

# 中国汽车出口取得跨越式发展

1月12日,海关总署公布2023年我国汽车出口522.1万辆(包括二手车等);1月11日,中国汽车工业协会发布的数据显示,2023年我国汽车产销量首次双双突破3000万辆,创历史新高。其中,汽车出口491万辆(不含二手车),同比增长57.9%,有望超过预计出口量为400多万辆的日本,成为世界第一汽车出口国。汽车出口量的变化,意味着什么?对汽车产业的发展,会有怎样的影响?

## 从各组数据看 2023年中国汽车行业发展

1月11日,中国汽车工业协会发布数据显示,2023年我国汽车产销量分别达到3016.1万辆和3009.4万辆,产销量均首次突破3000万辆;2023年,中国汽车不包含二手车的整车出口达491万辆,同比增长57.9%。其中,2023年,新能源汽车出口120.3万辆,同比增长77.6%,增速超过传统燃油车,占汽车出口总量的24.5%。

在1月12日举行的国新办新闻发布会上,海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍,2021年、2022年,我国汽车出口量连续迈上了200万辆、300万辆台阶。2023年更是跨越了两个百万级台阶,出口522.1万辆,同比增加57.4%。

吕大良表示,近年来,随着我国现代化产业体系建设不断推进。我国汽车产业坚持不懈开展科技创新,构建完整产业链供应链,汽车产销量屡创新高,相应出口规模也在逐步扩大。

不仅是产销、出口创新高,国内汽车市场需求的反弹也是亮点。在业界看来,新能源汽车推动了国内汽车市场几年来最强劲的增长,而自主品牌表现尤为亮眼。随着自主品牌车企在新能源技术路线上的多线并举,市场底盘持续扩大。2023年12月,厂商批发销量突破万辆的企业达到21家。其中,比亚迪以约34.01万辆的月销成绩稳居第一,之前一直稳居第二位的特斯拉中国(9.41万辆),却被销量约11.75万辆的上汽通用五菱超越,退居第三。在新能源赛道的不断突破之下,中国汽车自主品牌全年零售市场份额已达52%。

国务院发展研究中心对外经济研究部综合研究室主任赵福军表示,中国有望成为世界第一汽车出口国,对当前的经济社会发展具有重要作用。从促进消费来看,2023年国内的汽车销售是2500多万辆,同比增长6%。从促进制造业发展来看,2023年前11个月,我国汽车制造业增加值同比增长12.3%,高于同期的制造业增加值7.6个百分点。从促进出口和稳外贸来看,2023年我国汽车出口总额突破1016亿美元,同比增长69%,远远高出国家出口的增长率。就促进国内循环来看,汽车产业的出口拉动了就业,促进了居民消费,从而带动国内的循环。正因为汽车出口,汽车产业的发展对促消费,促制造业的发展,促稳外贸,促进国内循环,具有重要的作用,而且对高质量的发展,构建新发展格局,都发挥了重要的积极作用。从就业的角度来看,汽车行业本身它可能就业是几百万人,通过间接的其他行业可能有几千万人。所以,汽车行业的发展,会对稳就业发挥很重要的作用。

## 中国车企实打实收获真金白银

中汽协表示,2023年上汽、奇瑞、吉利分列整车出口量前三名。从增速看,比亚迪出口25.2万辆,同比增长3.3倍。

对中国品牌车企来说,出海不仅是市场版图的扩大、品牌价值向上,还实打实收获了真金白银。

上汽集团2023年海外销量达120.8万辆,同比增长18.8%,连续第八年国内行业第一。欧洲也成为上

汽首个“二十万”辆级海外区域市场。上汽方面表示,随着海外销量的快速攀升,2023年公司海外业务将实现“规模性盈利”。

长城2023年二、三季度业绩显著回升,出口功不可没,长城方面表示,海外市场对公司第三季度整体利润贡献在三成左右。

奇瑞汽车2023年出口93.7万辆,同比增长101.1%,创历史新高。奇

瑞高管透露,出口为奇瑞创造了巨大的利润来源。

汽车新技术“出海”是2023年的新亮点。大众集团与小鹏汽车签署战略技术合作框架协议,并入股小鹏汽车;上汽集团与奥迪公司合作加快上汽奥迪全新电动车型开发,Stellantis集团投资15亿欧元获零跑20%股权,双方成立合资公司开展对外出口业务。曾经以市

场换技术的中国汽车产业开启了反向技术输出、技术“出海”的新时代。

“2023年上半年,吉利汽车技术授权和技术服务收入达到27亿元,同比增长5.5%,与欧洲、美国品牌都有技术合作。”吉利控股集团首席执行官李东辉此前透露,技术授权成为吉利全新的利润增长点,未来利润来源的重要方向。

## 取得跨越式发展的背后原因

汽车出口实现大幅增长,离不开政策的多维度支持。例如,2023年4月份发布的《关于推动外贸稳规模优结构的意见》提出,“培育汽车出口优势”“各地方、商协会组织汽车企业与航运企业进行直客对接,引导汽车企业与航运企业签订中长期协议”。同年9月份,商务部外贸司就《二手车出口有关事项的公告(征求意见稿)》公开征求意见,旨在促进我国二手车出口健康有序发展。

“除政策支持外,汽车企业的自我转型升级、海外汽车后市场的充分积累等,也为2023年的出口成绩作出了贡献。”中国汽车流通协会有形市场分会名誉理事长苏晖表示。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示,首先是因为中国汽车

产品,不管是传统的燃油车,还是新能源汽车,都有一个非常好的产品竞争力。经过改革开放40年,我们可能学到了汽车制造方方面面的技术,在整个车辆生产制造,供应链管理,包括营销服务体系,以及整个设计能力都得到了大幅提高。同时,我们也看到在中国,整个供应链体系也随着汽车产业的发展而发展起来。国内竞争非常激烈,这种激烈竞争会逼迫企业不断提升产品。此外,现在的消费者主力是80后、90后和00后,他们具备不同的一些消费观点。中国的汽车企业很敏锐地把握到了他们消费的变化,把产品设计成能够满足消费者,能够让消费者具备更好的体验。“当然,国家政策的支持,或者指引等等这一系列,助推了中国汽车产品的

升级换代,最终让产品能够比肩全球一些发达国家的汽车,在新能源和智能网联的产品上面,甚至我们

有所领先。正是这些领先,得到了全球消费者的认可,我们的出口才可以快速增长。”



## 如何成为汽车强国?

展望未来,中国汽车出口增长将持续向上。中汽协预计,2024年,中国汽车出口预计达550万辆。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预计,中国汽车出口包括贸易和海外生产有望在2030年达到1000万辆水平,新能源汽车占比达到50%。

“虽然中国车企在海外市场成绩斐然,但海外业务仍然以纯出口为主,运营模式与深耕海外市场多年的国际车企相比仍然略显稚嫩。”麦肯

锡报告称,随着海外销量的扩大以及整车贸易的敏感性,中国车企的海外运营必将转入属地运营阶段,从单纯的整车出口,过渡到属地组装、属地采购及生产,乃至属地研发。

许海东表示,491万辆的汽车出口,这是贸易出口的数量,但价值含量,还没有成为第一。全球汽车发达国家的车企,一定是全球化的企业,意味着有全球化的战略、布局,全球化的创新、营销、全球化的人才等等,而核心的,是全球布局的生产基地。

相关数据显示,日本在海外生产的有1700多万辆,德国也超过1000万,美国曾经也超过1000万,即使韩国现在在海外也有六七百万的产量。因此单纯的贸易出口数量第一,是不全面的,贸易模式只是汽车出口的很小一部分。未来的中国,要成为真正的汽车出口强国,需要去全球化布局,让在海外直接投资的生产量,远远大于国内的整车出口量。

“海外生产是化解汽车出海贸易纠纷的主要途径,我们应当学习日本、德国的做法,到当地建厂,生产、销售。”张永伟认为,2024年,“销地产”及技术合作等多元模式将进入加速落地期,包括国内生产+贸易出口模式、贸易+本地化建厂模式、股权合作+海外渠道模式、国内生产+海外品牌模式,并逐步由贸易为主变成海外本地化发展为主。

麦肯锡亦认为,2024年越来越多的中国车企步入属地运营全新阶段,意味着车企在海外市场人才队伍建设、供应链管理、合规管控等领域将面临前所未有的新挑战。但正是这些正是头部中国车企逐步成长为大型国际车企所必须经历的“成人礼”。

赵福军认为,我国要想成为汽

车强国,可以围绕四个方面开展:

——持续提升汽车行业系统竞争优势。不管国际环境怎么变,必须牢牢提升汽车行业系统竞争优势,提升参与国际的竞争能力。

——加快汽车行业在全球化的布局。适应国际环境变化和格局的调整,汽车企业可以在发达国家设立研发中心,也可以在一些新兴的市场经济国家,利用当地成本比较低的优势和市场增长前景比较好的优势,设立生产制造基地等等,开展国际化经营。

——不断提升汽车企业品牌的国际影响力。这些年我国汽车企业品牌的国际影响力逐步增大,但是与国际一流汽车企业的品牌影响力相比,还有很长的路要走。所以,未来我们要持续提升汽车品牌,使我们的汽车品牌影响力更大。

——加大在汽车领域里面的经贸规则参与制定的力度,尤其在新能源汽车领域里面。新能源汽车领域相关的规则还在制定之中,要牢牢抓住我们与发达国家处于同一起跑线的优势,加快经贸规则的制定,推动我们汽车产业地位的提升,从而为制造业地位的提供重要的贡献和支撑。



本版文字综合自央视新闻、中国青年网、经济参考报、证券日报、新华财经、中国水运网等媒体报道



## 中国汽车畅跑世界

□ 王寅娜

近年来,我国汽车产业发展取得了历史性成就,建立了完整的产业体系,在全球取得相对竞争优势和领先地位,一系列数据为中国从“汽车大国”向“汽车强国”迈进写下生动注脚。好汽车,中国造!中国好汽车不仅驰骋在国内的万千通衢大道,更畅跑全世界,充分彰

显了“中国信心”,展现出“中国力量”。我国汽车出口量近年来之所以能屡获新突破、屡上新台阶,在于经过多年创新发展,产业国际竞争力有了稳步提升。就自主品牌汽车而言,无论产品外观颜值,还是内在技术品质,以及产业链支撑等方面都能满

足多样化市场需求。尤其是新能源汽车,依托领先的“三电”和“双智”技术及完善的供应链,在产品力和成本控制上已形成全球比较优势。同时,国家实力不断增强和对外开放水平不断提升,加快推动了企业 and 产品更好地“走出去”。

但汽车出口第一大国,并不

等于汽车出口强国。我们应该清醒地看到,虽然我国汽车出口数量已位居世界首位,但出口汽车的价值含量并不突出,我国车企海外建厂、本地化运营还存诸多难题,中国汽车品牌参与国际竞争仍需克服诸多困难,只有让中国汽车品牌走出去、站稳脚、强起来,消除海外消费者对“中国制造”的偏见,才能让中国车企在国际化的道路上行稳致远。虽然路途不会太轻松,但我们相信,车企出海的浪潮活力奔涌、未来可期。

