附件4

中国新闻奖参评作品推荐表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品  标题 | 新能源汽车海外延链追访 | | | | | | | 参评  项目 | 基础类 | | |
| 字数  时长 | 三个整版总字数14307，代表作不超3000字，详见完整目录 | | | | | | | 体裁 | 系列报道 | | |
| 语种 | 中文 | | |
| 作者  （主创人员） | 集体 | | | | | | | 编辑 | 吴蔚 于璐 | | |
| 原创  单位 | 经济参考报 | | | | | 发布端/账号/  媒体名称 | | | 经济参考报 | | |
| 刊播版面  (名称和版次) | | 汽车特刊6版 | | | | 刊播  日期 | | 2024年3月15日、3月29日、  4月12日 | | | |
| 新媒体作品  网址 | |  | | | | | | | 是否为  “三好作品” | |  |
| ︵  采作  编品  过简  程介  ︶ | 经济参考报汽车特刊约请新华社驻欧洲、日本、墨西哥、泰国、印尼、俄罗斯等地分社记者就当地汽车业与中国新能源车企的技术合作情况、中国新能源车企和动力电池企业建厂和服务网点情况进行采访，在重点关注中国企业推动当地绿色低碳发展、助力当地汽车产业转型升级、拉动就业等积极影响的同时，探讨中国新能源汽车出海遇到的问题与阻碍，以及解决的可行性路径。在广泛深度调研的基础上，汽车特刊以“新能源汽车海外延链追访”为主题整版推出系列专题报道，三组专题报道分别为“新能源汽车‘点绿生金’东南亚市场”“中欧汽车业共探新能源转型新路径”“新能源汽车出海奏响‘产业合作’主旋律”，采用整版彩图设计，以图文并茂的形式刊发呈现。 | | | | | | | | | | |
| 社  会  效  果 | ‌ 在新能源汽车产业发展面临内外“杂音”的背景下，“新能源汽车海外延链追访”系列专题报道正面积极客观、浓墨重彩地报道中国车企海外合作进展及成效，得到了业内肯定。业界认为，该系列报道系统呈现了汽车产业链全球化进程中的机遇与挑战，强化了国际社会对中国新能源汽车全球化战略的产业认知，传播了中国新能源发展的全球化经验，回应国际舆论对中国新能源产业的质疑‌，‌驳斥“产能过剩论”的逻辑漏洞，促进国际协作与公共议题讨论。 | | | | | | | | | | |
| 传  播  数  据 | 新媒体传播  平台网址 | | 1 | 新华社客户端 | | | | | | | |
| 2 | http:// dz.jjckb.cn/www/pages/webpage2009/html/2024-03/15/node\_7.htm等 | | | | | | | |
| 3 | <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793552507412792889&wfr=spider&for=pc>等 | | | | | | | |
| 阅读量（浏览量、点击量） | | 超100万 | | 转载量 | | 超100 | | | 互动量 | 超100 |
| ︵  初推  评荐  评理  语由  ︶ | 该系列报道通过“企业案例+宏观数据+政策解读”的多维叙事，既展现了中国新能源汽车产业链的全球化实践成果，又通过剖析合作痛点与转型挑战，推动了产业界、公众与国际社会对中国新能源战略的理性认知。  签名：（盖单位公章）  2025年 月 日 | | | | | | | | | | |

**附原文**

**新能源汽车海外延链追访｜新能源汽车“点绿生金”东南亚市场**

编者按

中国新能源汽车正在全球积极拓展产业版图，开启中国汽车产业国际化2.0时代。在东南亚市场，中国车企从过去单纯的产品出海加速向技术出海、产业链出海转变，在不断扩大市场份额的同时，也推动了当地绿色低碳发展、汽车产业转型升级。自本期始，《经济参考报·汽车特刊》将推出“新能源汽车海外延链追访”系列报道，全景式展示中国汽车产业国际化2.0时代的新风貌，同时也探讨中国新能源汽车出海遇到的问题和阻碍，以及解决的可行性路径，敬请关注。

**泰国：中国电动汽车掀起投资热**

前不久，中国车企长城汽车旗下电动汽车品牌欧拉好猫在泰国罗勇新能源汽车制造基地正式下线，这是泰国汽车工业历史上第一辆在本土生产的量产纯电车型。近年来，中国电动汽车在泰国掀起投资热潮，业内人士指出，中国车企在出海过程中一定要重视产品质量和服务，并主动融入当地产业生态。

**加紧布局泰国市场**

在2023年12月泰国曼谷举办的第40届泰国国际汽车博览会上，中国车企在销量上脱颖而出，销量前十名品牌里中国电动汽车占五家。根据车展主办方提供的数据，比亚迪斩获5455辆订单，仅次于日系车本田和丰田，位居车展销售榜第三名，同时广汽埃安、上汽名爵、长安、长城等中国车企也进入前十名榜单。

从泰国车展可以看出，中国车企正凭借新能源汽车实现换道超车。值得一提的是，2023年，比亚迪在泰国全年销售30650辆，市场占有率约40%，位列泰国电动汽车品牌第一名。

中国车企出海泰国最早要追溯到上汽集团。2012年，上汽集团与泰国正大集团合资，在泰国投产和销售名爵品牌汽车。长城汽车进入泰国的时间也较早。2020年，长城汽车收购美国通用汽车位于泰国罗勇府的制造工厂，投资226亿泰铢（约合人民币47.2亿元）进行改建，于2021年6月正式投产。

2022年以来，中国电动汽车在泰国掀起投资热潮。2022年9月，比亚迪汽车与WHA伟华集团大众有限公司签约，正式签署土地认购、建厂相关协议。2023年3月，比亚迪泰国罗勇府工厂正式奠基，这是比亚迪全资投建的首个海外乘用车工厂，预计2024年开始投产，年产能约15万辆。2023年11月，长安汽车泰国生产基地正式奠基，包括涂装、总装、发动机组装、电池组装以及重要零配件等生产升级，第一阶段设计年产能10万辆，计划2025年投产。

长城汽车东盟区域总裁程金奎介绍，2021年7月份长城汽车首款新能源汽车哈弗H6 HEV上市以来，长城汽车已经陆续将哈弗、欧拉、坦克等9款新能源车型引进泰国市场，在泰国汽车市场累计交付超3万辆、运营经销商门店近70家，覆盖了大曼谷及81%的外府市场。

来泰国投资的中国车企还带来了电池等配套产业，带动泰国建立电动汽车产业链。2023年12月，中国动力电池企业国轩高科与泰方合资成立的国轩高科泰国工厂首款电池产品在泰国罗勇府暹罗东方工业园正式下线。

为更好支撑中国汽车产业国际化发展，中国汽车技术研究中心有限公司（下称“中汽中心”）东南亚代表处也于2023年11月在泰国曼谷正式投运，这标志着中汽中心未来将重点加强在东盟地区的战略布局，进一步促进中国与东盟汽车产业的高质量发展。

**利好因素不断积聚**

业内人士指出，中国车企纷纷布局泰国市场，主要源于当地电动汽车扶持政策、产业要素历史积累与地缘布局三个重要因素。

——泰国政府推出了系列电动汽车发展扶持政策。根据泰国政府两年前出台的“3030政策”，在2025年时电动汽车销量达到22.5万辆，至2030年时达72.5万辆，占其汽车产量的30%，最终在2035年实现100%电动化目标。泰国政府也旨在通过促进汽车向电动领域转型，实现成为地区和全球电动汽车生产中心的愿景。为此，泰国政府实施了电动汽车补贴计划及税收优惠等措施，目前泰国已将纯电动汽车消费税率从8%降至2%，并根据电动车类型和型号不同提供7万至15万泰铢不等的补贴，与此同时减免电动汽车道路税和进口关税，加快普及推广电动汽车。

——泰国拥有较为完善的汽车产业链。20世纪60年代，丰田在泰国就已建立整车工厂，本田、五十铃、日产等车企也先后进入泰国。随着持续投资兴建工厂、提升产能，日系品牌在当地市场逐步占据主导地位，并建立起相关配套产业。目前，泰国每年生产超过200万辆汽车，拥有近700个一级汽车零部件供应商。

长安汽车东南亚事业部总经理沈兴华表示，综合对比了东南亚国家，最后选择在泰国建厂，主要看重泰国的支持政策、成熟的汽车产业链等因素，有助于全产业链在海外运营。

——泰国区位优势明显。泰国市场除了对东南亚区域有较强的辐射带动作用外，还可以带动澳大利亚、新西兰、英国和南非等全球市场。以泰国为据点，将能服务整个东盟地区乃至全球右舵市场。

长城汽车东盟区域品牌负责人张震介绍，泰国地处全球航运主干道，汽车出口可以通过高效便捷的海运抵达国外各个市场。长城泰国工厂生产的汽车已服务于整个东盟市场，未来该工厂还将成为长城全球乘用车制造基地，目前已尝试将汽车出口至南非、毛里求斯等国。

**多措并举保持优势**

沈兴华表示，尽管目前中国车企在泰国占据了大部分新能源汽车市场份额，但后续随着日韩欧美等车企在泰国发力新能源车型，中国车企若要站稳脚跟还需付出巨大决心和努力。

沈兴华表示，如今中国车企纷纷布局泰国的态势，让人联想起20世纪90年代中国摩托车企业对东南亚市场的拓展。当初中国品牌摩托车进军越南市场，凭借与日系摩托车相似的外形及更低的价格，迅速占领了市场，且占有率一度达到80%。但随后，中国摩托车企业之间为抢占市场打起价格战，车企极尽可能压缩成本导致产品质量不过关、故障频发，最终败走当地市场，不但被日系摩托车夺回了市场，还给当地消费者留下了“价格低、质量差”的印象。

沈兴华指出，要吸取中国品牌摩托车出海的经验教训，避免因价格战压缩成本而导致质量下降，影响市场口碑。

在业内人士看来，中国车企要想进一步突破日系品牌长期以来在泰国建立起的“防线”，难度并不小。日系品牌汽车占据泰国燃油车市场主要份额，日系车企定价较高、布局较早、零部件生产本土化率远超中国车企，产生规模效应后其降价空间也较大。因此，中国品牌汽车必须不断进行技术提升和产品创新。

另外，随着市场发展，泰国政府的电动汽车产业扶持政策也呈现回收迹象。泰国内阁2023年12月19日批准了2024至2027年的电动汽车扶持政策EV3.5，与现行的EV3.0相比，购买电动汽车补贴从最高的15万泰铢减少到10万泰铢。

而且，泰国政府也在寻找其他国家的投资。泰国总理赛塔近期在访美、访日期间都大力招徕当地车企。赛塔2023年12月出访日本期间表示，泰国将继续支持日本企业在泰国生产传统的燃油车，同时为日本汽车制造商在泰国扩大电动汽车生产制定投资激励措施。如果日本大公司愿意在泰国生产电动汽车，泰国政府计划与这些公司就可能的税收优惠政策举行会谈。

沈兴华表示，在新能源汽车开发方面，中国汽车品牌目前在技术上处于领先地位，但是需要继续投入以保持技术领先状态。同时，在品牌传播层面，传统品牌占据了传统渠道的核心位置，因此需要通过全新营销方式和内容进行破圈，实现全新的品牌塑造。

在张震看来，新能源和智能化是中国品牌车企的两大优势。近两年来，中国品牌汽车出海已经从过去的产品出海转变为品牌和技术出海，这是一大趋势。“我们一定要重视产品质量和服务，维护品牌形象，真正走进当地消费者的内心，本土思维非常重要，要主动融入当地社会经济形态和产业生态。”（记者 高博 林昊 曼谷报道）

**印尼：中国新能源汽车集体发力**

在近日举行的2024印尼国际车展（IIMS 2024）上，以比亚迪、上汽通用五菱和奇瑞为代表的中国车企，无论从展台规模、整体设计、新车型推出还是人流量来说均获得了各方好评，并取得了不俗业绩。

奇瑞印尼公司总经理曲继宗介绍，公司新推出的新能源汽车OMODA E5在车展上达成成交意向近700辆，是所有参展商中最热销型号之一，自2月初在印尼上市以来已经获得1900辆订单。此外，五菱汽车在本届车展上的销售数量也达到约1500辆。

2021年，印尼政府在“第26届联合国气候变化大会”上提出到2030年实现“碳达峰”、2060年实现“0排放”的目标，并相继出台了多项纯电动汽车发展鼓励政策，包含本地化率达到40%以后的税收减免优惠，引导市场向纯电动汽车领域发展。

统计数据显示，2023年印尼纯电动汽车销量约1.7万辆，较2022年销量同比增长170%，市场份额约为2%；混动汽车销量为5.4万辆。新能源汽车成为新的蓝海市场。

近年来，中国车企积极发力印尼市场，利用印尼汽车市场由燃油车向电动车过渡的转型期，不断扩大市场份额。记者了解到，目前在印尼市场实现了本地化生产（本地化率达到40%）的新能源汽车品牌，只有上汽通用五菱和韩国现代；日系品牌暂时没有本地化生产计划，其销售依靠进口。

从2023年年底至今，五菱印尼推出缤果（Bingo）和Cloud EV，上汽名爵推出MG 4 EV和MG ZS EV，比亚迪畅销车型海豚、海狮和ATTO 3同时在印尼上市。2月5日，奇瑞新能源汽车OMODA E5也在印尼市场正式推出，这是奇瑞新能源汽车首次在海外发布，是奇瑞撬动海外新能源汽车市场的关键举措。

得益于价格、品质、服务、供应链建设、生态建设等方面的良好经验，五菱印尼此前推出Air EV纯电动车型，2023年实现销量10651辆，相较2022年8000辆的销量涨幅达30%，占据印尼新能源汽车细分市场约50%的份额，从销量来看排名第一。

业内人士分析认为，从整体上来看，2024年将可能成为一个分水岭。在此之前，中国车企在印尼艰难拓土，而现在开始集体发力，利用新能源汽车的风口不断开拓市场。

不过，业界同时指出，中国车企出海印尼市场仍然面临诸多难题和挑战。

首先，印尼政府的激励和补贴政策存在不确定性。例如，2022年下半年五菱Air EV上市后，印尼政府开始考虑促进新能源汽车发展，并对纯电动新能源汽车购买者给予一定补贴，但受多重因素影响，2023年4月缩水版的补贴政策才“靴子落地”。补贴政策的不确定性让很多潜在消费者延迟了购车计划，同时也影响了主机厂的销量。

其次，印尼本地汽车市场以日系品牌为主导，日资品牌形成规模效应后，包括人力、销售和宣发在内的整体行业成本过高，对市场后来者形成了隐形门槛。

当前，印尼新能源汽车市场仍处于发展初期，在技术服务保证、供应链、生态建设方面尚不完善。因此，我国相关行业协会可鼓励更多具有丰富经验的优秀企业出海，推动形成完整的新能源汽车产业体系，一同开拓印尼市场。相信随着更多中国品牌汽车的进入，其成熟的技术服务、供应链、生态建设等，将推动印尼新能源汽车产业迈入全新发展阶段。（记者 叶平凡 雅加达报道）

**马来西亚：中国车企加速本地化进程**

根据马来西亚汽车协会数据，2023年马来西亚新能源汽车销量呈增长态势，纯电动和混合动力汽车合计销量为3.8万辆；其中，纯电动汽车销量约1万辆，与2022年2631辆的销量相比实现大幅增长。

近年来，中国新能源汽车品牌加快出海马来西亚步伐。2022年7月，长城汽车在马来西亚成立子公司，11月底欧拉好猫在当地正式上市。比亚迪于2022年12月正式进入马来西亚乘用车市场，在当地推出ATTO 3电动汽车。2017年，吉利收购马来西亚国产汽车品牌宝腾49.9%的股份。2023年5月，宝腾新款车型X90发布，这是宝腾首款新能源汽车，也是继X70、X50后吉利与宝腾在马来西亚市场合作推出的又一款SUV车型。

中国车企普遍看好马来西亚新能源汽车市场发展潜力。长城汽车马来西亚销售有限公司相关负责人接受记者采访时表示，相较于其他区域，东盟整体的新能源汽车渗透率偏低，由于基数小因而有较大的增长空间。近两年来，马来西亚新能源汽车市场增长迅速，一方面得益于政府对新能源汽车供给端的较大政策支持，比如，进口税、消费税、路税减免等；另一方面，东盟市场潜力巨大，吸引全球厂商扎堆布局，短期内快速为当地消费者提供了诸多新款车型消费选择。

2023年10月，长城汽车宣布与马来西亚本地企业EP Manufacturing Berhad（EPMB）旗下子公司PEPS-JV正式建立合作关系，双方已签署合作谅解备忘录，计划从2024年开始在马六甲设厂生产和组装长城新车，供本地市场销售。目前，新工厂的准备工作正在紧锣密鼓展开，预计首款CKD车型将于2024年下半年下线。

对于中国车企开拓海外市场，长城汽车马来西亚销售有限公司相关负责人表示，中国新能源汽车出海需要适应目标市场的经济状况和消费者需求，全球不同地区的市场需求、补贴政策和消费者偏好存在差异，需要灵活调整产品和市场策略；另外，出海涉及产品运输和物流，而一些地区可能存在运输运力和基础设施建设不足问题，可能导致物流成本上升和交货时间延长。不同国家和地区对于新能源汽车的法规和标准存在一定差异，需要进行适应性调整。同时，中国汽车品牌需要在目标市场建立品牌认知，或将投入大量市场推广和广告费用，在竞争激烈的新能源汽车市场，需要推出有效的市场定位和营销策略。（记者 汪艺 毛鹏飞 吉隆坡报道）

**新能源汽车海外延链追访｜中欧汽车业共探新能源转型新路径**

编者按

　　中国汽车业向新能源转型的先发优势正在转化为带动全球汽车业转型的新动能。作为传统燃油车的发祥地，欧洲在新能源汽车时代转型迟滞，而中国新能源汽车创新的产品、先进的技术、完备的产业链为汽车业转型提供了新思路。中国新能源汽车在欧洲市场探索的全球化之路也将在中国汽车工业发展史上具有标志性意义。

**法国：“电池谷”期待中国汽车先进技术**

在法国北部上法兰西大区正在建设中的“电池谷”，中国新能源汽车产业链上下游企业的参与备受关注。接受采访的法国车企高管、地方招商机构、相关学者表示，中国企业在电动汽车领域取得了真正的领先地位，法国业界期待与之合作，从中获益。

　　法国“电池谷”北起敦刻尔克，南至杜埃，全长约100公里。在“电池谷”中部的吕茨，中国敏实集团与法国雷诺集团于2023年联合投资的两条电池盒生产线已启动生产。雷诺吕茨厂区经理让-吕克·布瓦告诉记者，生产线不到三个月就安装完毕，合资公司正在加紧为雷诺新款电动车生产电池盒。

在生产现场，60多台焊接机器人、搬运机器人有序工作。布瓦介绍说，电池盒必须实现密封、散热、高精度三大功能，中国合作伙伴拥有产品和工艺方面的多年经验和专有技术，雷诺与之合作避免了从零开始，敏实在法国建厂也可承接其他汽车集团的订单。“这一合资项目取得成功，是雷诺开展其他合作项目的展示窗口。”

　　雷诺计划从2025年起每年在法国本土生产40万辆电动汽车。法国总统马克龙曾提出，到2027年法国实现电动汽车年产量100万辆、2030年电动汽车年产量200万辆、2035年新产汽车100％为电动汽车的目标。为此，法国最大的汽车制造中心——上法兰西大区全面启动了汽车行业电气化转型。

　　2018年，上法兰西大区就提出建设“电池谷”，近三年有4家超级工厂落户，总产能超过100千兆瓦时电池电量。已投产的ACC电池厂由斯泰兰蒂斯集团、道达尔能源和梅赛德斯-奔驰合资组建，此外，一家法国初创企业以及两家由中国企业投资的电池厂正在建设。

　　法国北部投资促进局首席执行官扬·皮托莱告诉记者，远景动力在杜埃的电池厂很快会投产，台湾辉能2023年宣布在敦刻尔克投资建设的固态电池工厂项目仍在初期阶段，“一切都会顺利进行”。中国企业还投资了电池原材料及组件项目，在这一电池生态系统“有很大分量”，如敏实与雷诺合资生产电池盒、厦钨新能源与法国核能企业欧安诺2023年宣布共同投资在敦刻尔克生产锂电池所需的阴极部件。

　　“中国企业在电池技术和电动汽车领域取得了真正的领先地位，具备竞争优势，因此我们真心希望与中国企业建立伙伴关系，从其拥有的先进技术中获益。”皮托莱说。

　　在他看来，上法兰西大区已经是法国电动车行业的电池中心产区，未来希望进一步扩大地域范围，在产业链上下游进一步拓宽项目类型，最终成为全欧洲范围内强大且重要的电池生态系统，与德国、中东欧国家等地同样充满活力的同类生态系统互补共存。

　　上法兰西大区走上电动化转型之路，也是法国再工业化的象征。上法兰西大区是一个历史悠久的工业区，自19世纪以来就见证了大量采矿、冶金、纺织和汽车工业等行业的发展，但是自从上世纪80年代经历衰败以来，失业率高企，民众不满情绪高涨。随着“电池谷”的发展，当地民众看到新希望。

　　位于吕茨附近的贝蒂讷市市长奥利维耶·加凯尔告诉记者，在电气化转型的引导下，当地企业开始思考汽车零部件本地化生产、材料供应及回收利用等一系列问题。“这些既是根本性的经济问题，也可帮助我们解决社会方面的问题，因为经济振兴会让家庭安顿、让下一代拥有未来。”

　　据皮托莱介绍，上法兰西大区40多家培训机构、学校和培训中心已组成联盟，为电池生态系统培训未来员工。法国阿尔多瓦大学去年获得教育部门许可，增设工程师学院，专为“未来更加电气化的世界培养工程师”。

　　阿尔多瓦大学副校长加布里埃尔·韦吕告诉记者，他支持学生到敏实雷诺合资厂实习，希望法国建成更多新工厂，让学生们在实践中认识当今技术的现实维度。“法国汽车业曾长期领先，但是在向电动车转型时晚了一步，因此需要其他国家帮助它迎头赶上。”（记者 刘芳 张百慧 法国吕茨报道）

**英国：中英汽车业紧密合作发力新趋势**

英国汽车制造商和贸易商协会（SMMT）首席执行官迈克·霍斯日前接受记者专访时表示，英国消费者对于越来越多的中国汽车品牌，尤其是电动汽车品牌进入英国市场持开放态度。

　　霍斯表示，在坚持自由公平的贸易前提下，更多的中国汽车品牌进入英国市场对消费者和汽车行业都有好处——良性竞争既降低了电动汽车价格，又鼓励了行业创新。

　　成立于1902年的英国汽车制造商和贸易商协会是英国规模最大、最具影响力的行业协会之一。霍斯向记者介绍，与其他发达国家相比，英国市场的进入门槛相对较低，一直是一个非常开放，同时竞争也非常激烈的市场。“这也是为什么很多新品牌陆续登陆英国的原因。从之前的欧美品牌，到后来的日韩品牌，再到现在的中国品牌，英国消费者始终保持开放的态度。”

　　霍斯认为，作为世界最大汽车市场、汽车制造国和出口国之一，中国近年来一直在快速向电动汽车生产和销售迈进，并具有规模经济，这有助于其参与国际竞争。

　　在谈及中英汽车行业合作前景时，霍斯指出，当前全球汽车行业面临诸多挑战，包括贸易摩擦加剧、保护主义抬头、地区冲突带来物流风险等，同时也需要在电动化和自动驾驶等新趋势上持续发力，紧密的合作是分担成本、携手共进的重要举措。霍斯表示，合作增进了两国交流，分享了共同课题下各自的创新方案，“英国汽车行业和学术界的关系非常密切，很多中国品牌也在英国设立了研发中心。”

　　谈到英国电动汽车的普及情况，霍斯认为最大的挑战之一是普通消费者缺乏购买电动汽车的动力，一方面，与性能类似的燃油车相比，英国电动汽车的价格相对昂贵；另一方面，除伦敦等发达地区以外，英国公共充电设施数量仍然太少。

　　英国议会环境与气候变化委员会报告显示，目前英国所有汽车中，电动汽车仅占3%左右的份额。

　　霍斯表示，汽车制造商和贸易商协会正在与英国政府讨论，试图为私人消费者提供税收减免，并呼吁加快公共充电设施建设，形成一个“适应所有人驾驶模式的解决方案”，让人们在工作、逛街、娱乐时都可以随时为车辆充电。

　　汽车制造商和贸易商协会数据显示，2023年，英国汽车领域公共和私人投资达237亿英镑。霍斯认为，创纪录的投资额是对英国汽车业的一笔“大规模的信任票”，很好地为英国未来几年从燃油车转向电动汽车做好了准备。（记者 赵修知 赵小娜 伦敦报道）

**挪威：中国新能源汽车刷新“能见度”**

挪威公路联合会发布的统计数据显示，2023年挪威新能源汽车（纯电动汽车或氢能源汽车）在新车销售中占比82.4%，比2022年增加3.1个百分点，再创新高，继续成为全球新能源汽车销售占比最高的国家之一。

　　挪威业内人士指出，在利好政策推动下，全球多地新能源汽车企业纷至沓来。受诸多因素影响，中国新能源汽车在挪威市场还面临不少挑战，在规避风险的同时需尽快补齐短板。

**激励政策吸引全球新能源车**

2016年，挪威在全球率先提出2025年在新车市场全面淘汰燃油车、实现新能源汽车占比100%的目标。近年来，挪威陆续出台一系列举措，从销售、行驶、停车、充电等各个环节为电动汽车等新能源汽车提供优惠措施，以鼓励消费者购买新能源汽车，降低机动车的温室气体排放。

　　据挪威交通管理局介绍，相关优惠措施包括：挪威消费者在购买新能源汽车时可以免除相当于车价10%的购置税和25%的增值税；在收费公路上可以享受50%折扣或完全免费；在许多城市拥有可以免费停车、使用公交专用道等“特权”。与此同时，挪威政府还提供资金，对企业和个人安装充电桩进行补贴。此外，在公共采购层面，挪威各级政府对新能源汽车大开绿灯。比如，首都奥斯陆原计划2025年年底前在公共交通领域实现“零排放”，将所有公交车全部换成新能源汽车；通过努力，该市在2023年年底就实现了这一目标，比原计划提前了两年。

　　在这些政策激励下，挪威的新能源汽车销量出现了“井喷”，吸引包括中国企业在内的全球多地新能源汽车企业纷至沓来。在奥斯陆，不时能看到红旗、蔚来、名爵、比亚迪等中国品牌新能源汽车行驶在路上；在第二大城市卑尔根和北极圈内的希尔克内斯，都有宇通新能源客车的身影；在货运汽车领域，上汽大通成为挪威保有量最大的新能源小货车品牌；在北欧知名度最高的自行车赛事之一——北极自行车锦标赛上，小鹏汽车成为首个赞助这一赛事的中国汽车品牌。

**市场竞争机会平等**

据统计，在2023年挪威的汽车销量排行榜上，特斯拉、丰田、大众分别位居新车销量前三位，有中资背景的车企品牌中仅沃尔沃进入前10名，名爵、极星、比亚迪进入前20名，而红旗、小鹏、蔚来、岚图等中资本土品牌仅分别售出数十辆到数百辆新能源汽车。

　　中国驻挪威使馆经济商务参赞陈文林介绍，目前有近10家中国新能源汽车企业登陆挪威，销量最好的是沃尔沃、极星、名爵等有欧洲“血统”的中资品牌，红旗、蔚来、小鹏等品牌所占市场份额也在逐步增加。他认为，与德法等一些欧盟国家不同，挪威没有本土车企，且在绿色发展和应对气候变化方面的政策与中国一致，这为中国品牌新能源汽车在挪威市场获得平等竞争机会创造了条件。

**中国车企仍面临诸多挑战**

多位受访者表示，中国品牌新能源汽车在挪威的“能见度”不低，也正在获得越来越多消费者的青睐，但是中国车企要想打开挪威市场还面临诸多挑战。

　　首先是挪威消费者对欧洲品牌的偏爱给中国自主品牌车企带来挑战。蔚来欧洲副总裁张晖介绍，目前中国品牌新能源汽车在挪威和欧洲其他市场发展的最大挑战是品牌知名度，迄今中国自主品牌新能源汽车尚未在挪威取得重大突破。而沃尔沃、极星和名爵等销量领先，更多源于它们曾是欧洲本土品牌。当地经销商告诉张晖，购买一辆汽车对挪威家庭来说是重大消费，因此他们更愿意选择熟悉的品牌；中国新能源汽车企业要想在挪威打响品牌知名度，还有很长的路要走。

　　其次，一些车企的服务仍有提升空间。挪威业界人士反映，与其他国家品牌相比，中国品牌新能源汽车的各方面性能都更好，性价比也很高，但在服务方面是“短板”，在应急响应、备件供应和物流配送方面不够及时。此外，一些中国品牌车企的先进理念在挪威这样规模的市场上有些“水土不服”，比如，蔚来的换电技术在中国国内广受赞誉，但在挪威受制于市场规模，目前只在奥斯陆、卑尔根等大城市附近铺设了几个换电站，远远无法覆盖挪威全国绝大多数地区。此外，一些中国品牌新能源汽车的车载系统和数字音频系统不完全符合欧洲消费者的偏好，也影响了产品竞争力。

　　第三，挪威车贷利率攀升和新能源汽车优惠政策退出影响消费者购车热情。挪威大部分消费者都选择贷款买车，而受挪威央行加息影响，汽车贷款利率从2021年的2%大幅上升至目前的近10%，这让不少打算在近期购买新车的潜在消费者望而却步，推迟了购车计划。此外，挪威政府对新能源汽车减免购置税、增值税和减收通行费的优惠措施正在逐步退出，也会影响消费者购买新能源汽车的热情。

　　此外，欧盟发起的反补贴调查也可能影响挪威进口中国新能源汽车的热情。2023年10月欧盟宣布开展对中国进口纯电动汽车的反补贴调查，以决定是否开征反倾销关税。虽然挪威并非欧盟成员国，但许多政策会与欧盟保持一致。目前欧盟对中国新能源汽车的政策并不友好，挪威经销商考虑到今后车辆和配件成本上升的相关风险，在进口中国新能源汽车时态度可能将更加谨慎。在此情况下，消费者考虑到今后车辆维修和保养可能面临的风险，也会对购买中国品牌新能源汽车产生更多顾虑。（记者 张玉亮 奥斯陆报道）

**新能源汽车海外延链追访｜新能源汽车出海奏响“产业合作”主旋律**

编者按

产业合作共赢正在成为中国新能源汽车出海的主旋律。不仅是在汽车产业基底雄厚的区域市场，即便在工业基础相对薄弱的地区，中国新能源汽车都在积极探索与当地产业合作的路径，满足当地多元化的需求，这种合作让更多人看到了中国的创新和开放给世界带来的机遇和红利。

**电动汽车产业中日合作空间大**

日本汽车市场是一个以燃油车为主的市场。在日本，新能源汽车包含混合动力汽车（HEV）、插电式混合动力汽车（PHEV）、纯电动汽车（BEV）、氢燃料电池汽车（FCEV）等多种类型。目前，日本市场上的新能源汽车主要以本国生产的混合动力汽车为主。

由于电价昂贵、充电桩很少，电动汽车（EV，含BEV、PHEV）在日本的普及率非常低。日本汽车销售协会联合会和全国轻型汽车协会联合会统计数据显示，2023年，电动汽车在日本乘用车销量中的占比提升了0.5个百分点，仅达2.22%；在进口乘用车中电动汽车的占比上升了3个百分点，达到8.2%。比亚迪2023年在日本售出电动汽车乘用车1446辆。海外车商想要在日本迅速推广电动汽车面临非常高的门槛。

日本瑞穗银行商务解决方案部主任研究员、汽车产业顾问汤进认为，在电动汽车领域，中日产业界有很大合作空间。中国电动汽车现在发展势头很猛，未来要做大、做强，还有许多地方需要努力，需要通过同业竞争、优胜劣汰来磨砺提高。而要在竞争中胜出，离不开一流供应商的支持。

汤进介绍，日本汽车制造商在中国有几百家一级供应商，一级供应商带动大量二级、三级供应商，整个日本汽车的产业链在中国有上千家企业。但是，随着中国新能源汽车崛起，以燃油车为主的日系汽车在中国市场销量滑坡，通过产业链的波及效应，上千家供应商也陷入困难。

汤进表示，应充分认识到日本汽车企业的优势所在。日本汽车产业链供应商凭借长期基础研究和技术积累，在材料、设备、部件领域形成了雄厚基础。松下、东丽、村田制作所、罗姆等都是汽车供应链中的翘楚。供应链领域的技术具有连续性，是长期积累的结果，短时间内很难超越。中日在这些领域具有明显的互补性，有很大合作空间。

“双方展开合作非常重要。中国车企要打造一流的电动汽车品牌、要在竞争中胜出，需要一流的产业链，中日可以实现双赢的领域有很多。”汤进表示，中国电动汽车产业发展势头迅猛，但对于目前的领先优势、未来发展可能遇到的困难等要有冷静判断。去年，混合动力汽车在全球主要市场的销售增幅达30%，超过了电动汽车的28%，丰田混合动力汽车销量创下历史新高。丰田电动汽车起步虽晚，但它具有雄厚的技术基础及每年约1000万辆的销量，完全有可能拿出有竞争力的产品。

除了供应链方面的合作，在“走出去”“地产地销”方面也可开拓合作空间。汤进说，要拓展海外市场，未来必须做到当地生产、当地销售，铺开销售服务网络，实现地产地销，在当地建立供应链和营销服务网络。这些都是日本车商的长处，中日双方可以通过技术合作、资本合作、海外合作等形式取长补短。（记者 刘春燕 程静 东京报道）

**俄罗斯市场欢迎中国电动汽车**

俄罗斯交通部公路局公共委员会成员、汽车专家伊戈尔·莫尔扎雷托过去20年来一直关注中国汽车工业的发展，他多次到访中国，也参观过许多中国车企和行业展会。莫尔扎雷托在接受记者采访时说，中国汽车工业的发展令人惊叹，与20年前相比几乎是“天壤之别”。中国汽车在俄罗斯非常受欢迎，已经包揽俄罗斯市场大约一半的份额。俄汽车市场分析机构Autostat最近的一份调查显示，超过53%的受访者愿意购买中国汽车，而5年前这一数字仅约6%。

莫尔扎雷托表示，在燃油汽车方面，中国汽车可以与日韩和欧洲品牌媲美，在电动汽车和混合动力汽车方面则已走在世界前列，中国电动汽车在俄罗斯备受欢迎。极氪汽车去年在俄热销，理想混合动力汽车的销量也不错。目前，中国岚图和开沃汽车在俄有官方代理，极氪汽车和理想汽车以平行进口方式进入俄市场。

俄罗斯本土电动汽车品牌屈指可数，除了新晋电动汽车品牌Evolute，还有组装中国江淮汽车的“莫斯科人”品牌电动汽车，另外几个品牌正在筹备中。目前，电动汽车在俄汽车市场的份额微乎其微，但拥有广阔发展前景。中国制造商正在将混合动力汽车引入俄市场，而这正是俄罗斯所需要的。俄罗斯地域辽阔、城市之间距离较远，无法到处安装充电桩。相比电动汽车，混合动力汽车续航里程更长，因此符合俄罗斯的实际需求。

莫尔扎雷托说，几年前，俄政府通过有关发展电动交通的战略，电动汽车数量有望逐年增加。对此，政府计划建设大量充电设备，并为在住宅区、停车场和购物中心等建设相关装置提供支持。目前，俄政府正在实施相关计划，接下来将继续支持电动汽车的推广。

为促进电动汽车行业发展，俄政府2021年通过一份到2030年前电动汽车生产和推广使用的构想。在文件中，俄政府计划到2025年前生产2.5万辆电动汽车，并安装9400个充电桩。力争2030年前，使电动汽车在俄罗斯汽车市场的占比达到10%，充电桩数量达到7.2万个。这一构想分为三个阶段实施。第一阶段为启动市场和创建基础设施；第二阶段为扩大需求和提高产量；第三阶段为生产本地化。

为了刺激消费者购买电动汽车，俄政府对以贷款方式购买电动汽车的消费者提供较大折扣，部分地区还出台电动汽车车主免缴交通税或停车费的优惠措施。去年3月1日至12月31日，俄罗斯试行电动汽车免费通过联邦收费公路机制。在此期间，大约5000名驾车人享受这一优惠措施，通行大约31.5万次。今年1月19日，俄罗斯恢复面向电动汽车的免费过路措施。

在俄政府的积极推广下，俄电动汽车市场规模持续增长。Autostat今年1月发布的调查报告显示，包括以平行进口方式进入俄市场的电动汽车在内，俄罗斯2023年总计售出14089辆电动汽车，比前年增加3.7倍，达到创纪录水平。其中最畅销的是中国的极氪，以平行进口方式在俄售出3724辆，占据俄电动汽车市场超过1/4的份额；俄本土品牌Evolute以2020辆的销量位居其次；德国大众汽车销量紧随其后，为2000辆。据了解，Evolute品牌于2022年3月成立，产品实际为中国东风电动汽车，由位于俄罗斯利佩茨克市的Motorinvest汽车装配厂组装。

尽管俄罗斯去年电动汽车销量大增，但在汽车市场中的份额不足2%。市场分析人士认为，得益于政府立法支持、出台相关补贴措施和品牌选择增加，以及充电桩数量增多，俄电动汽车市场将保持增长趋势。

俄罗斯汽车经销商Nizhegorodets公司开发和企业管理总监阿列克谢·马卡罗夫表示，如果奇瑞、吉利、哈弗和星途等在俄燃油汽车市场表现突出的中国汽车品牌向俄市场推出电动汽车，那么俄电动汽车的销售将迎来重大突破。（记者 安晓萌 圣彼得堡报道）

**中国车企助墨西哥发展绿色交通**

近年来，中国车企在墨西哥等拉美地区市场蓬勃发展，不仅有比亚迪、宇通等纷纷向墨西哥城公共交通部门交付电动客车订单，还有不少中国车用零部件企业陆续在墨设厂。中国新能源汽车出海墨西哥正迈向新阶段，从订单贸易转向对产业链上中下游的本地化布局。

墨西哥全国汽车零部件工业协会发布的数据显示，截至2023年年底，有33家中国汽车零件制造商在墨运营，发展前景广阔。墨西哥全国汽车零部件工业协会总经理阿曼多·科尔特斯表示，墨西哥经济发展稳定，贸易不断开放，吸引中国等国家对墨汽车零部件领域投资。

墨西哥国立自治大学国际问题专家伊格纳西奥·马丁内斯表示，在当今技术变革时代，中国在新能源汽车行业具有强大竞争力，特别是在技术、设计和质量标准方面。一方面，中国在电动和混动新能源汽车领域生产能力强大；另一方面，中国车企在物流方面拥有布局优势，中国汽车行业在墨机遇很多。

中国宇通的新能源客车已登陆墨西哥市场多年。在首都墨西哥城电动交通局局长马丁·洛佩斯看来，宇通在墨西哥城运营无轨电车有两方面保障。第一，在墨西哥城已建设超过300公里架空接触网线路，以保证车辆行驶运营；第二，宇通在充电桩等基础设施方面保障充分，利于车辆充电，这些宇通新能源客车有力造福了当地居民。洛佩斯说，墨方与宇通的合作为拉美地区国家发展电动交通系统提供重要经验参考，发展电动交通极大程度地改善了环境，这些车辆应用绿色环保技术，显著减少了污染。（记者 席玥 吴昊 墨西哥城报道）

**中国电动公交车“点绿”千丘之国**

在常驻“千丘之国”卢旺达两年半的时间里，每当记者在马路上看到摩托车和传统燃油公交车费力穿梭于山丘之间，不时还冒出刺鼻的滚滚黑烟，心里总会有一丝无奈。

最近，身边的人们开始议论起一件新鲜事——首都基加利引入了几辆中国制造的电动公交车。听到这个消息，记者迫不及待地想体验一下祖国带来的绿色出行！

尼亚布戈戈客运总站内车水马龙、人潮涌动。几十辆市内公交车和长途客车停在其间，其中一辆崭新的绿白相间电动公交车让人眼前一亮。

趁排队等车时，记者主动与身旁的一个名叫弗兰克·恩科塔尼的年轻人交流起来。他的笑容如东非的艳阳，并告诉我：“与传统冒着黑烟的燃油公交车相比，电动公交车保护了环境。”

上车先刷公交卡，找到位置后，他取出手机充电线，轻松地将其插入车上的充电座并感叹道：“这辆车内部设计精良，配备了手机充电座和移动互联网，非常方便。”

车上的乘客各自沉浸在自己的世界中，有的低头专注于手机屏幕，有的则目不转睛地盯着车内的电视屏幕，上面播放着非洲音乐MTV。多样的体验让他们的旅程不再枯燥。

约3个月前，肯尼亚的新能源汽车公司BasiGo从中国进口了四辆电动公交车，与卢旺达3个公共交通运营商合作，在4条路线上试点运营。BasiGo与中国电动公交车制造商的合作为肯尼亚国内业务可持续发展开辟了新的道路，如今这种成功模式也开始在卢旺达复制。

美丽的卢旺达山脉蜿蜒起伏。然而，油气资源贫乏、燃油依赖进口，地处内陆运输成本高昂，以及山地路况导致车辆高油耗等问题，都给卢旺达人造成困扰。

2021年8月记者刚到卢旺达时，当地汽油价格约每升1050卢旺达法郎（约合7.5元人民币），受俄乌冲突长期化和全球能源需求增长的影响，油价几次上涨，最高甚至超过1800卢旺达法郎（约合12元人民币）。政府迫切希望减少对进口燃油的依赖，加速本地电力应用。

同时，作为一个旅游业发展迅速的国家，卢旺达政府一直致力于提升旅游环境、改善旅游体验，以吸引更多国际游客。显然，推广新能源汽车不仅符合环保需求，也顺应了旅游业的发展趋势。

来自乌干达的多琳·奥里沙巴去年底被BasiGo肯尼亚总部派驻卢旺达，负责当地市场发展。她热情友好，对未来电动公交车在该地区的发展充满信心。“电动公交车有很多优势，在环境保护、运行成本、乘客体验等方面，无不彰显其卓越之处。”

“在卢旺达每投放一辆中国制造的电动公交车，就能减少多达30吨的二氧化碳排放，为环保事业贡献一份力量。”奥里沙巴说。

为积极推广新能源车的使用，卢旺达政府也推行了一系列激励措施。例如，对电动和混合动力汽车免税，并为电动汽车充电提供优惠电价。

“火山”交通运输公司的司机因诺森特·乌穆霍扎在烈日下驾驶着电动公交，到站停靠间隙，记者的卢旺达同事向他打听车的运营成本。他介绍：“这辆车在充电上的花费要远远少于加油。跑同样的路程，一辆燃油公交车加油费用超过100美元，而（电动车的）电力费用只需约30美元。”

奥里沙巴表示，“3个月的试验非常成功，许多公交运营商已意识到绿色环保的优势，他们已向我们订购了132辆电动公交车。”她坚信这一数字还将继续增长。

据了解，每辆电动公交车可承载70名乘客，充满电可连续行驶约300公里，充满电最多只需一个半小时。

“我们选择与中国新能源汽车制造公司合作，因为他们在电池技术方面处于领先地位，而电池技术是我们业务的核心。”奥里沙巴解释道，中国制造的电动公交车不仅价格合理，而且性能可靠。

卢旺达工业基础薄弱、人口密度大。引入中国新能源汽车将满足卢旺达的多元需求。“中国速度”“中国质量”“中国技术”已经深入卢旺达人心中。中国的电动公交车在遥远的东非取得成功，部分原因要归功于当地与中国创新企业的合作，这种合作让更多人看到了中国的创新和开放给世界带来的无限机遇和红利。（记者 吉莉 基加利报道）