

拿下多个海外大单、外国总统上门提车

中国商用车加速布局“一带一路”

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

5月20日上午,吉尔吉斯斯坦总统扎帕罗夫一行一下飞机,便直奔中通客车上门“提车”。

“很棒!”扎帕罗夫走进装配车间,伸出大拇指说道。中午12时许,随着一台编号为“01”的绿色天然气

“一带一路”结出硕果

今年以来,宇通客车、安凯客车、东风商用车、上汽红岩等多家国内商用车企业,纷纷在“一带一路”沿线国家获得大额订单。

5月18日,中国—中亚峰会在陕西省西安市举行。在这一全球瞩目的国际峰会上,宇通客车应邀出席“哈萨克斯坦—中国投资圆桌会议”,并与哈萨克斯坦卡斯杰赫纳公司签订了“关于共同成立哈萨克斯坦—中国汽车工业技术和工程人员培训中心”的协议,双方将深化本地人才培养机制,加强双方在汽车工业方面的合作。

人才、技术交流的前提,是宇通客车在哈萨克斯坦的市占率不断提高。就在一个多月前,宇通客车出口哈萨克斯坦150辆大单的首批新车抵达该国卡拉干达州,在Qaz—Tehna工厂下线后将投入公共系统使用。

据介绍,QazTehna工厂由宇通

公交车驶出车间,吉尔吉斯斯坦1000辆中通客车首批车辆下线,这是今年以来中国在“一带一路”沿线国家最大客车订单,也刷新了中国出口中亚五国的客车订单纪录。

在“一带一路”倡议提出10周年之际,中国商用车走出去的战略步伐越来越快。中国汽车工业协

客车与哈萨克斯坦合作伙伴共同筹建,每年可生产1200辆客车和500辆工程机械,并可独立完成底盘、焊接、涂装、承装、检测等全套工序,实现客车、矿用车和环卫车辆的组装生产,相当于一条完整的生产线。

无独有偶,3月2日下午,首批经过严苛检测的宇通客车缓缓驶出宇通新能源厂区,从郑州出发交付与乌兹别克斯坦塔什干公交公司。

宇通客车相关负责人告诉记者,这笔“大单”共计800辆,包括宇通新能源客车宇威E12(ZK6126BEVG)300辆,CNG天然气(ZK6116HG、ZK6126HG)500辆,创下中国对乌兹别克斯坦客车出口新纪录,也是乌兹别克斯坦首

会数据显示,2022年,中国商用车出口58.2万辆,同比增长44.9%;2023年1~4月,中国商用车出口22.8万辆,同比增长31.5%。

《中国经营报》记者注意到,不仅仅是中通客车,包括宇通客车、安凯客车、东风商用车、上汽红岩等在内的多家国内商用车企业,今

次大批量引进新能源客车。

相关数据显示,截至目前,宇通客车出口覆盖了近80%的“一带一路”国家,实现了在“一带一路”沿线115个国家的客车出口,累计销售客车超68000辆。

宇通客车和中通客车在中亚市场收获颇多,安凯客车则将目光聚焦到了中东地区。安凯客车相关负责人表示,4月下旬,又一批高端客车安凯A8驶入沙特。自2007年布局沙特市场至今,安凯客车已累计出口沙特过万辆客车,出口产品覆盖校车、公交车以及服务旅游和朝觐市场的高端客运车辆等全领域,成为沙特道路公共交通运输市场的主力品牌。

中国卡车产品同样在加快走出

年纷纷在“一带一路”沿线国家获得大额订单。

多名业内人士表示,中国商用车在海外市场的成功,主要源于在性价比和品牌力两方面找到平衡。同时,中国商用车的新能源技术已逐步实现“弯道超车”,这也成为吸引海外客户的重要“法宝”。

去,并已取得不少新突破。东风商用车拓展海外业务有了新突破。3月底,在东风商用车新疆有限公司厂区,举行了隆重的交车仪式,200辆东风燃油牵引车将被发往非洲,这是今年以来东风商用车出口的最大订单。

相关数据显示,2022年,东风商用车累计出口量同比翻番,创近7年出口新高;2023年1~3月,东风商用车累计销售2.88万辆。其中,海外销售2688辆,同比增长176%。

此外,5月初,上汽红岩首批100辆智能重卡整齐划一地驶出重庆两江新区制造基地,这正是上汽红岩首次向哈萨克斯坦等中亚国家和地区批量出口智能重卡车型。

44.9%,其中新能源商用车出口2.7万辆,同比增长更是达到130%。

“中国商用车在海外市场的增长率,很大一部分都是由新能源车型贡献的,目前中国新能源商用车在海外市场的竞争力非常强。”黄河科技学院客座教授张翔表示,若是细分到电动化领域,中国商用车企业应当根据不同的国家地区和使用场景选择充电还是换电的补能方式,选择纯电动、插电式还是混合的技术路线,从而满足海外市场的需求。



宇通客车自2005年进入哈萨克斯坦市场,与当地合作伙伴共建QazTehna工厂,每年可生产1200辆宇通客车和500辆工程机械。 本报资料室/图

产品服务受沿线国家青睐

中国商用车企业应当针对不同国家市场的特点制定不同方案,从而抢抓“一带一路”商机。

“之所以中国商用车格外受到‘一带一路’沿线国家的青睐,归根结底在于做到性价比和品牌效应两翼齐飞。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,性价比主要受益于我国工程师红利,我国生产效率和产业完备度都较高;品牌效应则受益于我国近几年在海外市场的品牌建设投入,更了解海外市场,品牌营销更有针对性。

那么,中国商用车企业如何进一步抢抓“一带一路”机遇呢?盘和林认为,要多渠道贯通连接“一带一路”沿线国家的销售渠道,让“走出去”战略要行之有效,更为关键的是针对不同国家市场的特点制定不同方案。

记者了解到,中亚地区气候条件和道路运输环境相对较差,对于车辆的可靠性、耐用性提出了更高的要求。为此,上汽红岩将H6系列智能重卡进行了定制化的适应性改进,通过了严苛的45℃以上高温、-35℃以下高寒以及4700米以上高原的“三高”测试验证。

此外,该车型搭载的同步欧洲技术科索13L发动机,最大

输出功率520马力,1800bar电控高压共轨系统和eVGT瞬动增压技术,进气量更大,燃油燃烧更充分,发动机经济转速区间更为宽泛,确保了动力强劲、低耗高效,在高海拔地区也能畅行无忧。

塔什干同处西亚,气候条件高温、干燥、多尘,因此也对新能源车车辆的要求极高。宇通客车相关负责人表示,宇通基于核心“三电”技术,为乌兹别克斯坦提供了定制化的产品解决方案。其中,动力电池采用独立液冷系统、电池舱体防撞设计、电池氮气保护系统等安全技术,并配备电机泥沙防护结构、电机抗凝露结构等降低故障,同时以强劲的大功率空调保证制冷效果。

“要进一步开拓‘一带一路’沿线国家市场,中国商用车企业也要在智能网联领域多下功夫。”张翔认为,首先,要打造适合客车和卡车的车机大屏、应用软件以及生态系统;其次,要将北斗卫星这一高精度定位系统适配应用在商用车上;最后,要加快研发应用与商用车领域的A2、A3级自动驾驶技术,进一步降低大车司机的人工成本。

电动汽车、锂电池、太阳能电池成出口新增长引擎 外贸“新三样”出海加速度

本报记者 袁治斌 石英婧 上海报道

“我在国外还没见过这么智能的电动车。”5月21日,久居海外的合肥市民胡涛(化名)在上海乘坐一辆合资车企的电动车时,向《中国经营报》记者如是感慨道。

行驶在上海外环的高架上,胡涛见到不认识的新能源汽车品牌,总会好奇地向记者问道。“几年没回来,没想到国内的新能源汽车已经发展得这么快,我在美国还只能看到特斯拉。”

诚如胡涛的直观感受,国内新能源汽车近几年发展得十分迅猛,“内卷”的时候,也开启了“外卷”模式。中汽协数据显示,2022年,我国汽车出口达到311.1万辆,同比增长54.4%。其中,新能源汽车出口67.9万辆,同比增长1.2倍。

今年4月,新能源汽车出口10万辆,环比增长28.6%,同比增长8.4倍。1~4月,新能源汽车出口34.8万辆,同比增长1.7倍。被称为新能源汽车“心脏”的锂电池也抓紧出口。

中国汽车动力电池产业创新联盟的数据显示,今年4月,我国动力电池企业电池出口共计8.8GWh。前4个月,我国动力电池企业电池累计出口达34.6GWh。

值得一提的是,以电动载人汽车、锂电池、太阳能电池为代表的产品正成为我国出口新的增长点,它们更是被称为外贸出口的“新三样”。数据显示,前4个月,我国“新三样”产品合计出口超3500亿元,同比增长72%,拉高出口整体增速2.1个百分点。

中关村新型电池技术创新联盟秘书长、电池百人会理事长于清教告诉记者,“目前我国动力电池基本上是与整车出口,同步进入海外市场,也就是说电池出口成绩,主要归功于新能源汽车出口量的快速提升。”

电动车出海不止于产品

今年以来,国内新能源汽车赛道的“内卷”不断加剧。J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛称,“随着中国新能源市场的快速崛起,汽车电动化转型已成为全球关注的焦点,众多汽车制造商纷纷加码新能源赛道。”

中汽协最新的统计数据显示,2023年4月,新能源汽车产销分别完成64万辆和63.6万辆,同比均增长1.1倍,市场占有率达到29.5%。1~4月,新能源汽车产销分别完成229.1万辆和222.2万辆,同比均增长42.8%,市场占有率达到27%。

“内卷”的同时,各家车企“外卷”模式也在换挡提速。以吉利控股为例,今年一季度,其总销量超57.9万

锂电池出口按下“快进键”

受益于新能源汽车市场的迅猛发展,我国动力电池的发展也驶入“快车道”,国内电池企业的产销量持续增长。动力电池企业在巩固国内市场的同时,也将触角伸至海外市场。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,今年4月,我国动力电池企业电池出口共计8.8GWh。其中三元电池出口6.5GWh,占总出口73.5%;磷酸铁锂电池出口2.3GWh,占总出口26.5%。1~4月,我国动力电池企业电池累计出口达34.6GWh。其中三元电池累计出口25.2GWh,占总出口72.8%;磷酸铁锂电池累计出口9.4GWh,占总出口27.0%。

“过去积累多年的技术创新,(使得)锂电池是我们中国的一张名片,在全球我们就是第一。”央

视《对话》节目中,中创新航科技股份有限公司董事长、CEO刘静瑜说道。

2022年11月,中创新航宣布在欧洲布局产业基地。刘静瑜表示:“现在也在欧洲建厂,产品出口和在当地建厂,需要具备的能力也不一样,需要关注的重要事项也不一样。”

动力电池出海取得的成绩也较为亮眼。以国轩高科为例,2022年财报显示,该公司2022年海外销售收入为29.8亿元,同比增长464.76%。

不久前,国轩高科发布公告,公司全资子公司合肥国轩高科动力能源有限公司收到Volkswagen AG(以下简称“大众汽车”)的采购定点函,公司成为大众汽车海外市场定点供应商。这是继国轩高

科2022年年初获得大众中国三元和铁锂产品量产定点后的又一重要成果。

国轩高科相关负责人告诉记者:“目前公司除中国市场外,还形成了美洲、欧洲和非洲、南亚和东南亚三个业务大区,欧洲、美国、阿根廷、印尼、越南五大海外基地的规划布局,形成国内、国际双增长引擎,为国轩高科的国际竞争力提升提供了有力保障。”

今年4月,国轩高科在印尼本土生产的动力电池包正式交付。谈及在国外本土化生产过程中的瓶颈和挑战,国轩高科相关负责人表示,“面对需求巨大的全球市场,我们的产能还亟须快速提升。未来五年,国轩高科在安徽省建成100GWh电池产能,在

是卖产品,到输出技术标准这样更高端的水平。

吉利控股入股马来西亚宝腾汽车便是一个从简单的货物贸易,升级到产业链、供应链输出的典型案例。2017年,吉利控股集团入股并全面主导管理宝腾,打造了“产品、技术、人才、管理”全产业链输出的宝腾模式。宝腾实现了市场销量和市占率连续四年排名第二,本土创新能力、零部件配套体系和员工专业技能全面提升。

作为中国首家有系统、有规划、建成制“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。

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新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。

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。

于清教告诉记者,2022年中国汽车出口量位居全球第二,2023年一季度超越日本成为全球

第一,新能源汽车的带动作用明显。“基于我国在新能源汽车领域的先发优势,2023年预计国内车企海外建厂、出口都会提速。”

国内车企的海外征战步伐仍在继续。5月15日,东风Honda首批出口300辆的CR—V插电混动车型,在上海海通港口启航,它们此行的目的地是欧洲,预计6月下旬,将到达比利时泽布吕赫港口,之后将陆续运送至英国、爱尔兰、冰岛、希腊、葡萄牙等二十多个国家。

东风汽车方面表示,东风本田整车出口项目标志着东风本田整车正式跨出国门走向海外,成为迈入海外市场的第一步,也将是东风本田海外事业发展的重要里程碑。

也更加坚定了公司加速在海外建设生产基地的决心。”

于清教告诉记者,国内电池厂海外建厂速度目前相对于日韩,特别是韩系企业速度要慢,但未来随着海外新能源汽车市场的扩容,国内企业出海速度肯定会加快。“无论是出口还是海外建厂,除了商业博弈以外,也面临经济外交等方面的挑战。地缘政治经济环境复杂多变,关税壁垒高,运力紧张等困难有待克服。此外,还可能面对用工与用能成本、本地化供应链、基础设施建设、专利纠纷、企业文化与人才管理、社会治安等挑战。”

谈及对出海避坑的建议,刘静瑜称:“尊重当地文化、深度理解当地的法律法规、制度,与当地政府充分沟通。”