

中国-东盟新能源汽车贸易竞争性与互补性研究

唐以伦

广西大学经济学院

DOI:10.12238/ej.v7i3.1413

[摘要] 二十一世纪以来,中国一直积极发展新能源汽车产业,新能源汽车产品的国际贸易也在不断向前发展。东盟作为中国第一大贸易伙伴有着相当规模的新能源汽车市场,对新能源汽车有极大的需求。中国新能源汽车近年来正积极进入海外主流汽车市场,东盟国家本土新能源汽车品牌也在积极扩张发展,双方在新能源汽车领域有着互补性和竞争性,本文对中国和东盟新能源汽车产品贸易竞争性和互补性相关指数进行测算并分析,最后针对相关指数测算结果提出优化双边新能源汽车贸易的对策。

[关键词] 中国-东盟; 新能源汽车; 竞争性; 互补性

中图分类号: U469.7 文献标识码: A

Research on the Competitive and Complementary Effects of China-ASEAN New Energy Vehicle Trade

Yilun Tang

School of Economics, Guangxi University

[Abstract] Since the 20th century, China has been actively developing the new energy vehicle industry. The international trade of new energy vehicle products is also constantly advancing. ASEAN, as China's largest trading partner, has a considerable market for new energy vehicles and a great demand for them. In recent years, China's new energy vehicles have actively entered the mainstream overseas automotive market, and the local new energy vehicle brands in ASEAN countries are also actively expanding and developing. China-ASEAN may have complementarity and competitiveness in the field of new energy vehicles. This article calculates and analyzes the competitiveness and complementarity related indices of China-ASEAN's new energy vehicle product trade, and finally proposes strategies to optimize bilateral new energy vehicle trade based on the calculation results of the relevant indices.

[Key words] China-ASEAN; New Energy Vehicle; Trade competitiveness; Trade complementarity

引言

随着中国高标准市场体系建设稳步推进,考虑实现中国“双碳”目标的需要,中国积极发展新能源汽车产业,新能源汽车产业逐渐走向标准化、成熟化,新能源汽车产品国际贸易也在不断向前发展。作为中国第一大贸易伙伴、同时为共同应对全球气候变暖,东盟对新能源汽车产品有着较大需求。2023年,中国-东盟新能源汽车检测认证联盟成立,此举将进一步推动中国-东盟新能源汽车贸易便利化水平提升,中国-东盟新能源汽车产业国际贸易合作规模将不断扩大。中国新能源汽车如比亚迪等品牌近年来积极进入海外汽车市场,东盟国家也有新能源汽车如泰国菲尼克斯、新加坡Vanda Electrics、越南VinFast等品牌在积极扩张,双方在新能源汽车领域或有着极大的互补性和竞争性,本文就此展开相关研究。

1 中国-东盟新能源汽车贸易现状

本文中各项数据分析以联合国商品贸易数据库以及中国海

关总署中HS编码为870380的纯电动乘用车产品为代表,对中国和东盟新能源汽车的贸易竞争性与互补性情况进行分析。据表1,中国对东盟十国新能源汽车2017年至2022年出口总量在2019年、2020年、2021年呈先陡升后复原再陡升的大幅度波动的状态,该状态主要受肆虐全球的新冠肺炎疫情所影响。

中国对泰国、新加坡、菲律宾新能源汽车出口量分别占据中国对东盟十国新能源汽车出口量的前三位。特别地,2021年至2022年中国对东盟十国各国新能源汽车出口量呈爆发式增长,这与中国新能源汽车的快速发展密切相关,中国工业和信息化部总工程师田玉龙于2023年表示中国新能源汽车关键技术已有有效突破、车企品牌竞争力大幅提升,中国新能源汽车已进入全面市场拓展期,保持快速增长的态势。^①

同时,中国仅进口自越南、泰国、印度尼西亚三个东盟国家,中国对东盟十国新能源汽车贸易呈明显贸易顺差。

表1 中国对东盟十国2017-2022年新能源汽车出口情况
(以纯电动乘用车产品为代表)

国家/年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022
越南	18.56	12.94	163.90	29.39	27.17	380.24
菲律宾	57.11	129.05	297.51	219.11	704.45	4194.09
泰国	75.94	459.45	4345.55	476.42	7807.49	45658.74
马来西亚	1.79	13.26	35.51	0.75	40.71	2013.44
新加坡	518.91	8.85	579.30	273.75	6930.38	8459.52
文莱	-	-	2.59	11.14	8.81	2.80
老挝	3.30	5.00	57.62	29.16	236.73	2488.62
柬埔寨	3.83	5.11	12.73	21.27	227.11	958.99
印度尼西亚	2.47	95.37	13.50	7.11	35.36	244.51
东盟十国	681.91	729.03	5508.21	1068.09	16018.20	64400.97

数据来源：联合国商品贸易数据库

2 中国-东盟新能源汽车贸易竞争性与互补性分析

2.1 竞争性分析

2.1.1 竞争性指数选取

本文选取显示性比较优势指数也即RCA指数探究中国-东盟新能源汽车贸易的竞争性。^②计算公式为：

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_{it}}{X_{wj} / X_{wt}}$$

其中，为*i*国第*j*种产品的出口额；为*i*国全部产品的出口总额，为*w*国第*j*种产品的出口额，为*w*国所有产品的出口总额。

2.1.2 中国-东盟整体新能源汽车贸易竞争性

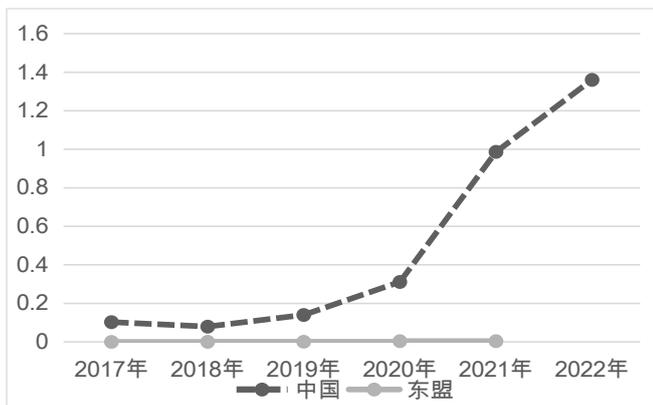


图1 2017-2022年中国与东盟整体新能源汽车的RCA指数
(以纯电动乘用车产品为代表)

数据来源：整理自联合国商品贸易数据库^②并计算得出

由图1，以2021年为分界点，2021年以前中国新能源汽车产品RCA指数整体呈波动上升的趋势，但其数值均小于1，即分界年份以前中国的新能源汽车产品在国际市场上不具备比较优势，国际竞争力较弱；2021年后，2022年中国新能源汽车产品RCA指数为1.36，首次超1，数据的转变体现出中国新能源汽车制造能力的显著提升以及竞争优势的加强。图1显示东盟在统计年份中

的RCA指数均小于1且均未能达到0.2，可见东盟整体新能源汽车产品在国际市场上不具有比较优势，产业国际竞争力较薄弱。

3 中国-东盟各国新能源汽车贸易竞争性

根据东盟各国2017-2022年新能源汽车出口情况，仅有泰国、新加坡、印度尼西亚在统计期内有持续发展新能源汽车产业、积极进行较大规模新能源汽车出口贸易的迹象，因此本文就泰国、新加坡、印度尼西亚2018-2021年新能源汽车出口情况进行RCA指数测算。

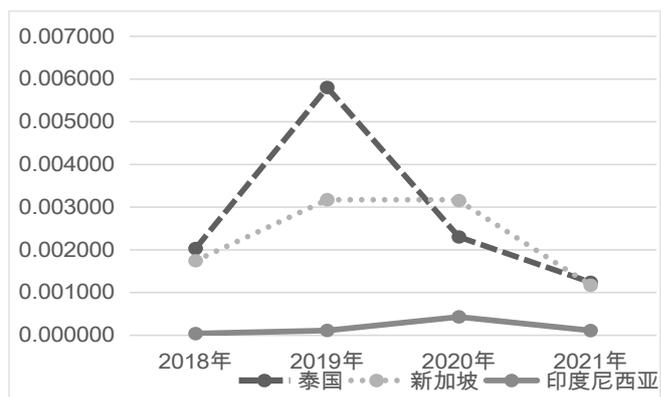


图2 2018-2021年泰国、新加坡、印度尼西亚新能源汽车的RCA指数
(以纯电动乘用车产品为代表)

数据来源：整理自联合国商品贸易数据库并计算得出

总的来说，泰国、新加坡、印度尼西亚三国虽有新能源汽车产品出口贸易的情况，但三国新能源汽车RCA指数均处于较低水平，比较优势不足、国际竞争力较弱。据悉，东盟各国已按需提出新能源汽车推广目标，如泰国计划在2030年以前电动汽车在新车登记数据中占至一半数量、新加坡计划在2040年以前逐步淘汰燃油车、印度尼西亚计划2050年市面上仅销售电动汽车等；同时，泰国和印尼更是意在将本国打造成东盟地区的电动汽车生产中心。^[1]东盟各国国内新能源汽车政策将极大促进新能源汽车产业的创新与发展，提高新能源汽车的市场渗透率，促进新能源汽车贸易。

3.1 互补性分析

3.1.1 互补性指数选取

本文选用贸易互补性指数衡量中国-东盟新能源汽车贸易的互补性。计算公式为：

$$RCA_{xi}^k = \frac{X_i^k / X_i}{X_w^k / X_w}$$

$$RCA_{mj}^k = \frac{M_j^k / M_j}{M_w^k / M_w}$$

$$C_{ijk} = RCA_{xi}^k \times RCA_{mj}^k$$

其中, X 、 x 表示出口, M 、 m 表示进口, M 表示世界总和; i 代表中国, j 代表东盟或东盟十国中的任一国家, k 代表新能源汽车产品。 RCA_{xi}^k 代表用出口衡量中国新能源汽车产品的比较优势, RCA_{mj}^k 、 C_{ijk} 分别表示中国与东盟十国中任一国家在新能源汽车产品上的比较劣势和贸易互补性指数。

3.1.2 中国-东盟整体新能源汽车贸易互补性指数

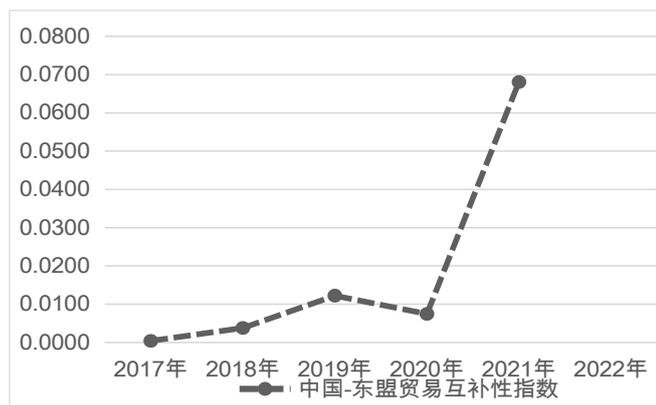


图3 中国-东盟2017-2022年新能源汽车贸易互补性指数变化情况 (以纯电动乘用车产品为代表)

数据来源: 整理自联合国商品贸易数据库并计算得出

由图3, 2017-2020年可看作中国-东盟新能源汽车发展的前中期, 同时也是与疫情交叠的时期, 这段时期双方新能源汽车贸易互补性指数远小于1, 双方新能源汽车贸易互补性极低; 而到了2021年中国新能源汽车有了极大发展, 疫情结束复工复产后, 中国“十四五”期间新能源替代汽油消费进入快速发展期,^[2]中国-东盟新能源汽车贸易互补性有所提升, 可预测双方的新能源汽车贸易互补性未来会呈逐渐上升的态势, 在新能源汽车领域有着极大的发展空间。

4 促进中国-东盟新能源汽车贸易发展的对策及建议

4.1 完善促进中国新能源汽车产业及对外贸易的相关政策

要想促进中国新能源汽车产业对外贸易发展, 政府宏观层面的支持和引导必不可少。^[3]中国新能源汽车产业如今逐渐成熟, 中国在东南亚乃至国际新能源汽车产品上比较优势逐渐显著。中国应参考发达国家相关补贴和税收优惠政策, 刺激新能源汽车市场加速放量,^[4]打造新能源汽车强国、新能源汽车出口强国。政府应不断地完善新能源汽车产业的各项相关政策, 提高中国-东盟双方的贸易便利化水平, 优化贸易环境, 倡议双方政企积极沟通交流, 促使更多中国品质优秀兼具价格竞争优势的新能源汽车走进东南亚市场。

4.2 加强中国对东盟新能源汽车及相关产业的投资与合作

在海外市场开拓过程中, 中国应做到国际国内合作发展, 积极学习并利用国际合作规则, 推动中国新能源汽车出口, 加强中国新能源汽车与贸易国在市场、技术方面的互联互通, 帮助完善

东道国市场的相关产品配套体系建设。^[5]中国政企方面应加强同东盟在新能源汽车及其相关产业的投资与合作, 着重在泰国、新加坡、菲律宾及印度尼西亚新能源汽车产业的投资与合作, 转出口贸易为产业合作, 进一步拓展合作领域、夯实合作基础, 实现互利共赢。

4.3 加大中国新能源汽车产品研发力度, 提升国际竞争力

当前中国和东盟在新能源汽车产品上的互补性较低, 但双方在新能源汽车产品的要素禀赋上各有其比较优势——中国新能源汽车产品技术更为先进、基础设施建设能力更强、资本更为丰厚, 而东盟劳动力要素、原材料要素价格更低, 双方应就各自丰裕的要素禀赋进行更多横向、纵向合作。自2021年开始, 中国新能源汽车产品显示性比较优势指数开始占据优势地位, 中国应在此基础上加大产品研发力度, 发挥中国在新能源汽车领域的技术优势, 参与东盟地区电动智能技术变革,^[1]在积极研发与合作的过程中逐步提升产品的国际竞争力。

5 结语

对相关指数测算后发现, 中国在和东盟的新能源汽车产品贸易中以2021年为拐点出口竞争力大幅上升, 而东盟各国新能源汽车产业处在起步阶段、新能源汽车产品出口竞争力处在较低水平, 双方在新能源汽车产品上尚未形成有效的互补性。本文针对相关指数测算结果提出优化双边贸易的对策以期为提高中国及东盟各国新能源汽车产品的国际竞争力、加强中国-东盟双方之间新能源汽车产品的互补性、达到双赢的美好局面提供参考。

[注释]

①见: 中国新闻网, <http://www.chinanews.com.cn/cj/2023/01-18/9938458.shtml>.

②见: 百度百科, https://baike.baidu.com/item/%E6%98%BE%E7%A4%BA%E6%80%A7%E6%AF%94%E8%BE%83%E4%BC%98%E5%8A%BF%E6%8C%87%E6%95%B0?fromModule=lemma_search-box.

③注: 由于东盟各国2022年新能源汽车数据不全, 故2022年东盟整体新能源汽车的RCA指数以空缺处理。

[参考文献]

- [1]刘琦, 郭夏琳, 王璟璇. 中国—东盟新能源汽车产业合作现状及建议[J]. 中国经贸导刊, 2023, (01): 58-61.
- [2]韩冰, 齐超, 缪勇. 中国汽油消费市场特点及后疫情时期趋势研判[J]. 国际石油经济, 2023, 31(04): 73-78.
- [3]王蓓蓓. 中国新能源汽车的出口现状及策略分析[J]. 财经界, 2020, 564(29): 35-36.
- [4]孙媛. 我国新能源汽车出口现状、机遇与挑战[J]. 对外经贸实务, 2022, 398(03): 56-59+77.
- [5]刘卓, 周利梅. 我国新能源汽车海外市场拓展提升策略研究[J]. 对外经贸实务, 2023, 411(04): 30-35.

作者简介:

唐以伦(1999--), 女, 汉族, 广西南宁人, 国际商务硕士研究生, 广西大学经济学院, 研究方向: 国际贸易与全球物流。