

2024.11
星期二 | 26
甲辰年十月廿六合肥 / 多云转晴
8℃~2℃ / 西北风

安徽商报



扫码看电子报

全国都市报30强
安徽第一早报

安徽日报报业集团主管主办 | 国内统一刊号 CN34-0044 | 第8547期 | 新闻热线 65179666 | 发行热线 65179700 | 今日 12 版 | 1-4 版

中国新能源汽车应该如何选择全球竞合策略与路径？
“皖车出海”完善共享平台

应对贸易壁垒专家各自支招

中国车企应该如何看待和应对欧盟关税法案？“市场结构方面，欧盟仍是中国重要的出口市场之一，出口商既不能轻视贸易保护主义，也不能夸大贸易保护的效果。”中国国际贸易促进委员会机械行业分会会长周卫东指出，随着全球南方新机遇的涌现，中国与金砖国家的贸易往来日益紧密，为外贸出口提供了更广泛的市场空间。对此，当前更要深入落实“一带一路”倡议，助推 RCEP 国际贸易机制落地，以此作为平台打造我国国际贸易投资的金字招牌。“企业应积极探索建立海外生产基地，以应对日益严峻的贸易壁垒。”

中国汽车动力电池产业创新联盟理事长、中国汽车芯片产业创新战略联盟联席理事长、德载厚资本董事长董扬认为，与欧美国家相比，我国汽车后市场规模化的发展思路还未成型；中国企业要熟悉、理解、适应海外市场秩序，在充分利用中国汽车产业优势的同时，加强国际合作与全球融入，共同维护全球汽车产业链供应链的稳定。

从全球化视角，开思时代科技有限公司创始人、CEO 江永兴表示，在全球汽车零部件、后市场的板块中，全球化的组织、产品、市场资源组合协同能力，是中国企业需要立足本土、共建生态的领域。他认为，依托中国巨大的市场基础和产业数字化优势，国内汽车后市场、零部件企业完全可以借助专业的数字化平台，将全球的供应资源变成云工厂，服务于多样化的全球市场，一个由分布式的云工厂—全球化的产业互联网平台—全球化的市场服务组成的新产业格局是可以预期的。

奇瑞汽车股份有限公司执行副总经理兼国际公司总经理张贵兵认为，“中国的汽车企业一定要坚持走出去，要先从客人身份做起，赋能当地社会的发展，贡献价值，从而让更多的民众对品牌产生认同感。”

科创融

安徽科创资讯权威平台

11月14日，中国成为全球首个新能源汽车年产量达1000万辆的国家。中国汽车工业如何打造核心竞争力？面对复杂的国际贸易形势，中国车企如何应对？新技术、新渠道、新方式对中国汽车工业的借鉴意义在哪里？近日，记者采访来自中国贸促会、清华大学、中国汽车芯片产业创新战略联盟、奇瑞汽车、中国科大科技商学院的专家、学者、企业家们，共同探讨新能源汽车发展的机遇和挑战，中国企业的全球竞合策略与路径。

清华大学经济管理学院教授、清华大学全球产业研究院副院长、清华大学全球贸易与产业竞争力研究中心副主任李东红提出，在新能源汽车市场，中国的破局之道依然在于全球化，“汽车企业在出海时，要重视模式创新，在共享共赢的合作基础上实现全球汽车行业的共同发展。”

法国外贸银行旗下银珠公司（VER-MILION）合伙人、跨境并购专家何长山认为，在地缘政治的干扰之外，目前中国自主品牌电动车出海还面临品牌识别度不高，后市场服务体系包括金融服务不完善等劣势。

深圳传世智慧科技有限公司创始人范厚华提出三点建议：第一，中国企业出海要从治理出发。要把海外战略提高到公司级战略处理，包括全球研发布局、人才布局、生产基地布局；第二，对市场的布局、研发投入、本地市场的培育、后服务市场的合作伙伴都要有战略意识；第三，企业的发展规划要跨越产业周期、经营周期、政策周期、技术周期，开发更有价值的整车及配套产品。

在国内汽车大数据平台爱普搜的创始人、供应链专家张玉梅看来，中国的零部件企业建设国际化品牌，需要足够多的客户体系，应该加强与已经在海外有经验和知识积累的企业形成合作，完善汽车行业生态的运营。

北京迅孚技术咨询公司创始人罗建衡表示，欧洲市场对于中国企业的国际品牌打造具有十分重要的价值，必须学会融入高端品牌市场。

“目前，安徽省正在进一步完善皖车出海的共享服务平台，全面收集和整合信息资源并通过平台发布，为企业提供一站式服务，有效推动安徽新能源智能汽车的全球化。”安徽省新能源汽车产业集群建设工作领导小组办公室后市场推进组组长、人才和开放推进组组长陈姝彤介绍。

安徽商报融媒体
记者 邵征
通讯员 程鸿鹤

2024《安徽商报》“金融之星”评选特刊

[A01版~A08版]