

# “一带一路”背景下新能源汽车出口竞争力分析

## ——以广东省为例

李东阳 关建波

(广州工商学院 广东广州 510850)

**摘要:** 在当今世界不断朝着低碳、可持续目标发展的环境下,发展新能源汽车已成为广东省产业重要战略之一。本文结合我国提出“一带一路”倡议的背景,通过比较分析广东省新能源汽车的出口情况,利用波特钻石模型分析广东省新能源汽车的出口竞争力,发现广东省新能源汽车在高级生产要素、配套企业和市场需求方面具有很强的竞争力,但在品牌知名度、产品技术方面的竞争力与国外企业相比较弱。为提高广东省新能源汽车出口整体竞争力,本文提出应依托“一带一路”倡议,加快技术创新升级,加快新能源汽车及其相关产业出口,提升国际营销能力等建议,仅供参考。

**关键词:** 新能源汽车; 出口贸易; 国际竞争力; 一带一路; 广东出口

**本文索引:** 李东阳,关建波.“一带一路”背景下新能源汽车出口竞争力分析[J].商展经济,2023(16): 089-092.

**中图分类号:** F740

**文献标识码:** A

进入21世纪,新能源汽车加速发展。随着相关技术进步和人们环保意识不断增强,新能源汽车正逐步成为市场上销售量最高的汽车类型。

随着国务院办公厅印发《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》以及市场对新能源汽车的需求不断增加,我国新能源汽车产业迅速发展,部分传统燃油汽车企业也纷纷推出新能源汽车,近几年世界各国基本确立新能源汽车为汽车产业未来发展的主要方向。

作为中国“一带一路”倡议的核心地区,广东省新能源汽车产业的发展和产品出口具有地理优势。随着世界各国陆续发布禁售燃油车时间表,巨大的新能源汽车消费空间将被释放出来。但广东省新能源汽车出口面临许多挑战:在内部,广东省企业的核心技术自主率较低,在电机电控方面,省内仍未有巨头企业,车机芯片自主率较低,主要依赖进口,新能源汽车高层次人才不足;在外部,发达国家向新能源汽车消费提供较多补贴,以期推动其国内新能源汽车产业的发展,这对广东省新能源汽车发展造成了一定的压力。因此,如何提高广东省新能源汽车的国际竞争力显得十分重要。

本文试图通过分析近年来广东省新能源汽车出口的数量及结构,分析广东省新能源汽车企业出口的竞争力,并提

出相关建议。

### 1 “一带一路”倡议背景下广东省新能源汽车出口情况比较分析

#### 1.1 近年来广东省新能源汽车出口情况比较

随着新能源汽车产业不断发展,广东省出现了如比亚迪等以生产新能源汽车为主的企业,但在2020年前整体发展状况不稳定,出口数额不大,整体处于发展水平较低、核心技术较差和竞争力较弱的阶段。根据中国海关总署的数据,从2017年至2020年广东省出口新能源汽车数量按年从4430辆下降至2266辆,期间2018年和2019年新能源汽车出口数量均低于1000辆。2020年出口数量下降但出口金额下降较小,透露出产业升级的迹象。

2020年过后,虽然广东省整体出口受到新冠疫情冲击,但“一带一路”建设稳步推进,与沿线国家和地区继续深化经贸合作,提高贸易投资自由化和便利化水平,广东省新能源汽车产业也因此得到了新的发展,出现新局面。据中国海关总署数据显示,2021年、2022年连续两年广东省新能源汽车出口金额和数量都有较大幅度的增长,2021年出口金额比前年提高557.8%,数量提高423.5%;2022年出口金额和数量

**基金项目:** 广东省教育厅2022年普通高校特色创新类项目“新时代应用型本科高校产教融合创新驱动路径研究”(2022WTSCX138);广东省佛山市社会科学界联合会2023年社科规划共建项目“‘数智化转型’目标下佛山市制造业数字贸易发展潜力研究”(2023-GJ102)。

**作者简介:** 李东阳(2002-),男,汉族,广东韶关人,国际经济与贸易专业。

的同比增长分别达686.7%和477.7%，整体出口金额达77亿8千万元，如表1所示。

表1 广东省新能源汽车出口变化表

年度	金额(百万元)	数量总数(辆)
2017	153.19	4430
2018	84.98	468
2019	105.43	755
2020	150.35	2266
2021	988.58	11863
2022	7781.20	68532
2023年前两月	3555.04	27479

数据来源：中国海关总署。

出口数量和金额的增长与新能源汽车出口类型变化有一定的关系。2017年纯电动汽车(EV)和混合动力汽车(HEV)出口金额占比接近，但后来走向了不同方向。纯电动汽车在经过一段较为平缓的发展期后，于2020年开始加速发展，截至2023年前两个月，出口金额占比达到了99.82%。混合动力汽车的占比变化与纯电动汽车相反，先是缓慢下降，到2020年下降至0.40%。出口金额也随着纯电动汽车出口所占比例增加而增加，如表2所示。

表2 广东省出口新能源汽车类型结构变化表

	HEV	BEV	PHEV
2017	34.71%	65.29%	0.00%
2018	31.86%	68.14%	0.00%
2019	26.46%	73.54%	0.00%
2020	11.42%	88.58%	0.00%
2021	4.15%	95.85%	0.00%
2022	0.91%	98.42%	0.66%
2023年前两月	0.40%	99.42%	0.18%

数据来源：中国海关总署。

广东省新能源汽车出口金额全国占比情况以2020年为分割线。2020年之前，广东省新能源汽车出口金额占全国比重不断减少，最低至0.83%。从2020年开始，出口金额占比不断提高，2022年出口金额占比达到了5.63%。如表3所示。

表3 广东省新能源汽车出口金额全国占比表

2017	2018	2019	2020	2021	2022
9.64%	3.80%	1.54%	0.83%	1.76%	5.63%

数据来源：中国海关总署。

出口目的地金额占比情况以2020年为分界线，前后有着不同情况。2020年之前广东出口主要目的地是亚洲，其次为欧洲。2017—2020年间，出口亚洲地区金额占比逐年下降，欧洲出口的金额占比上升，其他大洲的占比相对稳定。2021年目的地为欧洲的出口金额占比与2020年相比上升至75.28%，虽然在2022年下降至34.32%，得益于“一带一路”的不断建设，欧洲市场已逐渐成为广东省新能源汽车出口的重要目的地。传统出口目的地亚洲出口金额份额逐年下降，在2022年仅占48.14%，其他地区情况相对稳定，如表4所示。

表4 广东省新能源汽车出口目的地金额占比表

	亚洲	欧洲	南美洲	北美洲	大洋洲	非洲
2017	91.24%	4.09%	1.23%	2.55%	0.89%	0.00%
2018	92.96%	3.67%	2.94%	1.50%	0.00%	0.41%
2019	70.01%	1.70%	9.38%	9.22%	6.83%	2.12%
2020	61.51%	15.92%	5.06%	13.77%	3.63%	0.15%
2021	15.07%	75.28%	1.64%	7.61%	0.44%	0.05%
2022	48.14%	34.32%	5.17%	1.02%	11.02%	0.35%

数据来源：中国海关总署。

## 1.2 广东省新能源汽车出口情况变化原因

广东省新能源汽车出口情况在2020年前后有不同的变化，是“一带一路”倡议不断深化推进和广东省新能源汽车竞争力提高的共同结果。全球新能源汽车进入高速发展期，广东省在“一带一路”倡议下不断拓展合作区域，与更多国家寻求深度合作，深化贸易合作，推进更高层次的对外开放。同时政府将大力发展新能源汽车放在重要地位，力求提高其核心竞争力，突破关键技术。加大对相关行业的支持力度，也加大了对新能源汽车生产销售的补贴力度，在此基础上广东省新能源汽车技术得到了很大发展，在工业设计和产品质量方面取得了进步，产品的竞争力随之增强。在此基础上出口金额和数量得到增长，出口汽车类型和目的地变化原因也在于此。我们正处于全球消费变革的十字路口，这次变革的特点是消费更加绿色环保，更加关注科技感，广东省新能源汽车顺应了这一趋势，出口数量和金额不断上升。疫情过后世界消费迎来了增长，这在一定程度上解释了出口量的大幅度增长。

## 2 “一带一路”背景下广东省新能源汽车出口竞争分析

经过对广东省新能源汽车近5年出口数据及特点的列明和对比后，本文使用波特钻石模型对广东省新能源汽车出口竞争力进行简要分析。

### 2.1 生产要素

生产要素分为初级生产要素和高级生产要素。广东省的初级生产要素较为贫瘠，高级生产要素相对于国内其他省份而言较为丰富。由于地理环境的原因，广东铁矿等基础矿产资源较少，但稀土矿产和铅、锌等电池原材料资源较为丰富。作为中国轻工业最为发达的地区之一，在皮革、塑料等方面的生产具有一定优势。广东还是中国人口最多的大省之一，据广东省统计局数据显示，2022年广东的适龄劳动人口数量为8475.1万，高于全国平均水平4.94个百分点，有着丰富的劳动力资源。

高级生产要素方面，广东省发改委在2020年提出了《广东省培育新能源战略性新兴产业集群行动计划(2021-

2025)》,将加大力度支持鼓励省内相关高校和研究所在新能源相关领域加强研究建设,支持国际知名企业在广东省设立研发中心,推动相关建设和研究,这些举措保障了广东省吸引并留住人才。广东的软件设计企业在全国处于领先地位,已有部分互联网公司加入新能源汽车制造行业,保证了广东新能源汽车在人机交互、软件方面具备一定的竞争力。

总的来说,虽然在制造车辆车架等方面广东省缺乏一定的竞争力,但其在车辆的内饰软包、车机系统、人机交互方面具备较强的竞争力。

## 2.2 需求条件

近年来,新能源汽车的销量在政策的推动和市场的追捧下日益增加,根据中国汽车工业协会相关数据显示,在2020年后,我国新能源汽车销售额超过688万辆,同比增长93.4%。在全球范围内,中国新能源汽车销量占全球销量的57.8%,充分说明国内新能源汽车需求数量之大。

全球市场也表现出相似的趋势,根据国际能源署的统计,全球的新能源汽车销量在过去几年都呈现快速上升趋势,2022年的销量同比增长达到56.9%。

世界范围内销量最高的国家或地区除中国外,便是欧洲和美国。欧洲市场在2022年的销售量为260万台,占全世界销量的25.5%,美国和韩国则分别占9.7%和1.3%。从数据中可以看出,国内外对于新能源汽车的需求量都相当大,尤其是国内的需求更大。这能让广东省新能源汽车产业提升竞争力,适当的竞争能使企业为了自身的生存和发展不断研究开发新产品和进行技术革新,这无疑提高了广东省新能源汽车产业的竞争力。在2023年的上海车展上,一些传统燃油车企高管来到广东省新能源车企比亚迪、广汽埃安等企业的展位前观摩。与国内外的销售量情况及近5年广东省出口数量金额变化趋势相结合,可知国内外日渐增长的需求量在一定程度上增强了广东省新能源汽车出口的竞争力。

## 2.3 相关产业和支持产业的表现

经过数年的发展,广东省已经拥有了一条完整的新能源汽车生产线,包括上游的驱动电机、动力电池,中游的整车制造和下游的充电设施及丰富的销售终端。在上游产业方面,广东企业比亚迪的动力电池在国际范围内有很强的竞争力,现已成为世界第二大电池供应商,全球市场占有率达到16.2%(数据来源:SNE research)。知名企业丰田已与比亚迪合作,采用比亚迪的电池和电机,充分说明广东新能源汽车相关产业的国际竞争力。广东省的充电设施发展迅速,与新能源汽车的销量增长保持同步,基本满足了需求。

## 2.4 企业竞争对手的表现

广东省新能源汽车出口的最大竞争对手是美国电动汽车品牌特斯拉。特斯拉在全球各大主要市场表现优异,以131万辆的销量拿下全球电动车品牌的销冠。作为最早开始生产和销售新能源汽车的品牌之一,特斯拉一直以高端、先进的身份示人,其旗下的Model 3和Model Y车型现已是全球市场最常见的新能源汽车。据欧洲权威媒体Automotive News报道,Model Y是欧洲最畅销的汽车,在其他国家或地区的销量也不断上升。

总的来说,特斯拉在海外消费者眼中仍是最好的新能源汽车品牌,对消费者的吸引力是毋庸置疑的。同时宝马、奔驰等传统燃油车品牌也正在推出新能源汽车,这些都会对广东省新能源汽车企业出口带来影响。传统车企有一定的文化和技术沉淀,广东省新能源车企这方面竞争力较差。

## 2.5 政府政策和机会

近年来随着广东省政府对新能源汽车产业加大支持力度,广东省新能源汽车发展速度不断加快。广东省能源局印发的《广东省电动汽车充电基础设施发展“十四五”规划》、广东省工业和信息化厅印发的《广东省发展汽车战略性新兴产业集群行动计划(2021—2025)》中提到在十四五期间,将加大资金投入,加速新能源汽车技术发展、在主要汽车产业基地开展专项行动,带动新能源汽车产业链集聚发展,鼓励省内汽车行业建立海外发展联盟,推动企业走向海外。同时提出将会继续完善智能充电服务平台以及充换电设备的技术标准,加强公共充电桩的相关建设,加速相关技术和充电设备的开发,保障配套产业快速发展。同时不断推进海上丝绸之路的建设,以广州、深圳等汽车生产基地为基点,深化与港澳地区的合作交流,助力广东省新能源汽车走向世界。

这一系列政策说明政府在这方面给予了很大的支持,有利于广东省新能源汽车企业的进一步发展升级,也有利于企业投入对产品相关核心技术的研发,从根本上增强广东省新能源汽车竞争力。

综上所述,广东省新能源汽车在高级生产要素如人才和智能汽车软件设计、需求量方面及上下游产业链的匹配和上游企业实力方面具有一定的竞争力,海上丝绸之路沿线国家合作意愿较好;但在产品底蕴和独特性、创新性方面竞争力较低,需要进一步的技术积累和市场营销。

## 3 对广东省新能源汽车出口的建议

### 3.1 加快技术升级,提高核心竞争力

一款产品能否成功的关键在于其是否有足够强的核心竞争力。新能源汽车的核心竞争力就是它的续航里程是否足

够,乘员和驾驶员能否有舒适的乘坐和驾驶体验。这一系列指标的提升需要广东省新能源汽车企业不断地改进自身的核心技术,加强整合省内优秀资源的能力。当前广东省企业与国外知名厂商相比略显不足,在电机等新能源汽车关键部件未能与国外大厂缩小差距。应充分利用“一带一路”倡议提供的与各国互相交流学习的机会,加速对核心技术的研发升级,积极与高校、研究院等加强合作,不断提高自身的核心竞争力。

### 3.2 从出口单一产品到出口产品体系

国际能源署的数据显示,由于世界各国正大力发展新能源汽车,世界上汽车充电桩的数量不断上升,预计到2025年将有670万座充电桩。

在此背景下,结合广东省不断增长的新能源汽车出口数量,出口与新能源汽车相关的充电桩及其他产品同样可行。广东省在新能源汽车的上下游产业及附属产业方面具有一定的竞争力,这些产品和新能源汽车是互补品的关系,新能源汽车需求上升,其互补品的需求也会跟着上升,如果这些互补品和新能源汽车一同出口或在海外市场捆绑以一个较为优惠的价格出售,将会增强广东省出口新能源汽车的吸引力,有利于提高新能源汽车出口的整体竞争力。

### 3.3 合理选择国际市场营销策略

广东省企业在出口时,给海外消费者的感觉不及国外竞争对手良好。针对这一痛点,广东省企业应当在做好技术升级,提高产品质量的同时,合理选择国际市场营销策略。建议广东省新能源汽车出口企业加强对目的市场的调研,特别是针对“21世纪海上丝绸之路”的沿线国家不断更新营销方案。在投放广告时更加精准,并适时与海外KOL合作,不断提高广东省企业的品牌曝光度,提升企业竞争力。根据不同国家或地区的消费者特点有针对性地进行定位,发挥广东

省新能源汽车的优势。刘洪序(2019)提出中国新能源出口应以点带面地进行国际市场营销,通过商用车打开市场后,逐步扩展到乘用车,实现我国新能源汽车在世界范围内全面发展。广东省也可以借鉴这种方法,先将广东省最具优势的新能源汽车产品有针对性地进行营销,以此带动其他新能源汽车产品的出口。

## 4 结语

在中国新能源汽车发展的过程中,广东省新能源汽车的制造在全国范围内起到了带头作用。作为“一带一路”倡议的核心地区,广东省的新能源汽车出口也在顺应时代和形势的变化不断发展。

在2020年之前,广东省新能源汽车出口数量金额较低,且增长速度较慢,部分年份出现了负增长;出口新能源汽车的类型中纯电动汽车的占比不断增加但速度较慢;出口目的地主要为亚洲各国,其余各大洲所占出口金额比例较小;同时广东省新能源汽车出口金额占全国新能源汽车出口比重下降。这个时期的广东省新能源汽车出口竞争力较差。

随着与“一带一路”沿线及周边国家签署的贸易协定数量不断增加,2020年后广东省新能源汽车出口金额和数量迎来稳定高速增长;出口的新能源汽车类型变化速度更快,纯电动汽车成为出口主力;出口主要目的地从以亚洲为主转变为以欧洲、亚洲为主,目的地市场更加高端;出口金额占全国出口金额比重逐步上升。广东省新能源汽车出口竞争力的增强主要表现在出口目的地市场更加高端,说明广东省企业发挥了其独有的优势。但广东省新能源汽车出口竞争力与国外优秀企业相比仍有不足,需要在技术和市场营销策略上继续努力,同时尝试出口配套设备来带动新能源汽车的出口,提高出口竞争力。

## 参考文献

- [1] 刘委委. 中国新能源汽车出口影响因素分析[D].北京:对外经济贸易大学,2021.
- [2] 刘洪序. 中国新能源汽车出口研究[D].天津:天津商业大学,2019:37-38.
- [3] 公丕明. 中国新能源汽车产业国际竞争力:影响因素、特征表现与提升路径[J].现代管理科学,2022(4):69-70.
- [4] 徐向梅. 我国新能源汽车具备国际竞争力[N]. 经济日报,2022-11-07(11).