



# 共享共建“一带一路” 中国汽车为全球贡献“绿色方案”

本报记者 陈燕南 北京报道

在泰国首都曼谷街头,此前少有中国汽车品牌的身影,而随着上汽、长城、比亚迪等国产新能源车纷纷涌入泰国市场,中国品牌汽车肉眼可见地变多了。不仅在泰国,在印度尼西亚、哈萨克斯坦、匈牙利等共建“一带一路”国家中,中国车企正在积极响应倡议号召,不断加大相关地区的市场布局以及业务领域。大力开拓“一带一路”国家汽车市场,助力“中国汽车”加速驶向全球。

据了解,搭乘着“一带一路”的东风,今年第一季度,中国首次超越日本、德国,成为世界最大的汽车出口国。数据显示,今年前三个月,国内共出口了106.9万辆新车。

前不久,“一带一路全球行”报道团出关仪式暨2023年中国汽车品牌第300万辆出海里程碑在新疆霍尔果斯口岸举行。中国汽车流通协会会长助理王都在现场表示,2013年,我国汽车整车累计出口87.24万辆,到今年预计的450万辆,十年增长了416%。

据了解,今年是共建“一带一路”倡议提出十周年,也是汽车产业经历百年未有之大变局的重要战略机遇期,我国汽车产业不光在出口销量上增长迅速,在由大变强的新能源汽车赛道上也实现了跨越式发展,在走向世界的过程中,也为相关国家带来了实实在在的利益,为全球化可持续发展带来了“中国方案”。

《中国经营报》记者从北汽福田方面了解到,“一带一路”对北汽福田国际化建设的意义,是“一带一路”倡议为中国企业创造良好的发展机遇,“带动了我们的产品进入国际市场中,在与国际企业同台竞争的同时助力产品创新升级,帮助企业实现属地化发展。比如我们对标欧美系品牌,导入福田自动挡卡车,在东南亚、拉美区域物流运输市场实现全面引领;福田纯电动卡车、VAN、公交车等多款新能源产品获欧盟WVTA认证,突破欧洲、新加坡等高端市场空白区域。”北汽福田方面表示。

## 中国汽车“扬帆出海”今年有望成为全球最大出口国

汽车出口已经成为拉动我国汽车销量增长的关键因素,其中共建“一带一路”国家提供了非常广阔的增量市场。

在中东国家约旦的大街小巷,打到一辆“北京”品牌新能源出租车,已不再是新鲜事。事实上,北汽国际不仅大规模向中东地区出口新能源汽车,在智利,北汽福田电动公交车队规模达到近1400辆,是智利电动公交行业市场占有率第一的品牌,并且此举也助力圣地亚哥拿下“拥有南美最大电动公交车队的城市”头衔。

“北汽福田海外市场覆盖130多个国家和地区,大多数市场属于共建‘一带一路’国家。作为北汽集团重要商用车板块,北汽福田在集团领导下,坚定践行‘国际化战略’,踊跃参与到共建‘一带一路’国家各大援外项目、基建工程项目、能源矿产项目共计110个,截至目前,出口共建‘一带一路’国家销量突破46万辆。”北汽福田方面表示。

在“树立民族汽车品牌”的重要指示精神引领下,中国一汽在“一带一路”沿线深耕细作、步步

为营。其中,红旗品牌延续国内市场的昂扬势头,先后登陆欧洲、中东、东南亚等市场,受到了当地用户的一致好评。在拓展欧洲新能源高端市场的过程中,红旗品牌战略车型纯电动智能SUV E-HS9正式出口挪威,成为中国高端民族汽车品牌批量出口欧洲市场的重要里程碑。

“凭借卓越的产品性能和外观设计,红旗品牌在欧洲收获了大批粉丝和忠实用户,2022年在挪威市场正式启动交车后,仅用6个月时间就交付突破千辆,位列挪威中大型纯电SUV市场第三名、中国品牌第一名,并乘势完成瑞典、荷兰、冰岛、丹麦等欧洲市场的渠道开拓,实现欧洲高端乘用车市场的快速突破,树立了中国豪华品牌开拓海外高端市场的成功标杆。”中国一汽方面表示。

9月28日,长城汽车正式在泰国发布两款备受期待的重磅车型——坦克300、坦克500。这是

长城汽车坦克新能源车型在中国以外上市的首个市场。而在此前,长城汽车在海外多个细分市场已传出喜讯。欧拉好猫在欧洲实现突破,月销2000多辆。1—8月,长城汽车在智利的累计销量位列整体市场TOP5;在俄罗斯市场,每卖10辆中就有1辆是哈弗;在南非市场,8月份长城汽车位居中国品牌第一,市场前十;在澳洲市场,长城汽车8月份保持10%的高速增长;在拉美市场,长城汽车5—7月跻身巴西新能源市场综合排名第一,细分市场份额超过10%。

事实上,汽车出口已经成为拉动我国汽车销量增长的关键因素,其中共建“一带一路”国家提供了非常广阔的增量市场。

根据中汽协数据,我国汽车行业2020—2022年三年的出口量分别为99.5万辆、201.5万辆、311.1万辆,同比增速分别为-2.86%、102.55%、54.35%,占当年汽车总销量的比重分别为3.9%、7.7%、



搭乘着“一带一路”的东风,今年第一季度,中国首次超越日本、德国,成为世界最大的汽车出口国。

本报资料室/图

到越来越多海外消费者的欢迎,是因为他们感受到了中国汽车在电动化和智能化方面的比较优势。中国贸促会汽车行业分会负责人表示,预计今年我国汽车出口量将超过400万辆,有望成为全球最大汽车出口国。

## 产业链协同“踏浪前行”贡献中国“绿色方案”

在新能源化浪潮之下,越来越多具备核心竞争力的自主品牌车企在国际舞台上崭露头角并且为全球提供了“绿色方案”。

事实上,中国汽车企业出海的过程并非一帆风顺。在开拓诸如拉美市场时也面临着地理环境多样、弹性燃料车型需求占比高、新能源基础设施有待完善等挑战。基于此,长城汽车提出了三点中拉企业合作建议:充分利用当地矿产资源,构建动力电池产业链;加大对充电站建设的刺激力度,提高新能源汽车的用车便利性;有稳定的新能源汽车税费政策,加快拉美区域的电动化进程。

在此背景之下,长城汽车等中国车企克服了种种困难,坚持全球化发展的战略定力,抓住比较优势,为中国产业走向海外蓄势赋能。长城汽车研发的HEV产品、长续航PHEV产品、Hi4技术等优势凸显,充分满足了当地

用户对车辆性能、使用成本等方面的需求。长城汽车表示,从整车出海到品牌出海,再到“生态出海”,长城汽车已经全面深入拉美,为中国汽车产业在国际汽车舞台上获得突破性进展。

巴西电动汽车协会(ABVE)主席里卡多·巴斯托斯指出,巴西乃至拉美汽车市场,对新能源汽车新技术非常感兴趣,希望长城汽车把中国先进的新能源汽车发展经验带到巴西,带到拉美。

十年间,随着“一带一路”的持续发展,在共商共建共享的原则下,中国企业加速迈向了全球。中国企业不仅是共建“一带一路”的参与者、贡献者、受益者,也在努力打造协同发展、互利共赢的合作格局。

长城汽车不仅仅在全球推广

“中国品牌”汽车,在普及新能源车最需要的基础设施上,长城汽车今年在曼谷自建了其海外第一座“光储充一体”超级充电站。此外,还与泰国三家电力能源机构签署合作协议,共同推动电动汽车基础设施建设。目前,长城汽车充电地图已经成功接入5家充电运营商,700多个充电站,覆盖超过80%的泰国公共充电网络。

同样输出“绿色方案”的还有北汽集团,其输出了包括换电设施在内的整套换电解决方案。3分钟内就能换一次电池——近期这一北汽在国内打造的换电模式,在异国他乡有了同款。如今,北汽的新能源定制化解决方案已走向全球,新能源公交车已在埃及、澳大利亚、墨西哥等国家的公

交系统、机场、快递物流等核心场景实现商业化运营。

值得一提的是,沙特第一辆运营的纯电动公交车就是由中国的宇通客车制造。这辆公交车的电池配备了氮气保护系统,使得电池内部处于绝氧环境,有效降低了火灾风险;汽车发动机使用了防风沙和抗凝技术,用来降低电机温度,提高出行效率。

有业内人士认为,中国车企通过与当地企业的合资合作,加强品牌传播和渠道建设,在全球范围内获得了更广阔的市场空间。此外,还加强了环境保护与可持续发展的努力,致力于降低碳排放和资源消耗,打造出绿色、环保的汽车品牌形象。

目前,越来越多“精而准”的

合作项目在越来越多的国家和领域落地生根。中国新能源汽车的海外布局已经从产品出海发展为技术出海以及产业链出海,通过整车出口、KD模式出口、收购海外品牌、建立海外制造基地,形成更大规模的出海效应。

在新能源化浪潮之下,越来越多具备核心竞争力的自主品牌车企在国际舞台上崭露头角,积极参与全球汽车市场竞争,为推动世界的能源变革以及科技变革贡献出积极的力量。例如比亚迪、长城汽车以及小鹏汽车等车企,将出口业务作为公司未来业务重要的增长点,不断强化海外布局。

目前,中国品牌还在继续“乘风破浪”,力争将行之有效的“中国智慧”推广到世界的每一个角落。

## 车企“一带一路”实践样本:“属地化产品策略”助力北汽开启全球化布局

本报记者 张硕 北京报道

北纬14°,全境热带,四季如夏。菲律宾首都马尼拉是一座具有悠久历史的城市,早在公元16世纪已是世界著名的商港。在马尼拉川流不息的街道上,伴随着大型公共汽车、私家车和出租车,一辆辆引人注目的车辆不经意地穿过——它涂有鲜艳的色彩,装饰着华丽的配饰,这是菲律宾吉普尼,这个国度半个世纪来的创新、文化象征,无可争议的“马路之王”。

菲律宾吉普尼在当地被称为Jeepney或Jeep,是一种经济实惠的菲律宾公共交通工具。吉普尼有指

定的路线,通常会涂在车身侧面或显示在挡风玻璃上,沿途的任何地方都会停下来接送乘客。

2023年是习近平主席提出共建“一带一路”倡议十周年。十年来,共建“一带一路”坚持共商共建共享原则,取得实打实、沉甸甸的成就,成为深受欢迎的国际合作平台。也正是十年前,北汽集团全面开启了国际化战略布局。

《中国经营报》记者从北汽方面采访了解到,彼时“一带一路”倡议恰逢其时,让北汽国际化战略有了更广阔的市场格局。开拓全球布局,加速国际化进程,北汽正沿着“一带一路”沿线布局重点市场,以

推动企业全产业链输出,加速自身创新转型,打造“世界北汽”新名片。今年上半年,北汽整车出口超过7.8万辆,同比增长46.4%。

作为北汽出海的“先行军”,北汽福田的商用车海外业务即将迎来20周年的节点。“属地化产品策略”是它征战海外的不二法则。以菲律宾最流行的公交车——吉普尼为例,在最初开发这一市场时,福田菲律宾团队充分吸纳了当地经销商意见,将轻卡加长尾厢、加厚底盘、加装智能导航,深度改装成吉普尼,上市后赢得了客户的认可和欢迎。于是,就有了开篇一辆辆福田轻卡吉普尼行驶在马尼拉的大街小巷。

## “北汽降碳方案”走出国门

“双碳”目标的提出是中国主动承担应对全球气候变化责任的大国担当,同时也加速着国内新能源汽车产业的飞速发展。目前,中国新能源汽车的技术发展,已在全球形成了比较优势。国产新能源汽车,渐渐成为中国汽车出口的主力军。基于自身新能源技术的创新突破,北汽也正以优质产品为全球交通送上“北汽降碳方案”。

今年以来,北汽国际约旦市场签署新能源出口大单,1000辆北京EU5 PLUS纯电动汽车首次登陆约旦市场。在以色列,北京EU5作为纯电动产品勇担拓路先锋。在奥地利,美国热门汽车测评节目Out of spec的主理人Kyle Conner从北美奔赴欧洲试驾极狐阿尔法S,体验后他直言,这款车做工比曾经测评过的不少豪华品牌还要好……

商用车方面,北汽福田也在上半年成功中标智利2080辆新能源客车订单,刷新福田新能源客车单笔出口订单成交量纪录。作为目前在智利纯电动公交车队占有率第一品牌,北汽福田在智利推动的2040年100%公交电动化目标下,2019年开始陆续导入纯电动公交车产品。待全部交付后,北汽福田在智利纯电动公交规模将实现近1400辆,助力圣地亚哥拿下智利以及整个南美区最大新能源公交车队的头衔,实现线路区域零碳出行。

北汽方面表示,开放合作给正在崛起的中国自主品牌打开了海外市场空间。搭乘“一带一路”建设的快车,北汽集团紧紧抓住

海外业务快速发展窗口期,持续做深做透核心市场,持续加强开放合作,提升海外渠道建设水平,不断深化网络布局,推进海外业务从量变到质变的发展。

从“大写意”到“工笔画”,“一带一路”倡议提出十年来,北汽集团朋友圈越来越大。2013年,北汽福田在中交集团中国路桥肯尼亚蒙内铁路项目建设中交付350辆重卡。2014年,北汽在缅甸首家经销商暨新品发布仪式举行。同年北汽国际成功向埃及市场出口第一批整车,并正式登陆南美洲,开启了国际化战略的新篇章。埃及整车装船仪式,10辆福田欧马可9吨轻卡产品首次批量交付韩国客户。2015年北汽国际成功登陆东南亚、非洲和中东多个市场,使其全球市场布局更加完善。北汽福田以重卡领军者的身份,携自卸车亮相中泰铁路项目。2016年,北汽国际参加菲律宾车展,进一步在国际车展上崭露头角。北汽福田承担中国政府援助巴基斯坦425辆皮卡警车供货任务。中国互联网超级卡车全球创新联盟成立暨北京福田欧曼EST超级卡车发布仪式在希腊雅典举行。2017年,北汽三款新车在阿塞拜疆上市,全球市场布局更加多元化。2018年,北汽集团第一辆在南非本地组装生产的汽车成功下线。北汽福田与意大利比亚乔集团签署合作协议,联合打造面向欧洲市场的微卡产品。2019年,老挝举行建军70周年阅兵仪式,老挝领导人乘坐BJ40L阅兵车检阅。北汽福田与泰国正大集团联

合在泰国境内设立合资公司,聚焦东盟及亚太地区。在墨西哥市场,北汽福田斩获9辆新能源轻卡订单。

2020年,北汽国际在海外市场发展继续取得新突破,亮相巴基斯坦和缅甸车展。

北汽集团&北汽福田向缅甸卫生和体育部捐赠负压救护车。2021年,北汽福田成功中标中土集团秘鲁公路项目106台车辆订单。北汽福田助力中铁建十八局几内亚项目首批订单在山东诸城交付。2022年,北京汽车沙特新店开业,全球化步伐持续深化。北汽福田在智利签下1022辆电动公交车订单,这是中国客车企业在海外市场斩获的最大单一电动客车订单。

北汽福田在德国慕尼黑IFAT展会上推出两款纯电动卡车。

近年来,北汽集团加速建设“世界北汽”。北汽福田海外市场已覆盖130多个国家和地区,大多数市场属于共建“一带一路”国家;北汽国际公司成立十周年,业务范围涵盖东南亚、中西亚、中东、非洲、中南美以及欧洲部分国家和地区。今年1—9月,北汽集团累计出口约12万辆,同比增长46%。这些满足不同地区场景和交通需求的“北京车”,改善了当地民众的出行质量,为他们的幸福生活增色添彩,也让越来越多的外国人喜欢上了中国汽车品牌。

顺应国际绿色低碳发展趋势,北汽也将“绿色交通解决方案”输出到“一带一路”国家,运用中国新能源汽车的技术和经验,推动绿色“一带一路”蓬勃发展。

## 产品本土化的基石是理解消费者

据了解,今年4月,北汽国际、北汽福田先后召开全球合作伙伴大会,来自世界各地的百余家经销商、服务商齐聚北京。据北汽介绍,这些合作伙伴用各国语言都提到了“兄弟”一词。肩负着北汽乘、商两大板块出口业务重任的这两家企业,在经销商、服务商伙伴眼中,已经从简单的合作

伙伴进化成了具有共同战略目标的生态价值链友人。而这背后则是北汽出海一直坚守的战略思路:开放合作、属地化创新,各方共赢。

记者在采访中了解到,在拉美地区,根据属地用车需求,北汽对产品的配置进行再细分;在中东地区,根据当地气候与地貌,主推北京越野车型;在

东南亚,则推出配置丰富的家用SUV与轿车产品……为做好属地化,北汽股份所属的北汽国际、北汽研究总院协同进行特殊市场定制开发,针对多种用车环境下的零部件匹配状态进行反复测量,让车辆内外精度达到100%,无论在潮湿的东南亚、酷热的中东地区,还是在南美高原,都可无忧行驶。

拉克4个国家,北汽散件组装工厂也在高效运转中。今年,北汽国际公司大规模向中东地区出口新能源汽车,并且在这次贸易中,北汽不单是把车卖出去,还输出了包括换电设施在内的整套换电解决方案。值得一提的是,10月8日、9日北汽集团所属北汽新能源先后与日本TURING公司、阿联酋本奥米尔控股集团签署合作协议。“极狐汽车”将代表北汽高端智能纯电品牌成为进军日本和中东地区的主力军。

在日本,北汽与TURING公司,首款合作车型基于“极狐阿尔法S”,由TURING公司进行满足日本市场出行需求的智能化改动,计划于2024年进入日本市场销售。未来还将探索自动驾驶技术,并实现在日本市场的商业化落地。在中东,本奥米尔控股集团将采购首批600辆极狐汽车,完成海湾地区认证、开发海湾紧急呼叫系统进行高温环境适用适应性验证,为日后极狐汽车正式引入阿联酋与沙特阿拉伯市场做好前期准备。

据介绍,当前,在南非伊丽莎白港,北汽南非工厂正进行着紧张的升级改造,未来深受当地消费者青睐的魔方车型或将迎来属地化生产。在巴基斯坦、缅甸、土耳其、伊