

2022年首月出口同比增长近9成

## 中国汽车军团出海“角力”欧洲市场

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

在应对疫情和“缺芯”等多重考验之下，中国汽车出口的增长势头仍旧迅猛。

根据中国汽车工业协会日前发布的统计数据，2022年1月，我国汽车企业出口23.1万辆，环比增长3.8%，同比增长87.7%。其中，新能源汽车出口增长贡献度为43.7%。

而在中国汽车军团海外征程的版图中，欧洲正成为各家车企争相布局的重点区域。2月17日，上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”，600104.SH）宣布2022年将全面发力欧洲市场，自主品牌MG和MAXUS在欧销量预计达到12万辆。

同样是在2月17日，东风汽车

集团有限公司（以下简称“东风公司”）旗下的岚图汽车也宣布正式进军欧洲市场，首站将登陆挪威，成为新能源汽车“国家队”首个出海品牌。

据《中国经营报》记者不完全统计，除了上汽集团和东风公司等主流车企外，国内造车新势力中的蔚来汽车、爱驰汽车和小鹏汽车等也将触角伸至海外，其中多数将位于欧洲的首发站作为试水出口海外市场的出发点。

在盘古智库高级研究员江瀚看来，中国新能源汽车最大的特点是市场竞争力正逐渐增强，竞争优势也日益明显。“中国车企组团进入欧洲市场，既代表中国汽车制造体系日益完善，也表明中国市场的市场竞争力正逐渐增强。”

### 反向出口欧洲

作为国内汽车行业的龙头企业，上汽集团正成为中国汽车军团出海的典型代表之一。

在现代汽车工业发展的百余年间，欧洲作为汽车的起源地，在全球汽车市场中始终保持举足轻重的地位。

在国内市场迅猛发展的同时，中国汽车军团也开始纷纷进军海外市场，且均将出口海外的主攻方向瞄准欧洲市场。“海外每卖出3辆中国汽车，就有1辆是上汽制造。”作为国内汽车行业的龙头企业，上汽集团正成为中国汽车军团出海的典型代表之一。

记者注意到，2021年，上汽集团海外销量已连续6年位居国内车企首位。尤其是在欧洲市场，上汽集团旗下自主品牌MG和MAXUS在英国、法国、德国和瑞典等发达国家的销量达7.3万辆，其中新能源汽车销量超过4万辆，营销服务网点超过800个。

据了解，面对销售火爆的欧洲新能源汽车市场，上汽集团今年将推出“全球车”MG EH32等新能源汽车产品，计划将营销服务网点扩充至1200个，同时加快推动“欧洲攻略”，建成首个“10万辆级”的海外区域市场。

“MG EH 32是为欧洲市场量身定做的一款全新电动车，车长约4.2-4.3米，采用整车架构打造，这也是上汽集团第一次在海外产品中应用最新架构。”上汽集团总裁助理、上汽集团国际业务部总经理、上汽国际总经理余德表示，上汽集团今年还会有多款新车在欧洲上市，未来几年在欧洲市场的投放力度会逐步加大。

而在上汽集团宣布加快推动“欧洲战略”的当天，岚图汽车宣布正式进军欧洲市场，首站将登陆挪威。据了解，2022年6月，岚图FREE将于挪威首发亮相，正式交付预计在2022年第四季度，首个岚图海外旗舰店将在挪威首都奥斯陆市中心开业。

岚图汽车CEO卢放表示：“岚图FREE出口挪威，是岚图汽车进军海外市场的第一步。之后，岚图汽车还将陆续进入欧洲其他国家，并逐步丰富在海外的产品布局，凭借创新技术与服务体验，满足并引领欧洲消费者对高品质智能电动出行的需求。”

### 抢占市场先机

现在进入欧洲市场，正赶上最好的窗口期，可以借机在海外市场打造中国汽车品牌。

数据显示，2021年，我国新能源汽车完成销售352.1万辆，同比增长1.6倍，连续7年位居全球第一。

“随着电气化需求的增长，欧洲新能源汽车市场与国内有点接近，销量每年大概增长20%左右，增长速度也很快。与中国类似，整个欧洲国家也都在拓展新能源汽车市场，与括BEV（Battery Electric Vehicle，纯电动汽车）车型。”上汽国际欧洲公司副总经理刘新宇表示。

岚图汽车相关负责人亦表示：“欧洲有着全世界最成熟的电动车市场，且市场发展迅速，欧洲电动汽车的全年渗透率已接近20%。现在进入欧洲市场，正赶上最好的窗口期，可以借机在海外市场打造中国汽车品牌。”

国内多家造车新势力同样看重在欧洲市场的布局。记者注意到，2020年9月，第一批小鹏汽车发往挪威；2021年5月6日，蔚来汽车也发布了挪威战略，开始正式进军海外市场。

### 因地制宜布局

除了要面对传统的法规之外，更核心的是要加强对国内外市场不同的认知和理解。

事实上，欧洲汽车市场的准入标准素来以严苛著称。这意味着，销往欧洲国家的汽车产品都需经过严格的审核认证。

“在安全方面，欧洲近期出台了大量的、具有全球引领性的要求和标准，比如侧面的柱撞，在国内的非全球化车型生产制造中，是不会去设计和考虑这些要求的。”上汽集团数据业务部副总经理、上汽乘用车首席数字官张亮说道。

在江瀚看来，对于进军欧洲市场的国内车企来说，除了要面对传统的法规之外，更核心的是要加强对国内外市场不同的认知和理解。“在市场渠道的布设、面

向消费者的宣传，尤其是售后服务方面，需要做的事情还非常多，需要成体系、全链条输出。”

在经销商合作模式方面，刘新宇介绍：“我们会根据各个国家的情况进行相应部署。有一些国家相对来说比较小，可能采用总代的模式；有些国家相对较大，可能考虑直销以及经销商加盟模式，每一种运营模式都是根据当地市场和消费者情况决定的。”

据了解，上汽欧洲公司总部设立在荷兰阿姆斯特丹，但为了更好地服务欧洲市场，该公司还在法国、德国、意大利、西班牙和葡萄牙设立了5家子公司。目前，

记者是在采访中了解到，挪威曾一度成为全球第三大新能源汽



上汽集团旗下自主品牌MG在欧洲市场开设的门店。

本报资料室/图

车市场，也是全球首个全年电动汽车销量超过燃油车的“清洁国家”，并将在2025年禁售燃油车。2021年，挪威新车销量增长25%，达到创纪录的176276辆，其中65%为纯电动车，这一比例高于2020年的54%。

“挪威是EFTA国家，而非欧盟国家。正因其早些年出台的、包括免征增值税在内的新能源汽车刺激政策，使得该国新能源汽车市场渗透率在所有欧洲国家里处于领先地位。”爱驰汽车相关负责人表示，“与此同时，我们更应该看到德国、法国和荷兰等

欧洲主流市场的动向，这些国家仍处在新能源汽车的导入上升期，市场潜力巨大，未来的增长也很可观。”

而在北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔看来：“中国车企现在进军欧洲市场，一方面，一些造车新势力的国际品牌知名度还有待提高；另一方面，一般情况下，车企出口海外需要在本国内有一定的市场基础，但现在造车新势力还没形成规模经济效益，在国内市场的销量也不高，如果在国外市场的销量也低就很难实现盈利。”

行驶5万公里 二手车车价难抵10%

## 实探成都二手车市场 新能源二手车数月难脱手

本报记者 尹丽梅 董海华  
北京 成都报道

“现在市场上新能源二手车的流动性很少，基本上以燃油车为主，新能源二手车流动量大的话还得等5~6年时间。”一位二手车商在接受《中国经营报》记者采访时表示。

资料显示，国内新能源二手车仍然有较长的路要走。近日，记者调查发现，与二手车整体市场以及新能源新车市场的爆发式增长形成强烈反差的是，新能源二手车仍然游离在主流市场之外，出现无人

问津的冷清局面。

连日来，记者走访成都二手车市场观察到，全国第二大二手车交易市场——宏盟二手车交易市场以及锦和汽车商业中心均难以见到电动二手车的身影。在占地面积达到200亩的宏盟二手车交易市场，记者只见到了一辆理想电动汽车在售。而在锦和汽车商业中心，记者也仅看到一辆小鹏P7电动车在卖场展出。

与此同时，记者在花乡二手车官网上看到，目前市场在售车辆共9339辆，但纯电动汽车仅有43辆，涵盖特斯拉、宝马、比亚迪、北汽新

能源、江淮汽车等品牌。

“来买电动二手车的消费者很少，我们基本上也不愿意主动收电动车，利润不大，收的话也只是收热销车型，并且车龄在1年~2年的准新车，但准新车也不会大规模地收。那些开了2年~3年的电动车不值钱，我们基本上不碰。而且，对于电动车，我们一般来说只求快速售出，担心会砸在手里。收一辆电动汽车几个月卖不出去，压手里就要赔钱。”近日，一位二手车经销商对记者如是说道。

市场是最灵敏的手。上述二手车商的想法在行业内较为普遍，

实际上多位二手车商在接受记者采访时均表示，不会主动回购二手新能源车。新能源车为何成为“烫手山芋”？一位不愿具名的资深汽车行业分析师告诉记者，“电动汽车不保值”几乎是行业共识，对于二手车商而言，回收新能源车风险指数较高。而除了低保值率外，新能源车二手车还无法再享受各大汽车品牌官方提供的包括终身免费质保、终身免费道路救援、终身免费车联网服务等首任车主福利。而且，新能源车本身存在里程焦虑。这使新能源车在终端市场“遇冷”。

### 新能源二手车之困何解？

此前，本报记者采访了解到，虽然消费者对新能源二手车的反应不一，但以特斯拉为代表的部分高端新能源二手车交易持续升温。与此同时，记者了解到，目前车企已经开始采取保值回购措施、开展官方二手车业务等举措为新能源汽车“托底”。

作为行业龙头，特斯拉方面早在2015年就在中国市场披露保值回购方案，只要车主以贷款方式购入特斯拉Model S，贷款额度占车价60%以上，并且三年内行驶里程少于6万公里，即可享受特斯拉官方三年五折回购。

而近些年来，包括吉利汽车（00175.HK）旗下纯电动车品牌“几何”、广汽集团（601238.SH）子品牌埃安、奥迪、长城欧拉、威马汽车、蔚来汽车（NYSE:NIO）等车企亦已开启保值率之战。

其中，2021年初，蔚来汽车发布了官方二手车业务体系。关于二手车业务，蔚来汽车方面希望做好三件事：保证收购价平稳、做好二手车服务，进而保证新车价格体系稳定。围绕二手车用户以及增换购用户，蔚来设置了详细的服务条款。蔚来汽车总裁秦力洪曾表示，“我们要保证自己的车，在二手车价格方面不低于燃油豪华车的价格。如果达不到，我们蔚来出钱兜底。”

与此同时，有车企尝试以车电分离模式解决二手车保值率问题。有多位受访人士告诉记者，就新能源汽车而言，车身和电池寿命不同，车身的寿命至少15年，而电池的寿命一般为8年，电池损耗较大是新能源车二

车保值率低的重要原因之一。“一辆电动车，电池能占到整车价值的四分之一到三分之一，因此电池的衰减也成为了最关心的问题。”而若采取车电分离模式，新能源二手车因动力电池而产生的贬值问题多了一条解决方案。据悉，目前包括蔚来汽车、北汽、宁德时代等车企和动力电池企业已分别推出了相应的换电产品和解决方案。

除了车企等上下游企业在行动，行业协会、相关部门亦在发挥自身的作用。

2021年7月，中国汽车流通协会发布了国内首个行业性的《二手纯电动乘用车鉴定评估技术规范》。2021年9月，工信部等五部委联合发布了《新能源汽车动力电池梯次利用管理办法》，解决电池高效回收、健康状况快速评估等问题。2021年11月，国务院发布了《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，指出要加强动力电池余能检测、残值评估、重组利用、安全管理等技术研发。与此同时，据了解，汽车行业已开始摸索建立电池容量衰减的评测体系，这将直接与二手车保值率挂钩。整体来看，新能源二手车市场正在朝着越来越规范的方向发展。

“虽然目前新能源二手车存在瓶颈，但从长远来看，随着政策的逐步完善，新能源汽车保有量的逐步提升，动力电池技术的不断提高，新能源二手车保值率低的问题有望得到缓解，新能源二手车的蛋糕将越来越大。”前述资深汽车行业分析师告诉记者。

行驶5万公里 二手新能源车车价难抵10%

2022年是新能源汽车享受财政补贴的最后一年。这意味着，从2023年开始，新能源汽车就要与燃油车正面竞争。然而，在二手车市场，新能源汽车不仅难以与燃油车匹敌，甚至面临无人问津的尴尬。

“我们一般不主动收二手车，收的话也只收那些只跑了几个月、一万公里左右的准新车，同时要热销新能源车型。我们店里就一台新能源车——小鹏P7，我们收小鹏P7主要是因为那个时候小鹏P7新车没现货。现在基本没有什么人愿意卖新能源二手车，新能源二手车利润不高，市场需求也少。”成都市一位二手车商对记者表示。

“现在市场上新能源二手车的

流动性很少，基本上以燃油车为主，新能源二手车流动量大的话还得等5年~6年时间。”上述成都市二手车商告诉记者，阻碍新能源车市场繁荣的另一大原因是保值率不高，“新能源二手车残值率比较低，第一年就直接打七折到六折，第二年比燃油车大概低20%左右”。

据央视新闻此前报道，一辆2016年10万元购买的新能源汽车，在行驶了5万公里后，即使没有任何事故的情况下，在二手车市场也难以超过原车价10%的价格出售。

中国汽车流通协会公布的数据显示，2021年11月，实际成交三年车龄的二手电动车保值率为0.41，即三年打了四折。作为行业

龙头，特斯拉（NASDAQ:TSLA）电动车最保值，但其三年二手车保值率也只有0.62，奔驰、宝马燃油车保值率分别为0.79和0.74，雷克萨斯燃油车则达到0.899。显而易见，新能源车与传统燃油车在保值率方面仍然有着明显的差距。

新能源车在终端市场不受待见是多种因素交互作用的。汽车之家副总裁兼二手车事业部总经理井文兵此前在一场论坛上曾对记者表示：“从二手车商的角度来看，整体而言，现在全国超过10万家的二手车商，其中涉足新能源车交易的不超过15%，其中专营新能源车二手车的商更是屈指可数，全国只有60家。由此可以看出，广大的二手

车商对于经营新能源车二手车，还是心里打鼓的。”

据井文兵观察，二手车商对新能源车二手车主要存在以下顾虑：首先，新能源车新车的售价波动大；其次，新能源车更新迭代快，新老车型差距大；此外，新能源车电池的价格成本，占了整个车价构成的很大一部分，但是电池的评估鉴定标准仍然是不透明、不清晰、不普及的。所以，上述原因使得广大的二手车商普遍对经营新能源车二手车缺乏盈利信心。

此外，记者了解到，由于许多车企给出的免费安装充电桩、电池质保或三年免费换电池的优惠政策只针对首任车主，二手车主无法享受相关政策，这使得新能源车二手车成为一块“烫手山芋”。