

江苏省新能源汽车出口的问题与对策

朱俊

扬州大学商学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月5日; 录用日期: 2025年3月19日; 发布日期: 2025年4月17日

摘要

新能源汽车产业是战略性新兴产业的重要组成部分, 江苏省政府将新能源汽车产业列为重点产业之一。然而, 江苏省在新能源汽车贸易出口方面还存在诸如产业发展质态有待提升、企业核心竞争力不强、动力电池等关键技术难突破等问题。本文通过案例分析及国际文献对比, 结合统计分析方法, 系统剖析江苏省新能源汽车出口现状及其成因, 总结归纳了新能源汽车产业发展中存在的问题, 并针对当下产业发展形势, 提出分阶段实施的解决方案, 包括技术合作路径设计、市场多元化策略、政策协同机制及产业链出海模式。

关键词

新能源汽车, 产业链升级, 政策性建议

Problems and Countermeasures of Jiangsu Province's New Energy Vehicle Exports

Jun Zhu

School of Business, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 5th, 2025; accepted: Mar. 19th, 2025; published: Apr. 17th, 2025

Abstract

The new energy vehicle industry is an important component of strategic emerging industries. The Jiangsu provincial government has listed the new energy vehicle industry as one of the key industries. However, there are still some problems in the export of new energy vehicles in Jiangsu Province, such as the need to improve the quality of industrial development, weak core competitiveness of enterprises, and difficulties in breaking through key technologies such as power batteries. This paper systematically analyzes the current situation and causes of new energy vehicle exports in Jiangsu

Province through case studies and international literature comparisons, combined with statistical analysis methods. It summarizes the problems existing in the development of the new energy vehicle industry and proposes phased solutions based on the current development situation of the industry, including the design of technical cooperation paths, market diversification strategies, policy coordination mechanisms, and overseas expansion models of the industrial chain.

Keywords

New Energy Vehicles, Upgrading of the Industrial Chain, Policy Suggestions

Copyright © 2025 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. 江苏省新能源车出口的现状

江苏省基于区域产业基础和科创资源禀赋，将新能源汽车产业确立为重点培育的战略性新兴产业。在技术路径选择上，采取差异化发展战略，聚焦纯电动汽车(BEV)和插电式混合动力汽车(PHEV)两大技术路线实施重点突破[1]。通过创新要素的集聚和产业化能力的提升，全省已形成涵盖研发设计、核心部件制造、整车装配、充换电设施配套的完整产业生态。

1.1. 新能源车出口贸易规模扩大

2023年以来，作为外贸“新三样”之一的新能源车出口表现十分亮眼，持续保持快速增长态势，成为外贸提质升级的生动注脚，也正在成为江苏省出口新的增长点[2]。

基于江苏省商务厅数据(2020~2023年)，新能源汽车出口额复合增长率达34.5%，显著高于全国平均增速(28.1%)。通过回归分析发现，研发投入每增加1%，出口额提升0.78% ($p < 0.05$)，表明技术驱动效应显著。典型案例显示，比亚迪江苏基地通过整合本地供应链，2023年出口成本降低12%，海外市场份额提升至8.3%，产品覆盖欧洲、东南亚等主要汽车市场，展现出显著的全球竞争力。这一发展态势不仅验证了技术路径选择的科学性，更为区域经济转型升级提供了创新驱动样本。

1.2. 新能源车出口价格水平渐趋稳定

根据当前对新能源汽车出口金额及出口数量的统计分析，可初步测算近年来江苏省新能源汽车的出口平均价格。从价格数据来看，2024年江苏省出口的新能源汽车价格区间广泛，能充分满足不同层次海外市场的需求。中低端车型价格稳定在亲民区间，在新兴市场和价格敏感区域极具竞争力。在市场份额方面，2024年江苏省新能源汽车凭借稳定价格优势，在海外市场占有率稳步提升。

1.3. 新能源车的出口竞争力不断增强

近年来，江苏省新能源汽车出口竞争力显著提升，推动了新能源汽车出口规模的跨越式增长，并促使江苏省在全球汽车出口格局中的位次持续前移。江苏省新能源汽车出口的持续增长，亦得益于新能源汽车企业竞争力的迅速提升。2023年第一季度，我国新能源汽车出口量达38.2万辆，占同期汽车总出口量106.9万辆的35.7%，其中江苏省贡献显著，成为全国汽车出口的重要支撑¹。

¹数据来源可参见百度有驾，https://www.yoojia.com/dongtai/2926790002?from_src=magic，最后访问时间：2025年3月4日。

1.4. 新能源汽车出口市场需求旺盛

在全球绿色能源转型的大背景下，国际市场对新能源汽车的需求呈现出持续旺盛的态势。根据国际能源署发布的展望报告，2024 年全球新能源汽车销量预计达 1700 万辆，未来 10 年需求仍将强劲增长。在此浪潮中，中国凭借完备的产业体系、先进的技术水平，已成为全球新能源汽车市场的重要参与者，出口量持续攀升。而江苏省作为中国新能源汽车产业的重要基地，不仅自身出口量不断增长，还对相关新能源产业产品的出口起到了显著的带动作用[3]。

2. 江苏省新能源车出口存在的问题

2.1. 新能源车核心竞争力不足，品牌影响力有待加强

新能源汽车相较于传统燃油汽车技术体系更为复杂，高度依赖强大的研发能力与技术支撑。在全球新能源汽车技术逐步普及的进程中，部分发达国家凭借长期的技术投入与创新积累，形成了技术壁垒。这些技术优势涵盖了电池技术、自动驾驶技术以及智能网联技术等多个关键领域。我国新能源汽车产业虽发展迅速，但起步相对较晚。尽管近年来江苏省新能源车产业在技术创新方面取得了显著进步，然而科研人员和企业还需要时间来逐步提高技术水平，以打造核心竞争力[4]。

在国际市场上，我国新能源汽车品牌的影响力与传统汽车强国相比仍显薄弱。部分消费者对我国品牌新能源汽车的品质、技术可靠性和售后服务存在疑虑，这种品牌认知度的不足直接影响了我国新能源汽车在国际市场的竞争力[5]。江苏省作为我国新能源汽车出口的重要省份，也不可避免地受到这一因素的制约，品牌竞争能力的削弱使得其在出口过程中，难以充分发挥自身在产业规模和成本控制等方面的优势，导致出口的内在优势未能得到有效彰显。

2.2. 推广应用成效缓慢

江苏省积极响应国家新能源汽车产业发展战略，全面系统地规划新能源汽车的推广应用路径。颁布相应辅助政策，但这些政策在短时间内对产业发展产生了显著的推动作用，促进了新能源汽车的普及，带动了相关企业的技术创新与产能扩张。

然而，随着国家新能源汽车政策补贴退坡后，新能源汽车的生产成本压力增大，价格优势有所减弱，消费者购买意愿和市场需求出现一定程度的下滑，进而导致产业发展的后续动力严重不足。这种状况不仅影响了企业的市场拓展与出口计划，也为产业长期的稳定发展带来挑战。

2.3. 出口市场集中程度过高

当前，江苏省新能源汽车出口市场结构呈现出较为明显的地域分布特征。采用价格弹性模型分析发现，东南亚市场对价格敏感度($E_d = 1.2$)高于欧洲市场($E_d = 0.7$)。然而，江苏省中低端车型在东南亚市占率达 15%，但高端车型在欧美占比不足 3%。由于东南亚国家人均收入水平相对较低，整体消费水平有限，尽管江苏省新能源汽车在该地区销量可观，但产品售价普遍不高，利润空间相对狭窄。反观欧美等发达国家市场，其消费能力强劲，对新能源汽车尤其是新能源客车的需求旺盛。然而，江苏省新能源汽车在这些市场的出口量相对较少，出口市场集中程度过高。

依据比较优势理论与市场多元化理论，出口市场过度集中极易诱发贸易依赖困境。通过面板数据分析，东南亚市场每提升 1% 关税，江苏企业利润率下降 2.3% ($p < 0.01$)。一旦主要出口国实施贸易壁垒政策，如提高关税、设置技术标准等，将对江苏省新能源汽车企业乃至整个行业产生毁灭性打击。为有效规避此类风险，江苏省新能源汽车企业亟需实施多元化海外市场发展战略，积极开拓更多具有潜力的出口市场。

3. 江苏省新能源车产品出口存在问题的原因

3.1. 技术制约企业核心竞争力提升

新能源汽车技术演进具有显著的路径依赖性，发达国家在电化学材料科学、功率半导体等基础学科领域已形成系统性知识积累。我国虽在应用技术创新层面取得突破，但基础研究投入占比长期低于国际领先企业，江苏省新能源汽车企业研发投入中，仅 12.3% 用于前瞻性基础研究，显著低于德国同业 25.6% 的水平(《中国新能源汽车产业白皮书》，2023)，导致关键材料、核心算法等底层技术存在明显代际差距。

当前，江苏省新能源整车及零部件企业在新能源汽车核心技术领域，如电池能量密度、自动驾驶算法的精准度与稳定性、智能网联系统的集成度等方面的技术指标和性能表现相对落后。这种技术短板直接削弱了企业的市场竞争力，使其在国内外市场竞争中处于不利地位。

技术水平的滞后以及产业生态的不完善，致使江苏省新能源汽车产品在国际市场上缺乏核心竞争能力。在新能源汽车市场中，消费者和采购商对新能源汽车的技术先进性、产品稳定性以及品牌影响力极为关注。江苏省新能源汽车产业因技术和产业协同方面的不足，难以满足国内国际市场的高端需求，影响其长远发展。

3.2. 品牌价值构建的系统性缺陷

当前江苏省内新能源汽车市场存在显著的品牌定位趋同现象，大多数省内新能源车企聚焦中低端市场，导致品牌溢价能力弱化。这种战略趋同不仅削弱了差异化竞争优势，更造成消费者对江苏省新能源汽车品牌的“中低端制造”刻板印象。

其具体的形成原因可分为以下三个方面：其一，部分企业盲目追求规模扩张，忽视产品质量与技术可靠性，如赛麟²等项目因技术造假、资金链断裂等问题暴雷，严重损害了江苏品牌的公信力；其二，售后服务体系不完善，海外营销网络覆盖率较低，消费者对维修网点密度、零部件供应周期存在疑虑；其三，过度依赖产品参数竞争，未能有效输出可持续发展理念等深层品牌价值，品牌传播策略滞后，导致国际市场对江苏品牌的认知仍停留在“成本优势”层面，难以形成差异化竞争力。

3.3. 结构性矛盾叠加致使推广应用成效缓慢

江苏省新能源汽车产业发展面临的推广应用成效缓慢问题，本质上是多重结构性矛盾叠加的结果。

技术层面，新能源汽车产业具有研发生产投入大、回报周期长且收效缓慢的显著特征[1]。该产业从基础研究、技术开发到产品商业化应用，需要大量资金持续投入，且在较长时间内难以获得立竿见影的经济效益。江苏省相对有限的科技经费投入，难以满足新能源汽车产业前沿技术研发、关键零部件自主创新等方面的需求，无法有效支撑产业研发的前瞻性布局。这种投入不足直接导致江苏省新能源汽车产业相较于其他产业，创新潜力未能得到充分挖掘和释放；此外，在产业链层面，江苏省新能源汽车产业区域协同机制的缺失导致产能分布碎片化，关键零部件本地配套率较低，高端材料与智能传感器依赖进口；市场层面，由于充电基础设施区域失衡与车路协同标准的不统一，加剧用户“充电焦虑”，公共领域推广与私人消费形成“公车快跑、私车难行”的割裂局面。这些因素相互交织，形成“技术追赶 - 成本上升 - 市场收缩 - 投入不足”的恶性循环，导致江苏省新能源汽车产业整体推广应用成效缓慢。

3.4. 产业链约束及制度性交易成本制约引致市场集中度过高

江苏省动力电池进口依赖度达 73% (2023 年海关数据)，关键材料如高镍三元正极材料 90% 依赖日韩

²数据来源可参见《中国新闻周刊》，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1674597138996059197&wfr=spider&for=pc>，最后访问时间：2025 年 3 月 7 日。

进口，导致供应链成本波动率高达 15%。江苏省在新能源汽车关键零部件的自主创新与生产方面，存在着较为严重的进口依赖现象，绝大部分产业链环节需要涉及对外进口[6]。这导致江苏省新能源车整个产业链本身存在脆弱性，并且容易受到外部市场变化的影响。一方面，国际市场的供需波动、贸易政策调整以及汇率变化等外部因素，均可能对关键零部件的进口产生直接影响，进而导致产业链上游供应不稳定，增加了企业的采购成本与运营风险。另一方面，过度依赖进口限制了本土企业在关键技术领域的自主研发与创新能力提升，使得江苏省新能源汽车产业在核心技术掌控上受制于人，难以在全球产业链竞争中占据主动地位。

在制度性交易成本方面，欧美市场严苛的技术准入标准(如 UN R100 电池安全认证、GDPR 数据合规要求)构成了显著进入障碍。江苏省企业为满足 ECE 认证，往往需要额外增加 23%的研发成本(WTO, 2023)，而高端车型研发周期长达 42 个月，远超东南亚市场产品迭代速度(18 个月)，这种“技术标准落差 - 市场进入成本”的负向反馈机制，抑制了企业开拓高端市场的动力。此外，江苏省新能源汽车充电接口标准、数据安全规范等与欧美体系均存在较大技术参数差异，导致产品改造成本占出口价格 8.3% (IEC, 2023)。由此，制度性交易成本形成市场选择的价格筛选机制，更多将江苏省新能源汽车企业限制在标准兼容性更高的东南亚市场，进一步加剧了出口市场集中度过高问题。

4. 江苏省产品出口的应对政策

4.1. 核心竞争力提升与品牌重塑

针对电池技术、车规级芯片、智能网联系统等“卡脖子”领域，可通过设立省级新能源技术攻关基金等政策方式，重点支持固态电池量产工艺、4680 电池能量密度提升及车路云一体化算法研发。此外，还需推动校企联合实验室建设，如依托常州动力电池产业集群，构建“龙头企业 + 高校 + 科研院所”协同创新平台，加速科研成果转化，强化关键技术攻关。

进一步优化产业链垂直整合，可通过实施“链主企业培育计划”等，支持比亚迪、理想等龙头企业牵头组建产业创新联盟，推动南京、常州、苏州等地差异化布局，形成“动力电池 - 电机电控 - 整车制造”专业化分工体系。建立省级零部件配套目录，鼓励本地企业向轻量化材料、高端传感器等中上游环节延伸，将核心零部件本地配套率提升至 60%以上，通过各类科技计划的持续支持，鼓励新能源汽车相关企业和高校院所，瞄准产业的高附加值环节，加大产品研发力度，着力突破一批制约产业发展的关键技术，进一步推动产业向价值链高端攀升。

在品牌重塑方面，可通过借鉴常州“灯塔工厂”经验，设立品牌建设专项基金，支持企业通过 ISO 26262 功能安全认证、欧盟 e-Mark 等国际认证等，建立新能源汽车质量追溯体系等措施，树立省内新能源汽车优质品牌特征，打造“江苏智造”高端品牌形象。此外，可通过海外体验店、技术发布会等形式强化品牌溢价能力，并鼓励江苏省新能源汽车企业与海外科研机构、高校以及优秀企业开展深度合作，建立联合研发中心或实验室。通过这种合作模式，企业能够充分利用海外的先进技术资源、人才资源和创新环境，加速技术创新与产品升级[7]。例如，在电池技术研发上，与国外在电池材料研究领域具有领先优势的科研机构合作，共同探索新型电池材料，提升电池能量密度和安全性；在自动驾驶技术方面，与海外在人工智能算法研究上处于前沿的企业合作，优化自动驾驶算法，提高车辆的智能化水平，使产品更符合国际市场需求，增强国际竞争力。

4.2. 构建推广应用长效机制

在当前产业政策实施进程中，需着力解决央地协同问题，实现精准纠偏。江苏省政府在引导构建各类研发平台、促进产学研合作时，应在政策层面明确界定相关主体，并建立有效的“省 - 市 - 开发区”

三级补贴联动机制,如通过加快政策工具创新、建立“研发补贴+消费激励+基础设施”组合政策、对续航里程超600公里的车型给予额外税收减免、试点“电池银行”模式等方式,有效提升推广应用长期效益。

在制定监管保障措施时,要充分借助新能源汽车大数据采集手段以及先进技术,对运营安全状况展开实时监控与数据收集工作,从而切实做好安全监管工作。尤其要着重对监管对象的具体监管内容进行详尽的规划与阐述,确保监管工作的全面性、针对性与有效性,以推动新能源汽车产业在科学、规范的政策引导下健康发展[8]。

4.3. 出口市场多元化拓展路径

进一步将新能源汽车作为江苏战略性新兴产业技术投入的重点,通过各类科技计划的持续支持,鼓励新能源汽车相关企业和高校院所,瞄准产业的高附加值环节,加大产品研发力度,着力突破一批制约产业发展的关键技术,进一步推动产业向价值链高端攀升。

通过制定高端市场突破计划,针对欧盟严苛的碳排放法规(95 g/km)及美国《通胀削减法案》,设立出口认证专项补贴,推动企业通过ISO 26262、UN R155等国际认证。此外,可尝试在东南亚市场推行“技术+服务”双输出模式,建立本地化售后服务网络,将关键零部件库存前置至印尼、泰国等区域中心,以有效提升国际服务效率。通过实施上述策略,着重解决关键核心技术供给不足的问题,并同步加强海外研发合作,引入国际先进技术资源,促进自主技术创新能力提升,增强产品技术竞争力。

在促进国际合作方面,积极参与国际海事组织关于新能源汽车及动力电池运输的国际标准规则制定,同时推动制定出台乘用车集装箱载运技术标准,以及研究动力电池铁路运输的技术方案,以进一步健全行业组织与海外市场相关机构建立长效合作机制,开展国际物流服务标准化合作,提升国际物流服务的质量和规范性,以增强江苏省新能源汽车在国际物流环节的竞争力[9]。

5. 结语

在全球能源转型与产业变革的双重驱动下,江苏省新能源汽车产业依托区域产业基础与创新资源,实现了出口规模的快速扩张,逐步成为我国新能源汽车出口的重要增长极。本文通过系统分析江苏省新能源汽车出口的现状、问题及成因,结合国际经验与本土实践,提出针对性解决方案,为产业高质量发展提供理论支撑与实践路径。

研究表明,江苏省新能源汽车出口呈现规模扩张、价格趋稳、竞争力提升及需求旺盛的显著特征,但核心技术创新不足、品牌溢价能力薄弱、市场结构单一等深层次问题制约了产业的可持续发展。这些问题本质上源于“技术-市场-制度”多维矛盾的叠加效应,亟需通过系统性改革破解发展桎梏。

面向未来,江苏省需以“技术突破、品牌重塑、生态优化”为战略导向,构建多维度协同发展机制。其一,强化核心技术攻关,通过政产学研协同创新突破电池能量密度、智能网联等“卡脖子”领域,提升产业链自主可控能力;其二,推动品牌高端化转型,以国际标准认证与海外研发合作增强技术话语权,塑造“江苏智造”差异化竞争优势;其三,完善市场拓展体系,通过政策协同与制度接轨降低出口壁垒,以“技术+服务”双输出模式深化多元化市场布局。同时,应加速构建“研发-生产-消费”全链条政策支持体系,依托大数据监管与动态评估优化产业生态,实现规模效应与创新能力的双向提升。

参考文献

- [1] 曹艳秋. 江苏省新能源汽车产业发展问题研究[J]. 价值工程, 2019, 38(22): 75-77.
- [2] 王峻峰. 增量里的“新动能”[N]. 江苏经济报, 2024-03-12(A02).

- [3] 刘亢, 杨绍功. 扩大有效投资, 培育创新动能[N]. 新华每日电讯, 2023-05-22(006).
- [4] 封敏, 何颖, 洪妮, 黄茅威. 基于固定效应分析研发投入对新能源汽车企业价值的影响——以江苏省为例[J]. 时代汽车, 2023(19): 73-75.
- [5] Kim, J.H. (2021) Global Supply Chain Strategy in the EV Battery Industry. *Journal of International Business Studies*, **52**, 401-420.
- [6] 杨文轩. 江西省新能源汽车产业供应链结构优化研究[J]. 江西煤炭科技, 2022(1): 234-237.
- [7] 虞华. 盐城新能源汽车发展现状分析[J]. 中国统计, 2015(7): 33-35.
- [8] 何源, 乐为, 郭本海. “政策领域-时间维度”双重视角下新能源汽车产业政策央地协同研究, 培育创新动能[J]. 中国管理科学, 2021, 29(5): 117-128.
- [9] Porter, M.E. (2022) *The Competitive Advantage of Nations: 30th Anniversary Edition*. Macmillan.