



今年1—8月,中国汽车出口131.8万辆,同比增长1倍多——

咱们的汽车何以畅销海外?

新能源汽车不断拓展欧洲市场,乘用车、商用车等各类车型畅销海外,中国车企加大境外投资、转变出口模式……今年以来,中国汽车出口持续增长,并呈现出新亮点、新特点。

海关数据显示,今年1—8月,中国汽车出口131.8万辆,同比增长117.5%,创同期历史新高,在多地出现“一车难求”的景象。

热销海外创新高

——8月,乘用车出口同比增长1.9倍,商用车出口同比增长85.7%

位于沙特利雅得市中心的中国一汽红旗利雅得旗舰店里,错落有致地摆放着红旗H9、HS5、HS7等多款车型,吸引了众多当地消费者前来选购。这是继红旗吉达、达曼旗舰店后,红旗在沙特阿拉伯的第3家旗舰店,于今年6月30日正式开业。红旗汽车沙特经销商穆罕默德·阿卜杜勒·贾瓦德说:“红旗在沙特上市后,销量远超预期,热门车型一车难求。”据了解,红旗高端车型H9在沙特上市1个多月,订单已过百辆。

这只是中国汽车远销海外的一个缩影。海关数据显示,今年1—8月,中国汽车出口金额达1377亿元人民币,增长111.1%,超过去年全年水平,为同期历史新高。

近年来,中国汽车企业海外布局逐渐扩大,海外市场收获颇丰。

上汽有关负责人介绍说,今年上半年,上汽实现海外销量26.5万辆,同比增长112.8%。目前,上汽产品和服务已进入全球70多个国家和地区,形成了3个“5万辆级”和6个“万辆级”海外重点区域市场。

今年8月,长城汽车在海外实现销售新车12399辆,同比增长81.1%;1—8月累计海外销量达

86509辆,同比增长156.8%,海外市场正在成为长城汽车最有前景的增长点。吉利汽车1—8月海外出口总量为66701辆,受到多国用户的欢迎。

中汽协数据显示,8月,乘用车出口15.4万辆,同比增长1.9倍。

不止乘用车卖得好,商用车同样畅销。

今年3月,比亚迪与英国公共交通运营商第一巴士公司

签订126台纯电动巴士订单,是苏格兰有史以来最大的纯电动巴士项目。5月,比亚迪在英国电动巴士累计销量突破1000辆。6月,比亚迪与伦敦交通局旗下公共交通运营商RATP签订195台纯电动巴士订单,这也是英国单笔最大的纯电动巴士订单。

中汽协数据显示,今年8月,商用车出口3.3万辆,同比增长85.7%。

国家统计局新闻发言人付凌晖表示,在全球汽车行业缺芯的背景下,中国汽车出口之所以能保持较快增长,



8月12日,一艘滚装船停泊在江苏连云港港汽车专用码头装运出口汽车。

有两个因素的影响比较突出:

一是汽车行业产业链条较长,对企业相关配套各方面要求较高。在全球疫情背景下,许多国外企业的物流、生产供应等遇到了很多问题,但是中国产业体系比较完整,配套能力较强,在这些方面具有较大优势。

二是中国疫情防控形势总体较好,国内生产秩序、生活秩序维持得较好,有利于汽车生产稳定运行。此外,汽车出口增长较快也和去年的低基数有一定关系。

新特点展现新变化

——新能源汽车进军欧洲市场,注重本地化生产,投入畅销车型

近年来,中国汽车质量、技术、品牌服务水平不断提升,国际竞争力逐步增强,促使汽车出口增长较快。中国汽车出口呈现一些新亮点、新特点。

——新能源汽车积极拓展欧洲市场。中汽协数据显示,今年8月,中国汽车企业出口18.7万辆,其中新能源汽车出口增长贡献度为35.2%。中国汽车工业协会副总工程师许海东对记者表示:“经过《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020年)》,目前中国新能源汽车产业已经逐步发展起来,产品越来越成熟,在国内获得消费者广泛认可,并加快‘走出去’。值得注意的是,今年以来,中国新能源汽车正在积极拓展欧洲市场,欧洲政府给予了大量补贴,欧洲市场的渗透率正在不断提高。”

6月7日,比亚迪首批100台唐EV在上海港起航,7月24日顺利抵达挪威

德拉门港。8月12日,比亚迪唐EV挪威上市暨首车交付活动在挪威奥斯陆举行。作为全球首个达成百万辆新能源车下线的中国品牌,本次交付标志着比亚迪乘用车业务正式落地挪威市场,也标志着比亚迪新能源乘用车业务正式布局欧洲市场。比亚迪有关负责人对记者表示,预计今年内比亚迪将向挪威交付1500台唐EV。目前比亚迪新能源业务已经在美国、加拿大、巴西、智利、墨西哥、哥伦比亚、厄瓜多尔、乌拉圭、阿根廷、巴拿马等国家和地区全面开展。

——出口模式发生改变。吉利并购宝腾,长城汽车收购通用汽车在泰国的工厂,上汽乘用车在泰国建立合资工厂,上汽通用五菱把工厂建在印尼……近几年,中国车企在东盟市场纷纷投资建厂。业内人士指出,按

照东盟协议,在东盟任何一个成员国建厂,只要本地化程度达到一定比例,就能出口到东盟任何一个国家,中国汽车品牌正在以重资产形式敲开东盟市场的大门。“中国汽车企业‘走出去’的模式发生了变化,开始在印尼、泰国、印度、俄罗斯等国家投资建厂。这种本地化生产模式,是中国汽车企业走出去的未来发展方向。”许海东表示。

——产品竞争力在提高。许海东表示,近年来中国车企出口海外的车型大多为国内畅销车型,这些产品已经在国内获得了消费者认可,出口海外之后同样具有较强的市场竞争力,能够获得海外消费者的认可。例如长城皮卡今年1—7月在智利累计销量达4773辆,居整体市场第二位;吉利博瑞在马来西亚大受欢迎,上汽名爵畅销泰国……好产品自然畅销海外。

打造品牌,增强整体实力

——还需进一步培养品牌,未来出口仍有较大增长空间

近年来,推动中国汽车产品“走出去”,实现品牌的向上发展,逐步成为汽车产业的发展方向,越来越多中国车企加入出海阵营。

“中国汽车品牌的产品竞争力有明显提升,在海外市场逐渐建立了较好的口碑。”许海东表示,中国车企出口已经进入快速发展阶段,更加注重产品、模式、品牌等整体实力的提升。在他看来,目前中国汽车品牌实实在在地“走出去”了,将持续向上发展。“我们的产品有能力走向海外,未来还需要进一步培养品牌、打造品牌,让海外消费者接受中国汽车。”

汽车出口的好势头能否延续?相关各方普遍乐观。

从全年外贸走势看——付凌晖表示,第一,虽然近期受疫情冲击,世界经济复苏势头有所放缓,但世界经济总体复苏的态势是持续的,外需扩大对国内出口的拉动作用还会持续显现。第二,中国产业体系较完整,配套能力较强,生产整体状况较好,有利于企业出口。第三,稳外贸政策效应还会持续显现。一些外贸新业态如跨境电商、海外仓等的发展,对于外贸增长仍然会发挥助力作用。

从国内汽车产业看——中汽协方面表示,展望四季度,国民经济运行总体保持稳定,支撑汽车生产和消费保持稳定。当然,原材料价格上涨可能会加大企业成本压力。

上汽有关负责人表示,按照规划,今年上汽海外销量将达到55万辆,逐步形成中东、澳新、东盟、印度和欧洲5个“5万辆级”区域市场,2025年上汽海外年销量将冲刺150万辆大关。比亚迪方面表示,随着全球碳中和政策和环保政策的推广,比亚迪有望在四季度保持良好势头,海外市场未来可期。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树说,中国车企进入发达国家市场才算真正参与国际竞争。2021年中国汽车出口的爆发式崛起,体现了中国汽车产业的世界竞争力在大幅提升,汽车出口仍有巨大空间。

据人民网