

凝聚行业合力 加速扬帆出海

——2024商(专)用车出口路径行业研讨会部分嘉宾发言摘登

文/记者纪枫波 张婧 余杰 图/潘世新

9月23日,2024中国新能源汽车零部件交易会系列活动之商(专)用车出口路径行业研讨会举行。来自汽车领域的专家、企业家围绕商(专)用车行业现状、出口形势、发展趋势及应对策略进行深入探讨。现将部分嘉宾发言摘登如下:

强化自律防止内卷式恶性竞争

中国机电产品进出口商会汽车国际化专业委员会秘书长 孙晓红



今年1至7月,我国汽车整车累计出口348万辆,同比增长25.5%,出口金额651亿美元,同比增长18%。中国汽车市场正经历着巨大变革。汽车行业不仅迎来前所未有的发展机遇,也面临着诸多挑战。汽车产业国际化正由1.0向2.0阶段转变。车企开拓海外市场需要广泛务实的合作,要强化行业自律,防止内卷式恶性竞争,加强国际合作,增强抗风险能力。

本次交易会立足中国汽车行

业发展新形势,举办的整车及零部件展、系列研讨交流等活动,凸显了“绿色动能 智联未来”这一活动主题,聚焦新能源、智能网联、“车路云一体化”、汽车出口、低空经济等热门话题,不仅回答了时代之问,也充分展示了十堰以新能源与智能网联汽车为主攻方向,加快汽车产业转型升级、不断壮大新质生产力的显著成效。举办此次交易会对推动汽车企业合作共赢、产业高质量发展具有重要意义。

坚持技术创新推动产品升级

中汽研汽车检验中心(武汉)有限公司高级技术总监 王维



我国商用车产业起步早、发展时间较长,是汽车工业最早进行重点突破的产品领域。多年来,我国商用车企业在自主创新中不断发展,已经建立了覆盖全产业链的研发、制造、销售、服务体系。众多商用车企业不仅在国内市场占据主流地位,还迈开脚步、走向世界,逐步成长为全球化企业。当前,我国商用车产业正处在转型升级和高质量发展的关键时期,商用车市场向着更加节能减排、安全、环保、高效方向发展,整体市场呈现出创新技术、

多元模式、精细运营良好态势。享有“国际商用车之都”美誉的十堰,一些高端产品已达到国际先进水平,“东风汽车”成为国际知名的商用车品牌。面对日益激烈的国际竞争,十堰商用车企业仍需要加强技术创新、品质提升和品牌建设等方面工作,以创新促改革、促转型、促发展,坚持稳扎稳打、立足长远,加快实现本地化及研发、生产、服务一体化,不仅出口商用车产品,还要出口技术、服务、解决方案等,不断提升进军海外市场的核心竞争力。

合力应对挑战深耕海外市场

三一集团总裁助理兼搅拌车公司总经理 刘柱



分析全球海外市场趋势,从出口区域看,菲律宾、沙特阿拉伯、乌兹别克斯坦和印度为专用车的五大出口国。中东地区在世界经济舞台的重要性愈发凸显。

中国同中东地区的经贸合作已经取得了显著的进展,并且这种合作正在深化和扩展。双边贸易额在过去20年内显著增长,双方互为重要的贸易伙伴。中国对中东地区投资领域广泛,尤以基础设施建设、工程承包、能源等最重要,中东地区的

主权财富基金也纷纷涌入中国,双向投资进一步加强了中国同中东地区的经济联系。

按准入法规、关税、品牌认知度,海外搅拌车市场可划分为初级市场、壁垒市场、成熟市场。中东大部分地区为壁垒市场,可以突破。从目前形势来看,中国汽车走向海外已是必然,十堰汽车产业应以开放的胸襟拥抱海外发展的大趋势,以合力共赢的方式应对海外的挑战。拼技术、拼质量,才是行业健康、可持续发展的正确之路。

做专做精做强“抢滩”出海新赛道

中汽研汽车检验中心(武汉)有限公司出口业务经理 覃秋



中国汽车,正在加速驶向海外。中国制造的汽车凭借成本和智能配置等优势,逐渐赢得南美、东南亚等地区消费者青睐。

近年来,十堰制造的汽车整车设计和制造品质加快提升、智能网联技术创新加速、品牌向上取得新进展。面对国际市场新形势,十堰商(专)用车企业要做到“五个坚持”,即坚持做品牌、坚持提品质、坚持自建营销体系、坚持加大研发投入和技术积累、坚持研究当地产品特点及法规要求,聚焦“做专、

做精、做强”的发展理念,以更前瞻的造型设计、更先进的科技配置,按照设计法规一体化、制造品控一体化、销售服务一体化的经营策略,进一步放大汽车汽配产业优势,逐渐搭建起集零部件和整车生产、销售、售后服务以及品牌运营于一体的全球产业链布局,通过和跨境电商开展密切合作,链接汽车“出海”平台资源,拓展汽车“出海”通道,做大汽车国际贸易,“抢滩”汽车“出海”新赛道,提升“十堰制造”在海外市场的竞争力。

运用大数据技术持续优化产品

中汽信息科技(天津)有限公司商用车研究高级专家 戴淼



国内重卡的主要运营路线,以重要资源地及消费地为核心,形成华北、华东、华南和中西部区域等几大核心地区。长途运输需要面对的复合型工况较多,对于车辆各系统部件的可靠性要求较高,需要站在运输路线的视角下针对各类地形的特点,对车辆动力性、经济性等各方面进行优化和平衡。随着城市化进程以及城市群的发展,服务于城市群内的短途运输车辆增加,车辆结构将进行调整。

在当前复杂的商用车市场环

境下,十堰要对市场有更加敏捷的洞察和应对,运用大数据技术实现宏观角度到微观层面的工况特征分析,为商用车产品性能与实际工况需求的精准匹配提供有力支持,以提升海外市场占有率。具体来说,需要加强产品开发、测试,针对场景和线路进行适应性优化,提升测试与实际场景覆盖度;针对不同线路、工况需求精准匹配最优速比等车型参数,精准售车;针对热点线路使用特点和潜在风险,提供精准服务。

车企抱团“出海”正当时

一汽解放汽车有限公司海外产品线高级主任工程师 刘岩忠



据统计分析,海外中重卡年需求

超过200万辆,未来五年中重卡出口趋势向好,广大车企抱团“出海”正当时。之所以有这个判断,有四大原因:一是外部大宗商品价格高涨,投资热度大,需求旺盛;二是欧美供应链短缺同时欧美当地经济向好,欧美海外出口车型供应周期长且价格上涨;三是中国内部许多中重卡产品竞争力足够强,具备“出海”的强大实力,中国重卡制造品牌逐步被“一带一路”国家认可;四是一系列“一带一路”政策实施及落地,为中国中重卡

出口创造了非常好的外部环境。

建议广大中重卡出口企业加大海外相关产业调研力度,制定符合自身实际的“出海”战略,找到适合自己的“出海”路径,加大人物投入,或乘主机厂东风“出海”,或与海外专用车企业合作,或自行“出海”。同时,也要关注目的国主要风险,在法律、贷款、外汇、保险业务上多咨询和投入,确保风险可控。此外,建议专用车企业多关注亚州地区,例如沙特阿拉伯、越南等国家,成功概率会更高。

提升二手车出口竞争力和附加值

觅亿(上海)汽车科技有限公司总经理 刘鹏



自2019年我国启动二手车出口试点工作以来,二手车出口作为新的外贸出口路径,出口形势逐年递增,2022年累计出口6.9万辆,2023年突破10万辆,到2025年有望达到40万辆。要抢占二手车出口新风口,十堰整车生产制造企业、新能源汽车企业、二手车流通企业应抱团“出海”,以新能源汽车、商用车、特种车为主,形成完整的产业链、供应链,以差异化、灵活化为优势,拓展中东、中亚、南美、东南亚、非洲、东

欧等区域市场。成立二手车出口企业联盟,搭建二手车出口企业交流合作平台,打通国内前置仓和海外公共仓出口路径,促进二手车企业优势互补、资源互享、信息互通,共同营造二手车出口新生态。积极参与“一带一路”共建,推动配套产业、金融、商业模式等一起走出去,由“单一的二手车出口”向“公共出行整体方案输出”转变,推出多元化产品,提升外贸市场竞争力和二手车出口附加值。

积极支持企业开辟海外市场

梁山县专用汽车产业链党委书记 贾春晖



山东省济宁市梁山县是中国专用汽车产业基地,专用汽车公告目录企业达到141家,形成年产专用汽车35万辆的生产能力,产品涵盖运输类、市政类、工程类及各种特种用途的专用汽车,产品辐射全国并出口56个国家。2023年,该县专用汽车产量10万辆,二手车交易量4.2万辆(其中出口4100辆)。

能取得这样的成绩,主要得益于政府相关部门积极谋划,明确了“一带一路”海外发展战略,积极帮助鼓励企

业开辟国际市场;政府辅导专用汽车行业协会通过社会组织自治,严选产品,聚集头部企业成立“梁新联盟”,倒逼企业提升产品质量、企业形象;政府积极整合各方资源,为企业出海搭建平台,推动当地企业与认证机构合作;推动产业集群化发展,重点打造专用汽车制造园区、二手车交易园区和二手车交易园区,建设汽车制造基地、汽车贸易基地、物流基地;加强国际合作,政府鼓励企业走出去,参加展会,拿宣传资料、样品到海外推介等。

聚焦细分市场开发优势产品

资深挂车行业专家 余泽刚



十堰,作为中国商用车之都,依托东风商用车的强大品牌和技术优势,具备拓展国际市场的坚实基础。尤其在“一带一路”倡议的推动下,沿线国家和地区对半挂车的需求持续增长,为十堰半挂车企业提供了前所未有的机遇。

“一带一路”沿线国家和地区基础设施建设需求旺盛,对物流运输的需求也随之增加,十堰半挂车企业应紧抓这一关键机遇,依托东风商用车在国际市场上的品牌影响

力,迅速布局海外市场。通过与当地企业合作,提升产品适应性和服务能力,十堰半挂车企业有机会在全球范围内扩大出口规模。

与此同时,十堰半挂车企业应聚焦细分市场,针对不同国家和地区的道路条件、法规要求和用户需求,开发适应性强的产品。例如,针对复杂的地理环境和不同的使用习惯,开发性价比高的专用半挂车产品,通过政策支持和产业资源整合,助力本地企业在国际市场上扩大影响力。