

我国汽车出口发展机遇与挑战研究

成梅林 冯乾隆 李新波

(中汽信息科技(天津)有限公司,天津 300300)

【欢迎引用】成梅林,冯乾隆,李新波.我国汽车出口发展机遇与挑战研究[J].汽车文摘,2024(12):51-57.

【Cite this paper】CHENG M L, FENG Q L, LI X B. Research on the Opportunities and Challenges of China's Automobile Export Development[J]. Automotive Digest (Chinese), 2024(12): 51-57.

【摘要】中国汽车市场正在从数量驱动向高质量发展转变,国内市场竞争激烈,中国汽车品牌要想实现由大到强,必须积极开拓国际市场,但开拓海外市场面临地缘政治风险、贸易壁垒、社会文化差异等多重挑战。针对海外汽车市场的复杂性和多元性,基于中国汽车出口数据,通过文献研究、定量分析、定性评价、专家调研等方法,对中国汽车出口特点、中国汽车出口面临的机遇与挑战进行研究。研究表明,中国汽车出口呈现新能源汽车逐渐成为核心驱动力、出口地区多元化、出口价格高端化等特点。尽管中国汽车出口存在机遇,但仍存在贸易保护主义,海外竞争愈发激烈,电动汽车基础设施配套落后等一系列挑战。围绕汽车出海面临的挑战,提出了研发职能本土化、生产制造本土化、营销本土化、售后服务本土化等实现产品属地化运营的出海建议。

关键词:新能源汽车出口;属地化运营;全球管理运营

中图分类号:U469.72 文献标志码:A DOI:10.19822/j.cnki.1671-6329.20240038

Research on the Opportunities and Challenges of China's Automobile Export Development

Cheng Meilin, Feng Qianlong, Li Xinbo

(China Automotive Technology (Tianjin)Co., Ltd., Tianjin 300300)

【Abstract】The Chinese automobile market is undergoing a transition from being driven by quantity to pursuing high-quality development. With intense domestic market competition, Chinese automotive brands must actively explore international markets to achieve a transformation from big to strong. However, tapping into overseas markets entails facing multiple challenges such as geopolitical risks, trade barriers, and sociocultural differences. In response to the complexity and diversity of overseas automobile markets, based on China's automobile export data, this study analyzes the characteristics of China's automobile exports and the opportunities and challenges faced by China's automobile exports through literature research, quantitative analysis, qualitative evaluation, expert surveys, and other methods. The research reveals that China's automobile exports exhibit characteristics such as new energy vehicles gradually becoming the core driving force, diversification of export regions, and premiumization of export prices. Although there are opportunities for China's automobile exports, a lot of challenges such as rising trade protectionism, intensifying overseas competition, and lagging electric vehicle infrastructure still exist. Addressing the challenges faced by automobiles going overseas, this study proposes localization strategies for overseas expansion, including localized research and development functions, localized manufacturing, localized marketing, and localized after-sales services.

Key words: New energy vehicles exports, Localized operation, Global management and operational capability

0 引言

目前,在电动化、智能化赋能下,我国民族汽车品牌国际竞争力全面提升,国际化业务也成为汽车产业发

展的重要驱动力,成为企业寻求市场增量的重要方向^[1]。“一带一路”和“双循环”战略不断深化,促使我国汽车出口迎来发展红利,出口规模越来越大^[2]。“一带一路”沿线国家汽车消费需求较多加之我国汽车技术

及供应链体系建设持续进步，“一带一路”沿线国家成为我国汽车重要出口地^[3]。在第三次能源变革之际，新能源汽车作为实现能源变革的关键，迎来爆发式发展阶段，助推我国新能源汽车走向国际市场具有重大战略意义。在新形势下我国汽车出口呈现新特点，迎来新机遇，也面临新挑战。

本文针对海外市场，深入分析中国汽车出口特点，并基于出口特点揭示中国汽车企业进入海外市场面临的主要挑战和机遇，对中国汽车企业出海提出建议和决策支持。

1 我国汽车出口特点

1.1 新能源汽车成为汽车出口的核心驱动力

我国汽车出口自2021年起迈入出口规模和出口质量双双提升的高质量发展阶段。新冠疫情、俄乌冲突等问题频发，我国凭借安全稳定的汽车产业链/供应链和性价比优势提高了国际竞争力，尤其是新能源汽车依托先发优势、稳定的产品质量和智能化装配，逐渐赢得了海外中高端市场的认可，成为汽车出口的核心驱动力^[4]。根据海关总署数据，2023年我国汽车出口规模达522.1万辆，跃居全球汽车第一出口大国。其中，乘用车出口约443万辆，出口势头强劲。随着我国汽车企业加大汽车出口力度，预计2024年我国汽车出口仍将延续高增长势头，出口规模将超过600万辆。

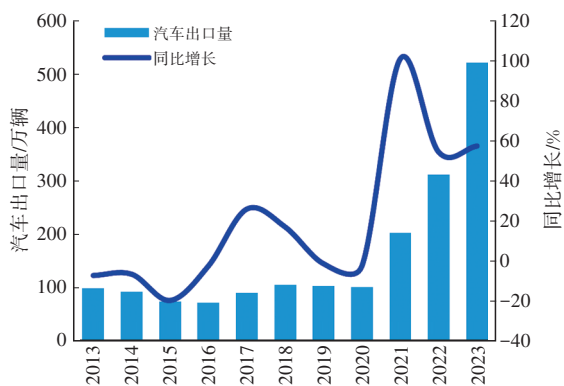


图1 我国汽车出口量及增长趋势

随着我国动力电池技术达到国际领先水平，纯电动汽车、插电式混合动力汽车核心技术的相继突破，产业链、供应链带来成本优势，以及商业模式不断创新，我国在新能源汽车领域的先发优势已经十分明显，新能源汽车产品逐渐取得海外市场认可，成为我国汽车出口的核心驱动力。2023年，我国新能源乘用车出口168万辆，占乘用车出口比重近40%，新能源汽车出口正在加速，预计这一比重将进一步提升。

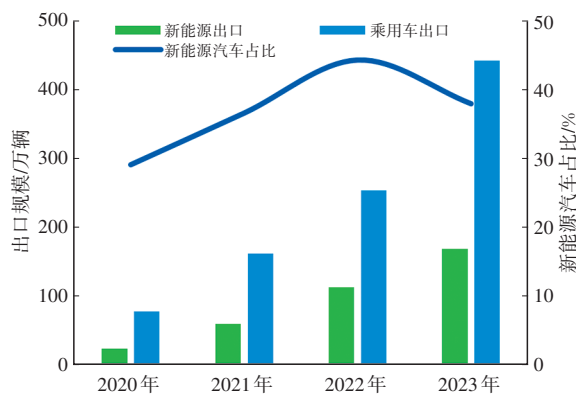


图2 我国新能源乘用车出口规模及占比情况

从动力类型来看，纯电动汽车为新能源汽车出口主力，平均占比在90%以上。不过，自2023年11月开始，插电式混合动力汽车的出口比例出现增长，在新能源汽车出口的比重提升至10%以上。

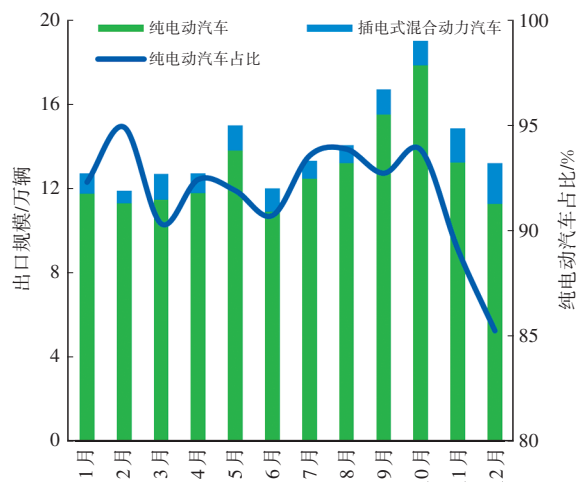


图3 2023年我国新能源乘用车分动力类型月度出口规模

1.2 出口目的地趋于多元化发展且正在向发达国家倾斜

我国汽车出口主要集中在欧洲、亚洲、美洲地区，2023年，我国出口欧洲的汽车数量约195万辆，占总出口量的38%；对亚洲出口约175万辆，占比达34%，欧洲市场已经超过亚洲成为我国汽车出口最大的地区。

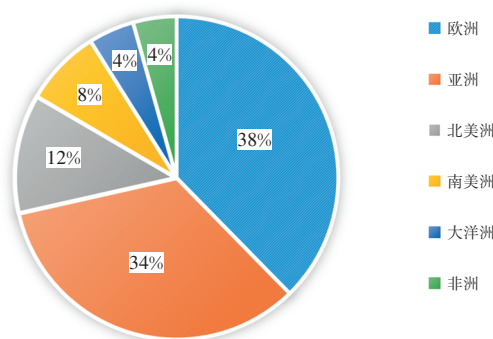


图4 2023年中国汽车出口地区份额

从单一市场来看,俄罗斯为我国汽车出口最大单一市场。受俄乌冲突影响,西方在俄企业均退出俄罗斯市场,大众、福特、雪铁龙、丰田等汽车品牌陆续退出俄罗斯市场,我国民族汽车品牌成功承接了俄罗斯汽车市场需求,迅速拓展了市场。2023年我国对俄罗斯汽车出口量超过了90万辆,占我国汽车整体出口的比重达17.5%;出口金额近185亿美元,占比18.8%,出口均价约为2万美元。不过,除了俄罗斯市场,我国对其他国家的出口较为分散且趋于多元化。对“一带一路”沿线国家、欧盟、北美等均有不同程度的出口。

表1 2023年汽车出口规模排名前20国家

排名	出口国家	出口规模/万辆	出口量占比/%	出口金额/亿美元	出口金额占比/%	出口均价/美元·辆 ⁻¹
1	俄罗斯	903 924	17.5	1 847 633	18.8	20 440
2	墨西哥	412 254	8.0	479 208	4.9	11 624
3	比利时	217 292	4.2	607 908	6.2	27 977
4	澳大利亚	214 405	4.1	424 732	4.3	19 810
5	英国	213 209	4.1	597 230	6.1	28 011
6	沙特	211 427	4.1	330 484	3.4	15 631
7	菲律宾	170 246	3.3	102 994	1.0	6 050
8	泰国	169 755	3.3	274 963	2.8	16 198
9	阿联酋	158 917	3.1	266 302	2.7	16 757
10	西班牙	138 645	2.7	357 447	3.6	25 781
11	乌兹别克斯坦	115 647	2.2	245 376	2.5	21 218
12	巴西	114 291	2.2	216 387	2.2	18 933
13	土耳其	110 557	2.1	147 944	1.5	13 382
14	哈萨克斯坦	97 975	1.9	213 041	2.2	21 744
15	智利	95 267	1.8	131 157	1.3	13 767
16	白俄罗斯	91 965	1.8	153 566	1.6	16 698
17	意大利	91 851	1.8	116 120	1.2	12 642
18	马来西亚	82 666	1.6	109 803	1.1	13 283
19	吉尔吉斯斯坦	75 383	1.5	231 001	2.4	30 644
20	美国	72 364	1.4	165 367	1.7	22 852

2018—2020年我国汽车主要出口伊朗、孟加拉国、沙特、智利、埃及等欠发达国家,出口量波动剧烈,汽车需求不稳定。我国新能源汽车依托智能化逐渐打开发达国家市场,对比利时、英国、澳大利亚等国家的出口规模较大。西欧国家推出了一系列清洁能源政策,新能源汽车作为实现清洁能源的重要载体,政策环境、消费环境持续改善,加之我国新能源汽车产品质量和竞争力双双提升,西欧成为我国新能源汽

车重要出口目的地。2023年对比利时出口19.5万辆新能源乘用车,占整体出口的比例达11.6%;出口金额为56亿美元,占整体出口金额14.6%,出口均价在2.9万美元/辆左右,主要为中高端车型。另外,对英国、西班牙、澳大利亚的出口规模也比较大。

表2 2023年我国新能源乘用车出口量排名前20国家

排序	出口国家	出口规模/万辆	出口规模占比/%	出口金额/亿美元	出口金额占比/%	出口均价/美元·辆 ⁻¹
1	比利时	195 421	11.6	560 069	14.6	28 660
2	泰国	156 702	9.3	246 819	6.4	15 751
3	英国	137 388	8.2	473 564	12.3	34 469
4	菲律宾	115 795	6.9	10 079	0.3	870
5	西班牙	95 738	5.7	30 4925	7.9	31 850
6	澳大利亚	88 309	5.2	240 177	6.3	27 197
7	巴西	67 552	4.0	152 339	4.0	22 551
8	印度	58 577	3.5	9 961	0.3	1 701
9	荷兰	55 115	3.3	123 951	3.2	22 490
10	以色列	51 558	3.1	130 147	3.4	25 243
11	孟加拉	49 957	3.0	3 882	0.1	777
12	德国	47 129	2.8	154 349	4.0	32 750
13	乌兹别克斯坦	43 128	2.6	96 277	2.5	22 324
14	加拿大	41 144	2.4	166 383	4.3	40 439
15	法国	38 314	2.3	58 247	1.5	15 203
16	阿联酋	36 284	2.2	80 376	2.1	22 152
17	斯洛文尼亚	34 943	2.1	116 538	3.0	33 351
18	土耳其	33 059	2.0	31 218	0.8	9 443
19	吉尔吉斯斯坦	24 068	1.4	107 963	2.8	44 857
20	韩国	21 390	1.3	54 915	1.4	25 673

1.3 出口均价提升、出口产品高端化趋势明显

我国新能源汽车的智能化技术不断创新,已经在高端市场已经获得消费者认可,从2023年出口价格来看,新能源汽车出口均价普遍高于传统燃油车,出口均价在2~2.5万美元之间。纯电动汽车价格略低,插电式混合动力汽车价格则高于新能源汽车整体均价。排除商用车,插电式混合动力汽车出口均价最高,单车价格在3万美元上下浮动,折合人民币大约22万元。

插电式混合动力车型的出口目标国中既有英国、德国、法国等发达国家,也包括巴西、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦等由传统燃油车出口为主的欠发达国家,可见插电式混合动力汽车作为新能源汽车可开拓

全新的发达国家市场,也可以在发展中国家代替传统燃油车,推动出口产品向高端化发展。

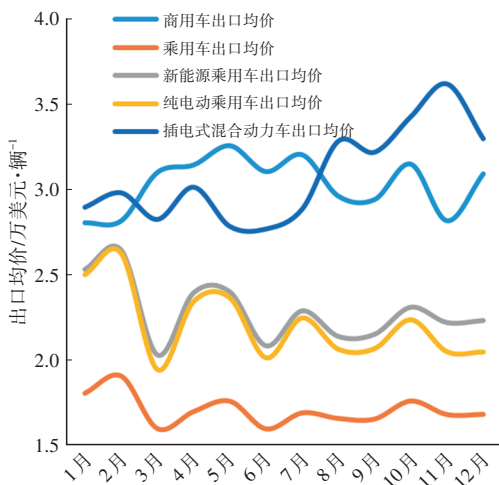


图5 我国汽车2023年月度出口均价走势

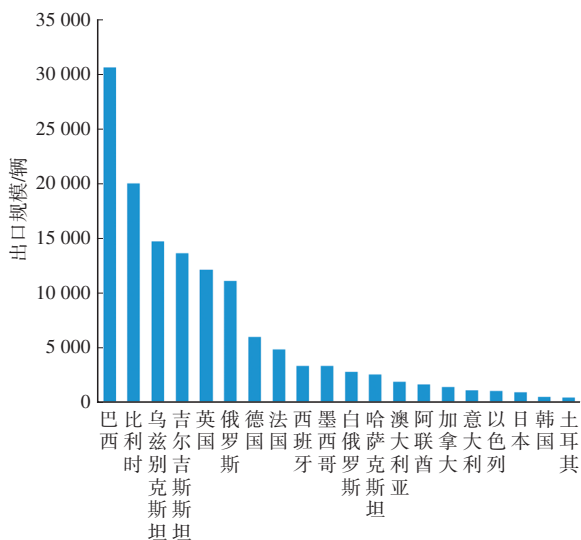


图6 2023年插电式混合动力车型出口规模排名前20国家

1.4 我国民族汽车品牌正在强势崛起

我国民族汽车品牌出海经历了产品出海、散件组装(Knocked Down, KD)贸易出海、资本出海等阶段,

目前正在迈向产能出海、技术出海。在2010年之前汽车出海基本处于非计划性出海状态,主要出口作为生产工具的商用车,出口国家有伊朗、叙利亚等国家。之后,上汽并购罗孚汽车,吉利收购沃尔沃汽车,通过并购海外品牌、海外技术来提升自身技术,重塑全球汽车产品竞争力。目前随着海外需求增加、地缘政治风险、运输成本高企等,我国民族汽车品牌出海正在迈入属地化布局新阶段,海外建厂成为企业规避贸易风险、减少运输成本的新手段。

随着电动化、智能化技术不断突破,我国民族汽车品牌在技术实力、产品力、品牌力等方面均有了大幅提升,已经初步具备与外资品牌在国际市场进行正面竞争的能力。2023年上汽集团出口近110万辆,奇瑞汽车出口92万余辆,出口势头强劲,成为我国汽车出口第一梯队。长城汽车、吉利汽车、长安汽车、比亚迪等民族品牌也实现了大幅增长。由于海外出口规模不断扩大,现有运输能力已经无法满足民族品牌企业的出海要求,迫切需要海外属地化布局。

2023年我国民族品牌车企纷纷在海外展开属地化布局,东南亚、欧洲成为主要目标地区。比亚迪2023年3月泰国工厂正式奠基、预计2024年投产,年产能约15万辆。长安汽车2023年11月开工建设泰国罗勇工厂,分两期工程完成,计划年产能20万辆,共计划投资200亿泰铢(约42.2亿元人民币)。其中,一期工程投资88亿泰铢(约18.6亿元人民币),计划2025年第一季度投入运行,年产能10万辆。广汽埃安2023年11月宣布,将在泰国罗勇府的东部经济走廊建设工厂,一期工程将于2024年7月前完工,投资总额约为23亿泰铢(约4.9亿元人民币),计划年产能5万辆。哪吒也已开启泰国工厂建设,预计2024年投产。2023年我国民族品牌纷纷选择泰国建厂,依托泰国工厂致力于

表3 2020~2023年出口排名前10整车企业/集团

序号	2020年		2021年		2022年		2023年	
	企业/集团	出口量	企业/集团	出口量	企业/集团	出口量	企业/集团	出口量
1	上汽集团	323 176	上汽集团	594 874	上汽集团	906 123	上汽集团	1 098 811
2	奇瑞汽车	113 762	奇瑞汽车	268 046	奇瑞汽车	451 658	奇瑞汽车	924 875
3	吉利汽车	72 691	特斯拉(上海)	152 335	特斯拉(上海)	271 095	特斯拉(上海)	344 078
4	长城汽车	70 110	长城汽车	140 479	吉利汽车	198 259	长城汽车	316 018
5	中国长安	65 035	中国长安	126 551	中国长安	186 158	吉利汽车	275 866
6	北汽集团	50 373	吉利汽车	116 231	长城汽车	173 180	长安汽车	262 758
7	沃尔沃	41 342	北汽集团	76 506	东风集团	115 631	比亚迪	252 339
8	江淮汽车	35 790	江淮汽车	73 602	江淮汽车	114 181	北汽集团	183 634
9	东风集团	34 416	东风集团	72 518	北汽集团	106 159	东风集团	169 813
10	中国重汽	30 972	中国重汽	53 834	中国重汽	79 872	江淮汽车	168 151

辐射整个东南亚市场。另外,欧洲也成为我国车企建厂的目的地,比亚迪计划在匈牙利建厂。

2 我国汽车出口发展机遇与挑战

在全球新能源汽车需求持续增长、全球减碳不断推进的背景下,我国新能源汽车出海发展面临巨大发展机遇。与此同时,如贸易保护主义等全球地缘政治风险以及全球大型汽车集团新能源汽车转型加速等因素也是新能源汽车出海面临的一些挑战。

表4 我国汽车出海发展机遇与挑战

分类	概要	详细内容
机遇	环保政策	双碳目标、禁售燃油车等全球减碳措施将推动新能源汽车对传统燃油车全面替代,新能源汽车需求将持续放量
	政策环境	各国相继从政府补贴、财税优惠、基础设施建设等多个方面促进新能源汽车发展
	技术优势	我国新能源汽车企业在动力电池、平台化技术风方面相继实现突破,具备技术先发优势
	产业链布局	我国拥有完整的供应链网络为我国新能源汽车发展提供坚实后盾
挑战	政治环境	地缘政治风险、地区贸易保护主义抬头等我国民族汽车品牌出海不确定性加大
	竞争格局	海外大型汽车企业加速新能源汽车转型,市场竞争格局愈发激烈
	标准法规	世界各国不同的汽车标准法规导致产品认证周期拉长,合规流程纷繁复杂
	基础设施	全球新能源汽车基础设施发展参差不齐,阻碍新能源汽车普及推广

2.1 发展机遇

2.1.1 全球新能源汽车需求持续放量

全球气候变暖加剧,为应对气候变化,联合国牵头各成员国于2015年签署了《巴黎协议》,旨在大幅减少全球温室气体的排放。截至2023年底,全球有近138个国家根据各国国情提出了碳中和目标及具体实施路径。传统燃油车排放的尾气被视为温室气体的主要来源,推动传统燃油车向新能源汽车的产业升级过渡成为各国主要诉求。欧洲明确2035年禁售燃油乘用车和轻型货车,尽管表示碳中和燃料汽车可以继续销售,但是传统燃油车发展已经进入倒计时。泰国、马来西亚、印尼等东盟国家也利用政府补贴、购置税减免、关税豁免等方式支持新能源汽车发展。预计未来新能源汽车将在全球范围内全面替代传统燃油车,这将利好在新能源汽车领域获得先发优势的我国民族汽车品牌出海。

2.1.2 新能源汽车激励政策持续

为培育新能源汽车产业发展,多国从政府补贴、

财税优惠、基础设施建设鼓励等多个方面促进新能源汽车发展。新能源汽车渗透率具备大幅提升空间。尤其是东盟国家,泰国2024年将实施EV3.5政策,继续对电动汽车进行补贴。马来西亚自2022年1月1日起推出了一系列针对电动汽车的税收优惠,电动汽车企业可申请70%~100%的所得税减免,减免期限最长达10年。2022年区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的签署促进我国和东盟的汽车贸易和投资合作不断深化,且目前东盟的电动汽车产业还处在初级阶段,东盟市场潜力巨大,有望进入快速增长期,这将为我国新能源汽车出口带来新机遇。

2.1.3 我国新能源车的技术先发优势明显

我国新能源汽车技术不断优化,新能源汽车出口优势明显。我国的新能源汽车电池、电机、电控技术不断进步,动力电池已基本解决续航里程、安全、使用寿命等关键问题,能量密度等核心指标持续改善,与整车产品匹配性越来越好。插电式混合动力技术打破了丰田在混动领域的绝对优势,开启了全新的插电式混动技术路线。与之相反,欧美等传统汽车制造业较为发达地区对于新能源汽车这一新兴事物的接受力相对较弱,欧美传统汽车企业的新能源汽车转型不及预期,为我国民族品牌汽车提供良好的发展机遇。

2.1.4 我国汽车产业链优势明显

我国是全球唯一拥有联合国产业分类目录中全部工艺门类的国家,完备的工业体系、完整的供应链网络成为我国新能源汽车产业链背后的坚实基础。新能源汽车产业链涵盖上游资源及冶炼、中游材料、下游电池系统及整车制造、配套基础设施等,是一个纵深和广度兼具的产业链条。除了锂和镍的原材料供应占比相对稍低以外,我国在新能源汽车领域从产业链上游的金属矿开采到下游的制造、销售、基础设施配套等已经建立完整的供应链,可以确保产品出口的稳定性。

2.2 面临挑战

2.2.1 地缘政治风险

美国《通胀削减法案》(Inflation Reduction Act, IRA)法案、欧盟电池法、欧盟碳关税、欧盟对中国产新能源汽车反补贴调查等地区贸易保护主义蔓延,海外政策的不确定性将进一步压缩我国民族品牌车企本土化时间窗口,挤压出海空间^[5]。2022年8月美国IRA法案获批,通过限定性条款鼓励北美地区新能源车企本土化发展,或将阻碍我国新能源汽车出海步伐。

2023年8月欧盟《电池与废电池法规》(下文简称“欧盟新电池法”)正式生效,将对投放欧盟市场的电池实施全生命周期监管,电池产品合规标准提高^[6]。IRA、欧盟新电池法在执行过程中有进一步通过追加细则层层加码的潜在风险。另外,2023年10月欧盟对中国产电动汽车进行反补贴调查,调查中国政府是否对中国汽车厂商提供补贴,以评估欧盟是否需要征收惩罚性关税,比亚迪、吉利、上汽三家车企被列入调查名单。若根据调查结果,欧盟认定存在不公平贸易做法,则可能对中国车企征收高于欧盟标准10%的关税,将加大我国车企进入欧盟的成本、削弱产品竞争力。

2.2.2 新能源汽车行业竞争愈发激烈

随着海外传统燃油车企业重视新能源汽车行业发展机会,与行业发展初期相比,现在的汽车市场参与者竞争压力增大。除吉利的沃尔沃汽车和上汽名爵等车企外,我国新能源车企在海外的品牌效应相对较弱。因此,我国新能源车企的品牌形象在海外还需要很长时间才能通过自身产品力得到消费者的认可。

2.2.3 各个国家不同的标准规范延长产品认证周期

海外对新能源汽车的各项技术指标要求与国内成熟产品存在相当的差异,导致产品验证周期延长,成为我国汽车产品出海的阻碍因素之一。例如,进入俄罗斯市场必须进行俄罗斯车辆型式认证(OTTC)。OTTC认证分为ECE部分和GOST两部分,ECE部分认可1958协定成员国签发的证书,但是由于中国不是《1958年协定书》签署成员国,我国认证机构不能进行ECE认证,出具的相关证明不能获得俄罗斯认证机构的认可,这增加了认证手续,延长了认证周期。

2.2.4 新能源汽车基础设施建设不及预期

新能源汽车产业链与传统燃油车不同,出口整车需要充足且布局合理的充电基础设施配套,由于各国新能源汽车发展节奏不同,充电基础设施等配套设施建设参差不齐。例如,西欧和北美地区新能源汽车的市场渗透率相对于我国当前水平较低,充电桩、充电站、换电站等新能源基础设施建设相对落后,且西欧多个重要城市如巴黎、伦敦、罗马等历史悠久,保护建筑众多,不易重新架设电网等关键能源接口。

3 我国汽车出海建议

从近几年我国汽车出口的实际情况来看,车企需要在提升销量与属地化布局之间做好平衡。从规避贸易壁垒、控制成本、提升市场反应速度等角度出发,

海外市场的属地化布局、本土化生产将成为企业的最终选择。可以采取国内企业抱团出海、海外收购、与外资品牌合资合作、独资建厂、承接现有产能进行工厂改造等方式加快海外布局。无论采取哪种方式进行海外本地化布局,全球经营管理能力将成为决定车企海外布局能否成功的关键。全球经营管理能力包含对内运营体系管理、对外销售服务体系管理、产业链管理、人才管理等,需要企业在属地化建设过程中建立国际化的人才管理团队,加强国际化经营管理能力建设。另外,随着多个经济体及市场加强环境、社会和公司治理(Environmental, Social and Governance, ESG)监管,企业出海之际,需要注重汽车全产业链条的碳管理。

3.1 产品属地化运营

3.1.1 研发本土化

研发本土化并不是将全部研发职能设置在目标国,而是做到总部研发资源与本土化研发资源的有效平衡。总部主要针对全球市场共性技术进行创新性、基础性研发。将部分适配性技术及车辆性能测试技术的研发职能外迁至目标国。例如将需要利用当地用户数据资源的软件及算法的研发外迁至目标国。

3.1.2 制造本土化

海外汽车贸易保护政策一般由限额进口、加征关税到提高本土化生产层层递进,海外建厂是必经之路,率先在海外建厂的中国车企可形成较高的品牌护城河,更具竞争力。制造的本土化不单指海外建厂,还需要向海外输出创新型的生产方式,例如福特T型车、丰田精益生产等,我国汽车企业出海可在智能化、电动化领域探索全新生产方式。

3.1.3 营销本土化

本土化营销可最先创新营销策略,进行数字化营销。具体措施可选择当地社交媒体,进行社媒营销,直接与当地用户进行沟通,将品牌理念、品牌价值直接接触达用户群体。

3.1.4 售后属地化运营

售后服务的属地化运营需要重新搭建基于新能源汽车的售后服务体系,新建充电基础设施。海外充电基础设施建设明显滞后于新能源汽车的发展速度,且发展不平衡,我国汽车企业推进属地化运营需要配套建设补能设施。

3.2 经营管理国际化

海外经营对企业全球化管理能力提出更高要求。战略层面要建立全球化视野,从全球角度审视问题和

制定决策。具体实施层面,要深入了解当地市场和文
化,培养跨文化沟通能力。企业出海需要深入了解目
标市场的文化、价值观、消费者习惯等内容,学会尊重
并理解不同文化背景下的沟通方式和习惯,避免沟通
障碍和误解。

3.3 应对 ESG 政策

全球成熟的经济体及市场的 ESG 披露正在由
“鼓励企业自愿性披露”向强制性披露过渡。例如欧
盟正在加强 ESG 监管。欧盟颁布了《企业可持续性
尽职调查指令》(Corporate Sustainability Due Diligence
Directive, CSDDD),明确提出“达到一定规模的欧盟企
业与非欧盟企业落实尽职调查义务”,并规定“除企业
本身以外,企业的附属实体以及与企业有直接或间接
业务的实体均需履行可持续尽职调查义务”。由此我
国新能源企业的中国总部和位于中国以及其他非欧
盟地区的关联方或供应商都将受到不同程度的影响。
我国汽车企业在出海之际,需重点关注汽车全产业链

的碳管理,以确保顺利出海。

参 考 文 献

- [1] 刘刚, 张晓兰. 我国汽车产业国际化路径探讨—基于制
造业转型升级战略背景[J]. 商业经济研究, 2020(2): 189-
192.
- [2] 赵世佳. 国外新能源汽车产业政策动向及对我国的启示[J].
经济纵横, 2020(1): 113-123.
- [3] 李方生, 赵世佳, 胡友波. 我国新能源汽车产业国际化发
展的关键问题与对策建议[J]. 科学管理研究, 2021, 39(5):
72-78.
- [4] 刘夏, 孙友刚, 周泽鑫, 等. 基于知识流动分析的汽车企
业海外创新策略研究——以宝马全球研发中心为例[J].
科技管理研究, 2023, 43(12): 11-21.
- [5] 王波, 陈浩. 欧亚经济联盟汽车法规及认证制度研究[J].
中国检验检测, 2023(4): 72-75.
- [6] 郑小梅. 我国新能源汽车出口的“危”“机”与对策[J]. 中
国外资, 2021(10): 79-81.

(责任编辑 明慧)

《汽车技术》征稿启事

《汽车技术》杂志是中国第一汽车集团有限公司主办的国内外公开发行的汽车前瞻与应用技术类月刊,为我国
高质量科技期刊分级目录入选期刊、中国科学引文数据库(CSCD)来源期刊、中文核心期刊、中国科技核心期刊、
RCCSE中国核心学术期刊(A)、Scopus数据库收录期刊、俄罗斯《文摘杂志》(AJ)收录期刊、日本科学技术振兴机构
数据库入选期刊、EBSCO学术数据库收录期刊、欧洲学术出版中心(EuroPub)数据库收录期刊。

《汽车技术》杂志以报道汽车整车及其零部件设计、研究、试验等方面的前瞻与应用技术为主,并兼有理论研究内
容,是中国汽车行业核心学术和知识传播与共享的平台。

《汽车技术》将在国家提出的“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念的指引下,把握《节能与新能源汽车技术路
线图》和“低碳化、信息化、智能化”的汽车技术主流发展趋势,努力在传统内燃机汽车高效动力系统、轻量化、低阻力
领域,新能源汽车和互联智能汽车技术领域,大力吸收优质稿源,为广大科研和工程技术人员服务,为我国汽车工程
技术创新能力提升贡献力量。

《汽车技术》欢迎高等院校师生、研发工程技术人员、技术管理人员及相关人员不吝赐稿,反映国家重点扶持项
目、自然科学基金项目和其他重点项目等研究成果的稿件将被优先选择刊登。

投稿要求:

1. 文章字数最好控制在 6 000~8 000 字范围之内;
2. 请按科技论文要求撰写文章摘要,摘要中文字数控制在 180 字左右;
3. 文章必须附有公开发表的、体现本领域最新研究成果的参考文献,且在文中应标注文献引用处;
4. 文章主要作者应提供其简介,包括出生年、性别、职称、学历、研究方向及技术成果等;
5. 来稿的保密审查工作由作者单位负责,确保署名无争议,文责自负;
6. 请勿一稿多投;
7. 本刊使用网站投稿,请先登陆网站注册成功后投稿,详细投稿要求见本刊网站中“下载中心”栏的“作者指南”,

网址: <http://qcjs.cbpt.cnki.net>。

《汽车技术》编辑部

汽车文摘 | 57