

關於建立中國汽車產業出海協同機制的提案

案由

近年來，隨著我國超越日本成為全世界第一大汽車出口國，以各新能源車企為代表的中國汽車產業正積極“走出去”，海外市場對中國汽車產業的重要性不斷提升。以汽車大省安徽為例，2024年汽車出口量佔其總產量的比例已經超過四分之一。然而，過去一年我國汽車出口量增長勢頭明顯放緩，2024年增長率僅19.3%，遠不及2023年57.9%的高增長，其中2024年11月和12月的同比增長率甚至僅有低個位數。增長遭遇瓶頸的背後，是中國汽車企業在拓展國際市場過程正中面臨三方面的嚴峻挑戰：第一，我國目前汽車企業出海時往往各自為戰、缺乏必要協同，目前相關行業協會體系與德日等老牌汽車工業強國相比仍然存在差距。第二，各國法律監管體系、營商環境、基建水平參差不齊，我國汽車產業作為後來者，相比於已經長期在當地深耕的發達國家面臨更大的前期投入壓力與合規壓力。第三，我國車企在海外的發展也同時面臨嚴峻的匯率劇烈波動、資金回流受阻、地緣政治衝突加劇等跨境經營風險。

建議

一、完善支持汽車產業出海的行業協會體系。一是在中國汽車工業協會框架下設立專門的出海分會（條件成熟時還應升格為獨立行業協會），以實際出口規模和海外建廠需求為標準，僅吸納具有較大國際化發展需求的整車製造企業及重點供應鏈企業加入。二是建立行業協會與政府部門間的溝通機制，將產業發展、對外貿易等方面的相關協會與工信部、商務部等對應領域的主管政府部門納入定期對話交流機制，梳理政策堵點、對接政策需求。三是建立針對重大突發事件的應急回應機制，對於嚴重影響我國汽車產業在某一市場發展的突發事件要能夠迅速成立包含相關政府部門、行業協會、重點企業在內的工作組，即時作出應對措施，確保企業在危機中能得到及時有效的支持。

二、建立出海車企與供應鏈間的協調機制。一是推動各大車企相互協同出海戰略，及時溝通出海計劃、協調產能安排，建立海外產能報備系統，減少我國車企之間不必要的內耗，同時也促進包括物流系統、製造網絡等在內的資源共建共用，實現行業內最大程度的降本增效。二是加強汽車產業鏈上下游企業的出海協調聯動，引導供應商與車企之間充分協調海外產能佈局，協助供應商同時與不同出海車企合作，確保供應商生產資源的充分調動以及產能的最優分配，從而推動中國海外汽車產業供應鏈體系的穩定發展。

三、構建海外市場在地服務體系。鼓勵相關行業協會、智庫在我國汽車產業主要出海目的地設立服務中心，一方面深入的研究與梳理當地法律法規、市場環境、基建水平及文化特點，為中國企業落地當地提供全方位的精準指導與輔助，幫助中國車企高效建立包括製造、物流、行銷、售後在內的全方位在地產業體系；另一方面，積極整合當地社會資源，主動與相關政府部門、組織機構、政治團體及本土供應商建立廣泛聯繫，構建共用的社會資源關係網絡，盡可能確保中國車企在當地經營發展的順暢、減少不必要的成本與摩擦。

四、強化出海車企集體對外合作與交涉能力。一是推動企業以集體形式開展對外合作，包括與他國汽車行業協會及產業鏈關鍵環節（如銀行）的行業協會等開展合作、對產業關鍵核心資源（如鋰/鈷等）實施集中議價，全方位爭取我國車企海外發展空間。二是支持行業組織代表我國汽車行業整體利益，深度參與國際組織（例如歐盟 ECE 等國際認證機構）談判及多雙邊貿易規則制定，提升我國車企在國際貿易規則制定中的聲量。三是進一步強化相關行業組織與國家有關部門協同

配合，積極應對國外貿易限制措施，協助企業有效應對國際貿易摩擦和技術封鎖，降低貿易保護主義對我國車企出海的負面影響，保障我國車企海外發展權益。