

重庆日报、重庆市政府口岸物流办联合出品



质量好销量好口碑好 “重庆造”汽车走俏“一带一路”市场

瞬间1



2023年1月12日,500辆上汽红岩消防车启程奔赴中亚。

瞬间2



2023年4月18日,长安发布“海纳百川”计划。

瞬间3



2023年6月17日,赛力斯汽车启动首次欧洲万里行活动。

202.7亿元

今年前8月,重庆市汽车出口23.2万辆,同比增长23.2%,价值202.7亿元,增长49.4%。其中,新能源汽车出口8674辆,增长1.3倍,价值12.5亿元,增长2.1倍。

前3

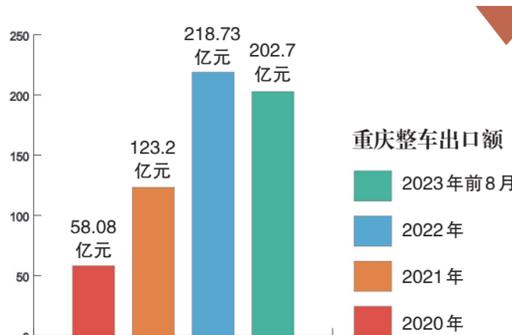
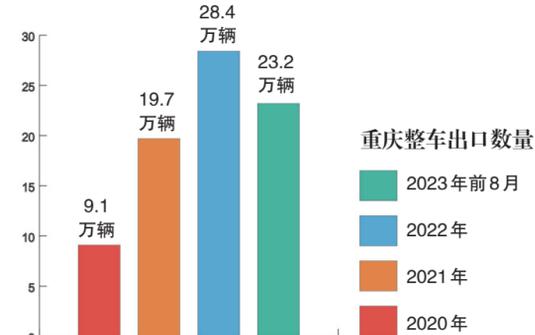
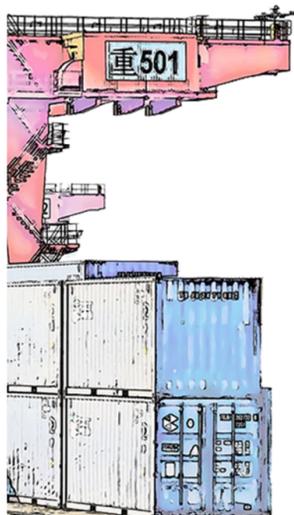
今年1-7月份,长安汽车在中国汽车出口企业中排名前三。长安已构建起“六国十地”的全球研发布局,汇聚全球近30个国家1.7万余人的工程技术团队。

195%

上汽红岩今年1-8月海外整体销量同比增长195%,个别区域同比增长甚至达到255%。

70余个

赛力斯汽车产品已经远销南美、非洲、中东、东南亚,以及欧洲等全球70余个国家和地区。



□本报记者 白麟

10月15日,赛力斯汽车海外事业部负责人再次收到了来自乌兹别克斯坦经销商King Garment Textile的催促。“我们尽快达成合作吧。”这位经销商最近看中了赛力斯蓝电E5车型,十分想将该车型拿到乌兹别克斯坦去销售。像这样的海外业务,赛力斯汽车最近已经接到好多单。

无独有偶,就在几天前,长安汽车与数十名墨西哥经销商签约,正式启动了长安在墨西哥汽车渠道入网,入网渠道规模超5万台/年。

“重庆造”汽车在海外越来越受青睐。

数据说话——重庆海关统计显示,今年前8个月,重庆出口汽车23.2万辆,同比增长23.2%。而2020年,重庆出口汽车才9.1万辆。不到三年,销量翻了一番。

这些增量,大部分来自共建“一带一路”国家。



前不久的德国慕尼黑车展上,长安旗下阿维塔的新车型引起海外观众的关注。

(本版图片均由受访者提供)

借势出海 展现优秀产品力

10月12日,万里之外的坦桑尼亚。上汽红岩KD工厂里,一辆辆红岩牵引车正在加快组装、调试、下线。这些车辆不仅在坦桑尼亚本地销售,而且还将供给周边多个非洲国家市场。

“客户选择我们的汽车产品,首先是来自需求的增长。”上汽红岩海外板块的一位负责人表示,目前共建“一带一路”国家基础设施、物流、社会服务等领域的建设都在不断提速,对相关商用车和专业车辆的需求大幅增长。

除了非洲,上汽红岩不久前还出口了100辆智能重卡和500辆上汽红岩消防车到哈萨克斯坦等中亚国家和地区。

汽车是高价值产品,客户在购买时一定会货比三家。“重庆造”凭什么受到青睐?

在King Garment Textile看来,重庆的汽车产品无论是质量,还是性能都不错,具有很强的市场竞争力。此外,重庆新能源汽车产品的外观、智能化等方面也很优秀。

以他“相中”的蓝电E5车型为例。这是一款电混中型SUV,采用了赛力斯DE-i超级电驱智能平台,综合续航里程可达1150公里,并搭载HUAWEI Hicar3.0智能系统,无论是动力、空间、配置,还是性价比,在乌兹别克斯坦市场都有极大优势。

“可以说,‘重庆造’汽车在共建‘一带一路’国家市场,名声越来越响亮。”赛力斯汽车的印尼经销商PT.PTYUNINA表示,这些汽车的产品质量稳定,工厂还运用了智能化技术,极大地保障了产能,带动了本地工人的就业。

从东盟到南美,从中亚、中东到非洲再到欧洲,重庆汽车产业围绕共建“一带一路”倡议框架,在“出海”中注重共赢生态的构建,完善,收获了广泛认同,也进一步树立起品牌效应。甚至有国家慕名而来,主动邀请重庆车企前往落户。

此前,泰国为吸引长安在当地建厂,先后出台了包括税费减免、消费现金补贴、投资扶持等一系列产业政策。

长安布局泰国,也是好处多多:不但可进一步拓展在泰国汽车市场的份额,还可发挥在东南亚区域的辐射带动作用,提升国际竞争力。

长安汽车海外业务负责人表示,目前,共建国家汽车等重点产品关税和非关税壁垒进一步降低,汽车零部件流通成本减少,产业链供应链融合,数字经济、绿色经济合作催生智能网联新能源汽车应用。这些都为重庆汽车产业的“出海”开辟了广阔的空间。

中国汽车工业协会统计,今年1-7月份,国内汽车出口253.3万辆,长安汽车在中国汽车出口企业中排名前三。俄罗斯、沙特、秘鲁为长安出口前三大市场,分别达到4万辆、2万辆和1万辆的出口量级。

其他重庆车企的成绩也十分亮眼,上汽红岩1-8月海外整体销量同比增长195%,个别区域同比增长甚至达到255%;赛力斯汽车通过西部陆海新通道出口的汽车,从2019年的200箱到2022年的5000箱,增长25倍;睿蓝汽车今年上半年也出口了3000多辆汽车到共建“一带一路”国家。

靠硬实力 支撑海外攻略

“重庆造”汽车能在海外走到这一步,非常不容易。从在海外市场籍籍无名,到获得市场的认可,长安汽车经历了七八年的艰难进程。

2015年底,长安汽车进军沙特市场遭遇“当头一棒”:由于初期没有全链条销售经验,售后管理能力不高,经销商的经验也不足,长安在沙特的业务一度举步维艰,当地用户也一度看低中国品牌。

痛定思痛,长安汽车瞄准中东市场的本地化需求,铆足了劲“大干一仗”。

例如,为了更好地适应当地气候和道路条件,长安技术人员开着车“扎”进了沙漠,进行本地化极热测试。在几年的时间里,他们“不知晒晒了多少层皮”,极大提升了产品的可靠性。

同时,长安基于当地人口、文化等方面的消费特征,对产品进行了个性化配置,让汽车更实用的同时更加智能。

准备功夫做到位。长安承诺,为汽车提供5年15万公里的超长质保政策,后来的UNI系列更是提供了6年20万公里的超长质保政策。长安“值得信赖的中国品牌”形象,开始在沙特树立起来。

如今,长安在沙特市场的用户已累计突破6万人,年销量从几百辆,增加到3万多辆,长安也成为首个进入沙特汽车市场销量前十的中国品牌。

长安拿下沙特市场,最终靠的是产业积累和核心技术。经过努力,长安构建起“六国十地”的全球研发布局,建设有16个技术、产品研发中心,17家科技公司,汇聚全球近30个国家1.7万余人的工程技术团队。无论是整车、底盘,还是发动机、变速器,长安都能完全自主开发。

每年将销售收入的5%投入到研发,让长安汽车在新能源、智能化、造型设计、智能制造等能力上,让行业人士竖起大拇指。目前,长安的足迹已遍布全球70余个国家和地区,形成了包括中东北非、中南美、亚太等在内的、多个重点万辆级核心区域市场。

赛力斯汽车的“出海”经历与长安类似。从2016年开始,该公司布局高端电动车的研发,近6年累计投入超100亿元,拥有底盘、动力、车身、安全等领域近3000项核心技术专利,实现了多车型精益、柔性、数字、智慧、定制和生态生产。

目前,赛力斯汽车产品已经远销南美、非洲、中东、东南亚,以及欧洲等全球70余个国家和地区,并在海外逐步建立起1000余家营销服务网络、3个营销服务中心、8个KD组装厂。

上汽红岩则凭借电池、电控、电驱三大核心技术,构建起氢能重卡和纯电动重卡两大产品矩阵和“高性能、高效率、零污染”的一站式新能源解决方案。目前,该公司海外市场已经从传统的东南亚、非洲,拓展到南美、中亚、中东等。

车企成功的背后,凸显的是重庆汽车产业的国际整体竞争力。

市经信委相关负责人表示,目前,重庆已形成十多家整车企业为骨干,上千家配套企业为支撑的“1+10+1000”优势汽车产业集群,智能网联新能源汽车产业发展总体处于西部领先水平。

与其他国际汽车品牌相比,智能网联新能源汽车已成为中国品牌“重庆造”参与国际竞争最大的优势。

加快布局 打造世界一流

海外发展势头如火如荼,重庆的造车人却头脑冷静,把眼光投向更远的未来。

长安汽车相关负责人表示,重庆乃至中国汽车目前的贸易模式下,品牌推广主要由海外经销商负责,品牌国际化打造路径尚不明确,未形成统一的海外品牌价值体系、运营管理体系,全球化品牌力仍然较弱。

“重庆汽车‘新赛道’产业链布局深度还不够。”市场观察人士曲云超表示,例如电芯核心技术掌握不足,功率半导体等高技术壁垒部件布局不足,电池原材料没有涉足,成本控制能力、供应链稳定性均存在一定风险。

针对上述问题,重庆汽车产业谋划何种解法?

2023年4月,长安汽车发布了“海纳百川”计划,令业内人士眼前一亮。

未来,长安将着力加快产品和产能布局,到2030年推出不少于60款全球产品;持续打造智能、低碳、设计等品牌标签,加强深蓝品牌、阿维塔品牌海外建设。

此外,长安计划到2030年,在海外构建20余个本地化营销组织,海外网点数量突破3000家,并加快布局欧洲、美洲、中东及非洲、亚太、独联体五大区域市场。

有车企龙头当先锋,“重庆造”汽车全力开拓海外市场,布局海外产能,打造世界一流。

赛力斯汽车未来就将借助SERES电动车及东风风光乘用车的产品优势,在欧洲建立营销中心,在非洲、美洲建立销售服务中心。该公司还将依托印尼生产基地,充分发挥本地化制造优势及东盟各国关税同盟的优势,以印尼为中心辐射东南亚及周边市场,为国际化布局奠定坚实基础。

上汽红岩未来将以满足市场需求和建立全球品牌为导向,稳步推进从单一贸易向生产本地化转变,从传统能源向“传统能源+新能源”双轮驱动转变,从属地化贸易向属地化经营转变。

实际上,众多重庆车企还怀揣着一个共同的愿望——借力海外市场,优化产品结构,让汽车利润更高。

“我们要利用海外市场支撑完成‘新赛道’的转换。”赛力斯汽车相关负责人表示,目前,该公司出口车型已由低端的微型商用车跃升到高端智能电动车,出口单价由5千美元提升到最高超过4万美元(出口欧洲的赛力斯5终端零售价超过6万美元)。

记者从市级有关部门了解到,在“一带一路”倡议推动下,我市正在酝酿促进“重庆造”品牌国际化发展的相关规划,未来将促进与海外重点国家或地区开展产品准入政策研究交流、标准法规互认等。

同时,重庆还将加强海外金融服务支持,扩大在出口重点市场的金融支持服务,并帮助国际汽车物流企业提升竞争力,让“重庆造”汽车在共建国家站稳脚跟、大步迈进。