

中非深化合作重塑市场格局 中国企业如何抢占先机？

本报记者 陈靖斌 广州报道

近日，中非合作论坛北京峰会正式开幕，成为中非两地深化合作的又一重要契机。会议不仅讨论了未来中非在政治层面的合作升级，还重点针对双边经济进出口贸易，提出了一系列旨在提高合作质量的规划。中国在会上明确表示，将进一步扩大市场开放，深化多领域合作，与非洲国家携手推进高质量共建“一带一路”，并为非洲大陆自由贸易区的建设提供支持。

事实上，近年来随着中非基础设施合作的不断完善，非洲经济持续稳步发展，双边贸易也进入了新的阶段。非洲市场对中国商品的需求逐渐从日用品和服饰，向锂电池、光伏产品、数码家电及新能源汽车等更高技术含量的产品扩展。

《中国经营报》记者了解到，随着中非合作的深化，比亚迪、广汽、长安汽车、创维以及TCL等中国企业不仅在开拓非洲市场方面取得了显著进展，还在积极推动当地经济发展。例如，这些企业通过投资建厂和本地化生



比亚迪元PLUS亮相卢旺达。

本报资料室/图

产，不仅带动了当地就业和技术提升，还有效促进了非洲产业链的完善。

中国数实融合 50 人论坛智库专家洪勇向记者指出，中国加大对非洲大陆自由贸易区的建

设支持，为中国企业提供了前所未有的市场机会，但同时也带来了激烈的市场竞争，面对这一挑战，中国企业应制定多元化的市场进入策略。具体来说，这包括选择合适的合作伙伴，投资本地

化生产以降低关税壁垒，以及根据自贸区内不同国家的市场需求调整产品线。此外，积极参与非洲本地供应链的构建，将有助于企业在区域内建立长期的竞争优势。

制造业企业深化中非合作

在新能源汽车领域，比亚迪是中非投资合作的典型代表之一。

当前，中国已成为对非洲投资规模最大的国家之一，投资合作稳步增长，其中中国新能源汽车和家电制造企业的积极布局，为深化中非投资合作奠定了坚实基础。

在新能源汽车领域，比亚迪是中非投资合作的典型代表之一。比亚迪相关负责人表示，公司近年来在非洲市场扩展迅速。2023年6月29日，比亚迪在南非约翰内斯堡举行了品牌发布会，正式推出面向南非市场的纯电动车型元PLUS（海外称BYD ATTO 3），并公布了官方售价，标志着比亚迪在南非乘用车市场开启新篇章。

截至2024年7月，比亚迪新能源汽车已覆盖南非、摩洛哥、突尼

斯等9个非洲国家和地区，设立了超过17家门店。公司为非洲消费者提供多样化的绿色出行选择，包括元PLUS（BYD ATTO 3）、海豚、海豹、宋PLUS DM-i等车型，助力非洲地区电动化转型。

与此同时，在中非合作论坛和“一带一路”倡议的框架下，广汽集团也积极拓展非洲市场。目前，广汽集团在尼日利亚、埃及、南非、突尼斯、安哥拉、利比亚、科特迪瓦等16个非洲国家建立了完善的销售网络，并在尼日利亚、突尼斯建立了组装工厂，将高质量的产品和技术创新带给当地消费者，推动非洲汽车产业升级。

长安汽车同样视非洲为重要投资市场。在近期于沙特利雅得举行的中东非洲发布会上，长安

汽车总裁王俊表示，长安汽车自1994年进入中东非市场以来，持续为当地市场提供高品质的产品与服务。

目前，长安汽车在沙特利雅得建有全球面积最大的旗舰店，并已完成100余个触点节点的建设，旗下悦翔系列、CS系列、UNI系列等热销车型广受好评。长安汽车在沙特市场的销量位居中国品牌首位，中东非市场累计销量已突破40万辆。

在家电制造领域，中国品牌如创维和TCL也在非洲市场取得了显著成绩。

创维集团自2012年起在中东非开拓自有品牌业务，销售网络覆盖沙特、海湾五国、黎巴嫩、肯尼亚、乌干达、卢旺达、尼日利亚

等多个国家，并在2014年起将冰箱和洗衣机产品引入中东市场。创维集团负责人指出，得益于当地庞大的人口基数和经济的持续发展，非洲一直是创维业务拓展的重点区域。

TCL也深耕非洲市场已有20年。TCL科技集团首席运营官王成在2024中非民营经济合作论坛上表示，早在2004年，TCL便开始布局非洲市场，经过多年的发展，旗下电视机、空调、冰箱、洗衣机等智能终端产品已覆盖非洲46个国家。2023年，TCL在非洲地区的销售额超过1亿美元。未来，TCL将继续发挥科技制造业的优势，助力非洲新型工业化建设，进一步推动中非经贸合作迈向新高度。

政策引导中非合作“多点开花”

值得注意的是，在“新三样”出口方面，中国对非洲出口增长尤为显著。

中国制造业在非洲市场的“多点开花”，离不开中央政策的有力引导。

自2013年中央提出“真实亲诚”的对非政策理念以来，在元首外交的战略引领下，中非合作取得了显著进展，合作领域不断拓宽，合作质量不断提升。这一合作的高质量发展是双方探索现代化道路提供了坚实支撑。

自2015年以来，中央先后通过中非合作论坛宣布实施“十大合作计划”“八大行动”和“九项工程”，并承诺支持非洲大陆自由贸易区建设，为中非合作描绘了宏伟蓝图。据了解，非洲大陆自由贸易区早在2019年7月正式成立，并于2021年1月启动运营，成为全球最大的自贸区之一。

事实上，非洲大陆自由贸易区的发展对中非经贸关系产生了积极影响。近年来，中国对非洲的出口产品在质量和技术含量方面显著提升，手机、新能源汽车等高附加值产品在对非出口中占比逐渐提高。

据中国商务部数据，过去3年，中国在非企业为当地创造了超过110万个就业岗位，并通过投资建设经贸合作区，覆盖农业、加工制造、商贸物流等多个行业。

目前，中国已经连续15年保持非洲第一大贸易伙伴国的地位。2023年，中非贸易额达到2821亿美元，比2013年增长近35%；截至2023年年底，中国对非直接投资存量超过400亿美元。2024年前7个月，中国对非洲进出

口额达到1.19万亿元，同比增长5.5%，创下历史同期新高。

值得注意的是，在“新三样”出口方面，中国对非洲出口增长尤为显著。新华指数研究院发布的《面向RCEP的“新三样”贸易活力指数报告（2024）》以及中非贸易指数研究成果显示，中国新能源汽车、锂电池和光伏产品对非出口同比大幅增长291%、109%和57%。

资深产业经济观察家梁振鹏表示，非洲各国在政策、法规和文化等方面存在较大差异，这对中国制造业企业的市场准入和经营活动带来挑战。企业需要深入了解并遵循当地的政策法规，避免法律风险，同时适应当地文化和市场需求，提供符合消费者期待的产品和

服务。企业还应与当地行业协会、商会等组织建立合作关系，以获取更多市场信息和支持。

梁振鹏进一步指出，中国加大对非洲自由贸易区的建设支持，正在重塑非洲市场的格局，为中国制造业带来新的机遇和挑战。在这一背景下，中国企业应调整市场进入策略，以充分利用自贸区的优势。首先，企业应加强与非洲国家的贸易合作，扩大出口规模。其次，企业应积极开拓非洲市场，寻找新的销售渠道和合作伙伴。此外，企业可以考虑在非洲设立生产基地或研发中心，以降低生产成本和提高研发效率。同时，企业需关注对贸易保护主义和潜在的贸易壁垒，维护自身利益和市场地位。

路特斯集团CEO冯擎峰： 永远不会卷入价格战

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

“之前因为商标问题，公司只好将品牌音译叫‘路特斯’，以后中文名称会变成‘莲花’。”路特斯集团CEO冯擎峰表示，目前路特斯方面已经通过了法院的各种程序，并得到公正判决，进入商标局注册的公示期。

《中国经营报》记者注意到，除了改名外，路特斯方面还表示，在2025年将借助轻量化的资产模式挑战更高的利润率。“从技术投入期来说，路特斯的投入高峰已经过去，后续公司将不断升级迭代技术。路特斯是一个轻量化运营的公司，主要抓研发以及品牌和营销等方面。公司用这种小而美的方式，把成本压下去。”冯擎峰表示。

据了解，2024年，路特斯的交

实现“端到端”

据路特斯日前发布的半年报数据，公司在2024年上半年总收入3.98亿美元，较上年同期增长206%；交付量达到4873辆，较上年同期增长239%。

对于上述营收增长，冯擎峰表示，2024年上半年，公司最大的工程服务收入来自智能驾驶。“路特斯的智能驾驶不同于中国其他汽车厂的智能驾驶，而是用一套解决方案覆盖全球，现在进入的市场覆盖了欧洲、美国、韩国、日本、中东。”

“公司最大的优势还是在海外，例如欧洲、美国，公司已经接到了欧洲的OEM订单。公司也有全球化的体系，并且产品也验证了公司有这样的能力，有好的解决方案。”冯擎峰进一步表示，路特斯的策略与众不同，公司有软件、知识产权，并且愿意同OEM合作，“这样公司将会增长更快，每个车企都有自己的特性、自己的关注点，都有自己区别于其他人不同的地方。所以开放给大家搭建平台，我们是一个联合团队在工作。”

在此基础上，冯擎峰进一步介绍了路特斯未来在智能驾驶的技

不会单纯走增程路线

在冯擎峰看来，中国汽车产业在电动化、智能化领域都具有优势。“电动化既包含混合动力，也包含插入混合动力、电动车、增程，中国在这方面是领先的，而且这个产业链已经形成了规模效应；智能化方面，无论是中国市场还是欧洲市场，路特斯的智能化进程都在加速。”

但对于路特斯而言，增程似乎并不是一个很合适的选择。冯擎峰表示，公司想把车做得更极限，而增程最大的问题在于发动机不参与驱动，发动机仅作为发电机比较浪费。

“增程在高速行驶时耗电特别大。如果发动机参与驱动，这个情况可以避免。”冯擎峰进一步表示，在高速巡航的状态下，发动机参与驱动可以更加节能，“所以公司更希望发动机也能够参与驱动，不会

付量目标在1.2万辆，2025年将提升至1.8万辆。并且在2025年，路特斯的服务收入也将提升至1亿美元。



冯擎峰

路特斯集团CEO

术路线图。“对路特斯来说，端到端的大模型是公司首先要实现的。但大模型的制作并不是一蹴而就，而是一步一步实现的：先实现高速NOV，再实现城市NOV，最后进行融合。”冯擎峰表示，纯视觉+端到端会是未来的智驾趋势，公司会先把前端的感知和规控融合在一起，之后再融合其他，最终变成一个大模型。

面对当前中国汽车市场的价格战，冯擎峰也表示，路特斯永远不会卷入到价格战中。“车企总有一天会结束价格战。到目前为止，路特斯还在不断提价，欧洲加征关税以后，路特斯也会在欧洲提价。美国也在加征关税，但因为目前电动车没有进入，公司会对电动车重新定位，未来在美国的产品定义将会发生变化。”

据冯擎峰预计，今年路特斯将在美国市场交付2500—2600辆。并且9月在美国发布的新款Eletre，将在明年一季度正式开启交付。

走单纯的增程路线。”

冯擎峰透露，在今年的广州国际车展上，路特斯将有新的动力形态产品发布，并且还会推出D级SUV，价格会继续下探。

对于目前汽车越来越电子产品的论调，冯擎峰也表示，这考验了产品的定义能力，“我们要能够看到未来的发展，未来可能双Orin也不够，还是要迭代。所以我认为产品定义要带有一定的前瞻性，尤其是未来面对电子化产品迭代升级非常快的时候，更需要做一些努力，为发展留下一些空间。”

同时，路特斯在跨界方面也有诸多实践成果。冯擎峰表示，公司正在借助股东LV集团的优势进行方法论交流。“圈层的运营是高端品牌的必修课。对公司而言，线上、线下运营要两手抓，各个城市将会逐步推进。”

埃及总理访华抛橄榄枝 长城、一汽发力非洲新能源汽车市场

本报记者 陈茂利 北京报道

“高山如果在埃及销售，将会卖得很好，它超乎想象，将会很有竞争力，希望全新蓝山、高山都可以在埃及生产。”

日前，中非合作论坛峰会（以下简称“峰会”）在北京举行，埃及总理穆斯塔法·马德布利向长城汽车董事长魏建军抛出橄榄枝，希望魏牌全新蓝山、高山能在埃及生产。峰会期间，魏建军作为汽车行业代表就在埃及投资布局项目的最新成果、进展和规划，与马德布利进行了深入、友好的交流。

中非合作前景广阔，尤其是新能源技术正成为中非合作的新亮点。2023年中非贸易额达到2821亿美元，连续第二年刷新历史峰值。其中，中国新能源汽车、锂电池、光伏产品对非出口同比大幅增长291%、109%和57%。

《中国经营报》记者关注到，除了长城汽车，今年6月，埃及CV投资公司与中国一汽集团达成合作协议，计划在中东地区生产平价电动汽车。

据新华网报道，CV投资公司主席谢里夫·哈穆达表示，根据双方协议，其子公司将于2025年第

一季度开始在埃及生产中国一汽的平价电动汽车，预计主要用于网约车服务。GV投资公司的目标是在未来3至5年内，使车辆65%的零部件实现本土化，并将产品出口至中东、非洲、欧洲和拉丁美洲。

“为积极响应埃及汽车产业政策，长城汽车与当地经销商紧密合作，逐步从整车出口转向技术出口。”长城汽车方面对记者表示。

作为非洲第二大汽车市场，埃及市场蕴含不小的潜力，高峰期新车年销售量约30万辆。目前，埃及正在努力推动电动汽车产业发

展，对电动汽车进口实行“零关税”政策，提升国家作为电动车制造和出口中心的潜力。

根据埃及政府于2018年启动的《电动汽车发展计划》，目标是到2025年，电动汽车占汽车总量的2%；到2030年，电动汽车占汽车总量的10%。早在2022年，埃及启动了汽车产业本土化国家战略，并成立了汽车工业最高委员会，以推动汽车特别是电动汽车生产的本土化。

值得一提的是，自2024年以来，中国新能源汽车在埃及销量大幅提升。埃及官方数据显示，一季度，埃及登记上牌的新能源

汽车数量超过1419辆，接近往年全年销量，且其中绝大部分产自中国。

目前，埃及政府已开始实施大规模生产电动汽车规划，力争未来实现近100%的本地采购组件。埃及政府出台措施，计划投资约15亿美元，用于扩建本国电动汽车制造厂和充电站。

记者从长城汽车获悉，今年10月，长城汽车新能源车型哈弗H6将在埃及上市。魏建军表示：“埃及政府正在加快推动新能源转型，对社会和汽车投资环境至关重要，长城汽车与埃及的目标

是一致的。长城汽车将根据当地市场需求和政府转型新能源的愿景，为埃及用户提供全新的产品服务体验。”

长城汽车2008年进入埃及市场，迄今为止深耕16年。在当地，长城皮卡、哈弗H6、哈弗Jolion凭借舒适、安全、智能、操控、省油等优势获得埃及用户高度好评。其中，哈弗H6、哈弗Jolion已经在各细分市场进入销量排名前10。当前，长城汽车在埃及拥有25家门店，随着整车业务及CKD业务在埃及发展，未来，长城汽车将在埃及拓展更多销售渠道。