

抢抓“一带一路”高质量发展机遇 “中国造”汽车加速驶向全球

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

在“一带一路”倡议提出10周年之际，中国汽车工业走出去的战略步伐越来越快，国内的诸多车企纷纷加码在海外市场的布局，并取得了不俗的成绩。

中国汽车工业协会数据显示，2022年，我国汽车出口达311.1万辆，同比增长54.4%。2023年第一季度，国内汽车企业出口99.4万辆，同比增长70.6%。

不久前，上汽集团股份公司副总经理张鹏在接受《中国经营报》等媒体记者采访时表示，“从

龙头车企海外布局提速

2022年，上汽集团整车出口连续7年保持国内行业第一。

4月30日，上汽集团对外宣布，旗下企业上汽通用五菱与印度尼西亚海洋与投资统筹部正式签署新能源汽车项目投资谅解备忘录，将积极扩大在印尼投资，向当地市场导入更多新能源车型，推动共建“一带一路”高质量发展。

“上海发布”4月29日的文章显示，上海市市长龚正与印度尼西亚海洋与投资统筹部部长卢胡特共同见证了项目签约。仪式现场，上汽通用五菱还向印尼政府交付了50辆“新能源全球车”Air EV，作为2023年东盟峰会官方用车。

记者了解到，印尼作为东盟第一大经济体，人口近2.8亿，结构以年轻人为主，人口规模和人口红利“优势明显”，是一个拥有巨大潜力和充满活力的市场。作为最早在印尼投资建厂的中国汽车企业，2015年以来上汽通用五菱在当地累计投资超过10亿美元，已建成整车制造工厂、零部件供应商园区，以及140余个销售和服务网点。2022年，印尼汽车市场总销量达104.8万辆，上汽通用五菱印尼公司销售超过3万辆，市场份额达到2.9%，同比上升17%，五菱(WULING)成为印尼最畅销的中国汽车品牌。

2022年8月在印尼正式上市的Air EV，深受当地消费者喜爱，

广义的角度，中国跟131个国家签订了‘一带一路’合作意向书。江淮汽车覆盖131个国家。所以从广义的角度来说，我们覆盖了整个‘一带一路’的市场。”

不仅仅是上汽集团，国内龙头企业上汽集团也在不断加码海外市场的布局。在2022年财报中，上汽集团方面表示，公司积极响应国家“一带一路”倡议，已初步建成集研发、制造、营销、金融、物流、零部件、二手车等为一体的海外汽车产业链。

此外，上汽集团还在泰国、印尼、印度设立了3个海外整车制

造基地，建立起超过2000个海外营销服务网点，并开通了东南亚、墨西哥、南美西、欧洲等6条自营国际航线。

对于2023年行业格局和趋势的判断，上汽集团在2022年财报中表示，预计2023年我国整车出口有望达到400万辆，同比增长超过20%。“2023年公司新能源汽车销量力争超过150万辆，海外市场销量力争达到120万辆，通过打造新一代明星‘全球车’，深耕海外重点区域市场，推动国际经营业务质量效益实现新跃升。”

在新能源汽车市场的占有率接近80%，目前累计销量超过8600万辆。凭借舒适出行体验和绿色出行理念，Air EV被印尼商务部指定为2022年巴厘岛G20峰会官方用车，面向各国代表团和组委会提供高品质的日常出行服务。2023年，印尼政府还将Air EV选为2023东盟峰会官方用车。

五菱方面表示，“随着上汽通用五菱与印尼政府签署新能源汽车项目投资谅解备忘录，五菱印尼未来在新能源领域的投资将不断提升，依托国内产品开发、生态建设等方面的良好经验，在印尼投放更多具有竞争力的产品，助力印尼绿色环保的电动车产业发展。”

5月2日，上汽集团再度对外宣布，近日，上汽正大新能源产业园区奠基开工仪式在泰国春武里府合美乐工业区隆重举行。据悉，占地12万平方米的产业园区，将聚焦新能源汽车关键零部件的本地化生产，一期工程年内竣工，整体项目将于2025年建成。

记者了解到，早在2013年，上汽集团就联合泰国最大的知名跨国企业——正大集团发起成立上汽正大汽车有限公司，以加快MG品牌国际化进程为契机，启动基于泰国、面向东盟的汽车发展战略。作为上汽集团重要的海外生产和销售基地，2022年，上汽正大

整车产销达到3.2万辆，智能汽车、新能源汽车等创新产品深受当地消费者欢迎。目前，MG品牌已跻身泰国乘用车销量三甲，成为“高科技”“互联网”“年轻化”的代名词。

近期，泰国出台系列新能源汽车产业政策，积极建设“地区性大型电动汽车生产基地”，新能源汽车市场迎来高速增长期。为了抢抓发展机遇，快速响应市场需求，上汽正大启动新能源产业园区建设项目，包括标准厂房、物流仓库、集装箱堆场、动力站房，以及道路、照明、排水、停车场等设施，已有多家上游新能源核心零部件企业达成入驻意向。

记者了解到，作为国内龙头企业代表，上汽集团在海外市场有着诸多布局，并取得了诸多亮眼的成绩。上汽集团2022年财报显示，海外市场销量达到101.7万辆，同比增长45.9%，整车出口连续7年保持国内行业第一。

在2022年财报中，上汽集团方面表示，海外销量结构中，自主品牌占比进一步提升至2/3，其中新能源汽车销量突破18万辆，同比增长207%；公司已在海外形成2个“十万辆级”和4个“五万辆级”区域市场，并且海外体系建设持续完善，整体经营质量显著提升。



五菱印尼向印尼政府交付2023东盟峰会官方用车五菱Air EV。 本报资料室/图

海外市场竞争力稳步提升

除了传统的主流车企外，造车新势力也在布局海外市场。

作为中国最早“走出去”的车企之一，江淮汽车积极落实国家“走出去”战略与“一带一路”倡议，持续耕耘海外业务。2022年，江淮汽车实现出口11.46万辆，同比增长55.88%。今年一季度，江淮汽车实现出口4.62万辆，同比增长97.10%。

“江淮有自己的品牌优势和技术优势，全系列的产品研发制造和关键零部件的研发制造，都是我们自己的，为什么说这一点？汽车是工业化的代表，很多国家不是简单地需要你提供这样的产品，是希望借助汽车的组装以及汽车本地化的制造发展他们的工业，所以我们出口的产品接近60%是在海外工厂组装的。”张鹏告诉记者。

张鹏进一步告诉记者：“我们全球有19家工厂，其中有16家分布在‘一带一路’沿线国家，这一点是非常重要的，我们不仅提供产品，还提供技术，能够拉动当地的一些就业，提供当地产业的合作，特别是在拉美、中东、中亚、非洲都有销地产、产地销的综合性、产业化优势。”

记者了解到，作为中国首家

有系统、有规划、成建制“走出去”的汽车企业，上汽集团在海外构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链，产品和服务已进入全球90余个国家和地区。

对于海外市场的盈利情况，上汽国际商贸有限公司党委书记、副总经理赵爱民曾表示：“2022年总体是不错的，整个国际板块克服了芯片供应的不稳定，供应链的涨价，芯片以及电池的涨价等，我们还实现了以亿为单位的盈利，基本上主要市场都是赚钱的。”

除了传统的主流车企外，造车新势力也在布局海外市场。今年的上海车展，极氪正式发布欧洲战略，开启进军全球市场的步伐。极氪智能科技副总裁、极氪欧洲销售公司CEO Spiros Fotinos详细阐述了极氪欧洲战略：在欧洲，为欧洲，将以卓越产品、直营模式、一站式服务三大商业支柱开拓欧洲市场，力争2030年成为欧洲电动汽车市场领导品牌。

记者了解到，在产品方面，极

氪001和极氪X都是为欧洲消费者量身打造，并基于全球五星安全标准开发。作为全球销量最高的豪华猎装轿跑，极氪001将与欧洲豪华品牌主力车型同台竞争。极氪X作为第一辆真正的紧凑级豪华车，将以同级独有的智能驱动黑科技，满足欧洲城市用户豪华需求。

不仅如此，高合汽车也在今年的上海车展上对外宣布，将率先登陆德国慕尼黑及挪威奥斯陆，HiPhi X和HiPhi Z预计今年第三季度开始在欧洲销售，年内实现首批交付；HiPhi Y预计2023年年底开始接受预订，2024年实现交付。

高合汽车创始人、董事长兼CEO丁磊表示：“过去，我们努力把全世界的品牌引入中国，今天，我们要把中国的品牌带向全世界。高合从创立之初，就立志于打造来自中国的全球高端品牌，所以在我们深耕中国市场的同时也放眼全球，2023年我们将开启全球品牌战略以及海外市场拓展，欧洲和中东市场将是我们的第一波。”

掘金露营经济新蓝海 国内皮卡市场或迎新格局

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

新能源的浪潮已经势不可挡。刚刚结束的2023年上海车展，新亮相车型134款，其中新能源车型为78款，占比达到了58%，在国际A类车展上首次超过燃油车型。

《中国经营报》记者了解到，皮卡乘用化、电动化也成大势所趋，传统皮卡在平台、研发逻辑、智能生态、乘用品质上完全落后于乘用车，用户吃不到科技进步带来的红利。

正因如此，车企也纷纷瞄准这片蓝海积极布局纯电动皮卡，包括长城、上汽大通、江铃、江淮、北汽福田等老牌皮卡企业，还有吉利雷达、三一重工等新晋品牌，将在2023年带来多款纯电动皮卡新车。

近日，定价14.58万元的吉利雷达RD6创业版正式上市，以纯电皮卡的身份，第一次实现了皮卡的“真乘用化”；上汽大通MAXUS旗下“大型纯电性能皮卡”GST概念车则在上海车展完成了全球首发亮相；比亚迪首款皮卡车型也有望于年内正式发布，将推出搭载纯电驱动系统以及插电式混合动力系统两种动力版本。

“中国的纯电智能汽车技术已经全球领先，如果我们皮卡产业不从技术、产品去把这个行业提起来，就没法跟乘用车接轨，将来怎么走向全球？”吉利雷达CEO凌世权在接受记者采访时表示，如今的纯电皮卡不再是一辆简单的车，在户外新三电技术、云计算技术、物联网技术的加持下，成为了户外移动物联平台、综合电力终端和多元拓展平台。

中国皮卡市场“油电同价”新格局开启

“传统皮卡，原来用途是拉生产资料，产品技术是M1类，特性就是多拉慢跑，速度慢，承载能力特别强，这是多年以来的技术。带大梁的座舱、货舱分离式车身，舒适性也不行，能耗大。它只是工具类的一个环节。”凌世权说。

业内人士告诉记者，传统皮卡的特点可以用多拉慢跑、有操无控、内外翻新、慢速安全四个词来形容，即低速扭矩大的发动机，提速慢；操控方面，部分传统皮卡仍然在使用液压助力的方向盘；对舒适性的理解仅停留在内外饰翻新；安全标准与货车一样，设计逻辑与“乘用化”背道而驰。

掘金露营、后备厢经济新应用场景

根据乘联会皮卡市场信息联席会数据，2023年1-3月，国内皮卡销量12.1万辆，同比下降7%。而在3月，皮卡市场销售4.8万辆，同比下降13%，处于近5年来月度的低位水平。同时，皮卡生产也同比下降7%，皮卡出口0.72万辆，同比下降29%。

在此背景下，露营、后备厢等户外经济规模的爆发式增长，也让皮卡找到了新的应用场景。但上述业内人士告诉记者，“货车思维”导致了皮卡商乘两用很不彻底，在新户外经济生态下有些格格不入。随着户外经济对于物联、算力、智能化和外供电的需求，传统皮卡也无法满足。

但在全球范围内，尤其是美国、中东等地区皮卡文化十分流行。美国无疑是皮卡电动化的先行者，福特F-150 Lightning、特斯拉Cybertruck等纯电皮卡已先后亮相。

凌世权认为，国内皮卡市场却止步在刀耕火种的“石器时代”。作为过去的拉货工具，传统皮卡不仅在平台、研发逻辑、智能生态、乘用品质上完全落后于乘用车，而且传统三大件、分体式结构、燃油车平台都在新能源时代显得格格不入。

在此背景下，雷达RD6创业版出现了。按照吉利雷达的官方说法，雷达RD6创业版以纯电

皮卡的身份，完美补位皮卡市场能源结构的空缺，成为中国皮卡市场实现“真乘用化”的第一款产品，还为纯电皮卡定义了严格标准。

记者了解到，在动力方面，雷达RD6创业版采用“日电产”油冷电机，提速快，极速高，爬坡稳，零百加速只有7.3秒；操控方面，雷达RD6创业版采用了电子助力方向盘，可以媲美新能源轿跑；舒适性方面，雷达RD6创业版实现了静音舒适、空间舒适、动态舒适全方位舒适；而在至关重要的安全性上，雷达RD6创业版集驾驶安全、驾乘安全和行人安全于一体，达到了五星安全

带有最大功率6kW且支持多种输出模式的多功能放电面板。吉利雷达还会逐渐搭载物联生态，目前已经做到把无人机以及一些其他户外端设备连接在产品上。未来，还将以车为入口，将摩托车和电动桨板等与车连接。

事实上，除了吉利雷达，江铃、长城、郑州日产、长安、上汽大通、上汽通用五菱等车企都在近些年推出了全新皮卡产品，并对皮卡品牌进行战略升级。

皮卡赛道的玩家越来越多，政策端的利好消息也不断。2022年10月底，国务院办公厅关于印发第十次全国深化“放管

设计标准。

上述业内人士表示，当前中国皮卡市场正由“锥形”结构向“纺锤形”结构发展。在消费升级的大趋势下，市场主销产品价格区间集中在10万~15万元，用户有意愿也有能力为更好的产品付费，但皮卡市场还呈现“质价不对等”的情况。在这样的价格生态下，雷达RD6创业版14.58万元的价格极具竞争力，也开启中国皮卡市场“油电同价”新格局。

“雷达RD6创业版基于M.A.P平台打造，从底层逻辑上就与‘油改电’车型划清了界限。我们定下雷达RD6创业版14.58万元的价格，也是下了很大的决

心，这一价格发布后也在行业内引起很大的反响。之所以在价格上做出让步，就是为了让更多的消费者有机会享受到纯电皮卡，不必因为价格因素望而却步。”一名吉利雷达研发负责人向记者说道。

“因为电池成本高昂，将纯电车型与燃油车型做到油电同价并不容易。”针对雷达RD6创业版的高性价比，凌世权则表示，吉利雷达用到的三电系统、智能座舱，均是在吉利控股集团的技术赋能基础上进行开发的，使之更适应皮卡市场。此外，吉利有很强的供应链管理能力和通过吉利的大平台发起采购，能很好地平衡成本和管控质量。

路权解禁稳步推进的前提下，皮卡市场国内需求到2030年可达100万辆之上。有专家认为，皮卡总销量到2030年预计可实现200万辆左右。

凌世权则认为，现在美国皮卡渗透率是16%左右，全世界平均是6%，而中国是1.8%。未来中国的皮卡渗透率一定不会低于世界平均水平。因此，乘用车市场年销量将近2400万辆，皮卡车销量有望达到140万辆规模。

“现在没达到的原因主要是路权、15年强制报废，我相信两年内这些问题会完全解决。要达到皮卡渗透率6%的世界平均水平，最多5年。”凌世权总结道。