汽车产业实现从整机集成跃迁到关键产业链核心技术的自主创新突破，从产品品质提升迈入品牌向上阶段，从产业保护转为行业全面开放，从国内竞争转向国际化发展，从技术法规的照搬模仿升级为深度参与国际技术标准制定，汽车产业电动化转型升级成绩斐然。

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、极狐等具备电动化、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

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性加剧，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）

