

中国新能源车如何唱好“出海协奏曲”

中青报·中青网记者 许亚杰

“我完全没有尝试过自动驾驶，也没有开过中国品牌的汽车，但这次到中国企业的展台参观，让我开始好奇，未来我们能开上什么样的新车？”在慕尼黑街头，一位德国00后司机聊起最近的车展，语气中充满憧憬。

在不久前闭幕的2023德国国际汽车及智慧出行博览会（IAA MOBILITY 2023，以下简称“慕尼黑车展”）期间，人们总能在展馆内听到类似的评价。

作为两年一度的全球汽车业盛会，慕尼黑车展被视为“全球汽车行业风向标”。本届车展吸引了超过50家中国汽车产业相关企业，中国参展企业数量比上一届翻了一番。

被观众围得水泄不通的比亚迪展台，正是这一趋势的缩影。



日前，在德国慕尼黑举办的2023慕尼黑车展吸引了超过50家中国汽车产业相关企业参展，中国品牌的新能源车展得到了各界广泛关注。图为慕尼黑车展上，比亚迪产品展示会场。

“中国电动汽车领先了我们一代人”

“随着全球电动化不断加速，欧洲已成为新能源汽车的重要市场。比亚迪持续深耕欧洲市场，不断丰富其新能源车矩阵，满足消费者多样化的需求。”比亚迪欧洲汽车销售事业部总经理舒酉星向记者介绍，比亚迪海豹正式在欧洲上市，并提供两个版本，售价分别为50990欧元（约合人民币40万元）和44900欧元（约合人民币35万元）。

在2023慕尼黑车展，比亚迪携海豹、宋PLUS EV冠军版、元PLUS（海外命名为BYD ATTO 3）、海豚、汉以及腾势D9亮相，引发了欧洲媒体及公众的广泛关注。其中，宋PLUS EV冠军版将于不久后在欧洲上市。

“慕尼黑车展一直是德国汽车工业的展示舞台……在燃油汽车领域，德国制造商凭借尖端技术和完美设计被认为无可匹敌。但这一次情况有所不同，中国企业此次参展车型几乎都是电动汽车，吸引了许多德国观众的目光。”德国《日报》网站在题为《慕尼黑车展上的中国速度》的报道中提出，让人惊叹的不仅是中国汽车厂商此次的参展数量，在质量上，中国汽车制造商也凭借完美的工艺和时尚的设计获得高分，全德汽车俱乐部对中国企业展出的多款新车给予好评。

例如，作为比亚迪e平台3.0的集大成之作，海豹是首款采用CTB（Cell to Body）

电池车身一体化技术、iTAC智能扭矩控制系统的车型，在美学、安全、操控和高效性能方面均表现优异。而在产品造型方面，海豹以“海洋美学”为核心设计理念，展现出低车身、低风阻系数带来的动感和力量感。

比亚迪设计总监沃尔夫冈·艾格表示：“比亚迪为新能源汽车的未来而设计，致力于满足多样化的需求。我们通过设计、科技和创新，将汽车美学淋漓尽致地融入到每一款比亚迪的车型中。”

在本届慕尼黑车展上，中国整车企业清一色地展出了电动汽车。近年来，正是得益于新能源汽车的快速崛起，中国汽车出口驶入“快车道”，取得了令人瞩目的成绩。

根据国际能源署的数据，欧洲是仅次于中国、电动汽车渗透率全球排名第二的新能源汽车市场。此外，德国作为老牌汽车强国，对中国车企出口具有标志性意义。

德国总理朔尔茨在2023慕尼黑车展开幕式上表示，德国政府将投资超过1100亿欧元，以推进德国工业现代化和气候保护，包括加速充电基础设施、可再生能源、电池等战略重要领域的投资建设。德国的目标是，到2030年，电动汽车从120万辆增至1500万辆。

“作为全球首家达成第500万辆新能源汽车下线里程碑的车企，比亚迪的新能源汽车已遍布全球54个国家和地区。”舒酉星告诉记者，比亚迪新能源乘用车在近

一年内已进入了15个欧洲国家，并携手优质本地合作伙伴，在英国、德国、法国、意大利、西班牙等国开设了超140家门店。

本届慕尼黑车展期间，不少人注意到，“主场作战”的宝马、奔驰、大众集团旗下多个品牌，也争相发布了电动化概念车，但其吸睛程度并未显著高于中国车企展出的量产电动汽车。据了解，德国车企的下一代主力电动车型，预计量产时间普遍要到2025年左右。

一位欧洲车企负责人感慨说：“在电动汽车领域，中国已经领先我们一代人。欧洲必须在制造成本、生态系统等方面努力追赶，并与之合作。”

“比亚迪海豹在欧洲市场具有十足的竞争力，不仅是因为中国完整的生产要素、更有竞争力的生产成本，更关键的是科技创新、技术突破，体现出中国企业在新能源汽车产业链垂直整合上的优势。”有分析人士表示，与外国老牌公司相比，中国汽车制造商在电动汽车领域享有系统性的成本优势，同时还提供比特斯拉更丰富的产品阵容，可覆盖更多细分市场。

瑞银在报告中表示，中国车企在技术、成本等多重优势下，向海外市场不断增加出口的势头可能会延续，预计中国车企的全球市场份额将从目前的17%增加到33%。

中国欧洲经济技术合作协会常务副会长兼秘书长陈璟玥认为，一方面，中国新能源汽车市场蓬勃发展，产业链完备，新能源汽车产品放眼全球市场也竞争力十足；另一方面，近年来，在多重因素影响下，欧洲市场的新能源汽车需求激增，同时欧洲车企正加速迈向全面电动化，对动力电池等供应链表现出强烈的合作兴趣。

欧洲汽车制造商协会的数据显示，今年以来，欧洲31国实现新能源乘用车注册量141.9万辆，同比增长26.8%，新能源车市场渗透率达到21.5%。在本届慕尼黑车展期间，比亚迪刀片电池、宁德时代神行超充电池等来自中国的动力电池脱颖而出，屡屡成为媒体镜头的焦点。

抓好技术创新，才能掌握话语权

为了弄清楚中国新能源汽车为何能迅速崛起，瑞银证券研究部近日拆解了一辆比亚迪海豹以“管中窥豹”。

瑞银分析师发布的研报显示，通过在供应链的垂直整合以及放大规模化效益，比亚迪在新能源汽车生产上具有明显的成本优势。以在此次慕尼黑车展上风头无两的比亚迪海豹为例，一辆新车有大约75%的零部件是比亚迪自产，它的生产成本比特斯拉Model 3低了约15%，比欧洲大部分车企低25%左右。

王志远

青年说(第74期)

同济学子锐评中国汽车逐浪“全球化”

“竞争应该激励我们前进，而不是吓倒我们。”近日，在2023德国慕尼黑车展上，面对来自中国电动汽车的竞争，德国总理朔尔茨为德国车企加油打气。

从比亚迪海豹在欧洲上市，阿维塔12全球首发，零跑带来LEAP 3.0智能电动技术，到宁德时代展出神行超充技术，地平线展示历程、征程系列智能驾驶计算方案等，不难看出，中国车企在慕尼黑车展表现出了足够的技术实力和品牌影响力。

本期“青年说”邀请4位同济大学汽车学院的同学，请他们谈一谈从最早的“市场换技术”，到如今的电动化时代，中国汽车品牌打出“技术输出”牌，会对世界汽车产业格局带来哪些改变。

为，中国汽车产业大有前途。

“新四化”首先是电动化，对新能源发展具有很大的促进作用，一方面顺应了“双碳”目标要求，缓解能源安全风险；另一方面，用技术走出国门，标志着我国新能源产业链日趋成熟。

随着中国新能源企业逐渐壮大，核心技术实力开始显现，他们与国际汽车巨头的合作也日渐紧密。中国慢慢摆脱以前只提供市场环境的角色，新能源汽车产业开始了技术输出，这也是我国从汽车大国走向汽车强国的一个重要标志。

到了2023慕尼黑国际车展，中国车企的产品和技术实力得到了更多关注，尤其是中国智能电动汽车，成为各方重点关注、分析的明星车型，这在以前并不多见。

电动化为智能化和网联化奠定基础，进而为汽车发展提供了更多可能。比如智能座舱，涉及到娱乐、办公、生活等，为消费者带来了新体验。对于车企和汽车工程师来说，“新四化”将为他们带来更多的机遇和挑战。

顺应“新四化”发展，勇于挑战的企业会有更多的市场；汽车工程师的概念范围不断扩张，交叉学科人才会有更多的机会；快速发展的行业要求更强的学习能力、更宽的学习范围和终身学习。未来，

我希望有机会投身到中国汽车走向世界征途之中。

新旧势力形成合力，加速全球汽车产业重塑

梁凯冲(博士生)
方向：智能电动车辆轨迹预测与规划

恰逢充满机遇与挑战的世界百年未有之大变局，中国汽车工业已由基础薄弱时的“市场换技术”，逐步迈向自主掌握核心技术，在电动化、智能化领域“技术换市场”的新阶段。

在国家大力倡导和扶持下，各大车企和高校纷纷加大对新能源汽车的研发力度，已形成新能源弯道超车、智能化建新赛道、中国技术“反哺”全球的新局面，加速了全球汽车产业的重塑。

“技术输出”案例不断涌现：雷诺李吉利，助力吉利新能源技术向欧洲输出，并加速打开欧洲市场；大众汽车增资7亿美元入股小鹏汽车，不仅是对小鹏电动化、智能化技术研发的认可，也是中国

汽车产业技术输出的又一典型案例。

在2023上海国际车展上，梅赛德斯-奔驰董事会主席康林松体验腾势D9，宝马董事长齐普策参观长城欧拉，丰田副社长中岛裕树观摩红旗L5……

以上种种现象，都反映出中国自主品牌在核心技术、产业链发展和品牌塑造上的成绩，中国汽车人用行动兑现了厚积薄发的意义。

青年兴则国家兴，保持“技术输出”的可持续性，由汽车制造大国步入制造强国，仍需投身汽车产业的广大青年坚持自主创新、攻坚克难，在补齐自身短板的同时，不断巩固在电动化、智能化领域的领先优势。

中国人能造好车，中国车也能走向世界

饶宗昕(本科生)
方向：车用动力(新能源方向)

中国汽车工业还处于起步阶段时，德国、日本、美国等国就已经是汽车工业强国。改革开放

以来，中国汽车工业通过合资、合作等方式实现了技术引进，学习先进造车技术，积累创新能力。

21世纪，世界各国陆续进入新能源汽车发展期。中国作为世界上最大的汽车市场，在新能源时代扭转了传统汽车的落后形势，在新能源车、自动驾驶等方面实现了快速发展，领跑全球。

新能源汽车时代，我国涌现出许多优秀的自主汽车品牌，传统汽车制造商在向新能源车转型的同时，积累了诸多前沿的核心技术。各大车企创新实力不断提升，越来越多的新技术走出国门，我国从一个技术引进国而成为技术输出国。

从比亚迪吉利汽车，越来越多优秀的中国车企带着技术“出海”；越来越多国际知名老牌车企也来到中国，希望与中国车企达成合作，共享技术成果，互利共赢。

从技术引进国摇身一变成为技术输出大国，是对我国过去十年间新能源汽车发展的肯定，技术输出也会在不远的将来成为常态。中国人能造好车，中国车也能走向世界。

在技术快速迭代的今天，身为“同济汽车人”，我们应当义无反顾地投身中国汽车工业，为技术创新提供力量，助力绿色低碳可持续发展的明天。

链中的话语权。无论是整车企业还是动力电池企业，人才、技术、资本的沉淀都不是一蹴而就，而是经过了漫长的技术积累，最终为中国新能源汽车“走出去”打下了良好基础。”

“走出去”结合“引进来”，开拓中欧汽车合作空间

根据欧洲汽车制造商协会的预测，到2030年，欧洲新能源汽车的渗透率将达到60%，远超全球26%的渗透率。作为法规严格、汽车文化底蕴较为深厚的汽车市场，欧洲无疑是中国车企出海的最佳试金石。

中欧协会智能网联汽车分会秘书长林示认为，中国汽车品牌在欧洲等发达国家的市场发展不能一蹴而就，要一手抓好技术创新，一手讲好品牌故事。“尤其要避免走过去燃油车时代汽车出口的弯路，吸取‘在欧洲碰撞测试被打低分’等教训。”

他认为，考虑到新能源汽车技术特点、产业生态都与过去截然不同，中欧合作形态、全球产业发展格局正在加速演变。

“既要做大做强，也要尽量避免人家对你产生警惕。整体来说就是要‘多做、多学习、多满足需求，少开空头支票’。”林示表示，中国企业应该利用与当地企业合资合作等方式，尽快融入欧洲车企供应链体系，取得互信。

盘和林分析说，汽车业具有典型的全球化分工特征，因此中国新能源汽车“走出去”要与“引进来”相结合。“例如此前特斯拉工厂落地上海，检验了中国汽车供应链能力，也让全球感受到中国汽车制造业的实力，尤其是在新能源汽车制造诸多环节的实力。”

在他看来，中国在汽车电动化、智能网联化等领域进展更快，而欧洲在汽车文化、品牌价值塑造等方面更加娴熟，中欧双方企业应该在平等互惠的原则上加强合作，实现“各取所需，互利共赢”。

正如IAA市场趋势总监Tim Benedict Wegner所说：“全球汽车、出行行业正在经历一场伟大的变革，每个人都身处其中，特别是在中国汽车市场。”他说，中国在全球汽车产业链和全球市场中举足轻重，业内必须与之保持紧密的联系与沟通。

舒酉星在慕尼黑车展现场表示：“比亚迪将继续以科技创新为驱动，不断提高产品力，为欧洲市场和绿色出行注入新活力，助力‘为地球降温1℃’。”

统计数据指出，2022年我国汽车出口量为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1-8月，我国汽车出口294.1万辆，同比增长61.9%。

有国际专家预测称，中国有望在今年年底超越日本，成为全球最大的汽车出口国。无论是节节攀升的出口销量数据，还是中国汽车闪耀慕尼黑车展的镜头，无不让人憧憬中国汽车在全球新能源汽车产业

通过双向合作交流，在国际舞台上赢得更高声誉

方培元(博士生)
方向：自动驾驶决策规划与控制

中国汽车销售总量连续14年居全球第一，庞大的需求基础和市场规模吸引了众多汽车厂商设立合资公司，但其技术研发核心部门大多未设立在中国。

面对核心技术的国外垄断和日益严峻的能源问题，早在2001年，科技部围绕新能源汽车确立了“三纵三横”（燃料电池汽车、混合动力汽车、纯电动汽车三种整车技术为“三纵”，多能源动力总成系统、驱动电机、动力电池三种关键技术为“三横”）的总体研发布局，拉开了中国大力发展新能源汽车的序幕。

通过“换道超车”，在全球汽车行业面临技术革新和转型升级挑战的今天，中国车企厚积薄发。2023年第一季度，中国汽车出口量首度成为世界第一。同时，凭借“三电”、智能网联等技术的全面领先，中国汽车品牌实现了从“低价换市场”到“高质量赢市场”的飞跃。

尽管中国汽车品牌出口仍面临品牌认知度低、贸易壁垒较高和知识产权保护等问题与挑战，但我相信，通过持续的技术研发和双向合作交流，中国车企将推动汽车产业的全面升级，并在国际舞台上赢得更高声誉，在高水平对外开放中实现“汽车人的中国梦”、“中国人的汽车梦”。



中青报·中青网见习记者 王志远

9月11日，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）信息发布会在北京召开。本次发布会内容主要为8月汽车产销数据及经济运行情况。

中汽协副秘书长陈士华表示：“我国经济持续恢复、总体回升向好。随着近期一系列宏观调控政策措施密集出台，企业对市场发展信心进一步增强，生产需求同步回升，制造业景气水平进一步改善。”

“8月，在国家促消费政策及车企优惠促销等因素驱动下，购车需求持续释放，汽车市场整体呈现淡季不淡的特点，环比同比均实现增长。其中，乘用车和商用车产销双增，新能源汽车和汽车出口依然表现良好。”陈士华说。

数据显示，8月，汽车产销分别完成257.5万辆和258.2万辆，环比分别增长7.2%和8.2%，同比分别增长7.5%和8.4%。1-8月，汽车产销分别完成1822.5万辆和1821万辆，同比分别增长7.4%和8%，生产增速较1-7月持平，销售增速较1-7月回落0.1个百分点。



9月11日，中国汽车工业协会发布数据显示，8月，汽车产销分别完成257.5万辆和258.2万辆，环比分别增长7.2%和8.2%，同比分别增长7.5%和8.4%。

陈士华说：“8月是汽车产销的淡季向‘金九银十’转换的月份，接近260万辆的产销数据整体来看还是不错的，延续了持续恢复的态势。”

从国内、国际两个市场来看，8月，

汽车国内销量217.5万辆，同比增长9%，同比增长4.8%；汽车出口40.8万辆，环比增长3.9%，同比增长32.1%。1-8月，汽车国内销量1526.9万辆，同比增长1.5%；汽车出口294.1万辆，同比增长61.9%。

乘用车产销环比、同比实现双增长。8月，乘用车产销分别完成227.5万辆和227.3万辆，环比分别增长7.5%和8.2%，同比分别增长5.4%和6.9%。1-8月，乘用车产销分别完成1567.2万辆和1564.3万辆，同比分别增长5.9%和6.7%。

8月，乘用车国内销量192.4万辆，环比增长8.5%，同比增长3.2%；乘用车出口34.9万辆，环比增长7%，同比增长34.2%。其中，传统燃油乘用车国内销量120.5万辆，比上年同期减少10.4万辆，环比增长7%，同比下降7.9%。1-8月，乘用车国内销量1318.8万辆，同比下降

0.2%；乘用车出口245.5万辆，同比增长69.8%。

在陈士华看来，由于总体汽车市场没有太大的变化，在新能源汽车的快速增长下，燃油车的市场份额在逐渐萎缩，“但8月燃油车市场的销量较7月有所增长，这是值得注意的一件事”。

此外，中国品牌乘用车市场份额也保持了快速增长。8月，中国品牌乘用车销量129.2万辆，同比增长25.6%，市场份额达56.8%，上升8.4个百分点。1-8月中国品牌乘用车销量848万辆，同比增长21.2%，市场份额达到54.2%，上升6.5个百分点。

8月，新能源汽车产销分别完成84.3万辆和84.6万辆，环比分别增长4.7%和8.5%，同比分别增长22%和27%，市场占有率达到32.8%。1-8月，新能源汽车产销分别完成543.4万辆和537.4万辆，

同比增长36.9%和39.2%，市场占有率达到29.5%。

8月，新能源汽车国内销量75.6万辆，环比增长11.4%，同比增长29.7%；新能源汽车出口9万辆，环比下降11.2%，同比增长8.1%。1-8月，新能源汽车国内销量464.7万辆，同比增长32%；新能源汽车出口72.7万辆，同比增长1.1倍。

“由于去年6月有关部门出台了一系列政策，所以去年7-9月的汽车销量比较高。相比去年，我们原本估计今年7-9月是负增长，但可以看到，7月是负增长，8月是正增长，确实有些出乎意料。”中汽协副总工程师许海东分析称，“其实这还是国内市场的积极推动实现的”。

“这里面，商用车作出了一些贡献，同时我们看到，8月国内的市场消费也出现了一些回暖。按照这个趋势判断，我们

相信后面几个月的汽车市场也会好于去年。”许海东说。

近日，工业和信息化部、财政部等七部门联合发布《汽车行业稳增长工作方案（2023—2024年）》，突出抓好“三个统筹”，即统筹推进质的有效提升和量的合理增长；统筹支持新能源汽车和燃油汽车两大市场主体消费；统筹利用好国内和国际两个市场，巩固拓展汽车行业稳中向好的发展态势。

中汽协方面预计，伴随各项政策效果不断显现，加上汽车行业即将进入“金九银十”销售旺季，各大车企也在不断推出新产品，这将有助于市场需求进一步释放，实现汽车行业经济发展预期目标。



汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹到公众号，给我们留言。消费维权邮箱：autocyd@126.com