

中國車企海外設廠 全球競爭力提升

鋰電池業倡建自主體系 增國際規則話語權

編者按：

今年是「十五」開局之年，開放型經濟邁上新台階，中國外貿「含新量」、「含綠量」持續攀升。據國家海關總署數據顯示，今年1至2月，「新三樣」（鋰電池、新能源車、光伏產品）的出口累計金額達到2337.2億元人民幣，同比增長50.7%。而隨着中國科技躍升，新的「新三樣」（人工智能、機器人、創新藥）亦迅速冒起，為中國外貿出口增添動力。《大公報》推出「新三樣」走向世界」專題系列，探討各項產業在全球布局情況，以及未來發展方向。

「新三樣」走向世界①



中國的新能源車和鋰電池在近年已走進國際市場。去年新能源車的出口量高達216.5萬輛，在短短5年間，增長超過6倍。為了進一步加快拓展海外市場，不少車企正布局全球本地化製造，在海外建立生產線。

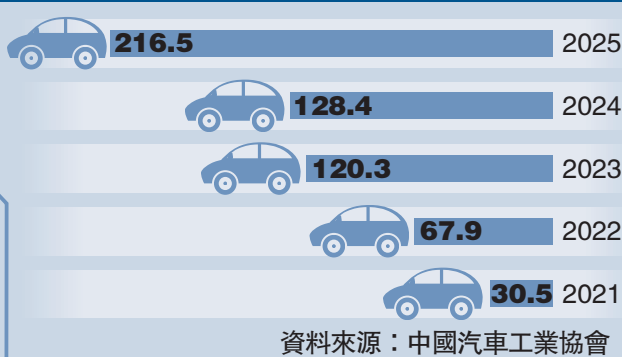
此外，去年五大動力電池品牌佔據了全球約75%市場份額，當中四家是中國企業。業界人士倡議，中國應建立自主體系，並將成熟的技術標準向國際輸出，藉以提升國際規則話語權。

大公報記者 王莉

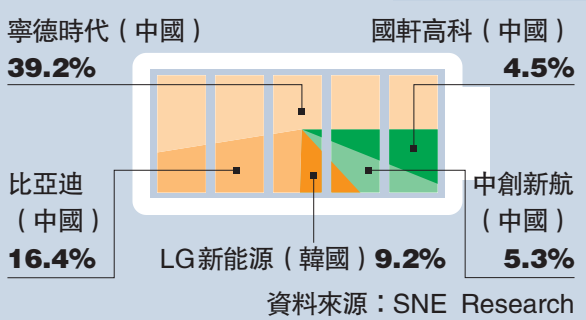


中國新能源車去年出口量高達216.5萬輛，5年間增長超過6倍。

近5年中國新能源車出口數量（單位：萬輛）



去年全球動力電池市場份額前五企業



▼零跑參與去年9月舉行的德國慕尼黑國際車展。



零跑：車企要全球化 不做沒未來

橋樑作用

自2025年6月到今年3月，在短短9個月時間內，零跑汽車已在香港開設兩家體驗店，3款車型開放銷售。零跑汽車創始人、董事長兼CEO朱江明表示，香港市場雖不大，每年4萬至5萬輛的銷量規模，但卻是更好地展示品牌和產品的「國際化窗口」。

在港上市 有利接觸國際投資者

「公司在英國、東南亞等右軌市場都有布局，這一點有利於產品在香港的推廣。」在他看來，香港市場的高標準認證機制與成熟消費生態，也為企業技術和產品質量提供了試金石與強大的背書。「同時，零跑作為香港上市企業，很多投資方都在香港，我們也希望通過這個窗口讓資本界可以更好地了解零跑，所以對進軍香港市場我們十分重視。」

「車企一定要全球化，如果不做，就肯定沒有未來。」他表示，目前零跑的全球化布局已進入提速階段，從「多點突圍」到「體系化擴張」。在市場拓展方面，將持續拓展歐洲、中東、非洲和亞太市場。

「香港是零跑全球化拼圖的關鍵一子，但遠非終點。」他相信，香港作為連接內地與國際市場的重要橋樑，將進一步有效完善企業全球銷售網絡，成為連接歐洲和東南亞市場的重要樞紐。



零跑看香港的「國際化窗口」作用，並在港開設體驗中心。受訪者供圖

便利措施

在浙江溫州某鋰電池廠的倉庫裏，價值近200萬元人民幣的貨物在接受裝箱檢查後，就可以依託浙江海關部門的「新三樣」直通車服務和「集裝箱海運準點降本」計劃提供的船期信息，提前做好陸路運輸，讓集裝箱和裝載船舶無縫銜接，直接進港、直接裝船、直接發往國外，實現陸海聯運零時時「出廠即出海」。

「真的太方便了。」該公司負責人說，「以前我們出口貨物，根本不知道箱子運到港口後要等多久才能裝船，因此會產生一系列的港口成本。現在有了「新三樣」直通車服務和「集裝箱海運準點降本」計劃，我們只用提前2天裝箱，不用再把貨物堆在堆場等着，省了不少成本。」

貨品安全合規出口 節省成本

「對於那些船期比較緊張的集裝箱，我們會提供『容缺』報告和上門『同裝同查』服務，在企業裝箱的時候，我們同步完成海關查驗，同時保證參與『準點降本』計劃的船舶能按時到港、靠岸，讓集裝箱從企業出貨到裝船出港，全程不用倒換箱子，也不用額外堆放在堆場等待。」浙江海關相關工作人員介紹：「既幫企業省了物流成本，又能確保貨物安全、合規地出口。」



浙江為「新三樣」產品出口提供陸海聯運零時時服務，實現「出廠即出海」。

浙陸海聯運無縫銜接 產品「出廠即出海」

在浙江金華零跑汽車的生產車間內，智能化生產線繁忙有序運轉。組裝工師傅並不清楚「新三樣」出海具體是什麼，他只知道自家企業的汽車已經出現在歐洲街頭。他驕傲地說：「以前是全世界品牌的汽車開進中國，現在是中國新能源汽車開向世界，想想就覺得自豪。」

組裝工：中國車開向世界感自豪

根據財報顯示，2025年零跑汽車海外銷量達到6.7萬輛，成為海外銷量最高的中國造車新勢力品牌。其創始人、董事長兼CEO朱江明透露，此前通過與海外股東Stellantis集團合作成立的零跑國際，主攻海外市場，目前已實現盈利。「主要市場在歐洲，又拓展了南美、中東、東南亞的市場。截至2025年底，零跑國際已在歐洲、中東、非洲和亞太等約40個國際市場建立了超900家兼具銷售與售後服務功能的網點。」

朱江明還表示，今年會加速全球本地化布局，馬來西亞和西班牙本地化項目都將落成。他認為，本地化製造是降低關稅成本、提升本地響應速度的關鍵一環。未來零跑將結合「國內出口+本地製造」實現雙軌並行，提升在全球市場的競爭力。「我們從產品出口轉向包括品牌、製造、服務在內的全生命週期落地，2026年力爭實現海外銷量翻番。」

增自研自製 享成本優勢

「春節之後，儲能電池訂單持續火爆，主要銷往歐洲、東南亞及非洲市場。」浙江朝華鼎冠能源科技有限公司總經理劉大勇介紹，產品不僅憑藉穩定性能獲得海外客戶廣泛認可，而且依靠自研技術，能夠為客戶提供整體解決方案，也是提升海外市場競爭力的「秘訣」。

朱江明也認為，大量自研自製的核心零部件給零跑汽車帶來了降本增效的可能，也是其核心競爭力。「我們自研自製的核心零部件比例，已經佔到整車BOM成本（基於物料清單計算出的產品成本）的65%，如果按供應商平均15%毛利率計算，與外購相比，零跑整車成本有10%的優勢。」朱江明說：「隨着零跑銷量規模的不斷擴大，這個優勢就愈來愈明顯，這個也是零跑未來持續競爭力的『護城河』。」

據國家市場監管總局公開信息顯示，截至目前，中國已累計發布「新三樣」領域相關國家標準57項。2025年針對「新三樣」產業又部署了167項國家標準項目，同時為了讓中國標準走向世界，2025年圍繞「新三樣」、大型成套設備等領域部署1176項標準外文版計劃。

輸出標準 推動全球產業秩序

2026年全國兩會期間，全國人大代表、天能控股集團董事長張天任建言，應盡快建立覆蓋鋰電池等多品類的中國版「電池法案」體系，以提升國際規則話語權。他表示，建設自主體系並與國際規則兼容互認，能降低中國產品出口合規成本，鞏固壯大全球競爭力。更重要的是，可將成熟的技術標準向國際標準組織輸出，參與乃至主導全球電池數字治理與碳足跡等國際規則制定，推動建立更加公平的全球產業新秩序。

「十五」規劃將「制度型開放」作為擴大開放的關鍵方向。有專家表示，不同於傳統的商品、要素流動型開放，制度型開放就是要聚焦規則、規制、管理、標準的國際接軌，是破解深層次體制機制障礙、塑造國際競爭新優勢的關鍵舉措。

應對貿易壁壘 企業須提前布局海外專利

專家之言

今年3月，美國國際貿易委員會投票決定，針對美國薄膜光伏製造企業First Solar指控包括阿特斯、晶澳科技、晶科能源等中國光伏企業侵犯其專利的訴訟，啟動337調查。隨着全球綠色轉型競爭加劇，貿易壁壘正從傳統關稅領域向技術專利層面延伸，此類事件絕非個案，中國「新三樣」出海面臨新挑戰。

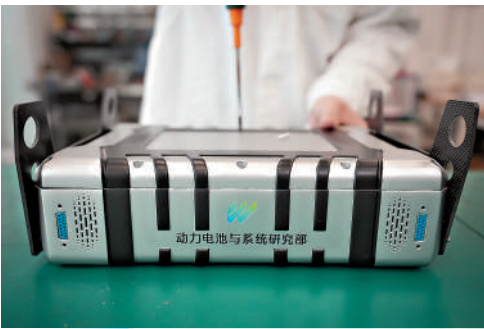
「中國『新三樣』等科技型企業在出海的過程中確實面臨着『創新價值流失』的隱憂。」杭州電子科技大學教授周迪認為，這種流失往往不是技術本身的流失，而是「權益」的流失。「因為海外專利布局滯後，導致我們在國際市場上『有技術無權利』，甚至陷入被動『捱打』的局面。」

周迪認為，要解決這一問題，出海企業要從「被動防禦」轉向「主動進攻」，提前主動布局海外專利，而且不能只做「專利申請者」，更要做「規則參與者」。「建議企業要利用好《專利合作條約》體系，在研發立項之初就進行全球專利布局，要把專利申請看作是給技術『上戶口』。同時，最高級的競爭是標準

競爭，企業要努力將自己的專利技術寫入國際標準。一旦成為標準的必要專利，創新價值就不再是市場定價，而是成為了行業基礎設施，價值不可估量。」

構建多方聯動保護體系

面對日益複雜的海外知識產權環境，中國已構建起政府引導、多方聯動的保護體系。《國務院關於涉外知識產權糾紛處理的規定》已於2025年5月1日實施；新修訂的《對外貿易法》也已於2026年3月1日起實施。此外，截至2025年底，在全國30個省（區、市）設立了99個海外知識產權糾紛應對指導工作平台，針對汽車、光伏等重點領域設立了6個產業工作平台，並在11個國家布局了海外工作平台，構建起「國內+海外」雙向聯動的維權指導網絡。



中國產品在拓展海外市場的同時，亦要做好對自家知識產權的保護。