

新能源汽车出口贸易竞争力及发展策略优化分析

郭 宴

西北政法大学经济学院, 陕西 西安

收稿日期: 2024年12月1日; 录用日期: 2024年12月24日; 发布日期: 2025年2月26日

摘 要

本研究以新能源汽车出口贸易为研究对象, 从数据角度深入分析其出口竞争力。从数据入手发现近年来我国新能源汽车出口规模快速增长, 出口结构具有不平衡的特点, 贸易顺差不断扩大。采用波特钻石模型分析中国新能源汽车的出口环境, 同时使用贸易竞争优势指数分析中国新能源汽车的国际竞争力, 得知中国的新能源汽车在国际市场上的竞争力持续攀升。目前, 国际政治环境不断变化, 我国新能源汽车出口贸易竞争力虽不断增强但也面临诸多挑战。因此, 政府和企业应针对现实情况调整新能源汽车相关策略, 以提高国际竞争力。

关键词

新能源汽车, 出口贸易, 竞争力, 数据分析, 策略优化

Analysis of the Export Trade Competitiveness and Development Strategy Optimization of New Energy Vehicles

Yan Guo

Faculty of Economics, Northwest University of Political Science and Law, Xi'an Shaanxi

Received: Dec. 1st, 2024; accepted: Dec. 24th, 2024; published: Feb. 26th, 2025

Abstract

This study takes the export trade of new energy vehicles as the research object, and analyzes its export competitiveness from the perspective of data. Starting from the data, it is found that in recent

years, the export scale of China's new energy vehicles has grown rapidly, the export structure has the characteristics of imbalance, and the trade surplus has been expanding. Using the Porter diamond model to analyze the export environment of China's new energy vehicles, and using the trade competitive advantage index to analyze the international competitiveness of China's new energy vehicles, it is found that the competitiveness of China's new energy vehicles in the international market continues to rise. At present, the international political environment is constantly changing, and although the competitiveness of China's new energy vehicle export trade is constantly increasing, it is also facing many challenges. Therefore, the government and enterprises should adjust the relevant strategies of new energy vehicles according to the actual situation to improve international competitiveness.

Keywords

New Energy Vehicles, Export Trade, Competitiveness, Data Analysis, Policy Optimization

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. 引言

随着可持续发展与绿色发展理念的不断推进,环境问题已然成为人类发展所必须考虑的问题,我国也在积极响应号召不断促进我国产业低碳化转型,新能源汽车与传统油车相比具有绿色、低排、能效高的优点,与公交、地铁相比有着出行灵活、舒适性高的特点,正逐渐成为绿色出行的首要选择[1]。近年来,中国的新能源汽车产业迅速发展,已经成为新能源汽车的出口大国。国际贸易作为拉动国家经济发展的三驾马车之一,对我国的经济有着举足轻重的影响,无论国内外,中国新能源汽车的出口竞争力表现都是备受瞩目的存在。从近年数据来看,中国新能源汽车产业在全球新能源汽车市场中所占的份额正在不断增加,出口贸易竞争力逐步增强。本研究旨在通过数据入手分析新能源汽车出口贸易的现状,全面探究影响中国新能源汽车出口竞争力的因素,并针对分析结果和存在的问题进行策略优化,从而进一步为中国新能源汽车产业的持续发展提供有力支持。

2. 我国新能源汽车出口现状分析

近年来随着全球能源危机与环境问题日益严重,新能源汽车产业作为战略性新兴产业得到了较好的发展,在出口销量市占率等方面呈现出快速增长态势,国家政策的帮扶为我国新能源汽车的进一步发展提供了良好的国内环境,我国新能源汽车出口规模得到了快速增长,国际竞争力加强,国际市场占有率逐年提升,出口结构呈现出不平衡的特点。

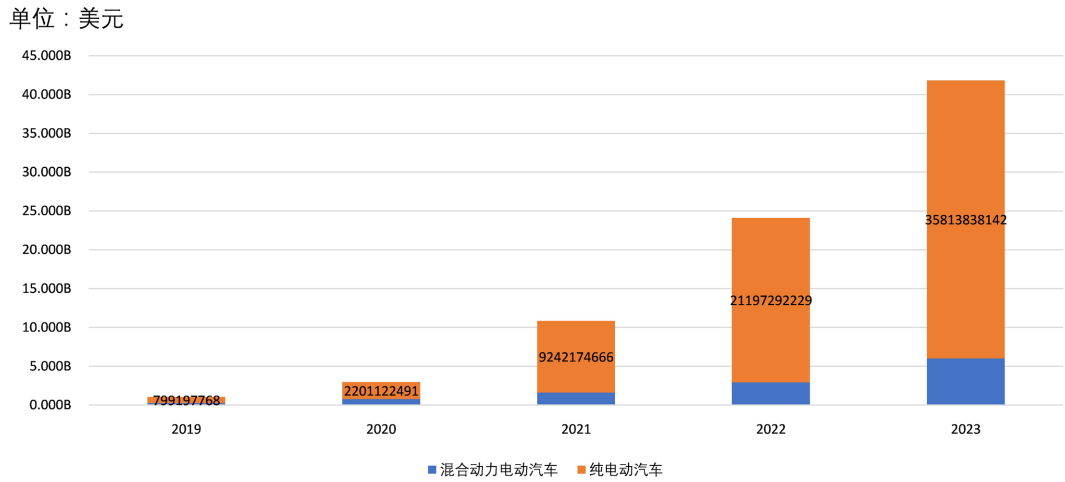
2.1. 出口竞争力攀升

全球能源危机与环境问题交织,新能源汽车产业作为战略新兴力量迎来发展契机。在政策东风吹拂下,我国新能源汽车出口规模呈井喷式增长[2]。根据表1和图1可以看出,在政策扶持和出口激励的刺激下,中国新能源汽车的出口量和出口额持续攀升,2020年出口量为7万辆,2021年跃升至31万辆,同比增长约343%;2022年达67.9万辆,增长约119%;2023年飙升至120.3万辆,增长率约77%,2024年上半年出口量亦达60.5万辆。出口额亦保持高速攀升轨迹,彰显强劲发展动力,国际市场影响力持续扩容。

Table 1. Comparison of China’s new energy vehicle export growth in recent years
表 1. 近年中国新能源汽车出口量增长情况对比

年份	出口量(万辆)	与上一年相比增长率
2020 年	7	/
2021 年	31	$(31 - 7) \div 7 \times 100\% \approx 3.43$
2022 年	67.9	$(67.9 - 31) \div 31 \times 100\% \approx 1.19$
2023 年	120.3	$(120.3 - 67.9) \div 67.9 \times 100\% \approx 0.77$
2024 年上半年	60.5	/

注：数据来源：中国汽车协会。



数据来源：艾媒咨询。

Figure 1. China’s NEV export value, 2019~2023
图 1. 2019~2023 年中国新能源汽车出口额

2.2. 出口结构不平衡

我国新能源汽车出口结构呈现显著不平衡特征。从车型维度审视，纯电动汽车出口额增长迅猛，由表 2 和表 3 可见，自 2018 年以来，中国新能源汽车快速发展，在国际市场上的竞争力不断攀升，2021~2023 年期间，出口额增长曲线陡峭上扬；相比之下，混合动力电动汽车增长平缓。从国际市场占有率细分品类来看，纯电动客车(10 座及以上)优势突出，市场占有率超 50%，在国际市场备受青睐；混合动力客车(10 座及以上)、纯电动乘用车增长势头强劲，自 2018 年起市场份额稳步拓展；而非插电式混合动力乘用车与插电式混合动力乘用车提升步伐缓慢，长期处于低位徘徊状态。与汽车出口强国德国、日本、韩国相较，我国新能源汽车国际市场占有率虽从 2018 年 0.97%攀升至 2022 年 10.17% [3]，但整体仍处于相对弱势，各品类发展失衡问题亟待解决，优化出口结构、提升综合竞争力任重道远。

Table 2. China’s international market share of new energy vehicles
表 2. 中国新能源汽车国际市场占有率

类别	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
混合动力客车(10 座及以上)/%	2.86	6.57	3.36	19.50	21.08
纯电动客车(10 座及以上)/%	37.00	43.44	56.24	51.06	50.59

续表

非插电式混合动力乘用车/%	0.03	0.05	0.08	0.12	0.28
插电式混合动力乘用车/%	1.57	3.71	3.64	3.28	5.69
纯电动乘用车/%	1.18	1.90	4.71	15.51	22.79
总计/%	0.97	1.69	2.68	5.65	10.17

注：数据来源：中国海关总署、联合国贸易数据库。

Table 3. International market share of new energy vehicles by country**表 3.** 各国新能源汽车国际市场占有率

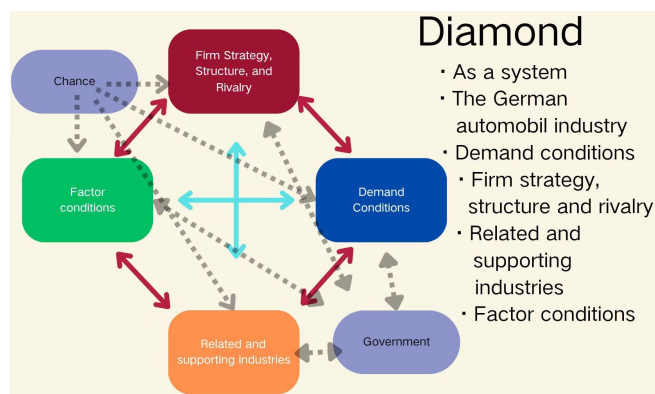
年份	中国	美国	德国	韩国	日本
2018	0.97	9.35	16.32	8.10	26.96
2019	1.69	12.12	18.43	7.39	23.88
2020	2.68	9.29	24.30	5.91	17.56
2021	5.65	6.61	29.18	6.07	12.35
2022	10.17	5.86	24.62	6.21	8.96

注：数据来源：艾媒咨询、中国海关总署。

3. 中国新能源汽车出口竞争力分析

3.1. 波特钻石模型要素分析

波特的钻石模型用于分析一个国家某种产业为什么会在国际上有较强的竞争力。波特认为，决定一个国家的某种产业竞争力的有四种本国的决定因素(country specific determinants)和两种外部力量。见图 2，四种本国的决定因素包括要素条件，需求条件，相关及支持产业，公司的战略、组织以及竞争。两种外部力量是随机事件和政府。

**Figure 2.** Illustration of the Porter diamond model**图 2.** 波特钻石模型图示

1) 生产要素：从人力资源要素来看，中国作为世界人口大国，劳动力资源充足，消费力高，改革开放后，全球汽车企业为抢占中国汽车市场在中国投资设厂，在国外先进技术的影响下，中国的汽车生产职工和技术人员得到了极大发展，成为世界上最为庞大的工程师群体，此外，中国群众的受教育程度普遍较高，学习能力强，生产工人具有高素质的特点。大量的成熟高素质的产业工人降低了我国的新能源

汽车制造的成本并提高了生产效率，形成了我国新能源汽车生产的人力资源优势[4]。在资本要素方面，我国对新能源汽车的发展提供了强力支持，通过优化信贷支持方式、提供融资支持、减税等政策来鼓励新能源汽车的发展，为中国新能源市场引入大量的资本投入。在科技方面，国家提出“十三五”规划，将新能源汽车列为重点发展对象，推动新能源汽车制造向绿色化、高端化、智能化发展。例如：比亚迪公司设立了庞大的研发团队，研发人员数量众多且不断增长，其中硕士等高层次研发人员数量增长迅速。优秀的人才团队为企业的技术创新和产品开发提供了坚实的基础。在基础设施方面比亚迪在生产设施方面投入巨大，拥有先进的生产设备和生产线，能够保证产品的高质量和高效率生产。同时，随着新能源汽车的发展，各国对新能源汽车基础建设的投入增多，各地充电基础设施的建设正在不断推进，为消费者提供了更好的使用体验，推动了比亚迪新能源汽车的销售。

2) 需求要素：全球环保和全球范围内对减少碳排放要求的提出，使得节能减排成为各国消费者选购出行工具的重要考虑因素，新能源汽车所具有的绿色智能特性符合消费者对当前汽车生产需求，随着各国新能源充电设施的完善，消费者对新能源汽车的使用顾虑逐渐减少，新能源汽车在国内外内市场的需求呈现出上升趋势。同时，随着各国政府对新能源汽车购买补贴、燃油车限购等政策的出台，降低了新能源汽车的购买价格，刺激了消费者对新能源汽车的需求。近年来，中国新能源汽车企业以国内市场为依托，不断拓展国际市场。2023 年中国新能源汽车出口额高达 418.12 亿美元，同比增长 73.35%，展现出强大的国际竞争力。其中比亚迪凭借其优质的产品线和较高的性价比，在国内市场占据了较大的市场份额[5]。目前，海外市场已成为比亚迪重要的销量来源。由图 3 所见比亚迪产品已经进入欧洲、美洲、亚洲等多个国家和地区，尤其是在欧洲市场，其新能源乘用车业务已覆盖了 19 个欧洲国家及地区，并且获得了市场的认可。



数据来源：创中国汽车历史，比亚迪构造全球新能源版图：<https://www.xincheping.com/news/95002.html>

Figure 3. BYD's global operating footprint of new energy vehicles

图 3. 比亚迪新能源汽车全球运营足迹

3) 相关及支持产业：电池产业，充电设施产业、软件与智能网联产业不断发展为新能源汽车的发展添翼[6]。电池作为新能源汽车的核心部件，电池产业的发展水平对新能源汽车的性能和续航里程有直接影响，宁德时代、LG 化学等电池巨头，为众多新能源汽车企业提供高性能的电池产品，推动新能源汽车安全性和续航里程的提升。充电桩、换电站等新能源基础设施的建设和完善是新能源汽车产业发展的重要支撑，国家电网等国企参与充电桩基建，发展运营特来电等专业充电设施，快充技术逐渐普及，能有

效缩短充电时间，提高新能源汽车的使用便利性。相关软件和智能网联产业的发展，为新能源汽车提供了差异化竞争的优势，新能源汽车可以依赖相关软件实现车辆控制、自动驾驶、智能交互，汽车企业与百度、谷歌等在自动驾驶软件方面有研发的科技公司合作，提升新能源汽车的智能化水平，为消费者提供个性化服务。例如：比亚迪在产业链上游进行了深度布局，通过投资入股等方式加强了对磷酸铁锂等原材料的议价权，保障了新能源汽车所需的锂、钴等关键矿产资源的供应。同时推进发展半导体技术使其在关键零部件的供应上更具自主性；在智能化个性化方面，比亚迪与璇玑架构、易四方技术平台、e平台 3.0、云辇等一系列技术平台合作，构建整车智能；在销售和售后服务方面，比亚迪拥有完善的分销网络和销售渠道。在国内，经销商渠道众多，门店形式多样，覆盖了不同层级的城市 and 地区，能够为消费者提供便捷的购车和售后服务。新能源汽车的发展需要充电设施、智能交通等产业的协同，比亚迪积极与相关企业合作，推动其汽车充电设施的建设和智能交通系统的发展，为新能源汽车的普及创造了更好的条件。

4) 企业战略、结构与同业竞争：为顺应市场发展大趋势，传统车企纷纷制定新能源汽车发展战略，加大在该领域的投资和研发力度，逐步向电动化转型。同时，一些新兴的新能源汽车企业则以创新的商业模式和技术路线切入市场。例如，大众汽车集团提出了大规模电动化战略，计划在未来几年内推出大量新能源汽车车型；特斯拉则以其高端纯电路线和直营模式迅速崛起。比亚迪坚持“技术为王，创新为本”的宗旨，不断加大对新能源汽车技术的研发投入，推出多款高竞争力的产品[7]。同时，通过构建多品牌矩阵，覆盖不同的目标市场，解决了消费者对新能源汽车需求多样化问题。提高了生产效率和产品质量。比亚迪在竞争中通过技术创新和成本控制来提升自身的产品质量和服务水平，使其在市场上具有较强的竞争力。其中，比亚迪推出的刀片电池技术，不仅提高了比亚迪汽车的安全性和续航里程，还降低了成本，为比亚迪的同业竞争提供了优势。新能源汽车企业在组织架构上更加注重研发和创新部门的建设，同时在供应链管理 and 营销模式上也有新的探索。一些企业采用轻资产模式，专注于研发和设计，而将生产环节外包。例如，蔚来汽车采用代工生产和自建工厂相结合的方式，注重用户服务体验，建立了独特的企业结构和运营模式。新能源汽车市场竞争激烈，企业之间围绕技术、价格、品牌、服务等方面展开竞争。这种竞争促使企业不断提升产品质量和性能，降低成本，推动整个产业的发展[8]。比亚迪、特斯拉、蔚来、小鹏等国内外车企在全球市场上相互竞争，不断推出新车型和新技术，满足消费者需求。

5) 政府政策：见表 4 为支持新能源汽车发展，各国政府出台了一系列对新能源汽车的补贴、税收优惠、排放标准的优待政策。同时，政府也在积极制定充电设施建设规划等相关政策，发展新能源汽车相关支持行业。各国政府对新能源汽车产业的政策力度不同，但总体上都朝着鼓励发展的方向[9]。例如，中国政府持续出台补贴政策和双积分政策，推动车企生产新能源汽车，出台的以旧换新补贴、免征购置税等新能源扶持政策为比亚迪等国内汽车的发展提供了良好的政策环境。随着全球环境的日益突出和科技的不断进步，自动驾驶技术、智能网联技术等的发展使得新能源汽车产业迎来了更多的市场机遇，也为国内新能源企业提供了更多的发展机会。

Table 4. Supporting policies for new energy vehicles in various countries
表 4. 各国新能源汽车扶持政策

国家	支持政策
中国	2020 年 4 月将新能源汽车推广应用补贴政策实施期限延长至 2022 年底。 2020 年全年计划投资 100 亿元左右，新增公共桩 20 万个左右，新增私人桩将超过 40 万个，公共充电站要超过 4.8 万座。《新能源汽车产业发展规划》指出到 2025 年新能源汽车新车销售量要达到汽车新车销售总量的 20%左右。 2020 年 12 月签署的中欧投资协定，重点提出将在新能源汽车领域展开合作。

续表

韩国	2019 年宣布次年投入 7382 亿韩元补贴电动汽车和充电基础设施建设,投入 3593 亿韩元给燃料电池汽车和加氢站建设。 《2030 未来汽车产业发展战略》显示,到 2030 年韩国电动汽车充电站的数量将从 5427 个增加到 1.5 万个。 大力提升内需:出台了部分企业实行环保汽车购入目标制,2021 年公务用车要求全部更换为新能源车等政策。
欧盟	2020 年计划建立全欧盟清洁汽车采购机制,两年预期要达到 200 亿欧元;规划 400 亿至 600 亿欧元清洁汽车投资动力系统方向;计划对充电系统的投资翻倍,用于在 2025 年前建设 200 万个公用充电桩;计划对零排放车型免征增值税。 德、法、荷兰等国家大幅度加大对新能源汽车现金补贴力度,同时对私人住宅和针对公共区域的充电桩安装进行补贴。欧盟多数国家明确提出未来将禁售燃油车。截至日期为 2030~2040 年不等。 对汽车 CO₂ 减排及尾气排放立法做出严格要求,乘用车新车平均 CO₂ 排放 2025 年要比 2021 年减少 15%,2030 年 2021 年减少 37.5%。
英国	2020 年英国政府计划将停止传统燃油车新车销售的时间由 2040 年提前到 2035 年,到 2050 年,争取全部在用乘用车和厢式轻型货车均为 0 排放汽车。 加大新能源车普及力度,对置换新能源汽车的补贴提高至最高 6000 英镑,加大税收优惠和超低排放区豁免等优惠政策。
日本	提出“氢能社会”的国家发展总体思路,将氢能源定位为核心二次能源,新版《氢能及燃料电池战略路线图》指出,到 2025 年燃料电池汽车将达到 20 万辆,2030 年达到 80 万辆。到 2030,电动汽车市场渗透率计划达到 20%~30%。 提出在 2030 年实现混动、电动和混插汽车销售市场占比 70%的政策目标。并力争到 2025 年,电动货车和电动公交车在新车中的销量占比达 8.6%。
美国	拜登政府上台后,支持重回巴黎协定,并且设定了 2050 年“净零排放”的目标。 2020 年 6 月发布 4940 亿美元投资美国环境和地面运输新愿景(INVEST)法案。 2020 年 9 月加州州长签署了一项法令,旨在 2035 年之前,在该州新车市场上全面禁售汽油和柴油乘用车。此外,加州规划到 2025 年,新能源汽车销售达 150 万辆以上,占有 15%以上的市场份额。

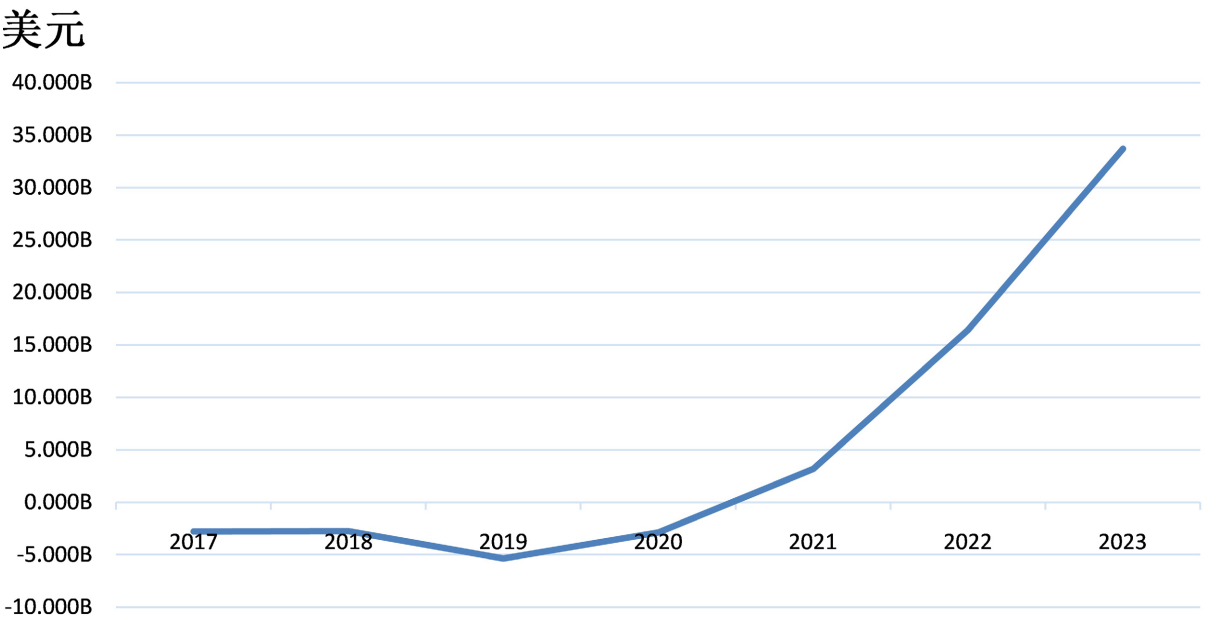
6) 机会:技术突破(如固态电池技术)、新市场的开放(如共享出行市场对新能源汽车的需求)、环保标准的提高等都为新能源汽车产业带来机遇。这些机遇促使企业加快创新和市场拓展的步伐。新能源汽车的环保节能特性可以为共享汽车平台减少运营成本,共享汽车平台的汽车采购需求高,在未来可能成为新能源汽车的重要销售渠道[10]。

3.2. 新能源汽车贸易竞争优势指数(TC 指数)分析

TC 指数也叫贸易专业化系数,是衡量一个国家或地区特定产品在国际贸易中比较优势和竞争力的重要指标,该指标可以直观地体现一国某种产品在国际市场上的出口竞争力。该公式为:

$$TC = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

其中: X_{ij} 为中国新能源汽车的出口额; M_{ij} 为中国新能源汽车的进口额; $X_{ij} - M_{ij}$ 为中国新能源汽车的净出口额; $X_{ij} + M_{ij}$ 为中国新能源汽车的进出口总额。用 TC 指数来衡量中国新能源产业的贸易竞争力。若 TC 指数大于零,则中国新能源汽车产业在国际市场中处于优势地位,竞争力较强;若 TC 指数小于零,则说明中国新能源汽车产业在国际市场中处于劣势地位,竞争力相对较弱。



数据来源：艾媒咨询 <https://xueqiu.com/1796693497/305714565>

Figure 4. China’s import and export trade surplus for new energy vehicles from 2017 to 2023

图 4. 2017~2023 中国新能源汽车进出口贸易顺差

见图 4，自 2019 年以来，我国的新能源汽车进出口贸易顺差稳步增加，截至 2023 年中国新能源汽车贸易顺差已高达 336.97 亿美元，这表明中国新能源汽车产业在国际市场上具有较强的竞争力。

Table 5. TC index judging criteria

表 5. TC 指数判断标准

TC 取值范围	竞争力强弱
$-1 < TC < -0.6$	国际竞争劣势极大
$-0.6 < TC < -0.3$	国际竞争劣势较大
$-0.3 < TC < 0$	微弱国际竞争劣势
$0 < TC < 0.3$	微弱国际竞争优势
$0.3 < TC < 0.6$	国际竞争优势较大
$0.6 < TC < 1$	国际竞争优势极大

Table 6. TC index by country

表 6. 各国 TC 指数

年份	中国	美国	德国	韩国	日本
2017	-0.815	-0.277	0.489	0.642	0.942
2018	-0.728	-0.259	0.597	0.613	0.945
2019	-0.661	-0.051	0.471	0.638	0.964
2020	-0.009	-0.051	0.330	0.389	0.902
2021	0.173	-0.209	0.391	0.337	0.835
2022	0.218	-0.252	0.385	0.401	0.789

由计算可见(表 5、表 6)，2017~2022 年间我国新能源汽车产业的 TC 指数不断提升，从 2017 年的国际竞争劣势极大到如今取得的微弱国际竞争优势，中国新能源汽车持续发展，但与德国、韩国、日本相比竞争力较弱，与美国相比略占优势，总体保持上升态势但国际竞争力还较弱。

4. 中国新能源汽车出口面临的挑战

4.1. 贸易保护主义影响

贸易保护主义会对我国新能源汽车出口造成严重阻碍，一些西方国家认为我国的经济制度是“非市场经济”，借此对我国实行反倾销、反补贴的调查，我国已经成为国际市场中接受反倾销调查最多的国家，第十次中欧经贸高层对话结束后 10 天，欧盟委员会决定对来自中国的纯电动载人汽车进行反补贴调查，严重影响了我国新能源汽车在欧盟的出口业务。国际贸易保护形式由关税转到非关税逐渐向隐蔽性、多样性发展，各种形式的贸易保护主义对我国新能源汽车的顺利出口都将会是一大阻碍，这些针对中国的贸易保护主义，限制了我国对外出口企业的发展，提高了我国出口的成本，提高了我国商品在国际上的定价，降低了我国产品在国际市场上的竞争力。以欧盟对我国新能源汽车的反补贴调查为例，这一贸易保护措施会使我国新能源汽车的出口成本提高，而价格作为影响销量的主要因素，价格的提升会让我国新能源汽车在欧盟市场的竞争力下降，一些资金不足的企业因为成本的提高可能退出市场，导致出口量下降，对我国新能源汽车全球供应链的建设和发展产生了巨大的负面影响[8]。此外，欧盟对我国的贸易保护主义可能引发其他国家的效仿，进一步加剧我国新能源汽车出口的困境。例如，美国也在考虑对中国新能源汽车采取类似行动。美国积极推进“印太经济框架”，并先后颁布《芯片与科学法案》和《通胀削减法》，强化发展美国制造业并加强对全球芯片、电池等产业链供应链的把控，这对我国新能源汽车出口美国市场也带来了巨大挑战。

4.2. 技术与质量挑战

与发达国家同行相比，我国新能源汽车技术短板明显。电池续航、智能网联技术距特斯拉等行业翘楚尚有差距，无人驾驶、轻量化、智能化发展滞后[11]。目前，我国新能源汽车产业的产业链建设和相应的运营还不成熟，虽然从上游原料生产到下游新能源汽车的制造、运营等环节已经实现了从无到有的过程，但受到补贴下降、政策调整等多种因素的叠加影响，国内新能源汽车产业链的上中下游都需要不断调整。整个新能源汽车行业在产业链上缺乏国际龙头企业的带动作用，一些处于二三梯队企业无法找准市场定位，动力电池产业链上下游企业面临着质量和安全问题。

其次，由于各国对进口新能源汽车的贸易政策和技术要求不同，导致我国新能源汽车在出口过程中面临认证壁垒[12]。我国现在还没有真正完整统一的技术标准体系出台，在一定程度上导致了市场的混乱，而一些车企质量认证标准又很难符合国际标准，从而造成新能源汽车行业的滞后，一定程度上影响了中国新能源汽车占据国际市场的步伐。例如，欧洲国家对新能源汽车的环保、安全等方面要求较高，而我国新能源汽车在某些方面可能难以达到其要求。随着特斯拉开始在电动汽车技术上进行大胆的尝试和创新，设计出了高效的电动车电池和电机系统，推出了拥有长续航里程的电动汽车，并致力于开发自动驾驶技术，通过使用激光雷达、相机、超声波和红外线传感器等技术，实现了自动驾驶的辅助功能，特斯拉的创新得到了市场的高度认可，推动了电动汽车市场的快速发展，促使新能源汽车的国际竞争焦点从传统的电动化逐步向智能化，自动驾驶、人工智能以及 5G 车联网等前沿技术发展，但美国等国家为限制中国高科技领域的发展提出了各种限制措施并有逐年加强的趋势，给我国新能源汽车出口带来了技术挑战。

5. 新能源汽车发展策略优化

5.1. 政府政策策略

1) 提高国际话语权，参与国际规则的制定。作为 WTO 成员国之一，我国需要积极保护我国企业的合法权益，发挥常驻理事国的权力和作用，积极参与国际贸易标准和规则的制定与修改，提高我国国际话语权的同时，促进贸易规则的公平公正，抵制他国针对我国的贸易保护主义。加强与国际标准化组织的合作，在新能源汽车技术标准、安全标准、环保标准等方面提出中国方案，提升自身实力，鼓励企业采用国际标准进行生产和管理，提高产品质量和国际竞争力[13]。

2) 提供局部政策优待，扶持龙头企业发展。为鼓励国内新能源汽车企业发展，减少国外贸易保护主义对国内新能源企业发展的影响，政府应给予新能源汽车出口产业一些政策优待，发展扶持国内龙头企业，帮助企业完善新能源汽车产业发展规划，明确产业发展方向和重点领域。价格是出口竞争力的主要影响因素，目前中国政府已经减少了对新能源汽车行业的补贴，再加之出口成本不断提高，我国新能源汽车的价格在国际市场上的竞争优势大幅下降，为降低企业出口成本，提高产品在国际市场上的价格竞争力，政府应针对出口企业制定专项补贴政策，对出口新能源汽车的企业给予运输补贴、市场开拓补贴，对新能源汽车出口企业实行所得税减免、增值税退税等政策以保证我国企业在国际市场上的价格竞争力。

3) 加快完善基础设施建设。加大国内充电桩、换电站等基础设施建设力度，为新能源汽车的生产和使用提供便利，降低企业的运营成本，提高产品的使用便利性。与主要出口市场国家合作建设跨境充电设施网络，为新能源汽车的国际销售和使用创造条件，消除消费者的后顾之忧。

4) 提供金融与服务支持。鼓励金融机构为新能源汽车出口企业提供融资支持，如出口信贷、融资租赁等，解决企业的资金难题。建立完善的新能源汽车出口服务体系，为企业提供信息咨询、市场推广、售后服务等一站式服务，帮助企业拓展国际市场[14]。

5.2. 企业发展策略

1) 加大创新投入，攻克关键技术：面对与发达国家的技术差距，国内企业应加大技术投入，提高企业创新能力。加强与高校、科研机构的合作，围绕新能源汽车电池技术、自动驾驶技术、智能网联技术等关键技术开展研发，在与高校和其他机构的合作中培养引进技术人才，为企业推进高素质高科技研发打好人才基础。

2) 优化全球供应链，降低生产成本：加强与供应商的合作，建立稳定的供应链体系，确保零部件的供应稳定和质量可靠。同时，优化供应链流程，降低采购成本和物流成本。通过提高生产效率、优化生产工艺、降低原材料消耗等方式，降低生产成本，提高产品的价格竞争力。

3) 讲好品牌故事，提供优质服务：通过参加国际车展、冠名国际比赛等方式提高品牌知名度和美誉度，挖掘品牌特色，讲好品牌故事，向国际市场展示中国新能源汽车的技术实力和产品优势。建立完善的售后服务体系，提高售后服务质量，在海外市场建立完善的售后服务网络，提供及时、高效、优质的售后服务。培训专业的售后服务人员，提高服务水平和响应速度，为消费者提供快速、优质的售后服务，提高消费者的购车满意度。

4) 开发区域化产品，加强国际合作：采取多元化的市场策略，在巩固传统出口市场的同时积极开拓新兴市场，针对不同市场的需求特点，进行产品区域化开发，推出适合当地路况和气候条件的新能源汽车产品。加强国际合作，与国际新能源汽车龙头企业和相关研究机构开展学习合作，共同推动新能源汽车技术的发展和运用。通过合作，学习其他企业的先进技术和管理经验，提高自身的竞争力[15]。

5) 调整市场策略，建设海外工厂：企业在拓展不同市场时采取了多种策略。首先，针对不同市场的

需求特点,进行产品定制化。对出口到高寒国家的新能源汽车进行车身镀锌、电池高抗寒设计,对出口到高海拔地区的新能源汽车,提高汽车的车辆功率以减少高海拔对动力的影响。对海外工厂建设进行合理的经销商布局规划,以发达地区为主辐射偏远区域,并逐步建立培训和配件中心,提升海外服务质量。

6) 降低市场依赖,拓展新兴市场:随着世界格局不断向多极化发展,一些新兴发展中国家的经济得到了快速发展,对新能源汽车的需求不断增加。企业要抓住机会,加强与新兴市场国家的合作,加快在新兴市场的工厂建设,开拓多元化的国际市场,降低对单一市场的依赖。

6. 结语

总的来说,随着国家和企业的不断努力,中国新能源汽车国际竞争力日益提升,但在国际市场中的优势地位并不明显,全球产业链构建并不完善,针对面临的贸易保护主义和高科技转型壁垒,政府需要积极调整策略,在国际上提升国家话语权,积极参与国际规则和标准的制定,抵制西方国家对我国新能源汽车的恶意限制,在国内政府要新能源汽车出口企业施行相应的补贴策略,扶持龙头企业发展,帮助新能源企业找好其在国际市场上的定位。与此同时,企业也需重视人才引进,完善企业运营和布局策略,克服技术壁垒,积极创新抓住市场发展机遇,推动我国新能源汽车产业的持续健康发展。

参考文献

- [1] 孙娟. 中国新能源汽车国际竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 对外经济贸易大学, 2016.
- [2] 王成栋, 邹玉艳, 陈忆. 《2023 动力电池产业发展(宜宾)指数》发布[N]. 宜宾日报, 2023-06-10(A2).
- [3] 白雨晴, 吴雷, 王丽丽, 等. 我国新能源汽车出口贸易现状、问题及发展战略探析[J]. 甘肃科技纵横, 2021, 50(1): 77-79.
- [4] 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.
- [5] 介颖. 浅析新形势下我国汽车出口贸易发展: 以比亚迪汽车为例[J]. 全国流通经济, 2023(12): 40-43.
- [6] 高运胜, 金添阳. 新形势下中国新能源汽车国际竞争力分析[J]. 国际经济合作, 2021(4): 65-76.
- [7] 孙媛. 我国新能源汽车出口现状、机遇与挑战[J]. 对外经贸实务, 2022(3): 56-59+77.
- [8] 公丕明. 中国新能源汽车产业国际竞争力: 影响因素、特征表现与提升路径[J]. 现代管理科学, 2022(4): 63-72.
- [9] 李方生, 赵世佳, 胡友波. 我国新能源汽车产业国际化发展的关键问题与对策建议[J]. 科学管理研究, 2021, 39(5): 72-78.
- [10] 周武英, 秦天弘. 全球汽车业新能源变局加速[N]. 经济参考报, 2021-09-03(7).
- [11] 余蕊, 崔璐. 我国新能源汽车核心技术仍存短板[N]. 经济参考报, 2021-08-06(A7).
- [12] 王东升. 我国新能源汽车国际化发展战略研究[J]. 汽车文摘, 2022(3): 34-43.
- [13] 时希杰, 李肖. 我国新能源汽车出口频遭贸易壁垒的原因分析及应对建议[J]. 中国经贸导刊, 2024(9): 51-53.
- [14] 王亚楠. 我国新能源汽车参与国际市场竞争的挑战与路径探析[J]. 对外经贸实务, 2022(4): 58-62.
- [15] 刘卓, 周利梅. 我国新能源汽车海外市场拓展提升策略研究[J]. 对外经贸实务, 2023(4): 30-35.