

近日,据中国汽车工业协会(简称“中汽协”)发布最新数据显示,2022年上半年,我国汽车企业出口121.8万辆,同比增长47.1%。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%。

“尽管俄乌冲突影响了部分出口市场,但根据我们从企业了解的情况,目前多数企业海外订单情况良好,没有回落的迹象。”中汽协副秘书长陈士华表示,近年来,随着我国汽车产品综合竞争力的不断提升,中国品牌在国际市场上得到更多认可。同时,相关企业也积极抢抓机遇,大力开拓国际市场。

“新能源汽车是当前汽车出口的最大亮点,一些企业已经成功进入欧洲等发达国家和地区市场。”陈士华表示。统计数据显示,目前已有近10家中国车企向欧洲出口新能源车型,中国电动汽车已经占到欧洲电动汽车总销量的10%。

新能源车“出海”蔚然成风



出口量爆发增长

中汽协数据显示,2021年,我国新能源汽车出口呈爆发式增长,出口量达31万辆,同比增长304.6%,位列全球第一。其中,欧洲成为主要的增量市场。

据了解,欧洲近年来对新能源汽车的需求快速增长。荷兰、挪威、德国、丹麦、瑞典等国陆续启动了“禁售燃油车”时间表,并加大对新能源汽车市场的扶持力度。比如,挪威对纯电动汽车购买者免征购置税和进口税,准许消费者免缴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。

巨大的市场潜力吸引着上汽、比亚迪、蔚来、小鹏、爱驰等多家中国车企加速“出海”步伐。比亚迪相关工作人员介绍,比亚迪纯电动大巴和出租车的足迹已遍布全球六大洲50多个国家和地区,300多个城市,其纯电动大巴在欧洲和日本分别占据当地市场份额的20%和70%。

“新能源汽车是中国汽车产业走向全球的重要突破口。”在长城汽车总裁王凤英看来,中国的新能源汽车产业发展已占得先机,在全球范围内具备了产业链

优势。

麦肯锡全球董事合伙人方寅亮同样表示,中国新能源汽车产业的先发优势明显,其产品力和品牌力都比燃油车时代有了较大突破,尤其是在智能座舱、车联网等方面走在了行业前列。一批车企已脱颖而出,给中国新能源汽车品牌带来了更高的曝光度和更好的口碑。

据了解,我国新能源汽车已建立起完善的产业链,具备了较强的抗风险能力。在电机、电控方面达到国际先进水平。主流纯电动汽车的续航里程已提升到

400公里以上,动力电池单体能量密度接近300瓦时/千克。产业链上下游成长起一批颇具实力的企业,比如,比亚迪同时掌握电池、电机、电控及芯片等新能源汽车全产业链核心技术。

方寅亮认为,传统燃油车海外出口主要面向发展中国家,而新能源汽车“走出去”可能更倾向于考虑对产品力、品牌力要求更高的发达国家市场。构建更有韧性的全球供应链,在成本、效率、保供、品质上做好平衡,对企业管理能力也提出了更高的要求。

2022年上半年

新能源汽车

产 266.1万辆



同比增长1.2倍

销 260万辆

同比增长1.2倍

新注册登记新能源汽车

220.9万辆

与去年上半年新注册登记量相比

增加110.6万辆

增长100.26%

国内充电基础设施增量

130.1万台



公共充电桩增量
同比增长228.4%

私人充电桩增量
同比增长511.3%

2022年全年预测

汽车销量

有望达到2700万辆

同比增长3%左右

新能源汽车销量

有望达到550万辆

同比增长56%以上

(数据来源:中国汽车工业协会)

“墙内开花墙外香”

在全球范围内率先培育、鼓励大力推广电动汽车后,经过多年激烈的市场厮杀,中国新能源汽车产业正初步实现“墙内开花墙外香”。

今年上半年,我国新能源汽车出口占汽车出口总量的16.6%;值得注意的是,在2020年和2021年的中国整车出口中,新能源汽车占比分别仅有7%和15%。

实际上,在上半年来中国汽车产业划出的“U形”走势中,国内新能源汽车产销量分别完成266.1万辆和260万辆,同比均增长1.2倍,市场占有率达到21.6%。

比逆势攀升的销量成绩单更令人欣慰的是,中国新能源汽车经受住了巨大考验,体现出更强韧的韧性。

陈士华解释说,尽管受到疫情多点散发、汽车芯片短缺、动力电池原材料价格上涨等不利影响,但各企业高度重视新能源汽车产品,供应链资源优先向新能源汽车集中,“从目前发展态势来看,新能源汽车整体产销完成情况超出预期。”

“在新冠肺炎疫情全球大流行期间,中国制造业和供应链不仅率先复苏,也基本保持了稳定,这为汽车出口量上涨奠定了基础。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为,汽车出口尤其是新能源汽车出口数字接连上涨,最能反映出我国“稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期”和“保市场主体、保产业链供应链稳

定”的成绩。

盘和林分析说,中国汽车出口表现亮眼主要有两大原因。一方面,中国既是全球规模最大的汽车市场,也是催生电动化、智能化、自动驾驶等新兴技术的策源地和风向标;另一方面,由于国际能源价格上涨、供应链不畅等原因,德国、日本等传统汽车出口大国面临极大挑战,而中国在这些领域进行了针对性布局。

日前,有德国媒体在报道中指出,德国工业原材料短缺加剧,在汽车制造业,存在供应链问题的企业比例尤其高。由于零部件短缺,车企采购电池、电机等核心部件成本较低。

“我国纯电动汽车相对于欧洲产品来说具有市场先发优势,产业链完整且成本低,但也要警惕欧洲车企的后发潜力,包括其雄厚的汽车产业基础、核心技术和零部件的把控能力和严格的技术法规壁垒等。”新能源与智能网

日本汽车销售联合会发布的统计数据显示,今年上半年,日本国内销售的新车数量为208.6万辆,较去年同期减少15%。同时,日本车企在海外销售的汽车数量也有所减少。据《朝日新闻》报道,日本八大车企今年5月的全球销量同比减少16.2%,这是日本车企全球销量连续10个月下降。

有分析认为,由于发展较早,市场竞争更充分,中国的新能源汽车在海外市场有质量、性能以及规模效应上的优势。

“随着技术创新持续推进,规模效应继续加强,我国汽车产品在全球市场的竞争力还有不小的提升空间。各企业有望进一步扩大在全球市场的份额。”盘和林预测。

占据技术“制高点”

“国际化是异常艰难的事,比在国内市场竞争难了不止一个量级。”蔚来汽车董事长李斌曾坦言。

事实上,任何汽车品牌进入新市场都存在难点。“就品牌认知度而言,欧洲大部分消费者还是比较认同大众、雷诺等本土品牌,大部分欧洲消费者对蔚来、小鹏等的新品牌并不熟悉。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔指出。

不过,不少欧洲传统车企在

推进电动化转型中仍存在一定的内部阻力,而我国车企布局新能源汽车市场较早,尤其是新能源汽车智能网联产业链较为完备,智能化水平优势明显。例如,奇瑞汽车等车企以及宁德时代、国轩高科等上游电池企业均已在欧洲建厂。未来,随着我国新能源汽车全产业链从出口到实现海外本土化生产,产业链优势将更加凸显,更利于中国品牌汽车的发展。

“中国连续7年是全球最大的

·相关链接·

当前汽车工业存在的主要困难

芯片短缺将影响企业下半年生产节奏。供应链方面的稳定性仍是稳增长的关键。目前企业正在加快汽车生产供给节奏,但部分芯片短缺和错配的风险依然存在。

新能源汽车生产成本压力较大。2022年2月以来,受动力电池原材料价格持续上涨的影响,产业链成本压力向下游传导,被迫上调新能源汽车销售价格,车企和消费端都承受了很大消化成本的压力,也必然会导致产品结构的调整。我们也注意到,国内外锂资源产能将陆续提升,未来动力电池及原材料价格将回归理性。

汽车消费政策还需要持续发力。当前,我国宏观经济正在恢复,但恢复的基础尚不稳固,稳经济还要付出艰苦努力,汽车消费信心的

完全恢复也需要一个过程。此外,目前成品油价格快速上涨和新能源动力电池原材料价格较高,对于汽车消费市场将带来不利影响。

根据目前各地促进消费政策,大约超过三成的省市及地区的优惠措施在6月底前结束,时间较短,不利于下半年的稳增长,还需要政策持续发力。

商用车市场继续承压。上半年,汽车行业整体产销比上年同期分别减少46.7万辆和84.9万辆,其中商用车产销上年同期分别减少105.5万辆和119.2万辆。可见,商用车是行业负增长的主要原因。业内普遍对商用车需求预期比较积极,但考虑商用车受多重因素影响,持续下降趋势没有明显改善,且影响需求的不确定因素仍较多。

