

中国新能源汽车出口贸易研究

——传统行业的换道超车

李闯荡, 李莉

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年8月4日; 录用日期: 2024年8月21日; 发布日期: 2024年11月5日

摘要

中国新能源汽车产业经过多年发展, 核心技术和市场规模均有所突破, 基本实现了“换道超车”。本文通过数据分析, 揭示了中国新能源汽车出口规模不断增长、出口质量不断提高、出口范围不断扩大的现状。基于熊彼特的技术创新理论, 分析我国发展新能源汽车产业的潜在比较优势。最后针对中国新能源汽车出口面临的问题, 在国际交流合作、人才培养与技术攻坚以及品牌建设方面提出具体的建议。

关键词

新能源汽车, 国际贸易, 营销策略, 技术创新理论

Research on China's New Energy Vehicle Export Trade

—Lane Change Overtaking in Traditional Industries

Chuangdang Li, Li Li

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Aug. 4th, 2024; accepted: Aug. 21st, 2024; published: Nov. 5th, 2024

Abstract

After years of development, China's new energy automobile industry has made breakthroughs in core technology and market size, and basically achieved “lane overtaking”. Through data analysis, this paper reveals the current situation of China's new energy vehicle export scale growing, export quality improving, and export scope expanding. Based on Schumpeter's theory of technological innovation, this paper analyzes the potential comparative advantages of developing our country's

文章引用: 李闯荡, 李莉. 中国新能源汽车出口贸易研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 1345-1352.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341279

new energy automobile industry. Finally, in view of the problems faced by China's new energy vehicle export, specific suggestions and measures are put forward in terms of international exchanges and cooperation, personnel training, technical breakthroughs and brand building.

Keywords

New Energy Vehicle, International Trade, Marketing Strategy, Technical Innovation Theory

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

汽车产业是国民经济产出的重要贡献者,是大国间国际贸易竞争的重点领域。中国以燃油车为代表的传统汽车行业由于走的是市场换技术的合资车模式,在成为世界上最大的汽车产销国之后,依然在传统动力技术等关键领域受制于人[1],中国的传统汽车行业在国际贸易竞争中一直存在出口量多而价廉的问题。目前,中国经济正处于高质量发展阶段,国家前瞻布局新能源汽车这一战略性新兴产业赛道,优先发展新质生产力,对传统汽车产业进行转型升级,以科技创新实现动力变革和动能转换,开辟了发展新领域新赛道[2],近几年,中国新能源汽车出口国家不断增加,市场覆盖地区不断扩大,出口质量不断上升,中国在新能源汽车出口贸易上不断实现新的突破,实现了在传统汽车行业的换道超车。

2. 文献回顾

当前关于我国新能源汽车产业崛起的文献多是从新能源汽车发展的外部条件、产业发展政策和国内基础条件这三个视角进行分析。外部条件方面主要指的是颠覆性的创新为我国新能源汽车产业的换道超车带来了契机。例如李晓华(2024) [3]认为,新能源汽车的出现对汽车产业固有技术、商业模式,产业格局形成的全方位颠覆,为中国新能源汽车的崛起提供了历史机遇。金俊俊等(2024) [4]认为,新能源汽车产业强调技术创新,能够提供资源利用率和降低环境污染,有效助力实现“双碳”目标的实现,因而受到全球关注。国内关于新能源汽车产业发展政策多聚焦于某些具体产业政策的实施效果,多数学者认为,中国政府强有力的产业政策是助推中国新能源汽车产业快速发展的主要动力[5]。例如周亚虹等学者(2015) [6]认为,在发展起步阶段,扶持性产业政策能通过补贴企业产能成本,带来产业高利润的吸引力,进而释放潜在产能。但是在产业扩张后,传统鼓励供给侧、缺乏研发专用性的政策,很难引导需求和技术的同步成长,会导致产能过剩的出现。周燕和潘遥(2019) [7]认为,国家财政补贴和税收减免政策虽然都能够扶持新能源汽车产业的发展,相比财政补贴政策本身会扭曲市场的竞争准则,税收减免政策所增加的交易费用相对较少,全行业性质的税收减免政策比补贴政策更加能够促进产业的发展。在国内基础条件方面,学者从国内现有的产业体系和市场规模出发,探讨我国新能源汽车产业崛起的国内基础因素。王进富(2024) [8]以比亚迪新能源汽车为例,研究发现比亚迪完整的产业链布局及中国新能源汽车产业链良好的协同配套,帮助多家链上企业解决了供应链难题。欧阳明高(2024) [9]认为未来中国新能源汽车的市场规模将继续扩张,乐观估计,2026年底新能源汽车将会成为汽车市场的主导。

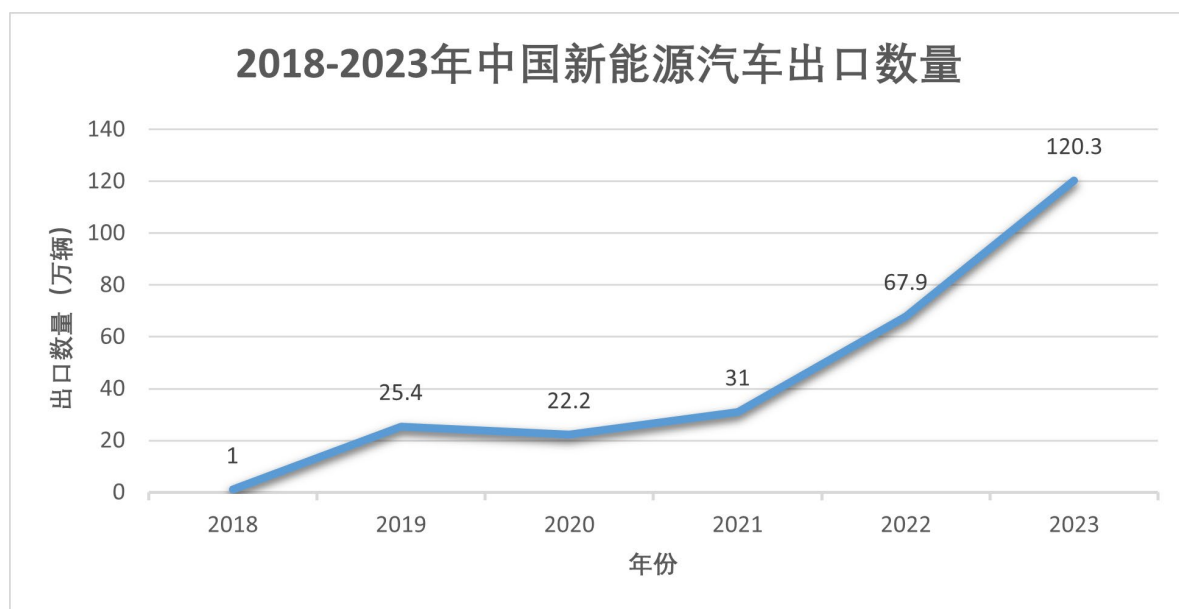
概观国内新能源汽车产业的文献,多是集中讨论中国新能源汽车崛起的各种条件因素,多聚焦于国内的新能源汽车产业发展情况。目前,越来越多的中国新能源汽车企业开始出口海外,近几年,来自中

国的新能源汽车在海外的市场份额持续增加, 但是国内学术界对于中国新能源汽车国际贸易情况分析较少。针对上述问题, 本文聚焦中国新能源汽车的海外贸易情况, 分析出口存在的挑战与机遇, 并根据当前存在的问题提出切实可行的举措。

3. 中国新能源汽车出口现状

3.1. 出口规模不断增长

2023 年中国新能源汽车在海外市场取得的成绩非常亮眼, 共出口新能源汽车 120.3 万辆。图一纵向比较了最近六年中国新能源汽车出口数量。可以发现, 中国新能源汽车的出口规模扩张速度极快。我国新能源汽车的出口数量 2018 年只有约 1 万辆, 但是 2020 年之后, 中国新能源汽车出口数量呈现出后疫情时代的爆发式增长。2021 年中国共出口 31 万辆新能源汽车, 较去年增长了 3 倍, 2022 年中国共出口新能源汽车 67.9 万辆, 比 2021 年的出口量增长 1.2 倍。时间到了 2023 年, 中国新能源汽车出口数量已经积累了一定的规模, 这一年较去年同比增长 77.2%, 新能源汽车出口 120.3 万辆, 突破百万大关。从 1 万辆到 120.3 万辆, 我国新能源汽车出口只用了 6 年就实现了近 120 倍的增长。如今, 我国新能源汽车已占我国汽车出口总量的 31.7%, 在我国汽车国际贸易市场中, 新能源汽车所占份额越来越大, 新能源汽车对中国整个汽车出口贸易的带动作用也更加凸显(图 1)。

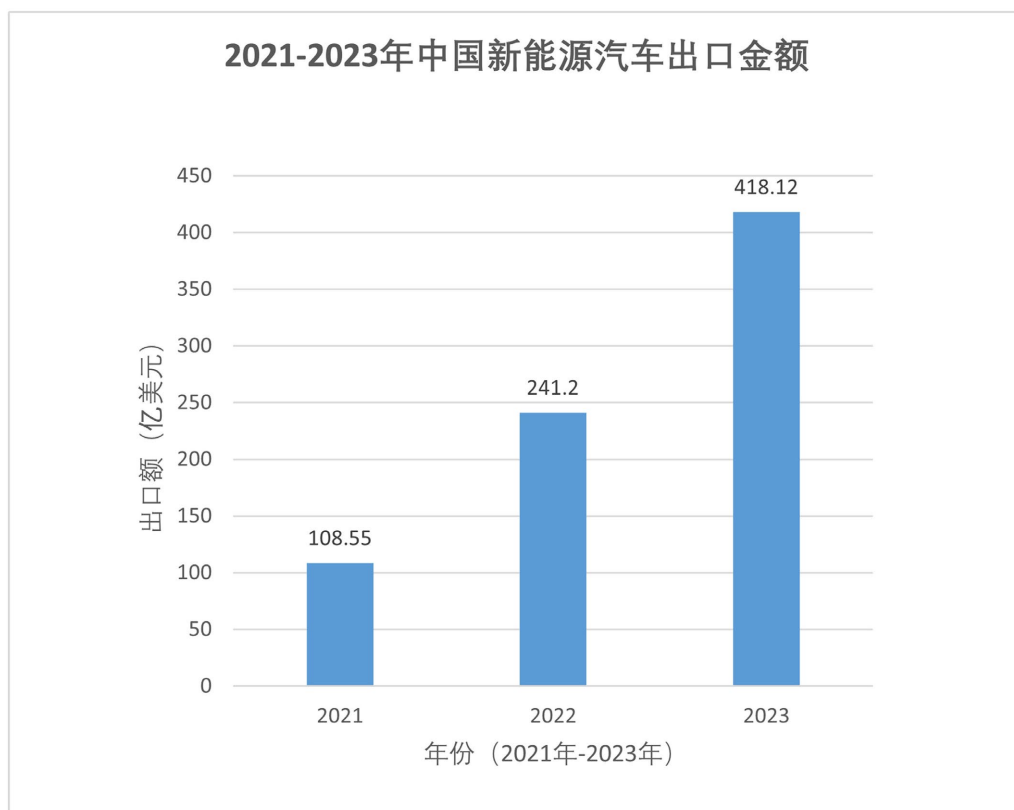


数据来源: 中国海关总署。

Figure 1. The number of China's new energy vehicle exports in 2018~2023

图 1. 2018~2023 年中国新能源汽车出口数量

近几年国内新能源汽车企业开始征战海外市场, 中国新能源汽车已经进入新兴市场拓展期。图二分析了最近三年中国新能源汽车的出口金额。2021 年中国新能源汽车出口金额约 108.55 亿美元, 2022 年为 241.2 亿美元, 到 2023 年国内新能源汽车出口金额已经达到了 424.01 亿美元, 几乎每年中国新能源汽车出口金额都能翻一番。2023 年我国全部汽车出口金额数据为 1016 亿美元, 其中新能源汽车出口金额为 418.12 亿美元, 约占中国汽车出口金额的 41.15%, 新能源汽车已然成为中国汽车出口贸易的重要贡献者和推动者(图 2)。



数据来源: 中国海关总署。

Figure 2. China's new energy vehicle exports in 2021~2023

图 2. 2021~2023 年中国新能源汽车出口金额

3.2. 出口质量不断提升

由于我国新能源汽车起步较早, 相关技术储备充足, 特别是自动辅助驾驶等新技术的不断升级创新, 中国健全的产业链也为中国新能源汽车产业发展和产品出口提供了全方位保障[10]。中国新能源汽车掌握电机控制核心零部件的关键技术, 在动力电池、智能网联、自动驾驶等领域领先其他国家。如今出口的新能源汽车具有高技术性、高创新性、环保、智能等特点, 使得中国新能源汽车在海外有着极强的竞争力。

近年来, 我国新能源汽车出口质量也在不断提升, 主要表现为出口单价持续上升、出口模式创新、出海品牌种类繁多。我国新能源汽车具有电动化与智能网联化技术走在全球前列, 具有高附加值和高技术含量, 整车出口价格相比于传统燃油车要显著提高, 新能源汽车的高出口也带动了我国汽车出口均价不断提高。根据乘联会公布的数据, 2021 年中国出口的汽车均价约为 1.6 万美元, 2022 年上涨到 1.8 万美元, 2023 年的中国汽车出口均价又上升到 1.9 万美元, 其背后原因正是国产新能源汽车在海外市场摆脱了低价高量的传统燃油车出口模式。中国新能源汽车出海品牌繁多, 比亚迪、东风纳米、五菱、欧拉、哪吒、荣威、创维等一批国产新能源汽车品牌使海外消费者目不暇接, 这些品牌也构成了中国新能源汽车海外出口销量的第一梯队。占领高端汽车消费市场不仅是新能源汽车企业实现盈利、提升全球影响力与市场竞争力的有效途径, 也是目前全球新能源汽车产业的发展趋势。在追求出口数量的同时, 中国的自主品牌也正在逐步迈向高端汽车市场。在传统燃油车行业, 国外以宝马、奔驰、奥迪为代表的御三家传统汽车品牌一直牢牢占据全球汽车高端消费市场, 中国传统燃油汽车行业难以与之抗衡, 但是在新能

源汽车领域,情况则发生了改变。中国的新能源汽车品牌如比亚迪旗下仰望系列、理想、上汽名爵、零跑、小鹏、阿维塔等中国汽车品牌从技术创新出发,在智能驾驶、动力系统能力体系、人机交互等方面彻底颠覆以往燃油车的驾驶形态,已经在世界各地吸引了一大批消费者,来自中国的新能源汽车品牌正在向着高端汽车消费市场发起强有力的冲击。

中国新能源汽车在出口方式上也进行了大胆创新,除了传统的出口批发模式和零售模式之外,新能源汽车出海企业正在采用新的“订阅”模式以更好地满足消费者个性化需求,积极在海外建设工厂进行市场扩张。近年来越来越多的车企开始选择在海外投资建厂,以打通供应链节点,并实现基于规模化效应下的降本增效[11]。

3.3. 出口范围不断扩大

2023 年中国出口汽车 491 万辆,中国首次超过日本成为全球汽车出口量第一的国家,其中新能源汽车出口量达到 120.3 万辆,新能源汽车贡献了很大一部分销量,这一历史性突破大程度上也归功于中国新能源汽车不断开拓新的海外市场。2018 年以前中国新能源汽车出口数量较少,出口地区较为零散,还没有形成固定的市场。2018 年以后我国新能源汽车迎来了蓬勃发展,在海外市场中也取得了突破性进展。2019~2020 年,我国新能源汽车出口主要集中在亚洲地区,以东盟、印度和孟加拉国为主[12]。2020 年之后中国新能源汽车开始逐步打开欧美国家市场,其中以欧洲市场销量最为耀眼,欧洲已然成为中国新能源汽车出口最重要的市场之一。法国伊诺韦夫咨询公司公布的数据显示,2021 至 2022 年,欧洲从中国进口的汽车数量猛增,中国生产的汽车在欧洲整车进口中的份额从第十跃升到第二[13]。从全球区域空间来看,2023 年中国新能源汽车出口国家已经涵盖亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲等板块,正逐步构建全球销售渠道。值得注意的是,中国新能源汽车海外贸易初步形成了两个差异化明显的市场:单车价格区间在 20 万元以内的新能源汽车主要出口到东南亚和中东这类发展中国家,20 万元以上的高端车型多集中在欧美发达国家。

从代表性国家来看,2023 中国新能源汽车销往的国家超过 180 多个,其中新能源汽车出口量最多的国家是比利时和泰国。这两个国家也是中国新能源汽车出口渗透率最高的两个国家,中国出口到这两个国家的汽车中,新能源汽车占比分别为 92.3%和 80.6%。中国品牌汽车进入欧洲市场会先落地比利时,再由比利时的安特卫普-布鲁日港的汽车分销中心运往欧洲各地。2023 年,欧洲已经成为中国最大的新能源汽车出口市场,中欧双方在新能源汽车技术、市场、供应链等多方面正密切合作。中国乘联会公布的数据显示,2023 年中国出口的新能源汽车中,约有 38%份额的新能源汽车销往欧洲消费市场。泰国则是地理位置优越,不仅是极具消费潜力的新兴市场,还是东南亚最大的汽车生产国之一。目前,中国新能源汽车已依托泰国汽车生产基地打开了马来西亚、越南、印度尼西亚等东南亚国家的消费市场,同原本统治东南亚燃油车市场的日韩车企进行全面竞争。

4. 中国新能源汽车出口的机遇与挑战

4.1. 基于技术创新理论的竞争优势分析

4.1.1. 关于熊彼特的创新理论

奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)在其 1912 年出版的《经济发展理论》这一著作中首次系统阐述了创新理论的基本概念。他认为创新的本质是生产要素的重新组合,是建立一种新的生产函数。熊彼特的创新理论中,创新是创造经济效益最直接且回报率最大的方式,把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系,涉及新产品、新方法、新市场、新资源、新组织五种维度[14]。熊彼特的创新理论被广泛应用于市场战略分析中,这与中国新能源汽车出海战略相契合。

因此, 基于熊彼特创新理论框架, 从产品升级、技术迭代、市场开发、资源配置优化等维度出发, 分析中国新能源汽车出口的历史机遇。

4.1.2. 产品优化 + 技术迭代: 绿色智能的汽车新形态

温室效应和能源枯竭等问题日渐严重, 目前全球都非常重视绿色可持续的发展模式, 世界各国都加紧确定碳中和的时间。相比于传统燃油车, 新能源汽车在生产制造环节以及使用环节都更符合国际低碳化标准, 国际公认大力促进电动汽车的生产和使用是实现碳中和的重要手段。中国对汽车产业进行优化升级, 率先实现智能绿色的电动新能源汽车的量产落地。中国新能源汽车的另一个特征就是技术迭代迅速。技术更新迭代快速体现为中国新能源汽车以电池、软件、传感器及智能计算为中心, 与物联网、人工智能大模型、信息通信等技术深度融合, 随着软件技术的发展而迭代更新自身功能, 这种技术快速迭代模式给传统汽车企业的设计研发思路带来了巨大冲击, 绿色智能的新形态汽车也是中国汽车产品在国际贸易竞争中的显著优势。

4.1.3. 市场开发: 开拓新兴市场

中国明确提出要培育新能源汽车作为优势产业, 商务部等 9 部门联合印发《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》, 从提升国际化经营能力和水平等六个方面提出 18 项政策措施, 鼓励海外研发合作、因地制宜加强与海外相关企业合作, 指导推进新能源汽车国际间的贸易合作。2023 年, 中国出口 120.3 万辆的新能源汽车出口目的国涵盖欧洲、亚洲、大洋洲、美洲、非洲等地区的共 180 多个国家。中国品牌新能源汽车深受全球消费者喜爱, 在多个国家新能源汽车市场销量中位居前列, 彰显了中国新能源汽车产业日益增强的国际竞争力。其中东南亚地区作为中国新能源汽车出口的重要新兴市场, 中国企业不断与泰国开展深度合作。长城、哪吒和比亚迪 3 家中国汽车制造商在泰国的新能源汽车工厂已经投产, 此外上汽名爵、长城、哪吒等多家中国汽车制造商也将零部件工厂设置在泰国, 推动泰国成为东南亚地区主要零部件生产基地。中国企业抓住帮助泰国进行传统汽车行业转型和基础设施完善的契机。未来, 全球汽车产业格局将继续变化, 来自中国的新能源汽车具有更强的科技属性, 更注重高质量服务体验, 有望占据更多的市场份额。

4.1.4. 资源配置: 产业体系协同发展

完备的产业体系是新能源汽车可持续发展的重要支撑。新能源汽车产业链相比于传统汽车变化显著, 新能源汽车以电池、电机、电控为核心的三电动力系统代替传统的内燃发动机, 随着智能化程度的提高, 智能驾驶、物联网生态、智能车机系统等高科技创新理念引入车中。这些改变使得传统燃油车企技术积累优势大打折扣, 从而为新能源车企弯道超车留出空间[15]。中国有着贯穿上游的原材料的供应, 中游三电动力系统的制造, 再到下游整车的产销的完备产业链。产业链协同配套能够扩大市场规模, 降低生产成本和运营风险, 产生规模经济效应和集群效应, 进而增强产业链韧性[16]。

随着全球市场需求的增长, 新能源汽车需要产业链上下游协同发展才能满足新增产能的需要, 优化资源配置, 产业协同发展也是新能源汽车产业长远发展的趋势。中国新能源汽车拥有完善的产业体系, 这将利于中国新能源汽车在国际贸易竞争中降低成本。

4.2. 中国新能源汽车出口的挑战

4.2.1. 贸易壁垒与逆全球化思潮

逆全球化思潮愈演愈烈, 各种贸易保护主义措施不断出现严重影响了中国新能源汽车的出海销售情况。美国、土耳其等国家纷纷提高对中国出口的新能源汽车及相关产品的关税, 如 2024 年美国对电动汽车税率从 25% 提高到 100%。随着中国新能源汽车的崛起, 多国纷纷采取贸易保护措施阻止中国新能源过

快占领本国市场。动荡不安的国际局势也给全球供应链和自由多边贸易体系带来了极大的破坏,逆全球化思潮也会影响着全球范围内生产要素的自由流动。在逆全球化思潮的影响下,各国设置贸易壁垒,我国新能源汽车所需的部分原材料和零部件难以进口,将会严重影响新能源汽车产业的供应链稳定性和产能输出效率。

4.2.2. 技术储备不足

中国新能源汽车在车用微控制器、高性能传感器等器件的精密零部件的技术储备上与美国等发达国家相比还存在差距。特别是在芯片方面,高通骁龙 8155 这类高端类型的车机芯片我国严重依赖国际进口。我国虽然在动力电池上技术较为领先,但是新能源汽车的动力电池并不是颠覆性技术创新,且存在一定的安全风险,这些都需要我国继续加强新能源汽车核心技术的攻坚。

4.2.3. 品牌影响力不足

中国新能源汽车品牌在海外已经积累了一定的用户基础,但是与 BBA 这样的老牌传统车企相比,在品牌认可度与知名度方面还是存在较大的差距。国际上的知名车企均有着深厚的汽车文化积累和覆盖全球的品牌影响力,经过多年的成长,这些车企在整车设计、生产制造、运营管理、产品影响等方面积累了丰富的经验。中国新能源车总体发展时间不长,很难在短时间内追赶上。中国车企需要以创新为突破点,开发更能满足消费者需求的产品与功能,提供更加具有匠心温度和科技质感的服务,才能以品质赢得品牌。

5. 对策与建议

5.1. 开展国际交流合作

中国新能源汽车出海走向国际化,必须探索以交流合作为基础的全球化道路。海外建厂可以整合当地的原材料和技术资源,能够促进中国企业与当地企业技术间的交流,采用当地供应商提供的原材料和零部件还能有效解决关税和运输成本过高的问题。在逆全球化思潮愈演愈烈,各种贸易保护主义措施不断出现的情况下,唯有合作与交流可以打破隔阂与成见,合作才能共赢。我国应积极利用在国际上已经树立的讲信义、爱合作的大国形象优势,借助“一带一路”、上海合作组织、中欧班列等国际合作平台和国际交流途径,通过与周边沿线国家建立战略合作关系或者在当地建立组装工厂建立生产线,加强国际间的交流合作,打开当地的消费市场。

5.2. 加强人才培养和技术攻坚

技能人才对新能源汽车产业发展的重要性体现在技术研发与创新、生产制造与质量控制、售后服务与维修以及人才培养与传承等多个方面[4]。新能源汽车的人才培养需要政府、高校和企业协同合作,完善技能人才培养体系,为新能源汽车产业的飞速发展提供坚实的人力基础。国家和政府不但要在政策上对人才培养提供支持与激励,还需要加快编制新能源汽车行业紧缺人才目录,引导高等院校、科研院所、企业建立全过程的人才培养路径。同时,企业和院校还需要在技术创新上进一步加强合作,科研院校注重理论创新,企业更看重市场收益,在发展新质生产力的背景下,高校与企业必须进行深度合作才能把理论落实到产业上以产生实际价值,真正促进新能源汽车产业的技术和产品的更新迭代。

5.3. 加大品牌营销力度

中国新能源汽车企业在品牌建设方面与全球知名车企还存在很大的差距,国外对中国汽车还存在着价格低廉,产品缺乏创新的刻板印象。中国新能源汽车想要继续扩张全球市场就必须改变这种刻板印象,

建立属于中国的全球知名汽车品牌。接下来新能源汽车出海企业应该加大营销与推广力度,把品牌营销工作提到更重要的位置上来。具体方式上可以采取实体店体验、参加国际展销会、预约试驾等方式来让消费者近距离接触产品。还可以通过与当地营销公司合作,利用其媒体影响力与宣传渠道,让世界真正听到、看到、体验到中国的新能源智能汽车。同时,在营销宣传上注重对科技和创新的宣传,让消费者了解我国新能源汽车的原创性和智能性。

参考文献

- [1] 陈俊廷. 中国占据新世纪汽车产业竞争制高点——基于新能源汽车出海的分析[J]. 文化纵横, 2023(1): 8-11.
- [2] 方江山. 因地制宜发展新质生产力要牢牢把握好六个关系[J]. 人民论坛, 2024(11): 6-10.
- [3] 李晓华. 我国新能源汽车的发展现状与前景趋势[J]. 人民论坛, 2024(9): 76-79.
- [4] 金俊俊, 徐念峰, 刘备, 等. “双碳”背景下新能源汽车产业趋势与技能人才需求预测[J]. 中国职业技术教育, 2024(19): 74-84.
- [5] 王勇, 徐婉, 赵秋运, 等. 中国新能源汽车何以实现换道超车——基于新结构经济学的分析[J]. 经济理论与经济管理, 2023, 43(9): 39-54.
- [6] 周亚虹, 蒲余路, 陈诗一, 等. 政府扶持与新型产业发展——以新能源为例[J]. 经济研究, 2015, 50(6): 147-161.
- [7] 周燕, 潘遥. 财政补贴与税收减免——交易费用视角下的新能源汽车产业政策分析[J]. 管理世界, 2019, 35(10): 133-149.
- [8] 王进富, 李婷婷, 张颖颖. 链主企业生态主导力提升产业链韧性路径研究——以比亚迪和中国新能源汽车产业链为例[J/OL]. 科技进步与对策, 1-10. <https://link.cnki.net/urlid/42.1224.G3.20240115.1702.004>, 2024-09-30.
- [9] 欧阳明高. 中国新能源汽车未来 10 年周期性和结构性趋势展望[J]. 科技导报, 2024, 42(12): 6-13.
- [10] 张良. 新时期中国新能源汽车出口现状与发展展望[J]. 价格月刊, 2022(7): 89-94.
- [11] 霞光智库. 中国新能源汽车出海呈现哪些趋势? [J]. 汽车与配件, 2024(9): 46-47.
- [12] 庞超然, 李淑敏. 我国新能源汽车“出海”现状与前景[J]. 中国外汇, 2023(24): 26-27.
- [13] 李强, 杨一, 黄培昭, 屈佩. 中国新能源汽车在海外市场受欢迎[EB/OL]. <http://world.people.com.cn/n1/2024/0131/c1002-40169855.html>, 2024-01-31.
- [14] 彭纪生, 刘伯军. 技术创新理论探源及本质界定[J]. 科技进步与对策, 2002(12): 101-103.
- [15] 许英博, 李景涛, 高飞翔, 等. 智能电动浪潮下的汽车产业格局重塑[J]. 汽车安全与节能学报, 2023, 14(6): 651-663.
- [16] 顾润德, 李春发, 孙雷霆, 等. 全产业链模式下制造业产业生态链构建机制研究——基于扎根理论的多案例探索[J]. 科技进步与对策, 2023, 40(14): 40-50.