

中国汽车对俄出口贸易现状分析及对策建议

田诗霁

佛山大学

DOI:10.12238/ej.v7i7.1768

[摘要] 2021年以前,中国汽车出海踌躇不前,在长达十多年里出口总量始终难以突破百万辆。而近三年中国汽车出海迎来爆发,特别是俄罗斯在2023年进口中国汽车达到91万辆,单个国家的量已经接近2020年中国汽车出口总量。本文将简要介绍中国汽车出口俄罗斯的现状、存在的问题与面临的主要挑战,并根据总结的问题提出有利于促进中国汽车对俄出口的对策建议。

[关键词] 中国汽车; 出口贸易; 俄罗斯

中图分类号: F7 **文献标识码:** A

China's automobile export trade with Russia status quo analysis and countermeasures proposals

Shiji Tian

Foshan University

[Abstract] Before 2021, China's automobile exports to the sea were hesitant, and for over a decade, the total export volume had been difficult to exceed one million vehicles. In the past three years, there has been an outbreak of Chinese car exports, especially with Russia importing 910000 Chinese cars in 2023, and the volume of individual countries approaching the total export volume of Chinese cars in 2020. This article will briefly introduce the current situation, existing problems, and main challenges of China's automobile exports to Russia, and propose countermeasures and suggestions that are conducive to promoting China's automobile exports to Russia based on the summarized problems.

[Key words] China Automotive; Export trade; Russia

引言

近年来,中俄经贸合作规模和质量不断提升,中国连续14年稳居俄罗斯第一大贸易伙伴国地位,是俄罗斯第一大机电产品进口来源国、第一大牛肉和海产品出口目的国。2023年,中国出口汽车491万辆,终于超越日本,成为全球第一大汽车出口国。照理说,这是中国汽车崛起的明证。但是拆开看才有意思。根据中国汽车工业协会发布的最新数据,2024年1月份中国汽车出口44.3万辆,同比增长47.4%。事实上2023年中国汽车出口也已是“遥遥领先”。其中,新能源汽车全年出口120.3万辆,同比增长77.6%。在汽车出口量前10的国家中,俄罗斯市场表现较强,同比增长5.5倍。据了解,2023年中国汽车制造商在俄罗斯卖出了创纪录的55.3万辆汽车,同比几乎增长5倍。中国品牌已经占据了俄罗斯汽车市场60%的市场份额,俄罗斯本土品牌占20%,其他品牌占10%。由于欧洲和日韩系品牌不会重返俄罗斯市场,因此目前俄罗斯汽车市场主要是中国品牌 and 俄罗斯本土品牌主导。这主要是俄乌战争之后,欧美日韩车系因其供应链中断,纷纷撤离俄罗斯。而中俄之间汽车供应链通畅,中国汽车零部件供应充足,

中国车企顺势而为,迅速抓住商机。

1 中国汽车对俄出口贸易现状

1.1 出口贸易规模

受俄乌冲突的影响,欧美日等地区的主流汽车跨国企业停止对俄的新车出口,相关企业在俄的生产工厂相继关停。同时,俄罗斯本土汽车品牌的零部件供应严重依赖进口,西方国家的零配件停供导致俄罗斯本土汽车工业供应链断裂,新车产量大幅下降,对俄罗斯汽车市场产生巨大冲击。2023年,随着俄罗斯将平行进口政策合法化,以及中国品牌车辆的大量进入,俄罗斯汽车市场得到恢复性发展。2023年前11月,销量前5车企为AvtoVAZ、奇瑞、长城、吉利、GAZ。中国自主品牌在俄市场崛起,供给端缺口创造市场空间。中国汽车出口主要增量国家为俄罗斯,占总增量的46%。在俄乌冲突后,中国车企凭借在政策及车辆质量与性价比上的优势,占据俄罗斯市场较大份额。就库存状态来说,中国车企在俄罗斯的库存状态也相对健康,长城、奇瑞、吉利等主机厂的库存约为两个月,经销商的库存不到一个月,总库存约为两个多月。根据Marklines数据统计,21年中国车企占

俄市场份额7.3%,全年销量12万辆,俄乌冲突后外资撤离为中国车企带来机会,2023年前11月中国车企在俄销量35万辆,市场份额提升至44.7%。俄罗斯汽车市场主要发力的中国车企为奇瑞、长城、吉利,在俄份额逐年提升。奇瑞是中国车企在俄的领军者,份额占比最高,2023年1-11月奇瑞在俄销量15万辆,占俄罗斯市场份额的19%,相较于2021年市占率提升17%。长城汽车最早进入俄罗斯市场,是唯一拥有本土工厂的品牌,2023年1-11月市场份额15%。吉利集团市场份额稳步攀升,2023年1-11月总销量为6万,市场份额8%,较2021年提升6%。

1.2 出口贸易结构

2023年,汽车出口总量创新高,结构有改善。从总量上看,乘用车出口414万辆成为全球第一,对比日本汽车出口高峰期仍有提升空间;从结构上看,自主品牌占比约80%,拉动出口总量提升,新能源乘用车均价高,拉动出口均价提升;从车企排名看,呈现二超多强格局,上汽、奇瑞出口量领先。俄乌冲突以来,国际整车及零部件厂商大量退出。2023年,现代-起亚(韩系)、大众、奔驰(德系),丰田、本田、日产、三菱、马自达(日系),雷诺、标志(法系)都退出了俄罗斯市场。这也直接导致了中国汽车在俄市占率的提升,据Marklines数据,2023年中系车在俄罗斯市占率可达50%以上。从价格市场上来看,中系车在俄罗斯占据中高端市场。中系车在俄罗斯售价均在150万卢布以上,最高售价车辆为350万卢布的奇瑞星途TXL为。就汽车价格来说,目前俄罗斯市场的乘用车供给主要依赖于进口,尤其是来自中国的车辆。由于进口成本高,税费和运费增加,所有这些成本都会转嫁到车价上。

1.3 出口贸易方式

整车出口:中国汽车制造商通过传统的出口方式将汽车直接销售给俄罗斯的经销商或消费者。整车出口能够快速响应市场、造车成本和供应链管理可控,是一种相对简单且容易操作的模式。目前中国对于俄罗斯市场汽车整车出口的情况呈现出快速增长的态势,整车出口是中国车企出口俄罗斯的主要方式。中国海关数据显示,2023年中国总共向俄罗斯出口91万辆汽车。



图 长城汽车在俄罗斯图拉工厂的全自动生产线

本地化生产:中国车企在俄罗斯设立工厂,进行本地化生产,本地全资建厂有助于规避潜在的贸易壁垒和关税问题,同时响应当地市场需求,提高供应链效率。如下图长城汽车在俄罗斯的图拉工厂,该工厂是中国汽车企业在海外首个涵盖冲压、焊接、涂装、总装四大生产工艺的整车制造厂,总投资5亿美元,产能15万辆。

平行出口:非厂家授权的商家或个人从中国采购车辆,再以二手车名义出口到俄罗斯,以此来规避一些出口限制或关税,更多地被用于短期的市场套利或快速响应市场需求。2022年俄乌冲突爆发后,美欧对俄罗斯发起史无前例的大规模制裁。为应对制裁,俄政府修改法律,通过实行“平行进口”来抗衡“不友好国家”对俄实施的制裁。俄媒数据显示,2023年“平行进口”商品占俄进口总额的12%-15%。

2 中国汽车对俄出口存在的问题

2.1 关税壁垒

在关税政策方面,俄罗斯对于进口车的关税税率为15%左右,在全球主要国家中属于中等水平。如果将报关费、报废处理费等计算在内,俄罗斯对于进口车的合计税费高达汽车原价格的40%以上,整车出口的国产车价格明显高于国内。比如一辆奇瑞瑞虎7,在中国的起售价是13.98万元,在俄罗斯高达28.9万元。

在税收政策方面,进口到俄罗斯的二手车需要缴纳关税、20%的增值税、消费税、清关费、报废回收费等。同时,从2020年5月4日起进口到俄罗斯的纯电动汽车0关税的优惠政策已经自2022年1月1日起停止实施,进口电动汽车需缴纳15%关税。这也使得中国汽车出口俄罗斯受到了一定程度的影响。

2.2 俄罗斯政府对国内汽车工业保护意识较强

俄罗斯本土政策更偏向于保护国内汽车工业。2023年,俄罗斯5次提升进口车辆的报废税,最高可达数万元人民币。2024年4月起,通过欧亚经济联盟国家向俄罗斯出口的汽车,其享受的税收优惠将被重新额外征收,某些车型的进口成本将提升200-500万卢布(约合人民币16-39万元)。

2.3 海外建厂投资成本较高,供应链不完善

由于俄罗斯本土企业供给缺乏,对中国汽车进口影响有限。建厂需要较大的前期投资,包括土地、建筑和设备等,需要足够销量才能有规模效应。加之俄罗斯汽车供应链不完整,俄罗斯的汽车零部件供应链体系高度依赖海外市场,只有35%左右是本土生产。2022年俄乌之争打响后,欧美相关的汽车零部件供应商比如博世等,也对俄罗斯汽车零部件断供。

2.4 平行出口受到政策限制

通过“平行进口”方式进入俄市场的空间越来越小。2024年4月1日生效的俄罗斯联邦政府第152号法令,从吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦、亚美尼亚或白俄罗斯进入俄罗斯的汽车,清关汽车节省的一切费用都必须补齐,包括关税、增值税和消费税等。业内普遍认为,新政实施后,从中亚辗转俄罗斯的汽车通道被堵死,平行进口汽车价格可能会上涨近三分之一。

3 促进中国汽车对俄出口的对策建议

3.1 本地设厂

跨国车企要走向全球,在世界各地市场投资建厂是必由之路——采购当地的零部件、雇佣当地的工人,卖车的同时,与当地合作方分享利益。比如现代2011年进入俄罗斯市场,其后,在当地建厂生产,扩大其本土化进程和性价比优势,此后长期成为占俄罗斯市场份额第一的外国车企,直到2023年才被中国车企超过。而且从成本效率、品牌建设、营销触达还是售后服务来看,本土化建厂是我国车企获取俄罗斯市场乃至走向全球的最好选择。目前中国车企已在约30个国家布局整车或散件组装工厂,但在俄罗斯建厂仅有一个长城汽车的图拉工厂。因此中国应当考虑进一步加大对俄罗斯的本地化建厂的投资规模。

3.2 以消费者偏好为导向

马斯克提到,“如果没有贸易壁垒,中国电动车企能摧毁世界上大多数竞争对手。”在电动车领域,中国新势力的产品力已经毋庸置疑。但俄罗斯地域广阔,气候寒冷,充电网络基础设施薄弱,并且俄罗斯不缺石油,油车是主流,纯电车对于消费者吸引力不大。并且数据显示,俄罗斯消费者对车的需求主要集中在两驱车和四驱车,燃油车占99%,对新能源车的需求很少。SUV需求量较高,尤其是小型和紧凑型SUV。此外,消费者对冬季加热包等实用配置有需求,但对油耗的关注度相对较低。俄罗斯市场对价格敏感,倾向于性价比高、皮实耐用的车型。因此中国车企需要在俄罗斯根据当地消费者的偏好,结合自身优势,选择重点突破的细分领域。比如长城旗下的哈弗Jolion车型,考虑到了当地消费者的具体需求和偏好,进行了一定程度的本土化设计调整,2023年在俄罗斯的市占率为5.3%,成为俄罗斯市场最畅销的外国车型。

3.3 技术输出

目前国内车企在海外进程中缺乏与零部件企业的深入结合,中国车企应当与零部件企业深度绑定、战略目标一致,协同开拓俄罗斯市场,通过散件组装(CKD)和半散件组装(SKD)等出口方式出口到俄罗斯,拉动零部件企业在当地建立完整的生产线,并带动中国汽车产业的供应链出海,实现从产品出海到产业链出海的跨越。目前这方面做得最好的是比亚迪,比亚迪的出海战略不仅推动了公司自身的全球化发展,也带动了上游供应链企业

包括弗迪电池、弗迪动力等共同“出海”。

4 结语

综上所述,虽然当下中国汽车在俄出口十分火热,但主要是因为跟俄罗斯受西方制裁有很大关系。目前,俄罗斯用户对中国汽车还没有到完全接纳和认可的地步,一旦西方车企重新进入俄罗斯,势必对中国汽车造成巨大冲击。因此国产车企必须在技术、品牌和创新上继续加大投入,不能被现在的一时繁荣蒙蔽双眼,而踟蹰不前。同时中国汽车品牌应该时刻保持谦虚心态,专注研发,提高性价比,为海外市场提供稳定的供应链,才能长久立足在俄罗斯和其他海外市场。

中国汽车品牌在俄罗斯市场的繁荣和焦虑,只是当前我国汽车出口现状的一个缩影。相较欧美、日韩汽车品牌在国际汽车市场长期积累的知名度、接受度及市场份额,中国汽车品牌仍然存在一定差距,面对这些挑战需要在产品规划、营销传播、本地化等方面做相应部署。

[项目基金]

佛山科学技术学院2023年度学生学术基金项目“数字经济对制造业韧性的影响研究”(项目编号:xsj202314zsa01)。

[参考文献]

- [1]黄鹤.中国汽车出口俄罗斯存在的问题及对策探讨[J].产业与科技论坛,2012,11(07):34-35.
- [2]王世才,杨学峰.中国汽车企业开拓俄罗斯市场的现状、问题与对策[J].俄罗斯中亚东欧市场,2009,(10):37-41.
- [3]陶旭,赖彬良.中国对俄汽车出口中存在的问题及俄加入WTO后的机遇和挑战[J].对外经贸,2014,(08):63-65.
- [4]陈然.俄罗斯新政出台:中国商用车出口或迎转机[J].商用汽车,2014,(01):118-119.
- [5]睿擎资本.中国汽车的俄罗斯征途:市场突破与发展策略[EB/OL].(2024-4-29)<https://mp.weixin.qq.com/s/CcV31MEMm2gmFTxgqqm-0A>.

作者简介:

田诗霖(1999--),女,汉族,四川乐山人,硕士研究生,研究方向:国际商务。