

2019

中国汽车贸易高质量发展报告

ANNUAL REPORT ON HIGH-QUALITY DEVELOPMENT
OF CHINA'S AUTOMOTIVE TRADE (2019)

商务部对外贸易司
中国汽车技术研究中心有限公司
2019年12月



中国汽车贸易高质量发展报告（2019年版）

编委会

编委会主任：李兴乾

副主任：宋先茂 吴志新

委员：邢传 高阳 刘可 黄永和 吴松泉

主编：吴松泉

副主编：邢传 沈庆

主要执笔人：吴松泉 沈庆 马胜 杨祥璐 刘艳

凌云 许广健 朱一方 石红 李奕平

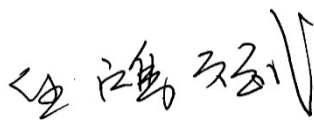
序

推进贸易高质量发展,是党中央面对国际国内形势深刻变化作出的重大决策部署,是奋力推进新时代中国特色社会主义事业的必然要求,是事关经济社会发展全局的大事。2019年9月9日,中央全面深化改革委员会第十次会议审议通过《关于推进贸易高质量发展的指导意见》,为推进贸易高质量发展提供了根本遵循、指明了发展方向。

汽车产业是国民经济战略性、支柱性产业,是支撑贸易高质量发展的重要产业之一。中国加入世界贸易组织以来,我国汽车产业高速发展,汽车产品进出口规模迅速扩大,对确立和巩固我国世界货物贸易第一大国地位做出积极贡献。当前我国汽车整车出口数量达到百万量级,企业、产品和品牌的国际竞争力明显提升,但与发达国家相比,我国汽车贸易总体水平仍然不高,与产业自身实力、高质量发展要求存在差距。未来一段时期,我国汽车贸易发展面临重要战略机遇期,随着技术进步和质量提升、企业跨国经营能力增强、外商投资进一步扩大、“一带一路”倡议深入实施,我国汽车贸易的巨大潜力有望加快释放,在推进贸易高质量发展中将发挥更加突出的示范引领作用。

编制和发布重点产业贸易高质量发展报告是建设贸易高质量发展评价体系的重要举措，也是促进贸易与产业良性互动、融合发展的重要途径。鉴于汽车产业的重要地位和突出作用，我们首个选定汽车产业，组织专家编制了《中国汽车贸易高质量发展报告（2019）》。希望本报告的编制发布，有助于业界对中国汽车贸易发展形成更客观、更全面的认识，对未来发展潜力和发展前景更加充满信心，从而凝聚更多共识，形成更大合力，推动汽车贸易规模快速扩大、质量效益持续提升，为推进贸易高质量发展提供新动力、做出新贡献。

是为序。

Handwritten signature in black ink, appearing to read '陈鸿斌' (Chen Hongbin).

商务部党组成员、部长助理



目 录

一、汽车贸易高质量发展的意义和内涵	1
(一) 汽车产业在我国经贸发展中占有重要地位	1
(二) 汽车产业对推动全球经贸发展做出突出贡献	3
(三) 汽车贸易高质量发展的内涵和方向	5
(四) 汽车贸易高质量发展存在的主要差距	7
(五) 汽车贸易高质量发展的优势和潜力	11
二、汽车贸易高质量发展面临的形势	20
(一) 全球经济增速放缓, 汽车市场需求回落	20
(二) 全球经贸规则加快重构, 汽车产业链和价值链深受影响 ..	23
(三) 汽车技术法规日趋加严, 低碳化成为全球共识	26
(四) 多种因素推动中国汽车产业和市场步入提质升级新阶段 ..	28
三、汽车贸易高质量发展现状和成绩	33
(一) 出口规模稳中有升	33
(二) 出口市场布局不断优化	36
(三) 出口产品结构不断改善	41
(四) 整车出口产品品质持续提升	46
(五) 我国已成为汽车零部件出口大国	50



(六) 中国品牌汽车企业国际影响力稳步提高.....	54
(七) 中国品牌汽车企业海外本地化发展不断取得成效.....	58
(八) 进口汽车日益满足国内市场多样化需求.....	61
四、中国汽车产业国际竞争力评价	67
(一) 中国汽车产业国际竞争力综合评价.....	67
(二) 中国汽车产业出口竞争力评价.....	82
(三) 主要结论.....	87
五、汽车贸易高质量发展趋势展望	89
(一) 主要中国品牌汽车企业加大海外市场布局.....	89
(二) 外资品牌汽车出口规模将持续扩大.....	90
(三) 新能源汽车领域加快“走出去”步伐.....	92
(四) 二手车出口潜力有望进一步释放.....	93
(五) 进口汽车向品质化、个性化、新能源化发展.....	95
主要参考文献.....	97



图 表 目 录

表 1	汽车产业价值链	4
表 2	2018 年主要国家整车出口额情况	5
表 3	2018 年主要国家汽车出口及占比情况	8
表 4	2019 年全球品牌百强榜—汽车品牌	11
表 5	2019 年全球汽车零部件供应商百强榜 TOP10 企业中国建厂情况	13
表 6	2005~2018 年全球汽车产销情况	21
表 7	主要国家汽车销售情况	22
表 8	全球主要经贸协定谈判情况	24
表 9	欧美日及中国汽车减排及燃料消耗量控制目标.....	27
表 10	各国(地区/城市)燃油车禁售计划情况	28
表 11	2013 与 2018 年主要中国品牌汽车企业经营情况对比表.....	29
表 12	2009~2018 年我国汽车产品出口额占货物贸易出口额比例.....	36
表 13	2018 年我国对主要发达国家整车出口情况.....	37
表 14	2018 年对主要 FTA 国家整车出口情况	38
表 15	2018 年对“一带一路”国家整车出口情况	39
表 16	2015~2018 年中国品牌汽车在智利销售情况(分车型)	40
表 17	2018 年我国整车(分车型)出口情况	42
表 18	2015~2019 年上半年我国新能源汽车出口情况(分车型)	44
表 19	2015~2019 年上半年合资汽车企业出口情况.....	45
表 20	2016~2019 年汽车零部件领域主要海外并购项目	52
表 21	主要中国品牌车企海外营销网点布局情况.....	59
表 22	2018 年我国整车分品牌进口情况(不含平行进口)	63
表 23	2009~2018 年主要国家汽车产品国际市场占有率指标.....	83



表 24	2009~2018 年主要国家汽车产品显示性比较优势指数.....	84
表 25	2009~2018 年主要国家汽车产品出口增长优势指数.....	85
表 26	汽车产品出口竞争力综合指数	86
表 27	2009~2018 年主要国家汽车产品出口竞争力评价结果.....	87
表 28	主要外资汽车企业在华发展及出口规划	91
图 1	1999~2018 年我国汽车销量及在全球市场占比情况.....	1
图 2	2001~2018 年全球汽车销量变化情况	3
图 3	2013~2018 年我国轿车各细分市场市场份额变化趋势.....	30
图 4	2013~2018 年我国豪华品牌汽车市场销量走势.....	31
图 5	2014~2018 年我国汽车市场产品份额变化情况（按国别）	32
图 6	2009~2019 年上半年我国汽车出口情况	34
图 7	2009~2018 年我国汽车产品出口额及全球占比情况.....	35
图 8	2018 年主要国家汽车产品出口额及 2013~2018 年平均增长情况.....	35
图 9	中国品牌与国际品牌新车质量问题数量比较.....	47
图 10	2009~2019 年上半年我国汽车进口情况	62
图 11	2013 年（左）、2018 年（右）我国汽车进口情况（分来源地）	64
图 12	2010~2018 年我国进口汽车排量结构变化情况.....	65
图 13	中国汽车产业国际竞争力综合评价指标体系.....	68
图 14	中国汽车产业国际竞争力综合评价指数	69
图 15	中国汽车产业环境竞争力综合评价指数	70
图 16	政策与法律法规体系单指标评价	70
图 17	国内市场需求规模单指标评价	71
图 18	零部件及相关产业发展水平单指标评价	72
图 19	中国汽车产业显示竞争力综合评价指数	72
图 20	国际市场占有率单指标评价	73



图 21	国内市场占有率单指标评价	74
图 22	中国汽车产业企业竞争力综合评价指数	75
图 23	全员劳动生产率单指标评价	75
图 24	企业平均规模单指标评价	76
图 25	R&D 经费比率单指标评价	77
图 26	自主开发能力单指标评价	77
图 27	新产品推出能力单指标评价	78
图 28	成本水平单指标评价	79
图 29	生产一致性单指标评价	79
图 30	中国汽车产业产品竞争力综合评价指数	80
图 31	产品质量水平单指标评价	81
图 32	价格水平单指标评价	82

一、汽车贸易高质量发展的意义和内涵

汽车产业是国民经济的战略性、支柱性产业，也是全球化程度最高的产业之一。加入世界贸易组织（WTO）以来，我国汽车产业高速发展，对加快工业化进程、推动制造业创新发展、增加就业和促进消费升级发挥了不可替代的重要作用。近年来，我国汽车产品进出口规模稳中有升，贸易结构持续优化，质量和效益明显提升，对确定和巩固我国全球第一货物贸易大国的地位做出了重要贡献。

（一）汽车产业在我国经贸发展中占有重要地位

汽车产业具有产业关联度高、市场潜力大、带动就业面广、规模效益明显等特点，为促进国民经济快速发展做出了重大贡献。2000年以来，我国汽车产业进入快速增长阶段，已成为国民经济战略性、支柱性产业。2009年以来，我国汽车销量已经连续十年保持全球第一，近几年占全球汽车总销量的比例接近30%。

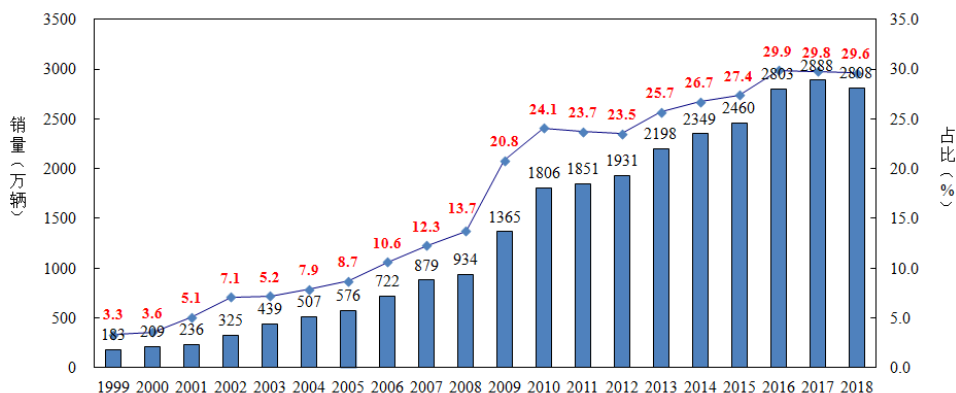


图1 1999~2018年我国汽车销量及在全球市场占比情况

来源：世界汽车组织（OICA）。



汽车是扩大内需的重要消费品，对我国经济社会发展意义重大。根据国家统计局数据，2018年我国汽车商品零售总额3.89万亿元，占全国社会消费品零售总额的比例达到10.2%。此外，汽车产业还在拉动投资、扩大就业、增加税收等方面发挥了重要作用。根据中国汽车技术研究中心的研究数据，我国汽车相关产业税收占全国税收比重、从业人员占全国城镇就业人数比重均连续多年超过10%；全国与汽车相关产业的就业人数，已经超过社会就业总人数的1/6，且汽车制造业每增加1名就业人员可带动10名相关人员就业。根据国家统计局数据，2018年，我国汽车行业规模以上企业实现主营业务收入8.05万亿元，利润总额6091亿元，完成固定资产投资1.36万亿元，占制造业固定资产投资总额的6.4%。

随着我国对外开放的不断扩大，汽车产品进出口快速发展，已成为拉动我国外贸增长、平衡对外贸易、增加财政收入等的重要动力。根据海关数据，2018年，我国汽车产品¹出口金额880亿美元，同比增长10.1%，占我国货物贸易出口总额比例略有提升，达到3.5%，其中整车出口金额151亿美元，同比增长11.0%，对加快改善我国出口产品结构做出重要贡献。同时，我国积极主动扩大进口，改善进口结构，关键零部件和重要设备等高新技术产品进口增长较快。根据海关数据，2018年，我国汽车产品进口金额930亿美元，同比增长4.0%。其中整车进口金额510亿美元，同比增长0.1%，零部件进口金额420亿美元，同比增长9.4%。

¹ 本报告中所有“汽车产品”包含汽车整车（含成套散件）和零部件。汽车整车包括乘用车、货车、客车、汽车底盘、半挂牵引车、特种车等，不含明显不属于汽车产品的税号的数据。此外，本报告中汽车零部件进出口总额均包含玻璃、轮胎等非机电类的汽车零部件产品。

(二) 汽车产业对推动全球经贸发展做出突出贡献

随着全球汽车产业快速发展,汽车产业在各国经济中的地位越来越突出,逐渐成为各主要汽车生产国的支柱产业,并极大地推动了全球经济发展和社会进步。进入 21 世纪以来,在经济全球化和技术进步不断加快的背景下,全球汽车产业保持增长态势,成为拉动全球经济增长的强劲动力。

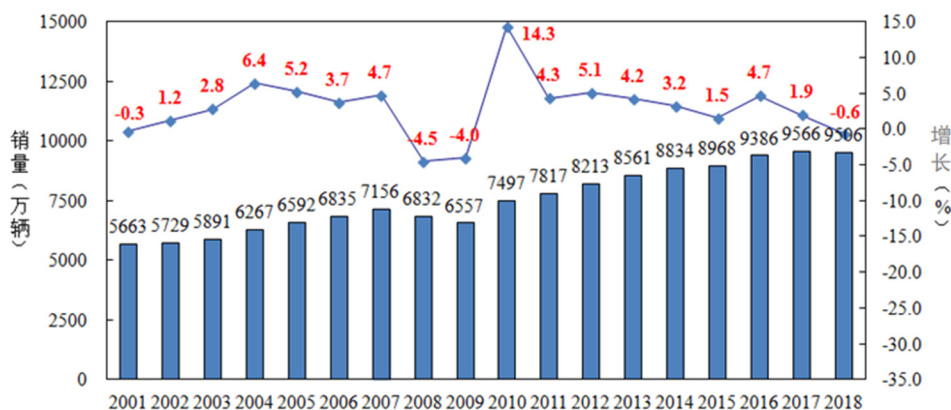


图 2 2001~2018 年全球汽车销量变化情况

来源: OICA。

纵观全球,一个国家汽车产业的国际地位基本可以代表这个国家制造业在国际上的总体地位,汽车制造业也是衡量一个国家工业化水平、经济实力和科技创新能力的重要指标。1920 年代美国经济的兴起,1950 年代联邦德国、意大利、法国经济的起飞,1960 年代日本经济的发展,无不以汽车产业的高速发展为前导。根据欧洲汽车工业协会 (ACEA) 统计,2018 年欧盟汽车工业就业人数占制造业就业总人数的 6.1%,汽车工业及相关产业总产值在国内生产总值 (GDP)



中占比超过7%。同时,汽车产业关联度高,还可以带动上下游及周边产品消费需求的增加。根据国务院发展研究中心的研究结果,发达国家经验显示,汽车工业每增值1元,会给上游产业带来0.65元的增值,给下游产业带来2.63元的增值。

表1 汽车产业价值链

上游	中游	下游	
<ul style="list-style-type: none">• 钢铁• 机械• 橡胶• 石化• 电子• 其他原材料	<ul style="list-style-type: none">• 研发检测• 零部件制造• 系统或总成制造• 整车组装• 其它	<ul style="list-style-type: none">• 新车销售• 二手车交易• 维修保养• 汽车运输• 汽车金融• 展览宣传	<ul style="list-style-type: none">• 汽车用品• 备件供应• 汽车文化• 汽车油品• 回收利用• 其他

来源:课题组分析。

汽车工业也是全球化程度最高的产业之一,是全球出口金额最大的单一制造业。作为高技术、高附加值且易达成贸易规模的商品,汽车是欧美日韩等主要国家贸易增长的重要动力,对拉动全球货物贸易增长发挥着重要作用。根据WTO统计,2018年全球整车出口额9800亿美元,占全球所有货物出口总额的5.1%,规模远超过成品油、集成电路、手机和计算机等大宗商品。由于市场开放程度高,产业竞争力强,主要汽车贸易国家出口规模不断扩大。分国家来看,2018年德国、日本和美国位列整车出口额前三位,分别占全球整车出口总额的18.6%、11.1%和6.2%,其中,汽车是德国和日本第一大出口商品,是韩国的第二大出口商品。2018年德国、日本和韩国整车出口金额分别为1823亿美元、1085亿美元和408亿美元,分别占本国所有货物出口额的11.7%、14.7%和6.7%,而我国整车出口额占货物出口额比重仅为0.6%,远低于全球5.1%的水平。



表2 2018年主要国家整车出口额情况

单位：亿美元

序号	国家	出口额	占全球整车出口额比重	占本国货物出口额比重
1	德国	1823	18.6%	11.7%
2	日本	1085	11.1%	14.7%
3	美国	607	6.2%	3.6%
4	韩国	408	4.2%	6.7%
5	中国	157	1.6%	0.6%
全球合计		9800	100.0%	5.1%

来源：根据WTO数据整理。

(三) 汽车贸易高质量发展的内涵和方向

推进贸易高质量发展,是党中央面对国际国内形势深刻变化做出的重大决策部署,是奋力推进新时代中国特色社会主义事业的必然要求,是事关经济社会发展全局的大事。习近平总书记在2019年中央全面深化改革委员会第十次会议中指出,推进贸易高质量发展,要强化科技创新、制度创新、模式和业态创新,以共建“一带一路”为重点,大力优化贸易结构,推动进口与出口、货物贸易与服务贸易、贸易与双向投资、贸易与产业协调发展,促进国际国内要素有序自由流动、资源高效配置、市场深度融合。这为推进贸易高质量发展提供了根本遵循,指明了发展方向。

汽车贸易高质量发展,就是要贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念,以推进供给侧结构性改革为主线,以“一带一路”建设统领对外开放,保持汽车贸易规模稳定增长和质量提升,优化进出口产品结构和国际市场布局,培育以技术、标准、品牌、质量、服务为核心的综合竞争优势,积极融入全球汽车产业链、供应链和价值链。结合汽车发达国家情况和我国汽车产业实际,我国汽车贸易高质量发

展的主要方向是:

1、迈入汽车贸易大国行列。汽车产品进出口规模持续稳定增长,全球市场份额位居前列。进出口总额在我国货物贸易进出口总额占比进一步提升,对拉动外贸和经济增长发挥更重要作用。

2、进出口产品档次迈向中高端。高技术、高质量和高附加值汽车产品进出口占主体地位,中高端乘用车和新能源汽车出口规模不断扩大。形成具有较强国际竞争力的若干家跨国汽车及零部件企业集团,两家以上中国品牌乘用车企业产销及出口规模进入全球前列,关键零部件企业大范围进入全球跨国汽车及零部件配套体系。

3、产品品质和品牌价值大幅提高。中国品牌自主研发和创新能力明显增强,全产业链实现安全可控和协同发展。骨干汽车企业研发经费占营业收入比例达到主流跨国汽车公司水平,新能源汽车实现依靠创新驱动的引领性发展。品牌认可度和产品美誉度显著增强,形成若干具有较强国际影响力的汽车和零部件品牌。

4、出口市场布局进一步优化。传统市场集中度加快提升,在“一带一路”国家等新兴市场占比进一步提高,部分优势出口产品在重点国家细分市场占有率进入前列,中国品牌整车批量进入发达国家市场。

5、海外本地化生产和服务能力显著增强。主要中国品牌汽车及零部件企业实现全球研发、采购、生产、销售和服务,在欧美等汽车产业发达国家和地区投资建立生产基地,在重点国家市场加大投资建厂力度,整车本地化生产及零部件本地化采购比率不断提高,在全球主要市场建立完善的营销网络和售后服务网络。



6、企业国际化经营水平不断提升。深度参与全球汽车产业分工和市场竞争，充分利用技术、制造、配套、市场、人才等全球资源提高企业国际竞争力，实现汽车产品出口规模化、资本运作国际化、海外经营本地化。中国成为主要跨国汽车公司全球重要的汽车生产和出口基地。中外企业合作水平和层次不断提高，产业合作由加工制造环节向研发、营销、配套、回收利用和再制造、金融服务等环节延伸。

(四) 汽车贸易高质量发展存在的主要差距

随着我国汽车产业快速发展，国产汽车产品质量显著提升，汽车出口规模和效益稳步提升。整车出口以中国品牌车企为主，在经济型乘用车、载货车、大中型客车等领域具备一定竞争优势。但与欧美日等发达国家主要汽车企业相比，中国品牌车企总体发展时间短，关键核心技术掌握不足，技术研发和管理能力不强，国际化经营水平和品牌影响力有待提高；在中国的外资品牌车企仍以满足国内市场需求为主，出口动力不足，导致我国汽车产品出口在规模和占比、附加值和利润率、出口方式和市场布局等方面与欧美日等汽车贸易强国仍存在较大差距。

1、汽车出口规模较小、占比低，与我国全球最大汽车产销国地位严重不相称

随着汽车产业竞争力提升，扩大产品出口和参与国际竞争是全球主要汽车生产国汽车产业发展的普遍规律，欧美日韩等主要国家汽车出口量一般都在 200 万辆以上，占国内产量比例基本都在 20% 以上，有的甚至超过 50%。如日本 2018 年汽车出口 468 万辆，占国内产量



的 48%；韩国 2018 年汽车出口 245 万辆，占国内产量的 61%；德国 2018 年出口 399 万辆，占国内产量比例更是高达 78%。巴西、阿根廷、南非、泰国、墨西哥等汽车产量较大的发展中国家汽车出口量占国内产量的比例超过 20%，最高甚至超过了 70%。根据世界汽车组织（OICA）统计，2018 年全球汽车产量达到 9570 万辆，其中我国汽车产量达到 2780 万辆，占全球产量的比重接近 30%，而 2018 年整车出口 101 万辆，仅占国内产量的 3.6%，与我国汽车产业自身体量和实力严重不相符，说明我国汽车出口仍处于初级阶段。

表 3 2018 年主要国家汽车出口及占比情况

单位：万辆

序号	国家	出口量	国内产量	出口占国内产量比例
1	日本	468	973	48.1%
2	德国	399	512	78.0%
3	韩国	245	403	60.8%
4	美国	193	1131	17.1%
5	中国	101	2781	3.6%

来源：根据各国海关、汽车工业协会及 WTO 数据整理。

2、竞争力较弱，出口产品附加值、利润水平不高

我国整车出口的国际市场占有率远低于我国货物贸易总体在全球市场的占有率。根据 WTO 统计，2018 年我国整车出口额 157 亿美元，不到德国整车出口额的十分之一，分别是日本和韩国的 14% 和 38%，仅占全球汽车出口额的 1.6%，而我国计算机和手机占全球出口份额已接近 50%。这说明我国汽车产业的国际竞争力不仅远远低于产业自身实力水平，也低于我国制造业在国际上的总体竞争水平。

中国品牌整车出口车型大部分集中在中低端，与国外品牌相比，出口单价和利润率较低。2018 年我国整车出口平均单价为 1.5 万美元，



而德国和美国整车出口平均单价为 4.6 万美元和 2.8 万美元。一些企业在国外销售的主流车型平均销售利润率很低,有的企业销售利润率不到 1%,个别车型甚至处于亏损状态。随着原材料和人工成本的不断上涨,我国整车制造成本优势正在逐渐缩小,经营压力不断加大。

3、仍以直接产品出口为主,海外本地化生产刚刚起步

目前,我国多数汽车企业出口方式较为单一,仍处于以产品直接出口为主的初级阶段。虽然吉利、长城、北汽和上汽通用五菱等少数骨干中国品牌车企已在海外投资建厂,但其余大部分车企在海外以 CKD、SKD 组装生产为主,我国企业提供技术和工艺装备,收取一定技术使用费并出口散件,工厂具体经营和产品销售等运营管理参与度较低,甚至有少部分组装生产的产品贴当地合作伙伴的品牌。由于企业海外投资规模小,本地化程度不高,长期可持续发展面临管理和经营风险。另外,海外销售和服务体系建设滞后,缺少消费信贷和融资支持。由于我国车企出口市场分散,海外投资风险较大,导致销售和售后服务网络布局不合理,多数企业采取委托代理的合作方式,存在配件供货周期长、售后服务相对滞后、宣传力度不大等问题,造成品牌影响力和美誉度不高。如在俄罗斯等东欧国家,当地消费者喜欢贷款购车,而中资银行海外网点少,且业务模式单一,目前没有一家中资银行在俄罗斯开展个人车贷业务,导致当地消费者在购车时不能享受最高补贴金额达 2500 美元的贷款补贴、二手车置换补贴等优惠,严重制约中国品牌汽车在当地销售。

4、中国品牌乘用车对欧美发达国家出口较少,发展中国家是主



要出口市场

目前,除上汽通用、大庆沃尔沃等合资品牌批量出口欧美国家以外,中国品牌乘用车出口主要集中在中东、南美和东南亚等发展中国家市场,进入发达国家市场难度大。根据海关统计,2018年我国对美国、澳大利亚和英国等主要发达国家出口整车12.2万辆,仅占我国整车出口总量的12.1%。部分发展中国家和地区政治局势不稳定,直接影响我国汽车出口和投资合作。根据中国出口信用保险公司发布的《国家风险分析报告》,2018年以来全球国家风险水平总体有所上升。受国际石油价格下跌、大宗商品价格回落、当地货币贬值严重等因素影响,俄罗斯、委内瑞拉等国家汽车市场销量显著下滑。2018年,我国对俄罗斯、委内瑞拉整车出口量分别下降40%和60%以上。受美国制裁加严影响,2019年伊朗跌出我国出口前二十位国家,上半年对伊朗出口仅为567辆,同比下降99.6%,而2018年对伊朗出口超过19万辆,奇瑞、江淮、华晨等多数中国品牌企业均受不同程度的影响。

综合分析,导致上述情况的原因是多方面的,但从根本上说是企业的战略定位和竞争力问题。首先,中国品牌汽车与国际品牌汽车直面竞争的能力有待提升。中国品牌车企在技术研发、产品性能和质量、供应链管理、业务布局、盈利水平等各方面均落后于跨国车企,主要中国品牌汽车企业造车基础弱、发展时间短、技术和经验积累少,尚未形成比较成熟的管理理念、品牌文化等“软实力”,也未形成有较强影响力的汽车品牌。国际品牌咨询机构Interbrand发布的2019年全球品牌百强榜单,汽车行业有14个品牌上榜,没有一个中国汽车



品牌。其次，受制于跨国汽车公司对华战略，主要汽车合资企业仍定位于主要满足国内市场需求。虽然我国已经具备全球一流汽车供应链，合资企业也具备对欧美发达国家出口能力，但由于股比限制及在华产能布局等原因，跨国公司从商业利益角度考虑，其在华布局仍以本地化生产和销售为主。目前除少数合资企业实现批量出口外，大众、丰田、宝马、福特、PSA 等跨国车企在华合资企业出口量都很少。

表 4 2019 年全球品牌百强榜—汽车品牌

单位：亿美元

排名	品牌	国别	市值	增长	所属企业
1	丰田	日本	562	5%	
2	梅赛德斯-奔驰	德国	508	5%	戴姆勒
3	宝马	德国	414	1%	
4	本田	日本	244	3%	
5	福特	美国	143	2%	福特公司
6	现代	韩国	142	5%	现代起亚
7	大众	德国	129	6%	大众集团
8	奥迪	德国	127	4%	大众集团
9	保时捷	德国	117	9%	大众集团
10	日产	日本	115	-6%	雷诺-日产
11	法拉利	意大利	65	12%	FCA
12	起亚	韩国	64	-7%	现代起亚
13	路虎	英国	59	-6%	塔塔集团
14	迷你	英国	55	5%	宝马集团

来源：Interbrand。

（五）汽车贸易高质量发展的优势和潜力

我国政府正在推进新一轮更高水平对外开放，加快构建开放型经济新体制，随着进口关税下降、外商投资股比限制放开、自贸区建设



加快推进等一系列汽车领域开放措施的实施,汽车产业将面临更加公平、更加开放、竞争更加充分的市场环境,有望倒逼中国品牌汽车企业加快技术创新与提质增效,培育和增强国际竞争力,同时促进外资企业优化在华生产和市场布局。在国内市场需求低迷、产能过剩问题日益突出、市场竞争日趋激烈等背景下,预计很多中外资车企将积极开拓国内国外两个市场,加快全球市场布局。受宏观经济长期向好、国内市场消费升级、关税下降带动价格调整等有利因素影响,未来几年进口汽车市场仍有较大增长空间。

1、中国已经形成了全球一流的汽车制造体系,具备大规模出口的产业基础

当前,我国已经发展成为全球最大的汽车制造基地。快速发展的经济、低廉的劳动力成本、较强的零部件配套能力、富有竞争力的产业政策、广阔的国内市场以及完善的基础设施,再加上外资长期投资所培育的产业基础,为汽车产业的发展提供了强有力的支撑。目前,汽车产业体系日趋完善,新能源汽车领域形成了一定的先发优势,从产业基础看已经具备大规模出口实力。

汽车市场规模快速增长,整车制造水平不断提升。中国汽车市场经历了多年高速发展,市场规模持续增长。2018年中国汽车市场连续十年位居全球第一,成为全球各主要车企的重要战略市场。2018年,通用在中国销售365万辆,占其全球销量的43.5%;大众在中国销售421万辆,占其全球销量的38.8%。中国品牌企业在产品快速更新迭代、质量升级的同时,也加快制造装备和工艺标准提升,制造水平不断向国际标准看齐。跨国品牌企业为满足不断增长市场需求,加



快投放高质量产品,建设高水平制造工厂和引入新生产工艺,同步带动了中国汽车产业制造能力升级。

供应链发展完备,配套能力不断增强。我国已经成为全球重要的汽车零部件制造基地和出口大国。中国汽车技术研究中心 2018 年发布的《中国汽车零部件产业发展研究》报告显示,中国汽车零部件企业超过 10 万家,其中规模以上企业有 1.3 万家,2018 年的总产值已突破 4 万亿元,年均增长超过 13%。2019 年 6 月美国《汽车新闻》发布 2019 全球汽车零部件配套供应商百强榜,中国有 7 家企业入围,入围企业数量次于德国、日本、美国,居第四位,且呈逐年攀升态势。全球汽车零部件配套供应商百强榜的大多数国际知名企业均在中国建厂,如博世、电装、麦格纳、大陆等百强榜 TOP10 企业更是在中国全面布局,前 10 家企业在中国的生产工厂及研发机构总数量达到 400 多家。

表 5 2019 年全球汽车零部件供应商百强榜 TOP10 企业中国建厂情况

单位:亿美元

排名	公司	2018 年汽车零部件配套业务收入	增长	中国建厂情况
1	博世 (德国)	495.25	4.7%	在中国有 59 家企业,拥有员工 6 万余人,在中国生产和销售汽车零配件和售后市场产品、工业传动和控制技术、包装技术、电动工具、博世家电、博世服务解决方案、安防和通讯系统以及热力技术。
2	电装 (日本)	427.93	4.9%	在中国有 31 家企业,其中包括 2 家技术企业和 27 家生产基地,布局在北京、长春、天津、上海、烟台、重庆、广州等地,涉及动力传动系统、驾驶安全及信息系统、汽车空调系统和车身相关产品等。
3	麦格纳 (加拿大)	408.27	11.6%	在中国有 31 家生产基地,10 个研发基地和销售办公室,拥有员工 1 万余人。在沈阳、天津、重庆、上海、张家港等地布局,涉及车身、底盘、外饰、座椅、动力总成、电子、镜像、闭



排名	公司	2018年汽车零部件配套业务收入	增长	中国建厂情况
				锁、整车设计与代工制造八个产品系统。
4	大陆 (德国)	378.03	5.3%	在中国共设有 27 处生产基地、18 个研发中心。在沈阳、天津、芜湖、重庆等地布局,涉及产品包括底盘系统、发动机系统、传动系统、轮胎、汽车电子系统及传感器等。
5	采埃孚 (德国)	369.29	7.1%	在上海设置亚太地区总部,并建立 2 个研发中心,在上海、北京、天津、重庆、杭州、苏州、南京、长春、沈阳、成都、西安、武汉等超过 20 中国主要城市,布局近 40 家制造工场,3 家售后公司,产品包括底盘及零配件、制动器、驱动器、发动机、变速箱等。
6	爱信精机 (日本)	349.99	3.4%	在唐山、天津、广州、佛山、苏州、无锡、福州等地布局 27 个生产基地,涉及的产品包括发动机系统构成部件、变速器、制动器、座椅、天窗等。
7	现代摩比斯 (韩国)	256.24	2.6%	在中国共有 14 家企业,建立了 1 个研发中心和 1 个质量中心,8 个生产基地,主要分布在北京、上海、天津、江苏、重庆等地区,涉及的业务较广,除了轮胎、玻璃及车身之外,生产其余全部的汽车零部件产品。
8	李尔 (美国)	211.49	3.3%	在中国拥有 44 个制造工厂,2.7 万名员工,分布在上海、武汉、重庆、湖北、南昌、南京、沈阳、长春、北京、广州、佛山等地,涉及汽车座椅系统、汽车电器系统和汽车电子系统等。
9	弗吉亚 (法国)	206.67	7.8%	中国总部位于上海,拥有 2 万名员工,建立了 70 个工厂与 4 个研发中心,分布在重庆、成都、长沙、武汉、襄阳、南昌、广州、东莞、佛山、柳州、上海、杭州、长春、沈阳等地,涉及内饰系统、座椅系统、排气控制系统、绿动智行系统等产品。
10	法雷奥 (法国)	196.83	1.7%	在中国拥有超过 30 个生产基地、13 个研发中心、近 2 万名员工。在沈阳、天津、武汉、佛山、深圳、福州等地布局,涉及车灯、传感器、离合器、空调总成、雨刮系统等产品。

来源:根据美国《汽车新闻》及公开信息整理。

2、汽车市场竞争激烈,倒逼国内企业加快“走出去”

我国加快推进新一轮更高水平对外开放,中国汽车产业在国内市场的竞争将呈白热化态势,倒逼中国品牌企业最大限度整合资源,加



快品牌培育和产品升级、增强自身竞争力。在未来的竞争中，只有更好地利用全球技术、制造、资本、人才、市场等资源的企业，才能真正具备核心竞争力，唯有“走出去”实现汽车产品、技术、制造、服务的国际化才能真正培育国际化的、有竞争力的中国汽车品牌。

中国品牌汽车已具备一定竞争力。2018 中国品牌乘用车的国内市场份额超过 40%，其中产销超过百万辆规模的企业达到了 6 家，一汽、东风、重汽、北汽福田、宇通等商用车企业的产销规模已经跃居世界前列。整车制造水平不断提高，产品质量得到认可，价格竞争优势明显。中国品牌汽车在某些细分市场已经能够和国际品牌同台竞争。

中国品牌汽车企业加快“走出去”步伐。在国内市场需求低迷、产能过剩问题突出、产业加快变革调整、国际营商环境改善等背景下，主要中国品牌车企纷纷将产品出口和国际化列入核心经营战略，国际化经营能力逐步提升，产品质量不断提高和服务网络日益完善，国际竞争力明显增强。目前，中国品牌车企在经济型乘用车、载货车、大中型客车等领域已形成一定的国际竞争优势，比亚迪、宇通等企业已实现新能源汽车向欧美等发达国家出口。

3、对外开放进一步扩大，中国有望成为全球重要汽车出口基地，外资品牌有望扩大出口规模

我国将在 2022 年全面取消外商投资汽车企业的股比限制和合资企业数量限制，主要跨国汽车企业必将调整在华企业的定位，加大在华生产布局，汽车出口规模将不断扩大，中国有望成为多个外资品牌的全球重要出口基地。根据中国汽车工业协会数据统计，2018 年上

汽通用、大庆沃尔沃、本田中国、东风神龙、长安福特等乘用车出口占我国乘用车出口总量比例达到 37.5%，增长 10.8 个百分点。其中，沃尔沃轿车在中国已建成大庆、成都和路桥三大整车工厂以及张家口发动机工厂，S60L、S90、XC60 等中高端车型不仅满足中国本土市场需求，还批量出口欧美等发达国家。通用汽车公司已经在华建立了以上海、烟台、沈阳等为核心的多个生产基地，包括别克、雪佛兰两大品牌多款车型销往南美、北美、亚太等地区，2018 年在华合资企业——上汽通用实现乘用车出口 15.8 万辆，增长 48.7%，占我国乘用车出口总量比例超过 20%，位列所有品牌第一。

中外汽车企业加强新能源汽车领域合资合作，联手开拓国际市场。跨国汽车公司从追求商业利益最大化角度出发，将调整在华投资部署和发展战略，尤其是在电动化和智能化等领域的投资布局。2018 年 7 月，宝马与长城签约成立合资公司（光束汽车有限公司），采用宝马的全球研发和质量标准，发挥长城在本地化生产和采购等方面的优势，计划合资生产和出口 MINI 品牌电动车型，加快推进新能源汽车战略合作和全球化布局。2018 年 10 月，宝马集团宣布拟在 2022 年前收购华晨宝马 25% 的股权，其在华晨宝马股比将突破 50% 提升到 75%。根据协议，华晨宝马将继续扩大投资和生产，未来将国产 X5 车型以及研发生产 iX3 等纯电动车型，并将出口到全球。

4、对外贸易环境持续改善，将为扩大汽车贸易规模创造更有利条件

“一带一路”建设为我国汽车产品扩大出口规模和提升投资合作水平带来重大机遇。截至 2019 年 7 月底，已有 136 个国家与中国签



署“一带一路”合作文件。“一带一路”国家人口总量约 44 亿，约占全球总人口的 57%。GDP 总规模达到 23 万亿美元，约占全球经济总量的 31%。”“一带一路”国家汽车消费处于初级阶段，需求层次多，经济发展水平差异大，消费者更关注产品性价比。我国汽车产品性价比高，具备一定竞争优势。据 OICA 数据，2018 年“一带一路”国家汽车产销总量分别为 5340 万和 4611 万辆，分别占全球汽车产销量的 55% 和 49%。相关国家汽车市场需求回升，将成为拉动我国汽车出口增长的有力支撑。2018 年，我国对“一带一路”国家出口整车 69 万辆，占我国整车出口总量的 69%，整车出口额 102 亿美元，占我国整车出口总额的 68%。

我国正在积极推动自贸协定谈判，为汽车出口创造良好环境。

目前，中国已签署自贸协定 17 个，涉及 25 个国家和地区；在谈自贸协定 12 个，在研自贸协定 8 个。未来将重点推进区域全面经济伙伴关系（RCEP）、中欧投资协定、中日韩自贸协定、中国-海合会自贸协定等对外贸易和投资协定，重点推进汽车产品关税减让，减少技术法规、投资等准入壁垒。随着我国与越来越多的发达国家、汽车生产国家签署自贸协定，我国的汽车贸易规模将大幅增长。同时，我国正在积极建设境外经贸合作区，搭建国际产能合作平台。通过整车企业联合零部件企业及相关机构共建汽车产业园区、共建境外售后维修服务中心及备件生产基地和培训中心、推动中国品牌商用车与国际工程项目“协同出海”、组建海外发展联盟共享信息资源等各种举措，将有利于打造中国品牌竞争优势。

我国正在加快推动汽车产品多双边互认，促进优势汽车出口产

品更好地进入海外市场。我国正在积极参与国际汽车标准法规的制修订与协调工作,推动新能源汽车等优势领域中国汽车技术标准、相关方案为国际标准法规采用,也积极布局推动中国汽车标准在“一带一路”国家的互联互通工作,切实推动中国汽车标准走出去,扩大中国汽车标准国际影响力。如作为牵头国在联合国电动汽车安全(EVS)、电动汽车与环境(EVE)及氢燃料电池电动汽车(HFCV)全球性新技术法规制修订中发挥主要作用,加强智能网联汽车、动力电池回收利用、充电系统及接口标准等方面国际标准法规研究制定和协调工作。同时,加快推动汽车产品多双边互认工作,加强与“一带一路”重点国家的检测认证合作,支持当地认证、检测机构与我国有资质的检测机构开展合作,推动汽车产品试验室互认工作。未来,根据形势的发展,有必要研究加入《关于采用统一条件批准机动车辆装备和部件并相互承认此批准的协定书》(《1958年协定书》),削减我国汽车出口产品认证壁垒,缩短认证周期,降低出口成本。

5、进口汽车市场长期向好,仍有较大增长空间和潜力

进口汽车是我国汽车市场不可或缺的一部分,在丰富和完善国内市场汽车供应品种,满足国内市场消费升级和多样化需求等方面发挥重要作用。预期未来相当长一段时间内,我国进口汽车市场仍将有望持续增长。

宏观经济增长和扩大对外开放有助于扩大进口汽车消费。根据欧美发达国家经验,其汽车贸易均为“大进大出”状态,即汽车进口、汽车出口均维持在较高水平。2018年,我国汽车进口量占国内汽车



表观消费量²的比例仅为 4.1%，而欧美国家一般都在 20% 以上，部分地区甚至超过 40%。随着我国汽车市场对外开放程度的不断扩大和收入水平的提高，未来我国汽车进口规模仍有较大增长空间。

进口是相当长一段时间内国内市场中高端车型的主要来源渠道。目前，50 万元甚至 40 万元以上汽车市场仍以进口品牌为主，中国品牌、合资品牌在高端市场份额很低。虽然不少中国品牌企业快速发展并积极推动产品高端化，但短期内这一状况很难有本质改变。

汽车消费和法规要求升级有助于进口汽车销售。我国汽车监管部门对汽车安全、环保等方面的要求不断提升，消费者对电动化、网联化、智能化、共享化等方面的需求也越来越高，消费升级趋势下中高端市场的需求愈加旺盛。进口汽车定位中高端市场，利润空间更大，宝马、奔驰、丰田、大众等全球顶尖车企正在加快导入更先进的技术、更高端的产品。

² 表观消费量=国内产量+进口量-出口量。

二、汽车贸易高质量发展面临的形势

当前,国际市场环境错综复杂,新一轮科技革命和产业变革对汽车产业的影响不断加深,汽车产业格局深度调整。随着我国推进贸易和投资自由化便利化、由商品和要素流动型开放向规则等制度型开放转变等措施加快实施,为汽车贸易高质量发展提供有利市场环境。同时,我国汽车贸易发展也面临全球市场需求放缓、中美贸易摩擦升级、全球技术法规趋严、市场竞争压力加大等各种挑战,汽车产业和市场进入提质升级新阶段,产业发展正在由规模速度型向质量效益型转变。

(一) 全球经济增速放缓,汽车市场需求回落

2018 年全球经济增速有所放缓,发展中国家经济增速整体高于发达国家。国际货币基金组织(IMF)数据显示,2018 年全球经济增长率为 3.6%,低于 2017 年 0.2 个百分点,预计 2019 年全球经济增速进一步放缓至 3.2%,2020 年有望回升至 3.5%。

受全球经济放缓,市场需求疲软等因素影响,汽车产销出现小幅下滑。2010 年以来,全球汽车产销保持增长趋势。2018 年,受全球经济回升乏力、国际金融市场波动、贸易保护主义升温、英国脱欧带来的不确定性增加以及中国汽车市场下滑等因素的影响,全球汽车产销出现 2010 年以来首次下滑,汽车产量 9571 万辆,同比下降 1.6%,汽车销售 9506 万辆,同比下降 0.6%。

表 6 2005~2018 年全球汽车产销情况

单位：万辆

年份	总产量	增长	总销量	增长
2005	6647	-	6592	-
2006	6926	4.2%	6835	3.7%
2007	7315	5.6%	7156	4.7%
2008	7053	-3.6%	6832	-4.5%
2009	6176	-12.4%	6557	-4.0%
2010	7758	25.6%	7497	14.3%
2011	7988	3.0%	7817	4.3%
2012	8424	5.5%	8213	5.1%
2013	8735	3.7%	8561	4.2%
2014	8973	2.7%	8834	3.2%
2015	9078	1.2%	8968	1.5%
2016	9527	5.0%	9386	4.7%
2017	9730	2.1%	9566	1.9%
2018	9571	-1.6%	9506	-0.6%

来源：OICA。

2018 年全球主要地区汽车市场出现负增长。分地区来看，亚洲仍然是汽车需求量最大区域。2018 年亚洲（含大洋洲）销量合计约为 4741 万辆，占全球汽车总销量的 49.9%。其中，中国销量占全球汽车销量的比重接近 30%。受中国汽车市场下滑影响，亚洲销量同比下降 1.9%。北美洲是第二大汽车销售区域，受加拿大、墨西哥销量下滑影响，2018 年北美三国汽车销售 2111 万辆，同比小幅下降 0.1%。其中，受大规模减税政策影响，美国汽车销售 1770 万辆，同比微增 0.9%，市场需求从轿车转向皮卡和 SUV 的趋势仍在继续。欧洲是第三大汽车销售区域，受英国脱欧带来的不确定性、全球统一轻型车排放测试规程（WLTP）正式实施等影响，2018 年欧洲汽车销量 2070 万辆，同比下降 0.3%。其中，英国汽车销量 273 万辆，同比下



降 6.1%，意大利汽车销量下滑 3.2%，德国汽车销量增长 0.3%，比 2017 年回落 2.4 个百分点，法国、俄罗斯、西班牙等国不同程度增长。南美洲和非洲总体汽车销售规模较小，2018 年销量分别占全球总销量 4.8%、1.3%，较 2017 年分别增长 6.3%、8.6%。

表 7 主要国家汽车销售情况

单位：万辆

国家/地区	销量	增长	占比
亚洲/大洋洲/中东	4741	-1.9%	49.9%
中国	2808	-2.8%	29.5%
日本	527	0.7%	5.6%
印度	440	8.4%	4.6%
韩国	183	-0.2%	1.9%
印度尼西亚	115	7.8%	1.2%
澳大利亚	112	-5.69%	1.2%
泰国	109	8.0%	1.1%
北美洲	2111	-0.1%	22.2%
美国	1770	0.9%	18.6%
加拿大	199	-2.6%	2.1%
墨西哥	142	-7.1%	1.5%
欧洲	2070	-0.3%	21.8%
德国	382	0.3%	4.0%
英国	273	-6.1%	2.9%
法国	263	3.3%	2.8%
意大利	212	-3.2%	2.2%
俄罗斯	182	9.9%	1.9%
西班牙	156	9.0%	1.6%
南美洲	460	6.3%	4.8%
巴西	247	13.6%	2.6%
阿根廷	77	-10.3%	0.8%

国家/地区	销量	增长	占比
智利	42	13.1%	0.4%
非洲	124	8.6%	1.3%
南非	55	0.9%	0.6%
全球合计	9506	-0.6%	100.0%

来源：OICA。

美国特朗普政府频繁采取强硬贸易限制措施，全球贸易环境恶化。特朗普上任以来强力推行“美国优先”的单边主义、贸易保护主义政策，其矛头不仅指向中国、墨西哥、韩国等新兴经济体，也指向欧盟、加拿大、澳大利亚等盟友。此外，2018年美国还对进口汽车及零部件产品是否损害美国国家安全启动“232调查”，并威胁对全部进口汽车加征关税。2018年3月以来，中美贸易摩擦和争端不断升级，为全球经济复苏和贸易增长带来很大的不确定性。根据美国贸易代表办公室（USTR）和中国国务院关税税则委员会发布的公告，双方已实施对各自进口商品加征关税措施。目前，美国对我国汽车整车和大部分汽车零部件加税幅度为25%；我国对美国主要整车加税情况为，2018年7月6日到2018年底为25%，2019年1月1日以来暂停加征关税。

（二）全球经贸规则加快重构，汽车产业链和价值链深受影响

当前，世界经济格局深刻调整，一方面，以美国为代表的少数国家单边主义、保护主义抬头，经济全球化遭遇波折，多边贸易体制的权威性和有效性受到严重挑战。另一方面，美国、欧盟和日本等发达国家和地区积极推动全球经贸规则改革，在新一轮国际经贸规则构建中凸显全方位覆盖、多元化领域、高质量标准等特点。首先，区域贸



易安排成为新一轮国际经贸规则制定的主导力量。近年来，全球范围内先后有《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、《日欧经济伙伴关系协定》(日欧 EPA)、《美国-墨西哥-加拿大协定》(USMCA)和《欧盟-南方共同市场自贸协定》等超大自贸协定签署或完成谈判，全球经贸秩序面临重大调整。其次，更高水平的贸易自由化、便利化成为国际经贸规则变革的新趋势，也是美欧等国家主导的区域自贸协定的重要内容。2018年7月，日本与欧盟签署《日欧经济伙伴关系协定》，内容涉及取消关税、消除非关税壁垒等多个方面，欧盟将在未来八年内取消针对日本汽车10%的进口关税以及针对汽车零部件3%的进口关税。第三，投资规则呈现自由化便利化与保护主义并行发展态势。促进投资自由化和便利化仍是当前国际经贸规则的主流。但保护主义也花样翻新，国家安全审查、环境保护限制和各种形式的数字壁垒逐渐增多。如美国通过《外商投资风险评估现代化法案》，对现行外国直接投资安全审查机制进行修订和更新，扩大了对外国投资的审查范围和审查力度。

表8 全球主要经贸协定谈判情况

贸易协定	状态	主要内容
全面与进步跨太平洋伙伴关系协定(CPTPP)	2018年12月30日正式生效	保留原TPP超过95%的项目，包含货物的国民待遇和市场准入、卫生和植物卫生措施、跨境服务贸易、商务人员临时入境、电信服务、电子商务、竞争政策、知识产权、劳工标准等条款。
美国-墨西哥-加拿大协定(USMCA)	2018年11月30日签署，待各国立法程序通过后开始执行。	规定(5年过渡期内)汽车零部件的本地化率需从目前的62.5%逐步提高到75%，并且要求汽车制造商至少70%的钢铁和铝原料必须来自美墨加；美墨间取消投资争端解决机制(ISDS)；加入了针对非市场经济国家的相关规定。
美国-韩国自贸协定(修订)	2018年9月24日签署。	双方商定放宽汽车安全及环境标准，允许符合美国汽车安全标准的美汽车企业每年向韩出口的汽车配额由2.5万辆增加到5万辆。美对韩皮卡征收25%关税的期限延长20年，将原定于2021年到期的韩国皮卡关税延长适

贸易协定	状态	主要内容
		用至 2041 年。还包括钢铁附带协议、货币附带协议等。
欧盟-日本经济伙伴关系协定	2018 年 7 月 17 日签署, 2019 年 2 月 1 日生效。	取消 99% 产品的关税。欧盟将在 8 年内取消日本汽车进口关税。双方还将开放服务市场, 尤其是金融服务、电子商务、电信、交通等领域。欧盟将得以进入日本政府采购市场, 而对于比较敏感的产业, 双方设定了过渡期。
区域全面经济伙伴关系协定 (RCEP)	15 国 (除印度) 已完成谈判, 2020 年签署。	15 个成员国已结束全部文本谈判及实质上所有的市场准入谈判, 准备 2020 年签署协议, 印度暂不加入。共 20 个章节, 包含货物贸易、服务贸易、投资准入以及相应的规则以及电子商务、知识产权、竞争政策、政府采购、中小企业等内容。
美国-日本自由贸易协定	2019 年 9 月签署初步贸易协定	减免农产品、工业制品、数码产品等商品关税, 促进市场开放。暂缓汽车领域的谈判, 争取另行签署范围更广的协定。
美国-欧盟自由贸易协定	谈判中	

来源: 根据公开资料整理。

自由贸易协定和投资保护协定仍然是提高贸易投资自由化便利化程度的最重要手段, 直接影响全球贸易和产业布局, 深度影响全球汽车产业链和价值链, 对我国汽车产品出口和车企国际化发展也产生重要影响。一是已签署的各类自由贸易协定为我国汽车产品出口提供了便利条件。目前, 已与我国签署自贸协定的国家遍及欧洲、亚洲、大洋洲、南美洲和非洲。其中, 澳大利亚、新西兰、新加坡、文莱等多个国家已实现对我国汽车产品零关税。此外, 韩国、巴基斯坦、智利、秘鲁、东盟等国家和地区, 也将我国出口的汽车及零部件产品纳入关税减让范围。二是我国汽车产品进入非自贸协定国家市场将面临不平等竞争。日欧 EPA 签署后, 欧盟将取消日本进口汽车和零部件关税, 中国汽车产品价格竞争优势相对弱化, 进入欧盟国家市场的难度将增大; 美国-墨西哥-加拿大协定提高了三国汽车生产的本地化率等要求, 将影响我国对北美地区的零部件出口。三是贸易保护主义向投资领域扩散, 中国车企海外投资和国际化发展的阻力加大。滥

用国家安全的投资审查机制等投资限制措施使得我国汽车及零部件企业在欧美发达国家投资、并购和本地化经营的难度和面临的风险增大，影响中国骨干企业国际化战略推进和国际竞争力提升。

(三) 汽车技术法规日趋加严，低碳化成为全球共识

全球性气候变暖日益加剧，汽车产生的碳排放量占全球碳排放总量的三分之一。历史上首个应对气候变化的全球性协定——《巴黎协定》，持续推动各国在汽车领域实施更为严格的减排措施，进一步降低汽车对全球气候的影响。

为有效应对全球气候变化和大气污染，各国纷纷加严节能减排法规，并高度重视发展新能源汽车。欧盟和日本分别于2017年和2018年实施 WLTP，实质上加严了排放要求，美国当前实施的尾气排放标准已是全球最严格的标准之一。中国计划于2020年全面实施第六阶段机动车排放标准，同样跻身全球最严格的排放标准之列。在燃料消耗量方面，到2025年乘用车新车平均燃料消耗量达到4.0 L/100km左右是国际趋势，中国的目标是下降至4 L/100km；日本2030年达到25.4 km/L；欧盟要求乘用车CO₂排放2025年比2021年(95g/km)下降15%，2030年下降30%；美国要求至2025年乘用车新车平均达到55.3~56.2mpg(约合4.3L/100km)。欧洲、北美、亚洲、南美的主要汽车生产国纷纷加快新能源汽车的研发推广。主要国家对推广销售新能源汽车直接给予财政补贴，并采取措施支持充电基础设施建设和运营、支持电池研发，部分地区和国家甚至提出将实施划定燃油汽车禁行区和禁售燃油汽车等较为极端的措施(见表10)。如加拿大将



执行新的补贴政策，对售价在 4.5 万美元以下的电动车补贴 5000 美元，在 2019 年、2020 年共提供 3 亿美元的补贴总额。发展中国家如印度计划实施 14 亿美元的电动和混合动力汽车销售推广补贴计划，将根据电池容量补贴成本低于 150 万印度卢比（约合 21200 美元）的汽车。

表 9 欧美日及中国汽车减排及燃料消耗量控制目标

国家或地区	减排目标
欧盟	2019 年 4 月，欧盟理事会宣布对乘用车和轻型商用车制定更严格的二氧化碳排放标准，2030 年后乘用车新车型的二氧化碳排放量比 2021 年（95g/km）减少 37.5%，商用车新车型的二氧化碳排放量比 2021 年减少 31%。 2019 年 6 月，欧盟理事会宣布采用载货车二氧化碳排放标准：货车制造商将新款货车的平均二氧化碳排放量到 2025 年比 2019 年减少 15%，到 2030 年减少 30%。
美国	2016 年美国提出中重型载货车的二氧化碳排放量和油耗标准，到 2027 年削减二氧化碳 11 亿吨，石油消耗量最多削减 20 亿桶。新标准需要载货车拖车、货车、校车等车辆的二氧化碳排放量和油耗改善 25%。此外，乘用车和轻卡必须达到 54.5mpg。
日本	2019 年 6 月，日本政府要求车企到 2030 年时降低汽车油耗，新修订的油耗标准草案明确，所有新车在 2030 年时的油耗平均值需要达到每升汽油行驶 25.4 公里，与 2016 年的 19.2 公里相比，汽车油耗降低了 32%。 2018 年 7 月，经济产业省提出到 2050 年所有乘用车实现电动化的目标，日本汽车厂商在国内外销售的乘用车力争全部成为电动汽车（EV）、混合动力车等使用电动机的“电动车”。
中国	2019 年 1 月，工业和信息化部公开征求对强制性国家标准《乘用车燃料消耗量限值》和《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》(征求意见稿)的意见。文件明确要在 2025 年使我国乘用车新车平均燃料消耗量水平下降至 4.0 L/100km，对应的二氧化碳排放约为 95 g/km（基于 NEDC 循环）。同时明确 2025 年以前轻型汽柴油车暂且采用 WLTC 即与排放标准相协调；五阶段目标值及限值将基于 WLTP 重新确定，并在 2021 年一次性完成从 NEDC 向 WLTC 的过渡。

来源：根据公开资料整理。


表 10 各国（地区/城市）燃油车禁售计划情况

“禁燃”区域	提出时间	提出方式	禁售时间	禁售范围
荷兰	2016 年	议案和执政协议	2030 年	汽油/柴油乘用车
挪威	2016 年	国家计划	2025 年	汽油/柴油车
			2050 年	交通领域内
巴黎、马德里、雅典、墨西哥城	2016 年	市长行动协议	2025 年	柴油车
美国加州	2018 年	政府法令	2029 年	燃油公交车
德国	2016 年	议案	2030 年	内燃机车
法国	2017 年	官员口头表态和交通部门战略	2040 年	汽油/柴油车
英国	2017 年	官员口头表态和交通部门战略	2040 年	汽油/柴油车
	2018 年			
英国苏格兰	2017 年	政府文件	2032 年	汽油/柴油车

来源：能源与交通创新中心《中国传统燃油汽车退出时间表研究》。

尽管欧洲、美国等各国汽车保有结构和技术特征存在一定差别，对节能减排指标要求也不尽相同，但从整体来看，各国都通过技术标准和法规不断加严汽车燃料消耗量要求，以落实低碳化战略。受此影响，发展中国家也纷纷升级、加严本国相关标准或直接应用发达国家标准，并设定电动汽车发展目标，推出相关推广措施。这给我国汽车出口带来新的机遇和挑战，法规升级带来频繁、反复的国际产品认证，将降低汽车出口流通效率，但各国鼓励发展和推广电动车也为我国新能源汽车出口创造了新需求。

（四）多种因素推动中国汽车产业和市场步入提质升级新阶段

伴随我国汽车市场进入低增速发展阶段，汽车产业也进入调整期。自 2018 年汽车市场增速下滑后，主要中国品牌和国际品牌汽车企业



更重视用户体验、技术研发、提升体系能力、加强品牌建设，力图保持和扩大市场份额。

中国品牌企业经营质量提升。中国品牌企业充分应用市场、技术及资本优势开展合资、并购同时大力发展自主品牌，加快提升自身经营质量。2018年上汽、东风、一汽等中国主要品牌汽车企业销量、主营业务收入、利税总额较2013年均实现大幅增长。前10家企业2018年整体销量较2013年增长28%，整体主营业务收入增长32%。分企业看，吉利、广汽等企业销量实现倍增，比亚迪、长城、上汽等企业主营业务收入也实现大幅增长，这些企业的产品都是中国品牌的典型代表和主销车型。

表 11 2013 与 2018 年主要中国品牌汽车企业经营情况对比表

单位：万辆，亿元

序号	企业	2013 年			2018 年			比 2013 年增长		
		销量	主营业务收入	利税总额	销量	主营业务收入	利税总额	销量	主营业务收入	利税总额
1	上汽	511	6805	1218	705	9022	1782	38%	33%	46%
2	东风	353	4293	804	383	5698	944	8%	33%	17%
3	一汽	291	4247	844	342	5877	769	18%	38%	-9%
4	北汽	216	2659	405	240	3949	596	11%	49%	47%
5	广汽	101	2050	307	214	3402	539	113%	66%	76%
6	长安	223	2072	280	214	1712	-	-4%	-17%	-
7	吉利	55	1584	46	150	1066	246	173%	-33%	434%
8	长城	75	568	100	105	992	139	40%	75%	39%
9	奇瑞	49	231	228	61	252	-	25%	9%	-
10	比亚迪	51	136	8	52	636	11	3%	367%	33%

来源：《中国汽车工业年鉴》。

市场消费升级明显。当前，汽车市场呈现明显的消费升级趋势，

复购和换购逐渐增多,消费者需求已从简单代步转向品质感和高级感。B级、C级及豪华品牌市场份额逐年提升,A级以下车型份额不断被挤压。2018年C级轿车市场份额较2013年增长0.3个百分点,B级增长了1.1个百分点,而A0级和A00级则分别萎缩了1.8个和1个百分点。中国品牌大多为A级及以下细分市场产品,市场份额萎缩、生存形势趋于严峻,主要中国品牌企业纷纷推出高端品牌,努力打破“天花板”。

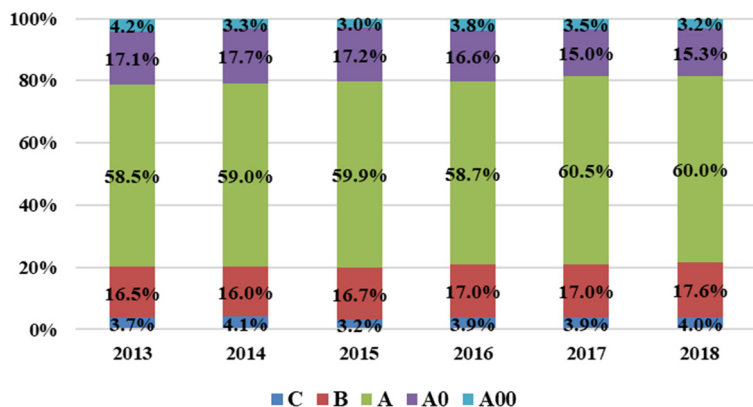


图3 2013~2018年我国轿车各细分市场份变化趋势

来源:乘用车市场信息联席会。

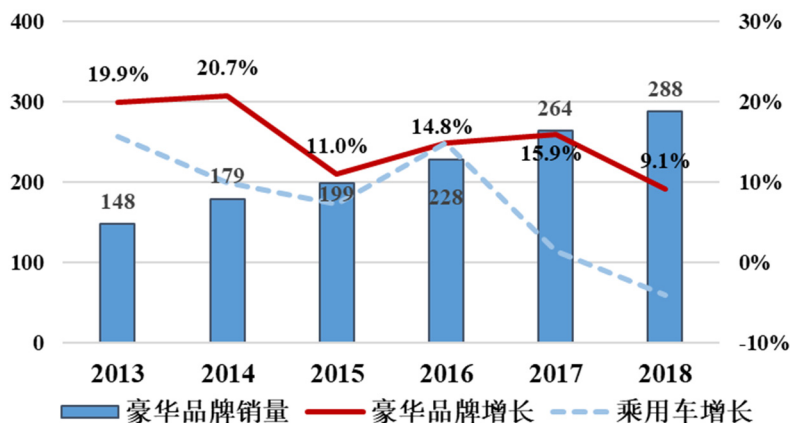


图4 2013~2018年我国豪华品牌汽车市场销量走势

来源：中国汽车工业协会。

外资品牌持续发力。大众、丰田等跨国车企更加重视中国市场，将更多的新车在中国首发或全球同步发售。2018年丰田TNGA全球旗舰车型亚洲龙(Avalon)在中国首发，大众投放了探歌、途岳、奥迪Q2L、途锐、斯柯达柯米克等8款全新SUV车型，增强了市场竞争力，提升了市场份额。福特在中国计划开展更为深入的品牌合作，将从“研发、生产、供应链、营销、创新”五方面全面增强长安福特的研发能力，推动长安福特向电气化、互联化、智能化车辆制造和智能出行的新型汽车企业转型。

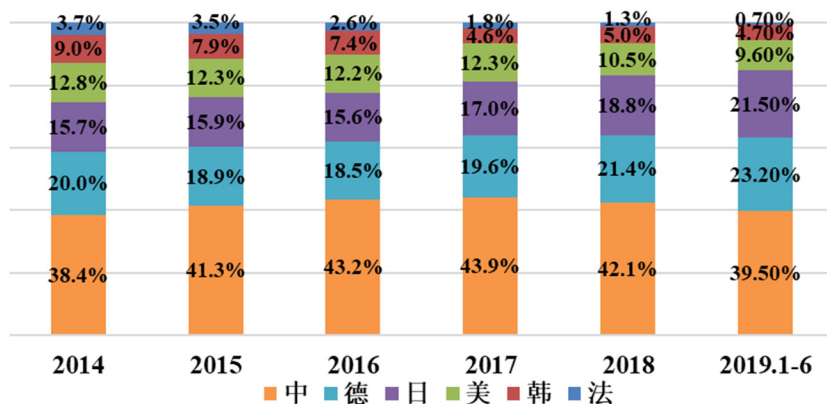


图5 2014~2018年我国汽车市场产品份额变化情况(按国别)

来源:中国汽车工业协会。

优胜劣汰加快国际化步伐。在市场增速放缓、增长空间有限的背景下,行业竞争愈趋“白热化”。为应对更加激烈的国内竞争、化解产能过剩、缓解经营压力,中国品牌车企加快走向国际市场,实施海外生产、加强品牌建设、提升海外服务能力、扩大新能源汽车出口、与外资跨国企业共同开发国际市场,多措并举加快国际化发展步伐。



三、汽车贸易高质量发展现状和成绩

加入世贸组织以来,随着对外开放程度不断扩大,汽车产业快速发展,汽车市场消费升级趋势明显,汽车贸易规模稳定增长,质量效益明显提升。近年来,我国汽车贸易高质量发展取得一定成效,出口规模稳中有升,市场布局和产品结构持续优化,中国品牌国际竞争力和影响力不断提高。同时,作为我国汽车市场的有益补充,进口汽车基本满足国内市场多样化需求,推动国内市场消费升级。

(一) 出口规模稳中有升

加入世贸组织以前,我国汽车产品出口总体出口量较少且出口国家较为分散。加入世贸组织以来,我国汽车出口呈现井喷式高速增长,出口规模日趋扩大。2001~2008年,我国汽车出口整体呈现稳步增长趋势,2008年实现汽车出口68.1万辆。2009年,受金融危机影响,我国汽车出口出现大幅下滑,出口量跌至37.0万辆。金融危机后几年,我国汽车出口逐渐回暖,于2012年创下历史新高,出口量首次超过百万规模达到105.6万辆。近年来,我国汽车企业不断加快“走出去”步伐,汽车出口已从当初单一的产品贸易逐渐向技术与资本共同输出的海外产业战略布局转变,并于2018年再次突破百万辆达到100.89万辆。

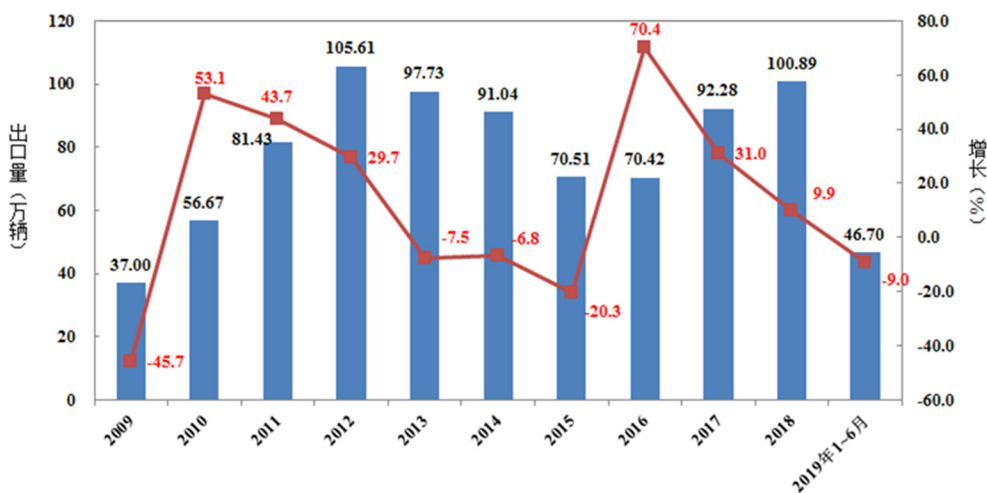


图6 2009~2019年上半年我国汽车出口情况

来源：根据海关数据整理。

汽车产品出口额及占全球市场份额不断提升。我国汽车产品出口起步大大晚于欧美日韩等汽车发达国家，但近年来，汽车产品出口额及全球市场份额不断提升。根据WTO统计，2009年我国汽车产品出口额为199亿美元。随着全球汽车市场需求回暖，连续5年实现较大幅度增长。2014年，我国汽车产品出口总额首次超过500亿美元。2013~2018年，从460亿增长至606亿美元³，年均增速为5.7%，占全球汽车产品出口额比例从3.4%提升至3.9%，提高了0.5个百分点。

³ 根据海关统计，2018年我国汽车产品出口额880亿美元，高于WTO统计数据。

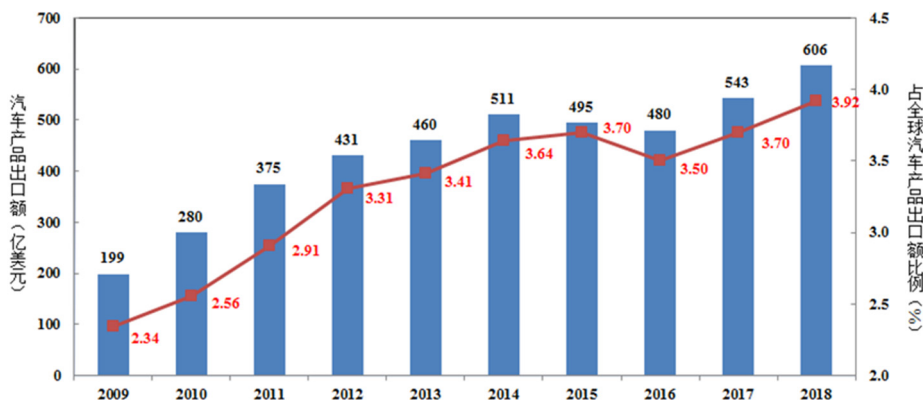


图7 2009~2018年我国汽车产品出口额及全球占比情况

来源：根据WTO数据整理。

汽车产品出口增速高于主要贸易国家。根据WTO统计，2013~2018年，我国汽车产品出口额平均增长5.7%，明显高于德国（1.7%）、日本（0.8%）美国（0.1%）和韩国（-3.1%）等主要发达国家，且高于2013~2018年全球汽车产品出口总额年均增速2.9个百分点。

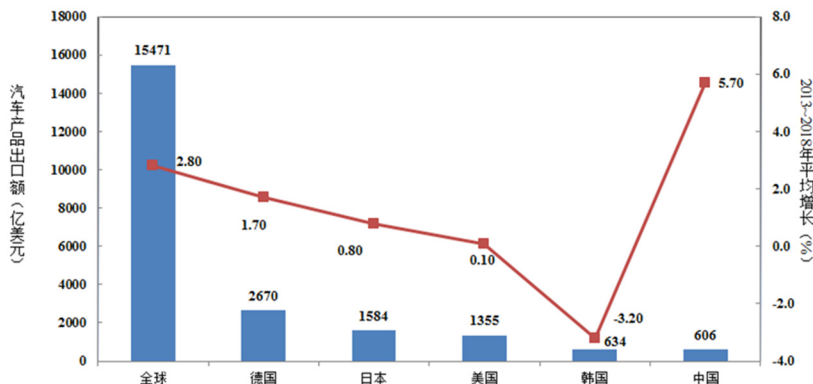


图8 2018年主要国家汽车产品出口额及2013~2018年平均增长情况

来源：根据WTO数据整理。

汽车产品出口额占我国货物贸易出口总额的比重上升。根据中国海关统计,随着出口规模 and 价值的提升,2013~2018年,我国汽车产品出口额占我国货物贸易出口总额的比重从3.39%提升至3.48%,上升了0.09个百分点,年均增长0.51%,对促进我国外贸稳定增长做出了贡献。

表12 2009~2018年我国汽车产品出口额占货物贸易出口额比例

年份	汽车产品出口额(亿美元)	货物贸易出口总额(万亿美元)	汽车产品占货物贸易比例
2018	880	2.53	3.48%
2017	799	2.25	3.56%
2016	740	2.10	3.52%
2015	763	2.24	3.39%
2014	805	2.34	3.46%
2013	751	2.21	3.39%
2012	674	2.05	3.27%
2011	594	1.90	3.11%
2010	448	1.58	2.85%
2009	317	1.20	2.67%

来源:根据海关统计数据整理。

(二) 出口市场布局不断优化

随着我国汽车贸易规模的不断扩大,市场布局多元化趋势日益明显。出口市场方面,自贸协定签约国家、“一带一路”及新兴市场增长较快,出口市场正逐渐从发展中国家转向欧美等法规、技术要求更为严苛的高端市场,并取得了显著成绩。

整车出口市场日趋多元化,发达国家市场开拓力度加大。2018年,我国整车出口国家达到204个国家和地区,比2013年增加10个。随着我国与“一带一路”国家及发达国家汽车贸易合作潜力持续释放,贸易合作伙伴不断扩展。除传统出口市场外,我国向欧美日韩澳



新等高端市场出口也呈现上升趋势。2018年,我国对主要发达国家出口整车12.2万辆,比2013年增长212.8%,占我国整车出口总量的12.1%,比2013年提升近8个百分点。2013~2018年,我国对主要发达国家整车出口量和出口额年均增长率分别为25.7%和3.2%。

表 13 2018 年我国对主要发达国家整车出口情况

单位:万辆,亿美元

序号	国家	出口量	比 2013 年增长	出口额	比 2013 年增长
1	美国	6.74	2963.6%	17.87	4729.7%
2	澳大利亚	1.45	88.3%	2.72	79.0%
3	英国	1.43	741.2%	1.89	530.0%
4	意大利	0.76	230.4%	0.39	39.3%
5	加拿大	0.54	-60.3%	1.06	-53.9%
6	韩国	0.41	412.5%	0.83	654.6%
7	德国	0.40	-39.4%	0.82	-26.1%
8	新西兰	0.38	90.0%	1.14	356.0%
9	日本	0.07	16.7%	0.40	48.2%
10	法国	0.04	-73.3%	0.22	-38.9%
主要发达国家合计		12.20	212.8%	27.33	297.8%
全球合计		100.89	3.2%	150.96	17.0%

来源:根据海关统计数据整理。

与主要自贸协定(FTA)国家汽车产品贸易有所提升。目前与我国签署自贸协定的国家和地区都是我国汽车产品出口重要市场。澳大利亚、新西兰、新加坡、文莱等国已对我国汽车产品进口实行零关税。韩国、巴基斯坦、智利、秘鲁、东盟等国家和地区,也将我国出口的汽车及零部件产品纳入关税减让范围,并根据降税协定逐年降低相关产品税率。2018年,我国对FTA国家出口整车23.86万辆,比2013年增长15.2%。2018年,我国对智利、马来西亚、印度尼西亚、泰国、澳大利亚、新西兰等主要FTA国家出口均实现大幅增长,对FTA

国家汽车出口总量占出口总量的 23.7%，比 2013 年提升近 2.5 个百分点。

表 14 2018 年对主要 FTA 国家整车出口情况

单位：万辆，亿美元

序号	国家	出口量	比 2013 年增长	出口额	比 2013 年增长
1	智利	7.53	-4.7%	6.90	1.4%
2	越南	3.68	101.7%	4.60	37.7%
3	秘鲁	3.18	-19.5%	2.99	-29.3%
4	菲律宾	2.81	256.3%	6.75	182.4%
5	澳大利亚	1.45	89.5%	2.72	79.1%
6	巴基斯坦	1.08	185.9%	2.05	336.2%
7	马来西亚	0.94	6.5%	2.31	0.4%
8	缅甸	0.90	-49.6%	1.67	-45.8%
9	印度尼西亚	0.50	77.9%	1.49	-7.7%
10	韩国	0.41	424.3%	0.83	673.0%
11	新西兰	0.38	93.2%	1.14	350.4%
12	哥斯达黎加	0.28	23.8%	0.40	5.9%
13	老挝	0.27	-54.4%	0.71	-29.1%
14	泰国	0.18	-76.3%	0.98	-67.0%
15	柬埔寨	0.14	60.4%	0.63	152.1%
16	新加坡	0.03	-48.8%	0.16	-61.1%
17	文莱	0.03	-20.0%	0.20	193.7%
18	格鲁吉亚	0.02	72.4%	0.05	41.0%
19	瑞士	0.02	-81.5%	0.02	-87.5%
20	马尔代夫	0.02	277.4%	0.08	1448.4%
21	冰岛	0.005	-	0.05	250.8%
FTA 国家合计		23.86	15.2%	36.72	16.9%
所有国家/地区		100.89	3.2%	150.96	17.0%

来源：根据海关统计数据整理。

“一带一路”国家成为主要汽车出口市场。随着“一带一路”建设不断推进，“一带一路”国家从倡议最初提出时的 60 多个增加至 2019 年



4月的130多个。近年来我国汽车企业不断加快布局“一带一路”国家市场。2013~2018年,我国对“一带一路”国家整车出口量和出口额平均增长率分别为11.6%和12.1%。2018年,我国对“一带一路”国家出口整车69.2万辆,占我国整车出口总量的68.6%,整车出口额102.2亿美元,占我国整车出口总额的67.6%。其中,对阿尔及利亚、沙特阿拉伯、埃及的出口增幅较大。中国品牌汽车在伊朗、智利、阿尔及利亚等国细分市场份额均位居前列。

表 15 2018 年对“一带一路”国家整车出口情况

单位:万辆,亿美元

序号	国别	出口量	比 2013 年增长	出口额	比 2013 年增长
1	伊朗	19.33	274.2%	17.99	247.0%
2	智利	7.53	-	6.90	-
3	埃及	4.38	23.1%	3.04	48.0%
4	厄瓜多尔	3.75	-	3.29	-
5	越南	3.70	102.8%	4.69	40.6%
6	菲律宾	2.83	258.9%	6.78	183.7%
7	阿尔及利亚	2.77	-	2.47	-
8	沙特阿拉伯	2.08	-12.3%	4.69	1.5%
9	俄罗斯	1.93	-78.6%	4.43	-54.5%
10	玻利维亚	1.59	-	1.56	-
11	南非	1.36	-	2.14	-
12	巴基斯坦	1.08	185.9%	2.08	342.6%
13	马来西亚	1.00	13.3%	2.61	13.5%
14	尼日利亚	0.91	-	2.17	-
15	缅甸	0.91	-49.1%	1.84	-40.3%
其他国家		14.00	-75.8%	35.36	-50.3%
“一带一路”国家总计		69.17	73.4%	102.02	76.3%
全球合计		100.89	3.2%	150.96	17.0%

来源:根据海关统计数据整理。



案例 1 中国品牌乘用车在智利市场份额首次超过日韩

2007年以来,我国汽车陆续进入智利市场。近年来,智利经济保持较快增长,在拉美地区处于领先地位。在当地汽车市场需求回升、中国-智利自贸区汽车产品零关税等有利条件的带动下,智利已成为我国汽车出口的主要市场之一,中国品牌汽车销量及市场份额逐年攀升。根据全球汽车信息平台(Marklines)统计数据,2018年中国品牌汽车在智利总销量为5.21万辆,增长33.24%。2015~2018年,中国品牌汽车在智利的市场份额从9.02%上升至12%,提升了近3个百分点。2018年,智利市场乘用车销量排名前5位的依次为奇瑞、江淮、长安、上汽和长城,占全部中国品牌乘用车在智利总销量的77.6%。2018年8月,智利国家汽车联合会(ANAC)指出,中国品牌汽车性价比高、与消费者间良好的信任关系等是促成中国品牌汽车在当地市场份额不断提升的重要因素。

表 16 2015~2018 年中国品牌汽车在智利销售情况(分车型)

单位:辆

序号	类型	2018年	2017年	2016年	2015年
1	乘用车	39921	28435	19210	18221
2	轻型载货汽车	10551	9317	7381	6444
3	中重型载货汽车	1374	1205	1401	1957
4	大中型客车	209	178	117	242
中国品牌合计		52055	39135	28109	26864
中国品牌汽车市场份额		12.0%	10.4%	8.8%	9.0%
智利国内销量合计		434076	376787	319606	297785

来源:全球汽车信息平台(Marklines)。



案例2 中国品牌商用车在阿尔及利亚市场占据主导地位

阿尔及利亚是非洲第二大汽车市场,也是我国商用车出口的重要市场。近年来,阿尔及利亚加强国内基础设施建设,为我国载货汽车进入当地市场提供了有利条件。陕汽、北汽福田、江淮等均已在阿尔及利亚投资建厂。其中,陕汽的SHACMAN是阿尔及利亚最受欢迎的重型载货汽车。2018年,我国载货汽车在阿尔及利亚的市场占有率超过90%。根据陕汽官方数据,2007~2018年,陕汽已累计向阿尔及利亚出口重型载货汽车超过4万辆,占该国细分市场份额的80%。2018年5月,陕汽在阿尔及利亚生产的第一辆SHACMAN重型载货车成功下线。2019年上半年,我国对阿尔及利亚载货车出口2.74万辆,同比增长3倍多,在一定程度上弥补了对伊朗市场出口断崖式下跌的缺口。

(三) 出口产品结构不断改善

我国汽车出口车型由单一载货汽车,发展为乘用车和商用车全面出口。随着外资品牌企业乘用车、中国品牌商用车出口规模不断扩大,以及附加值较高的新能源汽车产品出口取得一定进展,我国汽车产品出口结构持续改善,并在一些重点国家的细分市场占据着较大市场份额。

从出口车型来看,小轿车和载货汽车仍占主体地位。2018年,乘用车出口量继续超过商用车,占整车出口总量69.6%,比2013年提升了近14个百分点。小轿车作为第一大出口车型,共出口51.0万辆,比2013年增长20.2%,占整车出口总量的50.6%,比2013年提升了近7个百分点;载货汽车位居第二,共出口20.03万辆,比2013



年下降近 29.2%，占商用车出口总量的 65.3%，比 2013 年下降近 8 个百分点。以上两类车型出口量占整车出口总量的 70.4%。

从出口价值来看，整车出口价值和平均单价显著提升。2018 年，汽车整车出口总额为 151 亿美元，比 2013 年增长了 19.3%，平均单价为 1.5 万美元，比 2013 年提升 10.6%。其中，2018 年乘用车出口 77.8 亿美元，比 2013 年增长了 89.5%；商用车出口 73.2 亿美元，比 2013 年下降 14.4%。2018 年小轿车和载货汽车出口额分别为 46.7 亿美元和 27.7 亿美元，分别比 2013 年提升 49.9% 和下降 27.7%。乘用车和商用车的平均单价分别从 2013 年的 0.76 万美元和 2.19 万美元提升至 2018 年的 1.11 万美元和 2.39 万美元，分别增长 46.1% 和 9.1%。

表 17 2018 年我国整车（分车型）出口情况

单位：万辆，亿美元

车型		出口量	比 2013 年增长	出口额	比 2013 年增长	平均单价 / 万美元
乘用车	小轿车	51.04	20.2%	46.65	49.9%	0.91
	四驱越野车	0.62	102.4%	1	118.0%	1.61
	9 座及以下小客车	14.68	39.9%	18.52	121.3%	1.26
	其他载人机动车	3.87	300.5%	11.6	967.8%	3.00
	乘用车合计	70.21	29.5%	77.77	89.5%	1.11
商用车	客车	6.57	4.2%	22.97	7.6%	3.50
	载货汽车	20.03	-29.8%	27.7	-26.7%	1.38
	特种车	3.91	2.8%	21.64	-15.1%	5.53
	汽车底盘	0.17	-58.7%	0.88	5.4%	5.18
商用车合计	30.68	-21.5%	73.19	-14.4%	2.39	
汽车合计		100.89	3.2%	150.96	19.3%	1.50

来源：根据海关统计数据。

中国品牌商用车出口取得积极进展。我国载货汽车和客车产品已经具备一定的国际竞争力，涌现出一批优秀中国品牌企业。



上汽大通实现了对澳大利亚、新西兰的出口，2018年上汽大通在澳新地区销量达到8943辆，同比增长57%，占其海外总销量的55%。其中，面向中高端市场的皮卡产品MAXUS T60在澳新市场销量保持领先。一汽解放的中重型载货汽车已出口东南亚、中东、拉美、非洲、东欧等80个国家和地区，并在非洲地区占据较高的市场份额。自2014年起，金龙客车连续4年出口量位居行业首位。已累计出口130多个国家和地区，出口客车10万余辆。2018年，金龙客车对菲律宾、哥斯达黎加、西班牙、塞内加尔、玻利维亚、智利等市场出口均位居行业前列。在非洲的埃及和南美洲的玻利维亚，金龙客车连续数年保持着当地市场占有率第一的领先地位。

中国品牌新能源汽车出口开始起步。根据中国汽车工业协会统计，2015~2018年我国新能源出口持续大幅增长。2018年，我国新能源汽车出口0.91万辆，比2015年增长6.5倍。我国新能源汽车主要对欧美等发达国家出口，2018年，对美国、欧盟出口额分别达到1.2亿美元和0.9亿美元，占新能源汽车出口总额的70%。2019年上半年，我国新能源汽车出口5569辆，同比增长99.3%，平均单价同比提升50.4%。其中纯电动汽车出口2540辆，占比44.6%，同比增长0.4%；插电式混动车型出口3021辆，占比54.2%，同比增长近36倍；燃料电池车辆出口8辆，是该类型新能源车首次实现出口。

表 18 2015~2019 年上半年我国新能源汽车出口情况(分车型)

单位: 辆

车型	2019 年上半年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
乘用车合计	3550	4570	863	78	1154
插电式混合动力	3008	4010	527	33	7
纯电动	542	560	336	45	1147
商用车合计	2019	4561	997	41	57
插电式混合动力	13	92	31	5	8
纯电动	1998	4469	966	36	49
燃料电池	8	0	0	0	0
总计	5569	9131	1860	119	1211

来源: 中国汽车工业协会。

合资企业出口规模不断扩大, 产品附加值和单价较高。随着国内汽车市场增速放缓, 通用、本田、大众等跨国公司进一步调整全球战略布局, 充分利用中国工厂产能, 乘用车出口规模不断扩大。2015年起, 上汽通用启动了全新的出口战略, 依靠完整产业链加上成熟的生产体系来实现对发达国家市场的批量出口, 并于 2016 年首次实现了对美出口昂科威车型。2018 年, 上汽通用实现出口 15.8 万辆, 同比增长 48.7%。2018 年, 大众汽车集团(中国)分别与合资企业上汽大众、一汽大众制定明确规划, 拓展出口业务, 主要面向新兴市场国家和地区。大庆沃尔沃也成功实现了将中国生产的汽车出口至欧美发达国家, 2015 年和 2017 年, S60 和 S90 分别实现了对美国和欧洲出口。宝马是第一个在中国本土生产电动汽车的豪华品牌, 中国作为宝马首款纯电动车型 iX3 唯一生产基地并将出口全球。2015~2018 年, 中外合资企业出口呈现跨越式增长, 出口量年均增速为 65.1%。



2018年,合资企业出口量为23.6万辆,比2015年增长350.3%,且合资企业乘用车出口量占比已超过我国汽车出口总量的30%。2019年上半年,我国合资企业出口10.9万辆,同比增长21.1%。

表19 2015~2019年上半年合资汽车企业出口情况

单位:辆

序号	企业	2018年出口量	比2015年增长	2018年占比	2019年上半年出口量	同比增长	占比
1	上汽通用	158096	290.0%	20.9%	66846	15.0%	20.0%
2	大庆沃尔沃	55775	-	7.4%	19076	-	6.0%
3	本田(中国)	12791	5.0%	1.7%	6480	1.5%	2.0%
4	神龙	5188	2216.1%	0.7%	4012	53.4%	1.2%
5	长安福特	2505	-	0.3%	636	-55.0%	-
6	上汽大众	1485	-	0.2%	-	-	-
7	悦达起亚	1260	-	0.2%	7378	-	2.3%
8	华晨宝马	1024	5588.9%	0.1%	691	10.0%	-
9	郑州日产	211	-	0.0%	8	94.0%	-
10	东风裕隆	164	-	0.0%	-	-	-
11	长安标雪	5	66.7%	0.0%	-	-	-
12	北京现代	-	-	-	4200	-	-
总计		238504	350.3%	31.5%	109327	21.1%	33.0%

来源:中国汽车工业协会。

案例3 上汽通用昂科威出口美国,进入中型SUV细分市场

上汽通用是上汽集团下属主要整车企业,也是我国乘用车出口量最大的合资企业。别克、雪佛兰和凯迪拉克是上汽通用旗下三大品牌。中国是别克品牌最重要的市场,别克全球销量中约有八成份额是中国市场贡献的。一直以来,上汽通用凭借世界一流的制造水平,强大的本土研发实力,严格完善的零部件配套能力和先进的管理能力,在研发制造、质量管理等方面均具有较强实力。2001~2018年,上汽通



用累计出口突破 63 万辆。整车出口产品主要包括别克昂科威，雪佛兰乐骋、乐风、赛欧、科沃兹，以及凯迪拉克的 CT6 等车型，发动机和变速器等零部件产品出口北美、南美、欧洲、亚洲等多个市场。同时，上汽通用也为所有整车出口市场提供售后配件出口服务。

随着通用汽车调整全球生产布局，上汽集团和通用汽车战略合作得到进一步深化。自 2016 年起上汽通用实现了昂科威车型对美国出口，昂科威的生产制造地——上汽通用东岳基地作为通用全球第一家获得通用汽车最高级别制造质量 BIQ Level4 认证的整车工厂，其生产工艺和制造水准处于全球领先水平。2018 年，上汽通用出口总量达 15.8 万辆，其中昂科威出口 3.4 万辆，同比增长 0.7%，超过上汽通用出口总量的 20%。昂科威返销美国市场，充分展现出上汽通用始终坚持创新整合国内外优势资源，在立足本土的基础上，通过参与国际市场竞争持续提升覆盖全业务链体系能力的不懈努力，也体现出上汽通用参与国际市场竞争的能力得到提升。

（四）整车出口产品品质持续提升

我国汽车产业快速发展，在研发创新体系和完备的供应体系的支撑下，通过大幅提升制造水平、应用节能及轻量化材料、升级强制性标准等措施，推动汽车产品的一致性、稳定性、可靠性等质量性能的持续提升。中国品牌不仅在国内汽车市场推出了更高端、更优质的产品，还向全球市场出口绿色安全、高品质的更具竞争力的产品，在经济型乘用车、载货车、大中型客车等重点领域形成了一定出口优势。

产品质量实现快速提升。随着我国汽车市场的快速发展，中国

品牌的产品质量水平在快速提升,中国品牌产品的综合质量水平与国际品牌产品的差距不断缩小。根据 J.D.Power 中国新车质量研究报告数据,中国品牌汽车产品质量大幅进步,研究的 67 个品牌中有 52 个品牌的表现优于去年,新车 PP100⁴从 2013 年的 155 个降低到 2019 年的 101 个,与国际品牌 PP100 的差距由 2013 年的 51 个缩小至 2019 年的 9 个,产品质量逐年提升。产品质量水平的提升,使得出口竞争力显著增强,新能源汽车领域更是在欧日等成熟汽车市场实现突破。

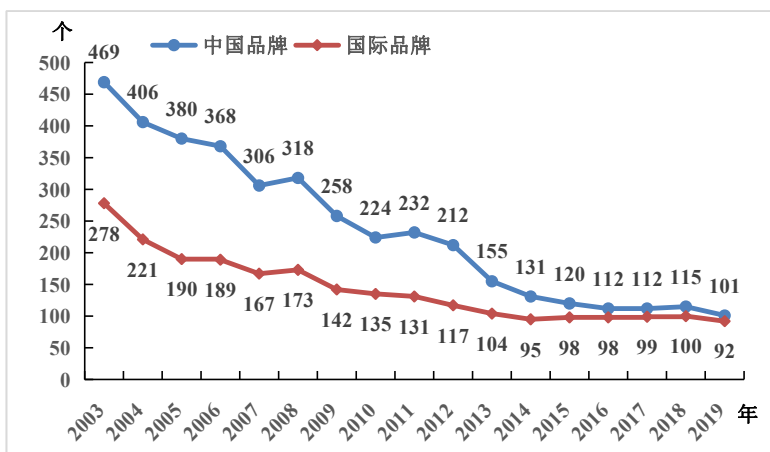


图9 中国品牌与国际品牌新车质量问题数量比较

来源: J.D.Power。

产品性能不断提升。在中国品牌汽车快速发展过程中,也实现了产品性能的升级,整车安全性、动力性、经济性等各方面均实现了大幅提升。安全方面,中国品牌产品不仅在 C-NCAP 评价中表现渐佳,更是在国际舞台上也有出色表现,如哈弗 H2 不仅在中国 C-NCAP 获得 5 星评价,在澳大利亚 A-NCAP 也获得了 5 星评价。动力性方

⁴ PP100: 每 100 台车辆的问题点数, 分值越低表示可靠性越高。



面,中国品牌不仅推出了自主开发的动力总成平台,并且实现了整车动力性能的提升,如上汽乘用车自主开发的缸内直喷发动机可实现综合性能提升 20%。比亚迪宋 DM 采用双模动力技术,0~100km/h 加速时间为 4.9 秒,百公里油耗低至 1.4L,产品性能比肩国际水平。

质量管理体系得到广泛应用。自 2000 年开始,ISO/TS 16949(汽车行业质量管理体系)等在我国大规模推广,质量体系认证广泛应用在汽车整车及零部件企业中。中国通过 ISO/TS16949 认证的企业数量占到全球一半以上,为中国汽车行业产品质量的稳步提高起到极大的促进作用,也让中国企业能够借鉴国际先进经验,结合自身“走出去”的实践,总结出适合自己发展的“全球质量管理体系”,引领中国产品走向世界。

案例 4 比亚迪打造核心技术,成为全球新能源客车引领者

比亚迪作为一家以电池起家,跨界汽车制造领域的企业,其业务涵盖传统和新能源汽车制造、电池、电机等零部件制造等主要领域,支撑其发展的是比亚迪掌握的先进电池制造技术。比亚迪于 2003 年开始涉足汽车制造行业,在掌握汽车的电池、电机和相关控制系统的研发制造能力后,借助新能源汽车发展大潮推出了性能优异的电动轿车、电动客车以及电动载货车。

比亚迪的第一款纯电动客车是 K9,它是业内首次采用铝合金车身并大批量生产的车型。K9 采用铝合金车身,车身骨架铆焊工艺结合,比钢车身骨架减重 40%,车身抗扭刚度提高 20%,另外,由于铝合金优异的耐腐蚀性能,与传统车身相比,铝合车身的寿命大幅提高。驱动方面则装备了比亚迪自主研发的轮边驱动桥,这也是纯电动

客车的核心与关键技术,使得 K9 可以采用低地板工艺和电控空气悬架系统,实现了整车高度调节及侧跪功能,更加方便乘客上下车。比亚迪自主研发的电动客车空调压缩机,贯彻了集成式设计理念,将电机、散热器与控制器等部件设计在一块,方便整车布置与售后维修。

性能出众的 K9 很快就在全国范围内大规模推广使用,更是迈出国门走向了全球市场。随着电动化浪潮席卷全球,比亚迪成为重要参与者。比亚迪认为,对于中国品牌的国际化发展,“走出去”的前提是产品力一定要过硬。2013 年, K9 获得欧盟整车认证(WVTA 认证),这标志着比亚迪电动大巴拿到了进入欧盟和日本的“通行证”和无限制自由销售权(日本对于大巴采用欧盟标准,日本也加入了《1958 年协定》)。2014 年, K9 成为全球首辆通过美国宾夕法尼亚州 Altoona 客车研究测试中心测试的 12 米纯电动大巴。

案例 5 中国品牌整车产品在 A-NCAP 测评中获得五星评级

澳大利亚安全碰撞测试(A-NCAP)对本国生产及进口新车提供碰撞安全性能、行人保护以及主动安全设备等全面测试,是全球标准最严格的安全认证组织之一,其成熟的评价体系是新车安全评定的公认标准。该测试除进行常规的正面和侧面碰撞、中柱碰撞测试后碰测试外,还增加了侧面柱碰和行人安全保护试验,以进一步保障驾驶舱以及行人安全。2017 年,哈弗 H2 在 A-NCAP 碰撞测试中以 34.88 分(满分 37 分)的成绩,被授予最高五星评级,并成为首款获 A-NCAP 五星评级的中国品牌 SUV。同年 10 月,上汽大通皮卡 T60 及 SUV D90 也先后荣膺 A-NCAP 五星安全标准评级。A-NCAP 五星成绩证明了上汽大通和哈弗产品品质可经受海外更为严苛的技术标准的考验,为



我国汽车产品在澳洲乃至全球范围的推广打下良好的品牌基础。

得益于上汽大通和长城哈弗产品在 A-NCAP 碰撞测试中的优异表现,这两家企业在当地销量大幅提升,并获得广泛认可。在澳大利亚、新西兰,上汽大通是该地区细分市场销量及占有率均排第一的中国汽车品牌。2018 年澳新地区销量达到 8943 台,同比增长 57%,占海外总销量的 55%。2016 年,长城皮卡被新西兰最具权威的汽车杂志之一的《Driven》评为“对于未来有收藏价值的五款汽车之一”;2017 年,哈弗 H9 入围澳大利亚年度四驱车型;2017 和 2018 年,哈弗 H6 连续两年获得澳大利亚“最具价值 SUV”赞誉;新哈弗 H9 入选澳大利亚年度四驱车型。

(五) 我国已成为汽车零部件出口大国

汽车零部件配套能力不断增强,出口规模已跃居出口大国之列。我国汽车零部件出口主要面向发达国家,主要出口产品包括发动机整机及零部件、车身附件及零部件、汽车电子电器仪表、汽车照明及信号装置、制动系统、传动系统、行驶系统、转向系统零部件等。2018 年出口额 725 亿美元,占汽车产品出口总额的 82.4%,比 2013 年增长 16.6%。美国、日本、德国等发达国家是我国汽车零部件的主要出口市场。同时,我国传统汽车关键零部件部分产品技术实现突破,并已批量投产及应用。新能源汽车规模提升也带动了相关零部件技术的快速发展,动力电池、驱动电机及电控系统等核心技术方面不断实现突破。如宁德时代建立了完整的研发、制造体系,已突破电芯、电池系统等全产业链核心技术,年产销规模居全球第一,与宝马、大众、戴

姆勒、丰田等跨国车企均建立合作关系。均胜电子推出电动汽车无线充电系统，可为电动汽车提供高功率的无线充电服务。

主要汽车零部件企业加快海外布局，实现了从最初的产品出口到海外投资合作的跨越式发展。主要汽车零部件企业正在加快融入全球供应链，在一些细分领域具备较强国际竞争力，并已进入跨国汽车企业 OEM 采购体系。近年来涌现出一批在国际化发展方面突出的企业。2014 年福耀玻璃在美国建厂，是我国汽车零部件行业在美最大的投资之一。2018 年，福耀美国公司可满足全美四分之一汽车玻璃的供应需求。同年，福耀玻璃海外业务收入实现同比增长 24.4%。厦门宏发继电器是目前我国最大的继电器生产和销售企业，2018 年，共生产继电器、低压电器等各类产品超过 20 亿只，继电器产品在全球市场占有率超过 14%。

汽车零部件企业是进行海外投资合作的主力军。近年来，中国零部件企业致力于通过海外投资合作跻身高端产业链，海外并购项目日益增多，并购交易升级至无人驾驶、智能网联等前瞻领域。通过收购海外专利、技术、品牌等核心资产，掌握某领域关键核心技术、复杂工艺，通过吸收转化为自身技术实力，提升其在战略性新兴产业的研发实力和竞争力，加快融入全球汽车产业链和价值链。如岱美股份收购欧洲遮阳板龙头企业 Motus 集团，宁波继峰收购欧洲商用车座椅生产企业格拉默等。均胜电子收购高田汽车安全气囊业务，助力均胜电子成为全球汽车安全市场份额第二的企业，2018 年在全球汽车安全领域的市场占有率已超过 30%。潍柴动力与加拿大燃料电池巴拉德公司进行投资合作，将在中国成立合资公司，生产巴拉德下一代



质子交换膜电池电堆及模组技术产品。

表 20 2016~2019 年汽车零部件领域主要海外并购项目

序号	日期	并购方	标的	交易金额	并购股比
1	2019 年 8 月	继峰股份	德国座椅头枕公司拉格默	未透露	84.2%
2	2019 年 6 月	岱美股份	法国 Motus 旗下汽车遮阳板资产	10.50 亿元	100%
3	2019 年 5 月	恒大集团	英国 Protean (轮毂电机技术)	未透露	100%
4	2019 年 3 月	恒大集团	荷兰 e-Traction (轮毂电机技术)	5 亿元	未透露
5	2019 年 3 月	启迪国际	比利时车载通讯模块供应商 Telit	1.05 亿美元	未透露
6	2018 年 11 月	潍柴动力	加拿大燃料电池专家巴拉德电力系统公司	1.64 亿美元	19.9%
7	2018 年 8 月	铁流股份	德国高精密金属零部件生产商 Geiger	3880.79 万欧元	100%
8	2018 年 4 月	均胜电子	日本高田公司	15.9 亿美元	100%
9	2018 年 4 月	五菱汽车	美国车桥制造国际控股有限公司	6900 万元	50%
10	2016 年 11 月	安徽中鼎	德国 Tristone Flowtech	1.8 亿美元	100%
11	2016 年 6 月	安徽中鼎	德国 AMK	1.47 亿美元	100%
12	2016 年 2 月	宁波均胜	美国 KSS	14.5 亿美元	100%
13	2016 年 2 月	宁波均胜	德国 TechniSat Automotive	2.37 亿美元	100%

来源：根据公开资料整理。

案例 6 中信戴卡连续 11 年位居全球铝车轮产销和出口第一

中信戴卡是我国第一家铝车轮制造企业，也是全球最大的铝车轮供应商和铝制底盘零部件供应商。2008 年以来，中信戴卡生产的汽车用铝车轮销量连续十多年位居全球第一。自 2010 年起，中信戴卡



在完善全球化布局的道路上稳步前行，建设了产业园铝车轮一号线、宁波铝车轮工厂、长沙铝车轮工厂、北美铝车轮工厂以及凯斯曼美国工厂、凯斯曼秦皇岛工厂、凯斯曼成都工厂、铝车轮六号线。目前，中信戴卡已初步完成研发、生产制造、销售服务网络的全球布局。2018年7月，中信戴卡投资3.5亿欧元并启动摩洛哥年产600万件铝车轮智能生产线项目。截至2018年，共拥有9家全资子公司，25个生产基地，其中7个海外生产基地，主要分布在欧洲和美国。2018年全年，中信戴卡实现销售收入285亿元，出口创汇11.9亿美元，铝车轮产品产能达到6000万只，铝铸件产品产销量7.6万吨，位列全球汽车零部件百强榜第71位，为全球前十二大汽车集团提供同步配套开发服务。

案例7 均胜电子成为全球汽车安全气囊领域第二大生产商

宁波均胜电子股份有限公司是一家全球化汽车零部件供应商，主要致力于智能驾驶系统、汽车安全系统、新能源汽车动力管理系统以及高端汽车功能件总成等的研发与制造。该公司拥有汽车安全、汽车电子和汽车功能件三大事业部，在30个国家拥有员工超过5万员工。近年来，均胜电子通过海外并购的方式，逐渐实现了全球化布局。自2011年起，公司先后收购德国普瑞汽车电子公司、德国软件开发商Innoventis、智能机器人制造商IMA（现该部分业务已剥离）、内饰功能件供应商Quin、汽车安全系统供应商美国KSS、车联技术供应商TS（现成立为PCC）、EVANA（同IMA一起剥离）、挪威的Epower以及日本高田集团（PSAN业务除外）。通过全方位布局智能驾驶、汽车安全、新能源电子及高端功能件等领域，已建立三大事业部，分

别为汽车电子事业部(Preh/PCC)、汽车安全事业部(均胜安全 JSS, 即高田和 KSS 合并)、汽车功能件事业部(宁波均胜/Quin)。2018 年 4 月, 均胜电子以 15.88 亿美元收购日本高田, 跻身全球汽车安全领域的巨头行列, 全球市场份额位居第二, 全球市场占有率增至近 30%。

(六) 中国品牌汽车企业国际影响力稳步提高

近年来, 中国品牌汽车企业国际影响力稳步提高。主要表现为主要企业不断向海外市场提供品质可靠、性价比较高的产品, 开展多维度海外投资合作并积极履行海外社会责任等, 提振了中国汽车企业的国际影响力。

中国新能源汽车产业国际竞争力不断提高, 并涌现多家产销规模位居世界前列的企业。据《中国新能源汽车产业发展报告(2019)》资料显示, 新能源汽车作为我国战略性新兴产业, 国际竞争力逐年稳步提高。2018 年, 中国新能源汽车产业国际竞争力排名第三, 与 2017 年持平, 比 2016 年提高一位。综合指数为 97.7, 是美国的 97.7%, 日本的 98.6%, 德国的 100.8%, 韩国的 108.4%。2018 年, 全球新能源乘用车销量排名前 10 位企业中有 5 家中国企业(比亚迪、北汽新能源、吉利、上汽、奇瑞); 排名前 20 位企业中有 11 家中国企业, 合计销量超过 90 万辆, 占比近 50%。

随着高附加值的新能源汽车批量出口海外市场, 中国客车逐渐形成了国际知名的品牌和影响力, 正在引领全球客车行业绿色发展。比亚迪、宇通等成为中国新能源客车品牌的代表, 获得了全球客车行业的认可, 并成为全球新能源汽车产业中举足轻重的成员。在著名财经



杂志《财富》2019年8月发布的“改变世界的企业”(Change the World)榜单中,比亚迪位居第三,甚至超过苹果(排名第16位)、IBM(排名第22位)、Intel(排名第24位)等美国著名科技企业。《财富》杂志给出的评语是“比亚迪因扩大电动汽车市场、推动全球电动汽车行业的发展而入榜。”2019年,宇通U12和T13客车均获得了“Busworld设计奖”,而ICE12车型凭借其优越的性能荣获了“Busworld环保奖”,创下了中国车企在比利时车展获奖数量的新记录,进一步提升了宇通在欧洲乃至全球市场的影响力。

我国车企与国际著名车企集团展开多维度的投资合作,不断提升技术水平和国际影响力。整车企业对外投资模式持续升级,区域上由新兴市场国家逐渐转向欧洲、美国、日本等发达国家,投资形式从海外建厂向产销研一体化、技术合作转变。2010年,吉利以18亿美元完成了对沃尔沃轿车公司(VCC)的全资收购,引发全球关注。此后,吉利于2017年新增控股路特斯和宝腾两大品牌,成为宝腾汽车的独家外资战略合作伙伴,并借助宝腾的影响力进军东南亚市场。2018年2月,吉利斥资约90亿美元收购戴姆勒集团约9.7%股份,成为戴姆勒集团最大的股东。2018年7月,长城与宝马公司签署合资经营合同,共同建立光束汽车合资公司,这是宝马集团在全球范围内首个纯电动车合资项目。

积极履行海外社会责任,中国品牌车企助力当地发展建设。中国品牌汽车企业日益关注海外市场的可持续发展。中国品牌车企不仅在海外为消费者提供节能、环保、智能和安全的產品,还积极履行企业社会责任,不断扩大海外影响力。在2010年海地地震、2012年智

大地震、2016年厄瓜多尔地震、2017年秘鲁洪灾时期，奇瑞都为当地民众送去爱心。这些举措有助于奇瑞在海外树立并提升良好的企业形象，也有助于获得当地消费者的认可与支持。2018年，奇瑞公司出口汽车12.3万辆，同比增长14.1%。长城俄罗斯图拉工厂项目十分注重俄罗斯本土人才的培养，已配备员工800余人，其中90%以上人员来自图拉州。所有员工在上岗前均需必要的导入教育和岗位资格培训，并定期在中国总部接受培训。吉利白俄罗斯工厂为当地创造了可观的税收，并解决了很多当地人的就业问题。

案例8 吉利加快实施多品牌战略，实现品牌升级和向上发展

以吉利为代表的自主品牌整车企业通过收购海外优质资产，将国际化战略和本地化发展紧密结合，最大程度整合优势资源，培育有国际竞争力的中国品牌。自2010年完成对沃尔沃轿车公司100%股权的收购，吉利和沃尔沃轿车公司共同研发BMA、CMA等技术平台，借用沃尔沃的技术打造博越、领克等中高端品牌，成为中国品牌向上发展的代表性企业。随后，吉利相继收购伦敦出租车公司，入股马来西亚宝腾汽车，成为路特斯跑车的控股股东，整合全球范围内的资源、人才、技术和品牌，实现吉利、领克、沃尔沃、北极星、宝腾、莲花和路特斯等7个汽车品牌，完成了从轿车、SUV、跑车等全面布局，同时产品体系覆盖高中低各个消费层级客户。尤其是通过协同发展和平台整合，实现品牌升级和价值提升，根据博越车型开发的SUV车型Atlas和宝腾X70陆续在俄罗斯和马来西亚上市，瞄准海外市场高端SUV的蓝海，以获取更高的利润，2018年吉利博越出口量达到1.36万辆，大幅增长158.6%。其中，宝腾X70夺得马来西亚SUV细分

市场销量冠军，单月销量达到 2777 台，品牌溢价能力大幅提升，官方指导价达到 20 万元人民币左右。未来，吉利将加快实施多品牌战略，10% 的高端市场将由沃尔沃品牌参与竞争，40% 的中低端市场由吉利品牌参与竞争，而领克的定位是中端消费群体，产品集成了沃尔沃的质量和吉利的成本以及灵活性，将逐步进入欧美发达市场。

案例 9 上汽集团深耕泰国市场，深入推进本地化战略

上汽集团泰国新工厂于 2017 年 12 月竣工投产，成为名爵品牌面向全球右驾车市场的制造基地。该工厂也是泰国目前唯一一个具备柔性化生产的新工厂，可同时生产超过多个平台的车型。在产车型包括名爵 ZS、名爵 GS、名爵 3、名爵 5 及名爵 6，后续还将投产全新名爵 3、全新名爵 6 和 T60（皮卡）等车型。随着上汽集团在泰国本地化生产的深入推进，不仅提升了上汽集团对泰国市场反应的敏感程度，另一方面也扩大了产品在泰国市场的影响力和销量。2018 年，名爵在泰国销量达到 2.08 万辆，同比大幅增长 73%。2019 年 6 月，名爵第一款电动 SUV 车型 EZS 在泰国上市，加快了其电动汽车的国际化进程。建立完备的海外市场售后体系和服务，是上汽集团在当地市场提升口碑的重要途径。在主要新兴目标市场，上汽集团坚持以用户需求为驱动力的市场营销模式，并提供差异化产品和服务。目前，上汽名爵在泰国大约有 100 家经销商，为当地消费者提供上门售后服务。上汽还计划在泰国将推出二手车认证服务，以保持品牌竞争力。近三年来，名爵在泰国市场的复合增长率突破了 200%。

（七）中国品牌汽车企业海外本地化发展不断取得成效

近年来，中国品牌汽车企业海外本地化发展取得成效，主要体现在重点国家和市场建立了高水平的生产基地和营销网络，为当地消费者提供了更加快捷方便的服务。企业利用当地政府的各种优惠政策，开展本地化经营的过程中不断加强与当地社会的融合，进一步增强了我国汽车企业在当地的竞争优势。

部分企业积极推进在海外的本地化生产。我国主要汽车及零部件企业加大重点国家生产布局和国际产能合作，本地化生产和经营水平不断提升。全面推行本地化生产，不仅可以规避高关税，还可以通过满足目标市场严格的本地化率要求，进一步享受当地政府提供的各种优惠政策。北汽南非工厂位于南非库哈经济特区，该工厂多达 60% 的汽车零部件和材料是在南非当地采购。北汽南非工厂第一阶段创造 1500 个就业岗位，工厂全面建设完成后再创造 2500 个就业岗位。2017 年 7 月，上汽通用五菱在印度尼西亚投资建立的汽车工厂建成投产，首款产品本地化率达到 56%，并于 2017 年第三季度在印尼市场上市销售。上汽集团自 2017 年宣布在印度建设首个合资工厂并投产名爵车型以来，制定了一系列本地化配套措施，包括吸引旗下零部件厂商上海汇众和延锋安道拓到印度建立工厂，为名爵印度公司供应底盘部件和座椅，设立配件物流中心、试车场、技术培训中心，增强为本地消费者提供服务的能力。

海外营销网点是中国品牌车企海外销售的重要实体依托，骨干车企正在加快境外营销及售后维修服务体系建设。据中国汽车技术研究中心不完全统计，截至 2018 年底，我国汽车企业在海外建立了



9700 多个境外销售服务网点，7100 多个境外售后维修服务网点，境外维修人员总数达到 5.62 万人，初步建立了覆盖主要出口市场的境外营销和售后服务网络。如奇瑞建有十大海外工厂，拥有近 900 家销售服务网点。奇瑞在伊朗拥有近 300 家经销商销售和服务网点，且超过 80% 是单品牌 4S 店，为消费者提供方便和快捷的服务。上汽大通在南美地区共布局 46 个销售网点，配件中心储备齐全充足，且拥有单独的售后服务培训中心。除中国本土外，宇通已在全球拥有约 202 家授权服务站，323 个授权服务网点，并向重点市场派遣服务工程师与维修技师常驻服务，同时，在古巴、迪拜、委内瑞拉、澳大利亚、巴拿马等区域设立海外配件中心库，拥有沙特、菲律宾、斯洛伐克、新加坡等 9 个配件寄售库，确保全球配件快速供应。

表 21 主要中国品牌车企海外营销网点布局情况

序号	企业	海外营销网点建设情况
1	长城	拥有俄罗斯、澳大利亚、南非 3 个子公司（独立运营哈弗品牌）及 460 余家销售服务网点（覆盖俄罗斯、南非、澳大利亚、中南美洲、南亚、中东、非洲等国家与地区）。
2	吉利	建立了 400 多家销售网点，出口 20 多个国家，包括古巴、苏丹、俄罗斯、沙特、阿联酋等。
3	上汽	在东盟、欧洲、南美、中东、澳新、非洲等地建立了 12 个区域营销服务中心。
4	奇瑞	产品出口和营销网络已覆盖 80 多个国家和地区，拥有 5 个海外子公司和 900 余家经销和服务网点。

来源：根据公开资料整理。

案例 10 长城汽车在俄罗斯独资建立海外首个全工艺制造工厂

俄罗斯是一个颇具潜力的汽车市场，长城紧跟国家“一带一路”倡议，结合自身多年来在俄罗斯市场发展经验的深厚积累，选择将其首个海外独资全工艺制造工厂建立在俄罗斯。俄罗斯图拉工厂于

2019年6月正式竣工投产，总投资5亿美元，规划产量15万辆/年，本地化率可达65%。这是中国汽车品牌在海外首个涵盖冲压、焊接、涂装、总装四大生产工艺的整车制造厂，也是中国汽车制造标准的输出。根据俄罗斯分析机构Autostat数据，2019年1~8月，长城在俄罗斯总销量为5894辆，同比大幅增长260.0%。作为俄罗斯图拉州最大的工业项目之一，图拉工厂顺利竣工将促进俄罗斯地方经济发展，可为当地创造约4000个就业岗位。2019年8月，俄罗斯政府与长城汽车签署了特别投资合同，长城汽车将享有同其他俄罗斯外资品牌同等的优惠政策，这必将进一步提升长城汽车在当地发展的水平。

案例 11 上汽通用五菱在印尼独资建厂，辐射东盟市场

2017年7月，上汽通用五菱印尼工厂正式竣工投产。投资7亿美元，工厂年产能可达12万辆整车。新工厂拥有四大制造工艺、质量检测系统、采用全球高标准、顶尖设备，保证产品的制造品质，是我国目前在印尼投资最大的汽车制造基地。企业仅用了两年时间，克服海外作业难度、融入当地文化，并带动耐世特、曼胡默尔、宝钢、五菱工业、凌云等一批国内外知名零部件配套企业到印尼投资建厂，助力印尼地方经济发展。上汽通用五菱印尼公司还不断与印尼本地汽车零部件供应商沟通，邀请本地企业加入供应链体系，以提升产品零部件本地化的比例。目前，印尼公司全体系及产业链带动的本地就业人数达到3000人以上。

2018年，上汽通用五菱在印尼销售MPV 2.20万辆，跻身印尼MPV市场前十大品牌。依托印尼项目，上汽通用五菱还参与了中国东盟汽车标准法规的制定工作，在国际竞争中增强了上汽通用五菱乃



至中国汽车的话语权。依托上汽集团的优势资源和大力支持,未来印尼工厂生产的五菱品牌产品还将逐步辐射至东盟其他国家,成为五菱品牌面向东盟的重要生产基地。上汽通用五菱在印尼的运作模式,实现了中国汽车企业知识产权、品牌与产品、人力资源与团队,业务运营及管理模式的全方位海外输出,实现有竞争力的整车产品、低成本的运营模式、完整的供应链体系三大要素“组团出海”的创新模式,充分发挥了上汽通用五菱强大体系竞争力的溢出效应,为当地业务长期健康发展奠定了坚实的基础。

(八) 进口汽车日益满足国内市场多样化需求

加入世贸组织以来,我国汽车市场对外开放水平不断提高,国内汽车进口市场规模持续扩大。2005年1月,我国正式取消汽车进口配额管理,转为自动进口许可管理;2005年4月,《汽车品牌销售管理实施办法》发布实施;2006年7月1日,进口乘用车关税降至25%。随着我国经济的快速发展和人民收入水平的提高,汽车进口市场消费升级趋势日益明显,自2011年,已连续八年保持百万以上进口规模。其中2014年达到峰值143万辆,随后几年出现回落。2018年7月1日起,我国主动降低了汽车整车及零部件进口关税,但在经济下行、国内汽车消费疲软及中美贸易摩擦等不利因素的影响下,2018年我国汽车进口量下降8.5%,仍达到113万辆。2019年上半年,受到进口车降价、进口关税降低、国内市场消费升级等利好因素影响,进口车市场逆势增长4.8%。

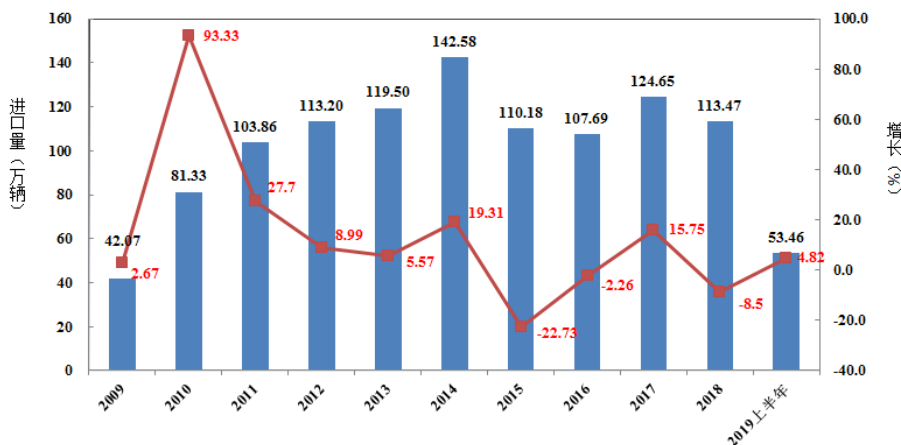


图 10 2009~2019 年上半年我国汽车进口情况

来源：根据海关数据整理。

汽车进口品牌车型多样且不断更新换代。2018年，奔驰、宝马、雷克萨斯进口量均超过14万辆，位居前三位，合计占比43.6%。为满足国内消费者多样化、时尚化、个性化的消费新需求，跨国车企不断增加新产品投放力度。据不完全统计，仅2019年下半年就有25款进口新车型（含全新车型和换代车型）引入国内市场。同时，跨国公司开始加大在国内市场投放新能源车型，如宝马X5 xDrive40e、奥迪Q7 55 e-tron、保时捷Cayenne E-Hybrid等。

表 22 2018 年我国整车分品牌进口情况（不含平行进口）

单位：万辆

序号	品牌	进口量	占比
1	奔驰	14.64	14.7%
2	宝马	14.36	14.5%
3	雷克萨斯	14.25	14.4%
4	保时捷	7.72	7.8%
5	丰田	7.39	7.4%
6	路虎	6.23	6.3%
7	奥迪	5.58	5.6%
8	大众	3.84	3.9%
9	林肯	3.80	3.8%
10	MINI	2.79	2.8%
11	斯巴鲁	2.63	2.7%
12	沃尔沃	2.56	2.6%
13	SMART	2.12	2.1%
14	捷豹	1.54	1.6%
15	英菲尼迪	1.41	1.4%
16	玛莎拉蒂	1.09	1.1%
17	福特	0.90	0.9%
18	吉普	0.89	0.9%
19	特斯拉	0.78	0.8%
20	道奇	0.60	0.6%
21	现代	0.14	0.1%
22	讴歌	0.11	0.1%
23	其他合计	3.95	4.0%
总计		99.34	100.0%

来源：Marklines。

汽车进口来源地集中度显著提升。以丰田为代表的日系品牌积极推出新车型，奔驰、宝马、奥迪等德系品牌积极满足中国消费者需求，自日本和德国汽车进口供给量和市场份额逐渐上升。而现代、起亚等韩系品牌则在竞争中处于劣势。2018年，进口量排名前三的来源国分别为日本、德国、美国，三国合计市场份额达到71.7%，比2013

年提升12.6个百分点。而从韩国进口量排名在2013年为第五名，到2018年已经跌出前十名。

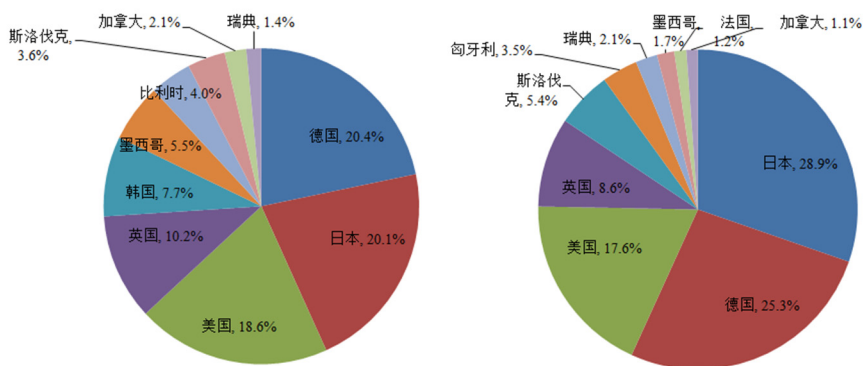


图 11 2013 年（左）、2018 年（右）我国汽车进口情况（分来源地）

乘用车进口车型排量结构逐步下移。在国家节能减排政策引导下，特别是乘用车企业平均燃料消耗量管理政策的实施，主要品牌的总经销商进一步调整产品结构，加强中小排量、节能环保车型的引进。2013~2018年，1.5L~2.0L进口车型占比从34.6%提升至46.1%，提升了11.5个百分点。1.5L~2.0L进口车型已连续五年成为我国进口车最大的排量区间。

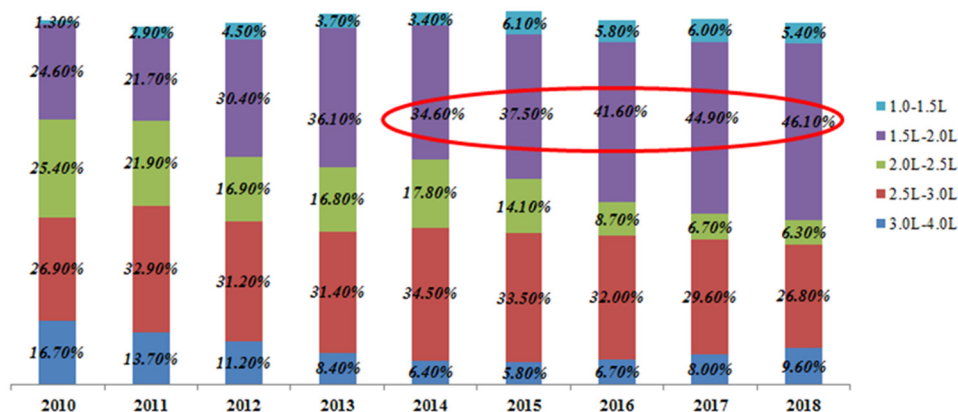


图 12 2010~2018 年我国进口汽车排量结构变化情况

来源：根据国机汽车“中国进口汽车市场数据库”整理。

平行进口汽车成为新热点。随着经济水平的提升和消费者购买力的增强，以高端豪华车型为主的平行进口车也迎来了发展契机。一些海外新车型上市后，消费者往往可通过平行进口的渠道购买。2014年10月以来，商务部等有关部门支持部分省市开展汽车平行进口试点工作，随着试点范围的逐步扩大和相关政策措施的不断完善，形成了一批可复制可推广的经验，有效满足了国内市场多样化消费需求，对促进汽车进口多元化发展、满足国内消费需求多样化、完善汽车流通体系发挥重要作用。2019年上半年，我国平行进口汽车总量达到9万辆，增速超过50%，占进口汽车总量的17%，比2018年提升4.4个百分点，占比创近六年新高，进口车型超过200个，多数是中高端汽车品牌。

案例 12 天津建立全国最大的汽车平行进口集聚区

随着平行进口试点工作的不断推进,试点口岸数量和企业规模不断增长,产业链体系不断完善。围绕汽车平行进口流通链条,车源供应、展示销售、售后服务以及相关物流、金融、改装等企业不断集聚,以天津为代表的口岸形成相对成熟的产业集群。通过建立专业、细分、通畅的集群内交易和服务机制,平行进口相关企业将以更低的成本、更高效的服务满足相关企业和消费者的需求,从而促进汽车进口市场的有序竞争和价格调整。

天津是我国汽车平行进口最大的集聚区,占汽车平行进口总量的比例超过 60%,车辆销售辐射全国。一是建立了海外车源采购体系。天津市平行进口汽车试点企业供货商遍布全球,重点分布在中东、北美和欧洲等高端汽车消费和生产基地。据不完全统计,海外自建供货商百余个,合作供货商接近 500 家。二是建立了检测服务体系。设立了省级汽车平行进口服务机构——市公安交管局自贸区服务站,实现进口车检测线同步审批。同时,建成了 2 条进口汽车检测线和小批量检测实验室,能够满足进口汽车法定检测、单车认证等业务需求。三是建立口岸物流体系。汽车环球立体库项目,可实现进口整车仓储、检验、售前检测(PDI)、车辆整备(VPC)、分拨、维护保养等功能于一体。四是建立售后服务体系。企业在保障售后服务方面主要采取委托保险公司和自营承保两种方式,可充分满足消费者维修保养需求。

四、中国汽车产业国际竞争力评价

2004年,受商务部产业损害调查局委托,中国汽车技术研究中心情报所课题组曾对中国汽车产业国际竞争力进行过综合评价。根据国际汽车产业及贸易发展特点和经验,本报告对2004年的中国汽车产业国际竞争力综合评价体系⁵进行了优化与完善,并运用综合指数法、层次分析法和国际比较法,从产业、企业和产品等角度对我国汽车产业国际竞争力进行综合评价。同时,选取国际市场占有率、显示性比较优势指数和出口增长优势指数等指标对我国汽车产品出口竞争力进行评价。

(一) 中国汽车产业国际竞争力综合评价

根据汽车产业的行业背景和本文的研究目的,结合国际竞争力的相关理论,对汽车产业竞争力作如下界定:汽车产业国际竞争力是指在现有的宏观环境和产业发展基础上,在国内外汽车市场上以较低的生产(服务)成本和与众不同的产品(服务)特性来取得最佳市场份额和利润的能力。中国汽车技术研究中心课题组运用综合指数法构建了比较完整的中国汽车产业国际竞争力综合评价指数,采用定量分析和定性分析相结合的方法,通过14个二级指标分别从环境竞争力、显示竞争力、企业竞争力和产品竞争力四个角度对我国汽车产业国际竞争力进行综合评价和国际比较。本次汽车产业国际竞争力评价的

⁵ 商务部产业损害调查局、中国汽车技术研究中心课题报告《中国汽车产业国际竞争力评价研究报告》,2004年12月。

主体是中国国内整车生产企业（包括合资企业）。评价的参照对象是德国、日本、美国和韩国的汽车产业。

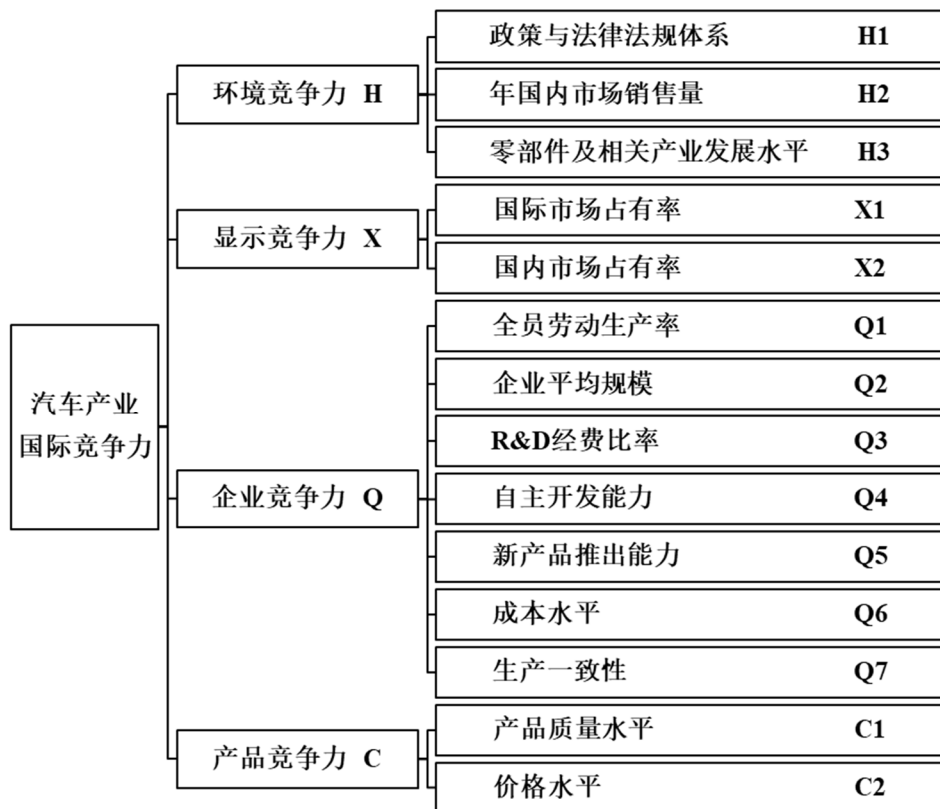


图 13 中国汽车产业国际竞争力综合评价指标体系

本次汽车产业国际竞争力综合评价，根据专家意见，优化了指标体系权重，以便更能体现各要素对汽车产业国际竞争力影响的变化。从根据专家打分和层次分析法计算的各指标权重来看，在一级指标体系中权重最高的是企业竞争力，其次是产品竞争力，二级指标中权重最高的是国际市场占有率，其次是产品质量水平，环境竞争力尤其是国内市场需求规模的重要性相对降低。国内市场是一国汽车产业孕育



发展的必要条件,但是随着汽车产业价值链全球化和贸易自由化的深入推进,国内市场规模对汽车产业国际竞争力的贡献已大幅下降,各国汽车产业的竞争力更多地体现在企业与产品的竞争力上。

1、中国汽车产业国际竞争力综合评价指数

综合来看,中国汽车产业国际竞争力在五个国家中排名第四,仅高于韩国,低于德国、日本和美国。中国汽车产业国际竞争力综合评价指数是德国的 76.3%,日本的 78.9%,美国的 89.3%,韩国的 104.1%。

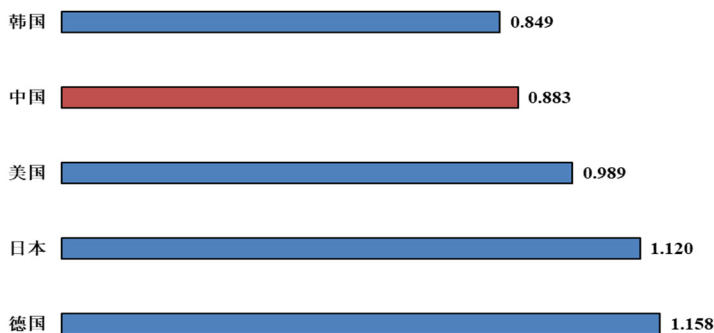


图 14 中国汽车产业国际竞争力综合评价指数

2、中国汽车产业环境竞争力

汽车产业环境竞争力综合评价指数是对构成环境竞争力的 3 个指标(政策与法律法规体系、国内市场需求规模和零部件及相关产业发展水平)进行综合加权计算的结果。我国汽车产业环境竞争力在 5 个国家中排名第一,综合指数是美国的 1.09 倍,是日本的 1.32 倍,是德国的 1.41 倍,是韩国的 1.69 倍。

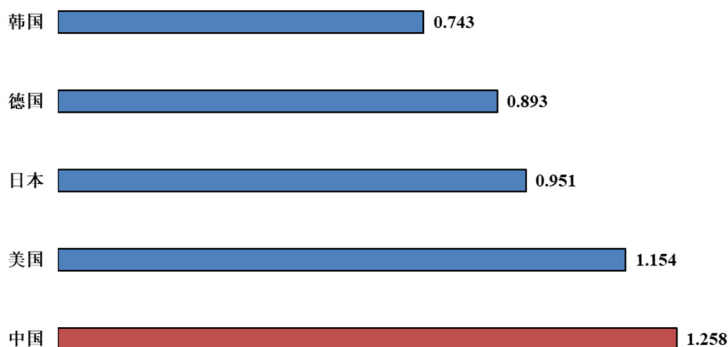


图 15 中国汽车产业环境竞争力综合评价指数

(1) 政策与法律法规体系

健全完善的政策与法律法规体系是提升汽车产业国际竞争力的支撑要素，是汽车产业发展的基础，是保证汽车产业健康发展的制度条件。根据专家评分的结果，我国政策与法律法规体系得分 6.9，与美、日、德、韩等四国存在明显差距。

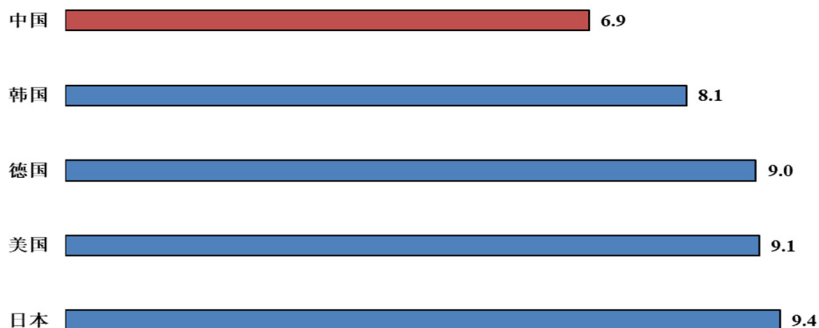


图 16 政策与法律法规体系单指标评价

来源：专家评分。

(2) 国内市场需求规模

国内市场需求规模用年国内市场销售量来反映。汽车产业的国际

竞争力受到国内市场需求规模的直接影响,它是汽车产业发展的基本动力,国内需求越大则越有利于提高产业竞争力。2018 年我国汽车销量达到 2808 万辆,远超过美国、日本、德国和韩国。

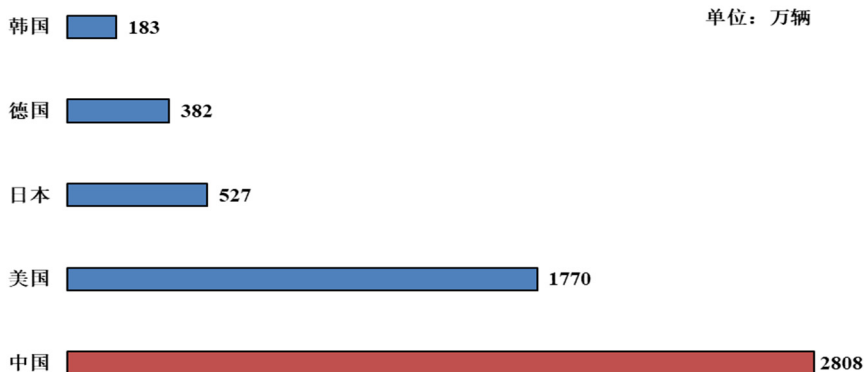


图 17 国内市场需求规模单指标评价

来源: OICA。

(3) 零部件及相关产业发展水平

零部件及相关产业是指向整车厂提供零部件、设备以及原材料的企业,这些企业如果提供高质量的产品,并且和作为供货对象的整车厂进行良好的协作,将会大幅提升产业竞争力。根据专家评分的结果,我国零部件及相关产业发展水平得分 8.3 分,优于韩国,但与日本、德国和美国相比仍有明显差距。

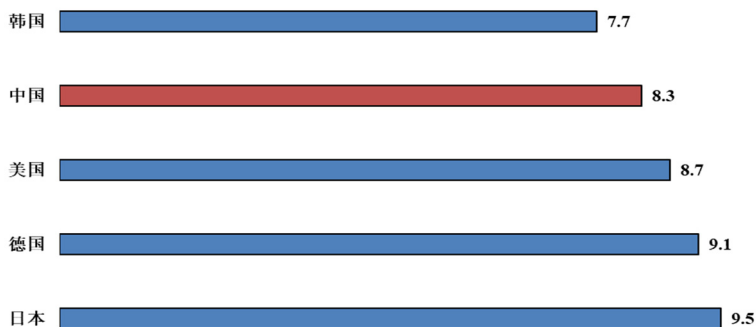


图 18 零部件及相关产业发展水平单指标评价

来源：专家评分。

3、中国汽车产业显示竞争力

中国汽车产业显示竞争力的综合评价指数是对构成显示竞争力的 2 个指标(国际市场占有率和国内市场占有率)进行综合加权计算的结果。我国汽车产业显示竞争力在五个国家中排名最后,且与其他四个国家差距较大,综合指数是德国的 36.5%,是日本的 42.6%,是美国的 69.9%,是韩国的 79.3%。

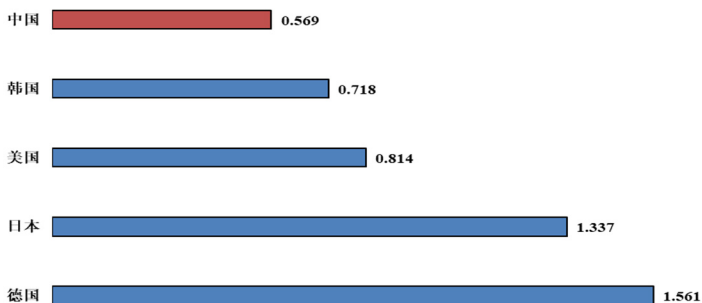


图 19 中国汽车产业显示竞争力综合评价指数

(1) 国际市场占有率

国际市场占有率是指整车出口在全球整车出口中所占的比重,可

反映一国某产业或产品的国际竞争力或竞争地位的变化,国际市场占有率越高,说明该产品的出口竞争力越强。2018年,我国整车出口的国际市场占有率很低,只有1.6%,而德国整车出口的国际市场占有率已达到18.2%。

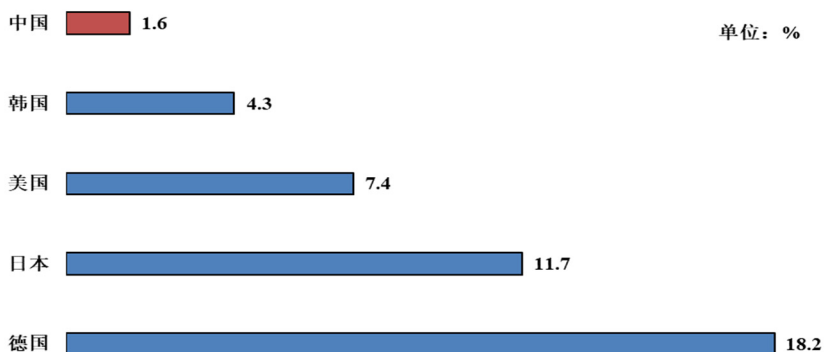


图 20 国际市场占有率单指标评价

来源: 根据 Trademap 数据计算。

(2) 国内市场占有率

国内市场占有率是反映汽车产业国际竞争力另一项主要的显示性指标之一。我国国产汽车国内市场占有率达到 95.9%, 在五国中位列第一。

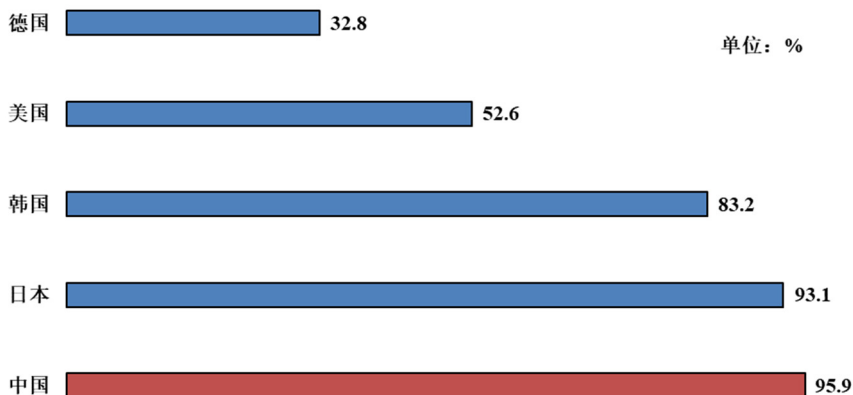


图 21 国内市场占有率单指标评价

来源：根据 OICA、各国汽车工业协会数据计算。

4、中国汽车产业企业竞争力

中国汽车产业企业竞争力的综合评价指数是对构成企业竞争力的 7 个指标（全员劳动生产率、企业平均规模、R&D 经费比率、自主开发能力、新产品推出能力、成本水平和质量保障能力）进行综合加权计算的结果。我国汽车产业企业竞争力在 5 个国家中排名最后，综合指数是日本的 78.6%，德国的 79.5%，美国的 84.7%和韩国的 95.1%。

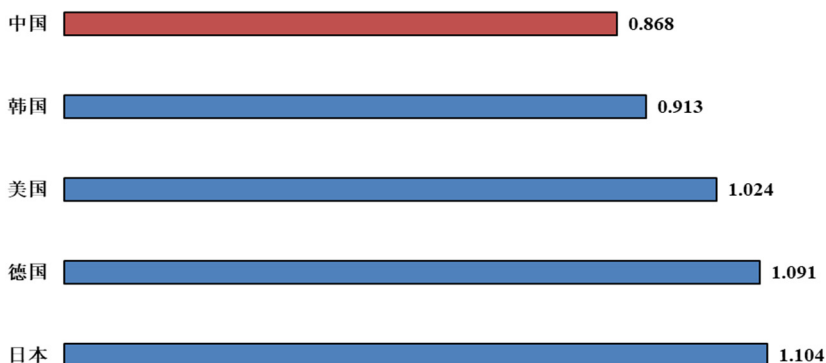


图 22 中国汽车产业企业竞争力综合评价指数

(1) 全员劳动生产率

劳动生产率是企业劳动者在一定时期内的生产效率,是企业生产技术水平、经营管理水平、职工技术熟练程度和劳动积极性的综合表现。从人均整车产量来看,2018年我国人均整车产量为24.3辆/人·年,与日本持平,高于德国,与韩国、美国相比仍有一定差距。

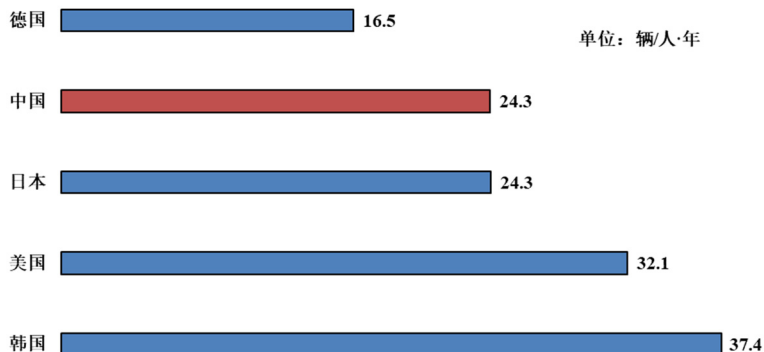


图 23 全员劳动生产率单指标评价

来源:《中国汽车工业年鉴(2019年版)》和各企业2018年年报。其中,中国是上汽、东风、吉利(含沃尔沃轿车)和长城的平均值;美国是福特和通用的平均值;德国是大众和戴姆勒的平均值;日本是丰田和本田的平均值;韩国是现代-起亚数据。

(2) 企业平均规模

企业平均规模(年产量)是反映经济规模水平的重要指标。经济规模对于汽车产业竞争力具有显著的正向影响。汽车产业是典型的社会化大生产产业,规模效益的特点十分突出。合理的生产规模是汽车厂商在当前日趋激烈的市场竞争中实现利润最大化、具有并保持竞争优势的必要条件。我国上汽、东风、吉利和长城等主要企业 2018 年的平均年产量只有 348.4 万辆,远远落后于其它四个国家主要企业的平均年产量。

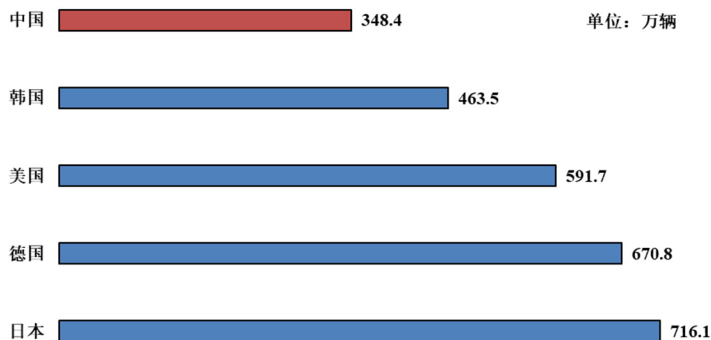


图 24 企业平均规模单指标评价

来源:《中国汽车工业年鉴(2019年版)》和各企业 2018 年年报。其中,中国是上汽、东风、吉利(含沃尔沃轿车)和长城的平均值;美国是福特和通用的平均值;德国是大众和戴姆勒的平均值;日本是丰田和本田的平均值;韩国是现代-起亚数据。

(3) R&D 经费比率

近年来,中国汽车厂商日益重视研发能力的建设,R&D 经费比率大幅提高。2018 年,中国主要企业的研发投入水平已超过韩国,但与德国、美国和日本相比还有较大差距。

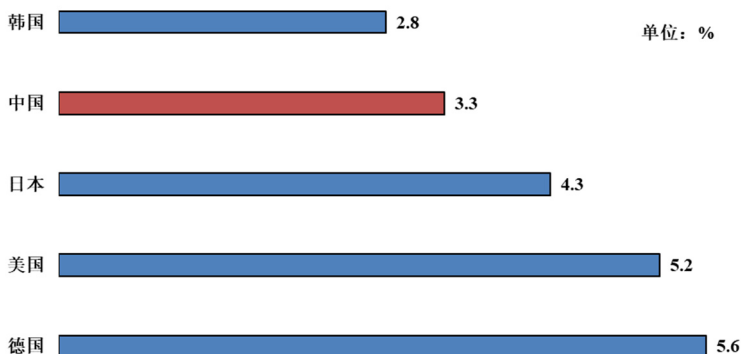


图 25 R&D 经费比率单指标评价

来源：《中国汽车工业年鉴（2019 年版）》和各企业 2018 年年报。其中，中国是上汽、东风、吉利（含沃尔沃轿车）和长城的平均值；美国是福特和通用的平均值；德国是大众和戴姆勒的平均值；日本是丰田和本田的平均值；韩国是现代-起亚数据。

（4）自主开发能力

自主开发能力，主要指品牌和技术都是企业自主开发的，企业具备整车开发能力，并拥有自主知识产权。从专家评分可以看出，我国的自主开发能力得分 6.7，与德国、日本、美国和韩国相比仍有明显差距。

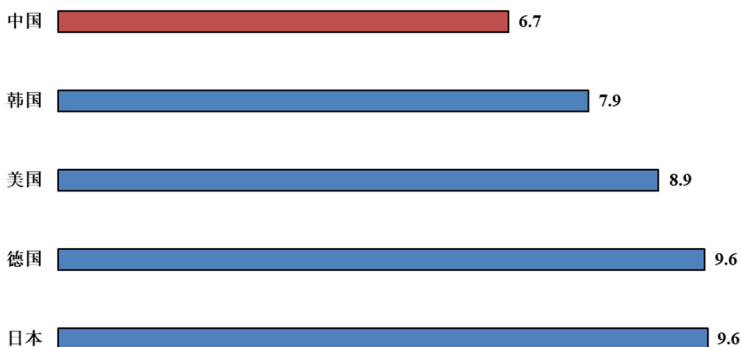


图 26 自主开发能力单指标评价

来源：专家评分。

(5) 新产品推出能力

新产品推出能力是指企业采用各种新技术,改进现有产品的性能,提高其质量,增加款式而制成新产品的能力。汽车产品竞争的焦点之一是新产品,因此,新产品推出能力是衡量企业市场竞争力的重要指标。中国的合资企业在中国市场适时引进并推出新车型的能力较强,从专家评分可以看出,我国汽车企业的新产品推出能力得分 8.3,优于韩国,略低于美国,但与日本和德国相比仍有较大差距。

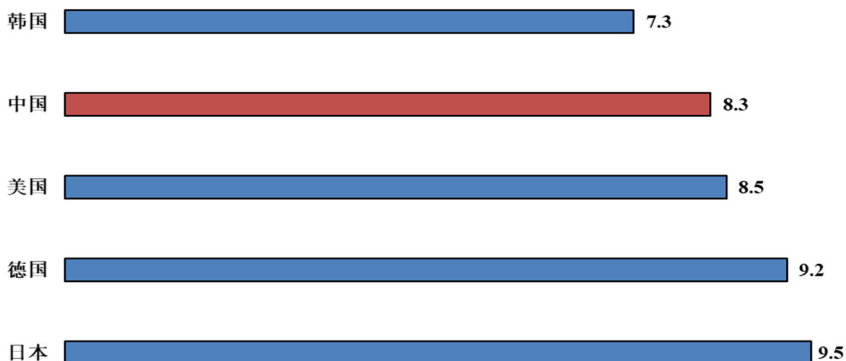


图 27 新产品推出能力单指标评价

来源:专家评分。

(6) 成本水平

成本是影响产品价格竞争优势和获利能力的重要因素之一。从专家评分结果看,我国汽车产业的成本水平平均得分为 9.3,位列第一。中国汽车产业的综合配套能力强,经过多年发展,中国汽车产业已建立产品门类齐全、上下游产业配套能力强的产业体系,能够满足国内外市场多层次的需求。从综合配套成本来看,中国汽车产品有较强的竞争优势。



图 28 成本水平单指标评价

来源：专家评分。

(7) 生产一致性

生产一致性指汽车企业生产的产品与企业准入时所提供的样车的一致性程度，反映企业的产品质量稳定性。企业的生产一致性对产品竞争力有重要影响。从专家评分可以看出，我国汽车企业生产一致性的平均得分为 7.4，与日本、德国、美国和韩国相比仍存在差距。

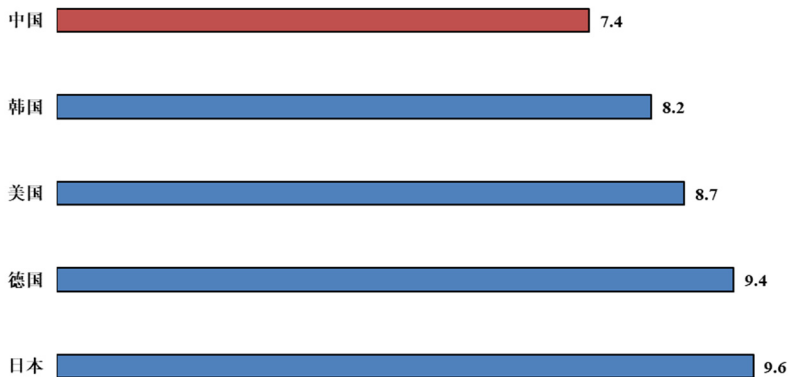


图 29 生产一致性单指标评价

来源：专家评分。

5、中国汽车产业产品竞争力

中国汽车产业产品竞争力的综合评价指数是对构成产品竞争力的2个指标(产品质量水平和价格水平)进行综合加权计算的结果。我国汽车产业产品竞争力在5个国家中排名第五,但与其他四国差距较小。综合指数是德国的85.6%,日本的86.4%,美国的94.3%,韩国的96.1%。

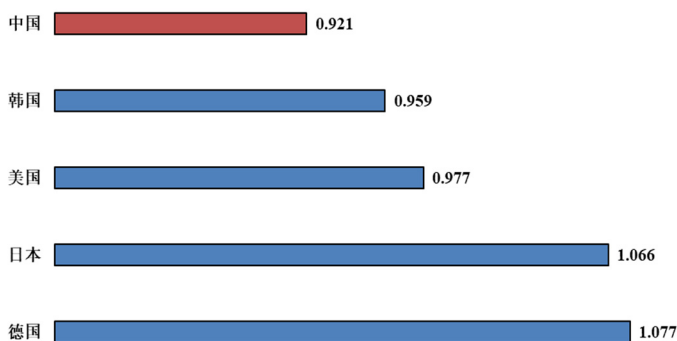


图 30 中国汽车产业产品竞争力综合评价指数

(1) 产品质量水平

产品质量水平是决定汽车产业国际竞争力的一个关键因素。一般来讲,较高质量的产品具有较高的竞争力,并且能够获得较高的附加价值。专家对我国汽车产业产品质量水平评分的平均值为7.2,与日本、德国和美国相比仍有明显差距。

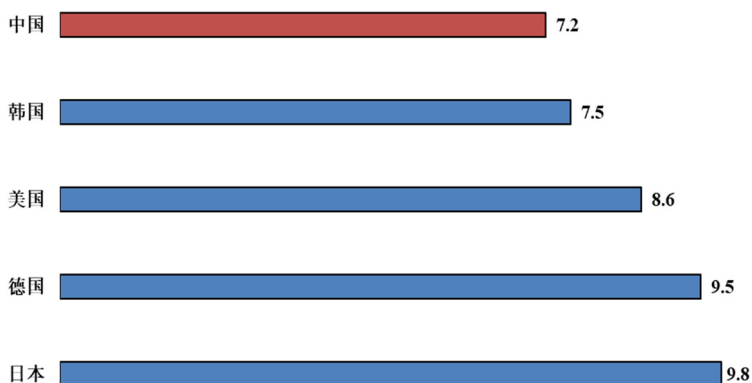


图 31 产品质量水平单指标评价

来源：专家评分。

(2) 产品价格水平

产品价格是决定汽车产业竞争力的关键因素之一，相同产品，在同一市场，价格较低就具有较强的竞争力。本报告对比了中国合资汽车企业和外国国内汽车企业生产的相同产品的价格，分别选取 A 级轿车、B 级轿车、B 级豪华轿车、紧凑型 SUV 以及中大型 SUV 五个乘用车车型作为样本，结果显示，与德国、日本、美国和相比，除 B 级豪华轿车外，中国均具有一定的价格优势。综合来看，我国汽车整车的价格水平较低，在五国中排名第二。

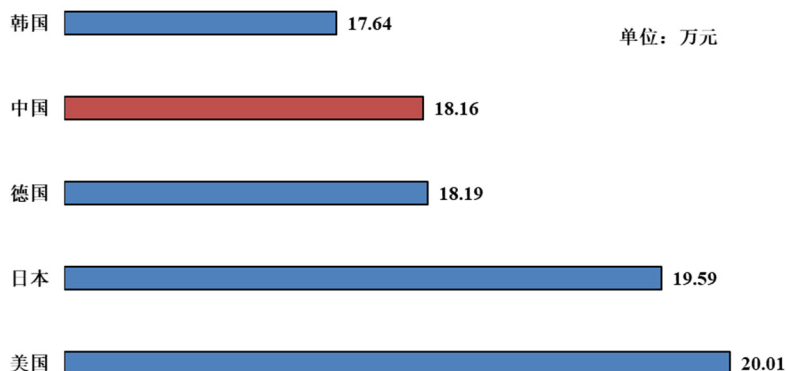


图 32 价格水平单指标评价

来源：根据各国车企官网、中国汽车之家网站数据整理。

(二) 中国汽车产业出口竞争力评价

本部分从国际市场占有率、显示性比较优势指数和出口增长优势指数三个指标和由这三个指标构成的汽车产品出口竞争力综合指数对中国汽车产品的出口竞争力进行评价。这三个指标是出口竞争力评价指标中应用较广泛的指标,分别从本国汽车产品出口在全球汽车产品出口中的比重、本国汽车产品出口贡献率与全球平均水平的对比以及本国汽车产品出口增速与全部产品出口增速的差异三个角度对我国汽车产品出口竞争力进行静态和动态分析。评价的主体是我国汽车产品(含整车和零部件)出口,评价参照的对象是全球主要汽车生产国家,包括美国、日本、韩国、德国、法国、西班牙、加拿大、印度和巴西。

1、国际市场占有率

国际市场占有率是反映行业国际竞争力最为直观的指标之一,国



际市场占有率越高,说明该产品的出口竞争力越强。与前文中国汽车产业国际竞争力综合评价计算的整车出口国际市场占有率不同,此处将汽车零部件纳入评价范围,计算中国汽车产品出口额在全球汽车产品出口总额中的比重。2018年,中国汽车产品出口的国际市场占有率为3.9%,在十国中位列第六,高于西班牙、法国、印度和巴西,与2009年相比提高了1.6个百分点,是主要产销大国中国际市场占有率增长幅度最大的国家。

表 23 2009~2018 年主要国家汽车产品国际市场占有率指标

序号	国家	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
1	德国	17.3	17.8	18.1	18.5	18.8	18.2	18.1	19.1	18.6	19.0
2	日本	10.2	10.2	10.6	10.3	10.3	11.3	12.7	11.7	13.7	12.2
3	美国	8.8	9.2	9.4	9.7	9.8	10.0	10.1	9.3	9.1	8.6
4	韩国	4.1	4.4	4.8	5.3	5.4	5.5	5.5	5.4	5.0	4.4
5	加拿大	3.9	4.3	4.8	4.7	4.4	4.4	4.8	4.2	4.6	4.0
6	中国	3.9	3.7	3.5	3.7	3.6	3.4	3.3	2.9	2.6	2.3
7	西班牙	3.9	3.9	4.2	4.0	4.0	3.9	3.5	4.1	4.1	5.0
8	法国	3.8	3.7	3.6	3.5	3.7	3.7	3.9	4.4	4.7	5.4
9	印度	1.0	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8	0.8	0.6	0.7	0.6
10	巴西	0.8	1.0	0.8	0.7	0.7	1.1	1.0	1.1	1.2	1.0

来源:根据WTO数据计算。

2、显示性比较优势指数

显示性比较优势指数(RCA指数)指的是一国某种产品的出口占该国出口总值的份额与全球该类产品的出口占全球总出口份额的比例,可测定该国这一产品在全球出口格局中的地位,确定此类产品在国际贸易中的竞争优势。计算公式如下:

$$RCA = \frac{\text{该国 } i \text{ 种产品出口额} \div \text{该国出口总额}}{\text{全球 } i \text{ 种产品出口总额} \div \text{全球出口总额}}$$

RCA指数取值范围是 $[0, +\infty)$,取值大于1时,认为该国该产品生产的专业化程度高于全球平均水平,具有比较优势,数值越高,说明



出口竞争力越强；取值小于 1 时，该国该产品生产的专业化程度低于全球平均水平，不具有比较优势，越接近 0，说明出口竞争力越弱。

在主要汽车生产国中，中国汽车产品出口显示性比较优势指数处于最低水平，我国汽车产品出口在我国货物出口中的比重远低于世界平均水平。我国是全球货物贸易第一大国，汽车产品出口总额虽高于印度和巴西，但是汽车产品出口在我国货物出口总额中所占比重较低，仅占 2.4%，低于印度的 4.7%和巴西的 5.4%。

表 24 2009~2018 年主要国家汽车产品显示性比较优势指数

序号	国家	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
1	日本	2.70	2.60	2.64	2.72	2.84	2.99	2.95	2.60	2.72	2.63
2	西班牙	2.19	2.17	2.33	2.36	2.31	2.30	2.18	2.48	2.46	2.74
3	德国	2.15	2.18	2.17	2.31	2.39	2.38	2.39	2.38	2.26	2.13
4	加拿大	1.70	1.82	1.97	1.88	1.74	1.84	1.94	1.70	1.81	1.60
5	韩国	1.32	1.35	1.54	1.68	1.78	1.87	1.87	1.77	1.63	1.51
6	法国	1.28	1.23	1.14	1.15	1.20	1.22	1.26	1.36	1.36	1.39
7	美国	1.02	1.06	1.03	1.07	1.15	1.20	1.21	1.15	1.09	1.02
8	巴西	0.68	0.82	0.71	0.64	0.60	0.84	0.76	0.80	0.88	0.83
9	印度	0.60	0.55	0.56	0.53	0.49	0.50	0.48	0.38	0.49	0.43
10	中国	0.31	0.29	0.27	0.27	0.29	0.29	0.30	0.28	0.25	0.24

来源：根据 WTO 数据计算。

3、出口增长优势指数

出口增长优势指数（Dt 指数）是指某国或地区某产业产品出口额增减变化率与该国或地区的出口总额增减变化率之差，反映该产业在该国或地区内相比该国或地区其他产业是否具有较快的出口增长率。公式为：

$$Dt = \text{该国某产品出口增长率} - \text{该国总出口额增长率}$$

当 Dt 指数等于 0 时，表示该产品或产业的出口增长与该国的出口增长保持一致，具有一定的出口竞争优势；当 Dt 指数小于 0 时，



表示该产品或产业的增长率小于该国的出口增长率,说明该产品或产业在该国的出口不具有比较优势;当 Dt 大于 0 时,表示该产品或产业的增长率大于该国的出口增长率,说明该产品或产业在该国的出口具有比较优势,对该国的出口增长率具有推动作用。

2018 年,我国汽车产品出口增长优势指数位列第二,汽车产品出口增速高于我国货物出口 2 个百分点,这表明汽车产品出口在我国货物贸易中的地位日益提高,对我国贸易增长起到拉动作用。

表 25 2009~2018 年主要国家汽车产品出口增长优势指数

序号	国家	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
1	印度	2.6	-4.8	12.2	13.1	2.4	6.2	26.1	-31.4	27.3	13.8
2	中国	2.0	4.5	5.2	0.1	4.7	-1.2	7.1	13.4	9.9	-14.7
3	法国	0.1	5.3	4.6	4.0	2.1	-2.0	-7.0	-2.3	3.8	-8.8
4	日本	-0.1	-4.9	2.9	3.7	-1.1	1.9	13.3	-6.3	12.0	-13.8
5	西班牙	-3.5	-10.7	4.8	9.4	4.8	7.3	-11.5	-1.3	-5.5	-4.5
6	德国	-5.6	-2.8	-0.3	4.7	4.2	0.9	0.6	4.1	13.6	-7.9
7	韩国	-6.6	-17.4	-2.2	2.1	-1.1	1.3	5.4	7.9	19.0	-10.4
8	美国	-7.4	-1.1	2.2	1.1	-0.2	-0.3	6.3	4.0	16.2	-16.9
9	加拿大	-11.1	-11.4	11.0	14.8	-1.6	-4.2	14.3	-8.8	24.1	-3.3
10	巴西	-21.7	14.8	15.8	14.0	-23.7	10.7	-4.3	-12.8	15.8	-19.3

来源:根据 WTO 数据计算。

4、出口竞争力综合指数

汽车产品出口竞争力综合指数是基于三个指数,采用线性加权的综合评价方法构建而成的综合指数,用来评价汽车产品出口竞争力的地位和变化。

表 26 汽车产品出口竞争力综合指数

具体指标	范围	权重	备注
国际市场占有率	[0,1]	1/3	本国汽车产品出口在全球汽车产品出口中的比重
显示性比较优势指数	[0,+∞)	1/3	本国汽车产品出口贡献率与全球平均水平的对比
出口增长优势指数	(-∞,+∞)	1/3	本国汽车产品出口增速和全部产品出口增速的差异

因三个指标各有侧重,分别从本国汽车产品出口在全球汽车产品出口中的比重、本国汽车产品出口贡献率与全球平均水平的对比以及本国汽车产品出口增速与全部产品出口增速的差异三个角度,对我国汽车产品出口竞争力分析,表现汽车产品出口竞争力的地位和变化,所以对三个指标设置均等权重。

由于三个指标范围不一,正负不一,在计算综合指数前,首先对各指标进行规范化处理,公式如下:

$$y_i = \frac{x_i - \min_{1 \leq j \leq 10} \{x_j\}}{\max_{1 \leq j \leq 10} \{x_j\} - \min_{1 \leq j \leq 10} \{x_j\}}$$

其中, x_i 是单指数在标准化处理前的结果, y_i 是规范化处理后的指数结果,取值范围均在[0,1]之间。在此基础上,汽车产品出口竞争力综合指数的计算公式为:

$$ECI = \sum_{n=1}^3 w_n y_n$$

其中, ECI 为汽车产品出口竞争力综合指数, w_n 是各指数的权重,均为 1/3, y_n 为各指数。

2009 年以来,我国汽车产品出口竞争力整体上呈现上升的趋势,



2018年达到10年来最高水平,中国汽车产品出口竞争力上升至0.388,高于巴西(0.052)和印度(0.377),但是与日本(0.820)、德国(0.810)、西班牙(0.574)等国家相比仍存在较大差距。

表 27 2009~2018 年主要国家汽车产品出口竞争力评价结果

序号	国家	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
1	日本	0.820	0.646	0.618	0.595	0.776	0.670	0.784	0.719	0.753	0.584
2	德国	0.810	0.757	0.635	0.715	0.934	0.706	0.704	0.899	0.799	0.700
3	西班牙	0.574	0.400	0.486	0.558	0.657	0.562	0.289	0.603	0.361	0.562
4	法国	0.495	0.425	0.301	0.262	0.476	0.219	0.220	0.440	0.318	0.346
5	美国	0.456	0.444	0.354	0.301	0.556	0.374	0.453	0.544	0.491	0.273
6	韩国	0.414	0.221	0.255	0.324	0.545	0.406	0.439	0.592	0.514	0.328
7	加拿大	0.402	0.350	0.560	0.626	0.515	0.261	0.512	0.436	0.583	0.405
8	中国	0.388	0.281	0.190	0.056	0.386	0.116	0.214	0.374	0.191	0.079
9	印度	0.377	0.168	0.309	0.334	0.334	0.257	0.356	0.014	0.366	0.359
10	巴西	0.052	0.411	0.395	0.365	0.041	0.406	0.127	0.222	0.309	0.087

(三) 主要结论

一是从汽车产业国际竞争力综合评价结果来看,中国汽车产业国际竞争力已超过韩国,与德国、日本和美国相比仍有一定差距。2018年,中国汽车产业国际竞争力综合评价指数是德国的76.3%,日本的78.9%,美国的89.3%,韩国的104.1%。从四个一级指标看,中国在各方面的竞争力差异较大。首先,中国环境竞争力位列第一,有较大的竞争优势;第二,中国显示竞争力位列第五,与德国、日本、美国和韩国仍有明显差距;第三,中国产业企业竞争力位列第五,与日本、德国和美国差距较大,但与韩国水平相近;最后,中国的产品竞争力位列第五,但与其他四国差距较小。

二是从构成汽车产业国际竞争力综合评价指数的具体指标来看,



国内市场规模、国内市场占有率、成本水平以及价格水平等是我国具有显著优势的指标。①我国国内市场规模、国内市场占有率和成本水平等指标均位列第一。②价格水平指标位列第二，大部分车型有明显的价格优势。③零部件发展水平、R&D 费用比率和新产品推出能力均等位列第四，高于韩国，全员劳动生产率位列第四，高于德国。但是，政策与法律法规体系、国际市场占有率、企业平均规模、自主开发能力、生产一致性和产品质量水平等指标均位列第五，与日本、德国和美国差距较大。尤其是国际市场占有率，中国汽车整车出口在国际市场上的份额偏低，与汽车产销大国地位不相符合。

三是就基于出口数据的汽车产品出口竞争力评价来看，中国汽车产品出口竞争力近年来虽不断提高，但总体仍处于较低水平。我国汽车产品出口竞争力位列第八，高于巴西和印度，与日本、德国等国家相比仍存在明显差距。具体来看，国际市场占有率较低，位列第六，高于西班牙、法国、印度和巴西；显示性比较优势指数则处于最低水平，我国汽车产品出口规模较小，汽车产品出口在我国货物出口中的占比较低，与其他主要汽车生产国相比，汽车产品在我国货物出口中的份额有待提高；出口增长优势指数位列第二，这表明，我国汽车产品出口增速较快，汽车产品出口规模在我国外贸中的比重和在国际市场中的占有率在逐步提高。



五、汽车贸易高质量发展趋势展望

当前,国际市场环境复杂多变,国内发展条件正在发生深刻变化。一方面,我国汽车贸易发展面临外部需求低迷、全球经贸规则调整、技术法规加严等各种挑战。另一方面,国内汽车产业和市场进入降速提质、转型升级的新阶段,市场需求持续下滑,产能过剩压力加大,市场竞争更加激烈,将推动行业优胜劣汰,倒逼企业加快国际化发展。同时,商务部将会同有关部门,共同研究制定推动汽车贸易高质量发展的指导意见及相关措施,不断优化政策环境,健全服务体系,加快推动汽车产业转型升级和贸易高质量发展。

对未来几年我国汽车贸易发展的趋势展望如下:

(一) 主要中国品牌汽车企业加大海外市场布局

从总体上看,我国汽车产业已进入国际化发展阶段,汽车企业出口和海外投资规模不断扩大,出口方式正在由产品直接出口向本地化组装生产转变,本地化生产和服务能力逐步提高,海外营销和售后服务网络不断完善。随着汽车产业不断扩大对外开放、市场持续低迷,不少企业产能过剩问题日益突出,骨干中国品牌车企正在加快制定和实施出口和国际化发展战略,加大重点国家市场布局,积极融入全球汽车产业链、供应链和价值链。

中国品牌骨干车企,如上汽、奇瑞、吉利等都纷纷扩大重点出口市场投资建厂规模。据不完全统计,我国汽车企业海外工厂产能已超过150万辆。上汽集团计划2020年汽车出口及海外销量达到35万辆。



多年以来我国汽车出口量最大的汽车企业——奇瑞，计划 2025 年出口 50 万辆，出口额达到 50 亿美元。2018 年以来，奇瑞在非洲市场的重要战略基地——阿尔及利亚的工厂投产，巴西工厂恢复生产，带动 2019 年上半年我国对阿尔及利亚和巴西整车出口分别增长 6.4 倍和 56%。吉利在马来西亚的 CKD 工厂已建成投产。此外，吉利领克 2020 年将在欧洲开始销售，计划 2021 年进入美国市场。

（二）外资品牌汽车出口规模将持续扩大

目前，大众、宝马、丰田、本田、通用、福特等几乎所有的外资汽车集团均已在中国建立合资企业，外资品牌在中国乘用车市场份额长期保持在 55%~60% 之间。中国市场已成为全球主要跨国车企最重要的销量来源地，如 2018 年通用在华销量占其全球销量的比重已超过 40%。合资企业在满足国内市场需求的的同时，已具备向欧美等发达国家和地区出口的能力，通用、沃尔沃、本田等外资企业开始利用中国工厂向全球市场批量出口。但由于跨国公司在华战略仍以本地化生产和销售为主，或受全球产业布局调整的影响，导致在华投资的外资车企出口动力明显不足，出口规模较小或尚未出口。

随着我国对外开放水平的进一步扩大，全面实施“准入前国民待遇+负面清单”外资管理模式，整车企业合资股比的逐步放开，主要外资品牌汽车企业正在酝酿调整全球市场战略布局，通过控股现有合资公司或独资建厂等手段，有望扩大在华生产汽车及出口规模。未来，外资企业将加速引进先进技术和推进国产化进程，加大在新能源汽车、智能网联、共享出行等领域的投资布局，借助“一带一路”建设和自贸

协定低关税等优惠条件，打造全球领先的汽车研发、采购、生产和出口基地。

表 28 主要外资汽车企业在华发展及出口规划

企业	在华发展情况	出口战略规划
宝马	拟在 2022 年前收购华晨宝马 25% 的股份权益，收购完成后将成为第一个改变合资公司股比的企业，其在中国华晨宝马股比将突破 50% 并提升到 75%。华晨宝马将继续扩大投资和生产，促进德国工业 4.0 与中国制造业升级融合发展，并启动中德双方在第三方市场的开发与合作。	华晨宝马目前拥有两座世界级的整车工厂和一座动力总成工厂，其中沈阳工厂是宝马集团全球最大的生产基地之一，2019 年产能达到 52 万辆，未来将国产 X5 车型以及研发生产 iX3 等纯电动车型，并将出口到全球。
	2018 年 7 月，宝马与长城签约成立合资公司（光束汽车有限公司），双方各持股 50%，投资总额达 51 亿元人民币。合资公司将采用宝马全球研发和质量标准，发挥长城在本地化生产和采购等方面的优势，将促进合资产品出口规模和品牌影响力的提升。	光束汽车项目将创造“在中国研发、在中国生产、向全球市场输送汽车”的全新模式，新工厂最大年产能 25 万辆。双方将加快推进新能源汽车战略合作和全球化布局，主要出口 MINI 电动车型以及全新的纯电动汽车产品，实现中国第一、全球领先的战略目标。
戴姆勒	2019 年 3 月 28 日，戴姆勒和吉利宣布成立合资公司，在全球范围内联合运营和推动 Smart 品牌转型，致力于将 Smart 打造成为全球领先的高端电动智能汽车品牌。合资公司预计将于 2019 年底成立，总部设在中国，双方各持股 50%。	根据合资协议，Smart 品牌的新车型将在中国的全新工厂生产，预计 2022 年开始投放市场并销往全球。奔驰的全球设计部门负责设计，吉利控股全球研发中心负责工程研发。
大众	大众汽车集团（中国）分别与合资企业上汽大众、一汽-大众制定明确规划，拓展出口业务，主要面向新兴市场国家和地区。	大众将扩大桑塔纳、途观等中国畅销车型对东南亚等新兴市场的出口规模，通过丰富产品阵容，整合销售渠道，计划每年向东南亚市场出口量超过 1000 辆。
标致雪铁龙	PSA 集团和东风公司加强战略联盟，强化全球供应体系，向东南亚出口标致 SUV 车型以及向欧洲提供发动机及动力总成。	确认将在中国投放更多全新车型，并将一款重要的全球车型由神龙公司作为唯一出口供应全球的生产基地。
丰田	将投资建设广汽丰田的第四工厂，2020 年有望实现在华年产能超过 200 万辆，未来将作为丰田新能源汽车出口亚洲的生产基地。	
本田	本田汽车（中国）有限公司主营整车生产和全球 KD 零部件出口业务，生产能力为 6 万辆/年，产品不具备面向国内	广汽本田将利用广州出口加工区的本田工厂，扩充广汽本田产能，在满足国内市场需求的同时，实现出



企业	在华发展情况	出口战略规划
	市场销售的资质，只用于出口业务。2018年8月，广汽本田完成本田（中国）100%股权收购。	出口业务的均衡发展。2025年，计划在市场投放混合动力和纯电动等20多款新能源车型，着力打造中国出口基地。
现代	2017年以来，由于在华市场销量下滑、产能大规模闲置，北京现代正在考虑向东南亚等新兴市场以及欧洲市场出口中国制造的汽车。	
起亚	东风悦达起亚坚持“新技术引领”、“高品质品牌”和“合作共赢发展”三大战略，加速推进国际化战略和全球化布局，提高盐城工厂产能利用率，持续扩大焕驰等优质车型出口规模及海外市场销售比例。	东风悦达起亚将持续加大在新能源汽车领域的研发投入，扩大出口产品阵营，促进销售多元化，重点开拓“一带一路”国家及新兴市场。2019年计划出口超过2万辆，2025年有望超过10万辆。

来源：根据公开资料整理。

（三）新能源汽车领域加快“走出去”步伐

新能源汽车作为我国的战略性新兴产业，我国政府在推广应用、财税支持、科技创新、基础设施等方面初步建立了较完善的政策支持体系，涵盖从研发、产业化到推广应用全产业链环节，有效促进了我国新能源汽车产业的快速发展。在政策和市场的推动下，我国新能源汽车产品国际竞争力显著增强，在电池、能耗、续航等领域已接近或达到国际水平。根据中国汽车工业协会数据，2019年上半年，我国新能源汽车出口同比增长99.3%。其中，比亚迪等新能源客车已批量进入欧美等发达国家以及智利、秘鲁、巴西等新兴市场，2018年在欧洲新能源客车市场占有率超过20%，在英国市场占有率超过60%。厦门金龙、中通客车在中国台湾和韩国市场份额位居第一。此外，宁德时代、精进电机等我国新能源汽车零部件产品已进入跨国车企采购名单。宁德时代已与宝马等多个跨国公司签署电池供应协议，已成为国际一流的动力电池供应商。



随着主要国家节能减排法规日趋严格,新能源汽车将逐渐成为未来汽车市场增长的主要领域。未来几年,我国新能源汽车出口有望保持快速增长,将成为拉动我国汽车贸易稳定增长的新兴力量。发达国家中,美国、欧盟、日本等国家纷纷出台综合性的措施支持新能源汽车产业发展和市场推广。发展中国家中,东盟主要国家出台支持政策鼓励汽车企业投资建厂和投放更多新能源车型,如泰国自2018年1月1日起已对从中国进口的电动汽车实施零关税,并制定了到2036年实现120万辆电动汽车的销量目标;印尼在推广公共交通的新能源化,马来西亚更是定下了2020年新能源汽车要占国内汽车总产量85%的目标,都为上汽、吉利、长安等中国新能源汽车企业更好地进入东盟市场创造了很好的条件。

(四) 二手车出口潜力有望进一步释放

随着我国汽车产品质量不断提升,二手车车况明显改善,中亚、非洲、东南亚等发展中国家对于价格便宜、质量可靠的二手车需求量很大,我国二手车对新兴市场出口潜力较大。二手车出口还将带动汽车配件和维修服务出口。根据公安部交通管理局公布的数据,截至2019年上半年,我国汽车保有量2.5亿辆。根据中国汽车工业协会和中国汽车流通协会数据,2018年我国新车销量2808万辆,二手车交易量1382万辆。如按发达国家二手车交易量是新车销量两倍、二手车出口是交易量10%以上测算,我国汽车二手车出口发展潜力巨大。开展二手车出口业务是新形势下推进贸易高质量发展的重要举措,也是激发国内汽车消费市场活力、促进汽车产业健康发展的重要途径。



2019年4月29日,商务部、公安部、海关总署在深入调研基础上,联合发布《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》,北京、上海、浙江(台州)、山东(济宁)、广东、四川(成都)、陕西(西安)、青岛、厦门等10省市成为我国首批开展二手车出口业务地区。针对二手车出口中出现的转移过户手续复杂、许可证申领及海关通关不便利等问题,10月29日,商务部、公安部、海关总署又联合发布《关于加快推进二手车出口工作有关事项的通知》,简化二手车出口异地转移登记手续,出口许可证由“一车一证”改为“一批一证”,适用全国通关一体化模式,大大提高了二手车出口便利化水平。业界普遍认为,相关政策彻底打通了二手车出口通道,目前国内二手车出口已不存在政策障碍,随着企业大力拓展国际市场,创新业务模式,中国二手车出口潜力有望快速释放,并将带动汽车零部件、售后维修等配套产品和服务共同“走出去”,为推动汽车贸易高质量发展注入新动力。业界预计未来3~5年,我国二手车出口规模有望达到几十万辆。

案例 13 二手车出口新政策释放潜力,广东单日出口超 500 辆

2019年10月29日,商务部会同公安部、海关总署三部门联合下发通知,简化异地过户、许可证申领、海关通关流程,彻底打通国内通道。通知于11月20日正式实施,效果立显,广东当日出口二手车505辆,创单日二手车出口记录。由广东好车公司出口的该批二手车总额约300万美元,从广州黄埔海关报关,在广州南沙港装船起运,出口至贝宁科特努港,主要车型为丰田花冠、现代名驭、重汽豪运、宇通大巴等,单价从4000美元到23000美元不等。企业目前已与韩



国现代滚装船公司、日本最大二手车交易商 SBT 公司建立合作，共同开拓海外市场。二手车出口企业普遍反映，最新出台的政策“彻底为企业扫清出口障碍”、“非常给力”，“政府能做的都做了，下一步将集中精力开拓海外市场”。同时新政策也大大降低了成本。以广东好车为例，每辆二手车出口成本降低 780 元（过户成本从 155 元降至 10 元，平均报关成本从 300 元降至 15 元，节约了深圳广州间物流成本 350 元）。

（五）进口汽车向品质化、个性化、新能源化发展

现阶段，汽车进口规模或将出现波动。受部分地区提前实施国六排放标准、中美贸易摩擦、宏观经济下行压力大等因素综合影响，2019 年我国进口汽车市场总体低迷。预计 2020 年进口汽车市场将继续处于调整期，进口量不会出现大幅增长。放眼长远，我国汽车进口产品供给侧将持续改善，进而促进进口市场发展质量不断提高。一是进口车型更新速度不断提升。2019 年跨国企业陆续引进宝马 X7、奔驰 GLE、奥迪 Q4 等 40 多款高品质全新或换代产品。为应对激烈的市场竞争，未来进口企业将进一步提升进口汽车品质，加快车型更新换代速度，并加速与全球同步。二是进口车型更贴近新一代消费者需求。随着我国居民生活水平和购买能力的提升，汽车消费个性化需求不断增长。消费者更倾向于购买年轻化、时尚化、高性能以及科技含量更高的汽车产品。跨国公司将更注重研究中国新一代消费者的个性化需求，并推出满足中国市场需求的汽车产品。三是新能源车型供给增加。我国消费者对新能源汽车的认知认可度不断提升，同时为满足国内节能



环保法规不断加严的要求,新能源和节能环保车型供给也将大幅增加。





主要参考文献

- [1] 商务部产业损害调查局、中国汽车技术研究中心.《中国汽车产业国际竞争力评价研究报告》.2004.12
- [2] 中国汽车工业协会、中国汽车技术研究中心有限公司、丰田汽车公司.《中国汽车工业发展报告(2019)》.2019.05
- [3] 中国汽车技术研究中心有限公司、日产(中国)投资有限公司、东风汽车有限公司.《中国新能源汽车产业发展报告(2019)》.2019.08
- [4] WTO. *World Trade Report 2019*. 2019.11
- [5] 商务部.《中国对外贸易形势报告》(2019年春季).2019.5
- [6] 商务部.《中国对外贸易形势报告》(2019年秋季).2019.11
- [7] 张莱楠. 全球新一轮经贸规则发展呈七大新趋势.华夏时报网.2019.10
- [8] 工业和信息化部装备工业司.GB27999《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》(征求意见稿)编制说明.2019.01
- [9] 安锋, 康利平, 秦兰芝等.《中国传统燃油汽车退出时间表研究》.能源与交通创新中心.2019.05
- [10] 中国汽车技术研究中心有限公司, 中国汽车工业协会.《中国汽车工业年鉴》, 2014版, 2019版.
- [11] J.D.Power.《2019中国新车质量研究(IQS)》.2019.08
- [12] 张金昌.用出口数据评价国际竞争力的方法研究.经济管理.2001(20)
- [13] 国机汽车股份有限公司.《中国进口汽车市场月报》.2018.12
- [14] 国机汽车股份有限公司.《中国进口汽车市场发展研究报告(2019)》.2019.11



中国汽车技术研究中心有限公司汽车技术情报研究所

地址: 天津市东丽区先锋东路68号

电话: 022-84379222

网址: <http://www.catarc.ac.cn>

<http://www.atiri.com.cn>