

特别报道

以更长远的目光面对欧盟针对中国电动汽车的反补贴调查

中国电动汽车“出海”快 欧盟欲“动手”



建议中国车企关注五方面挑战:欧洲发达国家市场门槛较高,需要完备、可行的市场进入策略;欧盟绿色新政是中国新能源汽车相关企业必须面对的一揽子“绿色准入”机制;欧洲消费者对本土新能源汽车品牌认知度依然偏低;数字化和智能化加大个人信息保护和数据合规风险;亟需加强本地化运营能力以更好地满足欧洲用户本土化需求。



2023年德国国际汽车及智慧出行博览会(慕尼黑国际车展)近日在慕尼黑开幕。图为在慕尼黑国际车展媒体预展上,参观者在比亚迪品牌发布会现场与BYD SEAL U汽车合影。

新华社发

□ 本报记者 季晓莉

“欧洲将不惜一切代价保持竞争优势以保护欧洲企业免受不公平竞争。”9月13日,欧盟委员会官网披露消息,欧盟委员会主席冯德莱恩在欧洲议会发表第四次“盟情咨文”时表示,欧盟委员会将启动一项针对从中国进口的电动汽车的反补贴调查。她认为,中国在欧洲售出的电动汽车的市场份额已经上升到8%,并有可能在2025年达到15%,并认为原因是中国电动车比欧洲车型价格普遍低20%左右。

一直以来,汽车都是欧洲的核心产业,约占欧盟GDP的7%,提供了1460万个就业岗位,但近些年在电动化和智能化转型上却脚步迟滞。我国电动车企开始将欧洲作为出海的主要目的地,这让欧盟感到不安。

过去,中欧之间2010年发生铜版纸争端、2013年发生光伏争端、2016年发生钢铝争端,欧盟采取类似措施,都是为了在欧洲市场给中国产品设置限制,只是结局并不如意。例如,欧美针对中国光伏产业的“双反”调查持续了6年,最终中国光伏产业占全球80%的市场份额,成本下降10倍到0.4元人民币/千瓦时,欧洲最后的光伏组件制造商SolarWorld自2017年起两次申请破产。

那么,这次调查影响会有多大?未来中国电动汽车出海之路又该怎么走?

国产电动汽车在欧洲从“参与者”变“主角”

据乘联会近日公布的数据显示,过去3年,我国对欧洲出口新能源汽车分别为7.22万辆、28.52万辆和54.52万辆,其中2022年约53万辆出口至欧盟市场。而今年前7个月,中国新能源汽车对欧洲出口量达到45.08万辆,占出口总量的48%。其中,比利时销售数量最高,达到14.05万辆,接下来是英国8.85万辆、西班牙6.38万辆、德国3.16万辆、荷兰2.45万辆。

据汽车咨询公司Inovev数据显示,今年欧洲销售的电动汽车中有8%由中国品牌制造,高于2022年和2021年的6%与4%。据某德国媒体调研,有超过一半的德国司机想要换中国汽车。英国《泰晤士报》网站在今年2月份刊文称,中国汽车已经驶入“欧洲快车道”,6个仅在中国境内制造的品牌首次跻身欧洲大陆销量最高的50家汽车公司行列。欧盟准备从2025年开始对内燃机汽车实施限制,推进向新能源车转型,如果市场被中国电动汽车占领,将冲击Stellantis NV、大众汽车等欧洲汽车制造商。

“十一五”以来,我国就提出“节能和新能源汽车”战略,推动新能源汽车的研发和产业化,逐渐形成了完

整的产业链,产生了规模化效应,并运用人工智能、物联网等技术加速推动电动化、智能化。2022年上半年,中国电动汽车平均成本不到3.2万欧元,而欧洲品牌的平均成本高达5.6万欧元。

一位长期关注电动汽车的业内人士近期撰文认为,电池占新能源汽车成本的50%,我国在电芯、正负极材料、精炼等电池制造环节掌握了70%的产量。预计到2024年电池成本会降至100美元/千瓦时,是电动汽车使用成本低于燃油汽车的分水岭。座椅加热、真皮内饰、高级音响等原本高档配置被放入国产电动汽车入门级车型,对比之下进口车就显得低配高价。

刚刚结束的慕尼黑2023年车展全称为“德国国际汽车及智慧出行博览会”,两年举办一次,被称为汽车产业的“风向标”。今年中国电动汽车企业参展数量是2021年时的近两倍,乘用车品牌占车展乘用车品牌的1/3,从“参与者”转为“主角”,吸引了大量国际关注。

9月4日,比亚迪在慕尼黑国际车展推出6款新能源车型——海豹、宋PLUS EV冠军版、元PLUS、海豚、汉及腾势D9。比亚迪不到一年就在欧洲推出6款车型,已进入了15个欧洲国家,在英国、德国、法国、意大利、西班牙等国开设了超140家门店。

2021年,蔚来以“订阅模式”打入挪威市场,2022年10月开始将“全体系”服务落地德国、荷兰、丹麦、瑞典等国市场,在牛津、慕尼黑等地设立4个研发中心。蔚来计划到2025年在中国以外市场建成1000座换电站,大部分将分布在欧洲。今年7月,蔚来柏林创新中心正式启动,从数字系统、智能座舱、自动驾驶等环节全面融入本土市场。

小鹏汽车在今年慕尼黑国际车展上表示,将在2024年向德国市场推出国际版P7i和G9两款车型。到今年年底,小鹏欧洲门店和服务中心预计分别达到17家和15家。

“20世纪80年代,人们说日本汽车正在超越所有其他市场;20年后,又担心韩国制造的汽车了;今天,轮到中国的电动汽车。”德国总理奥拉夫·朔尔茨对德国车企表示,“你们应该被激励,而不是被吓到。”而英国商业贸易大臣巴德诺赫则表示,“中国在电动汽车技术上处于领先地位,英国不会对中国相关产品实施进口限制”。

在中国国内市场,欧洲汽车企业面对的竞争也越来越强了。2022年,比亚迪以180.5万辆的销量成为国内乘用车企业销量冠军,40年来首次将大众等合资企业挤下宝座。今年上半年,比亚迪115.46万辆的销量显著超越一汽-大众83.87万辆的销量。德、日系等主流合资品牌在中国的市场份额也在逐渐下降。

欧洲的电动车技术上已不占优势,迫切需要和国内电车企业合作:今年大众向小鹏汽车投资7亿美元,小鹏汽车的技术平台开发大众品牌的电动车型;大众还宣布投资10亿欧元在合肥建立电动汽车创新中心;大众豪华子品牌奥迪和上汽旗下的智己汽车进行技术合作;欧洲第二大汽车集团斯特兰蒂斯据悉也将与零跑合作。

逻辑错乱的反补贴调查

在WTO法律框架下,所谓“反补贴调查”,是指一国政府或国际社会为了保护本国经济健康发展,维护公平竞争秩序,采用贸易制裁的主要手段,针对补贴行为而采取必要的限制性措施,包括临时措施、承诺征收反补贴税。调查内容包括企业的基本信息、公司概况、产品描述、生产利润等,每个类别又涵盖多个细分项,完成调查可能需要13个月的时间。

目前,出口中国的车企可以分为两类。一类是带有欧资或者欧洲品牌背景,且在欧洲具备产能的企业,如吉利领克、上汽名爵、东风易捷特、吉利Smart,在欧洲认可度较高,欧盟比较难发起反补贴调查。另一类则为中资品牌的出口车企,例如比亚迪、长城、蔚来、小鹏等,或将成为反补贴调查对象,但此类车企由于主力在东南亚市场,短期不会影响整体销售。

中国商务部新闻发言人9月14日回应称,欧盟拟采取的调查措施是以“公平竞争”为名保护自身产业之实,将严重扰乱和扭曲包括欧盟在内的全球汽车产业链供应链。中方敦促欧盟为中欧电动汽车产业共同发展创造公平、非歧视、可预期的市场环境。

据路透社报道,德国汽车工业协会表示,欧盟政策制定者应集中精力为欧洲企业在地盘上取得成功创造条件——从降低电价到减少官僚主义。德国《商报》称,宝马、梅赛德斯-奔驰和大众等公司依赖中国市场,德国汽车制造商担心发生贸易争端,因此更加谨慎。

美国Politico网站9月15日题为《中国在应对气候变化上给西方上了一课》的文章称,随着中国绿色转型,尤其是电动汽车产业快速发展,中国在气候问题上开始占据主动优势,这让欧盟感到尴尬。美国政府2022年通过《通胀削减法案》,向美国电动汽车制造业和清洁能源产业提供3690亿美元巨额补贴,但冯德莱恩在此次“盟情咨文”中却绝口不提。

9月13日,欧盟中国商会在比利时布鲁塞尔表示:“中国电动汽车及上下游产业链企业不断创新,并在激烈的中国本土市场中累积出了整体产业优势,为消费者提供高端、性价比、可满足不同范围需求的电动汽

车,受到全球消费者包括欧洲民众的欢迎,这种优势不是凭借所谓的巨额补贴而形成的。”

事实上,我国对于电动汽车产业初期的新能源汽车购置补贴政策,是针对消费者的补贴政策,并非世界贸易组织认定的针对企业的直接补贴,而且上述补贴政策已于2022年底正式退出。中国新能源汽车出口享有13%的出口退税,和其他大部分出口商品没有区别。

欧洲研究机构认为,中国国有银行和地方政府以低息贷款和低于市场的价格为企业提供土地、廉价原材料和优惠招标服务,但这是全球各国政府的惯例。相对比,欧盟各成员国对电动汽车补贴力度很大:德国对售价低于4万欧元的新车给予6750欧元补贴;法国对售价不超过4.7万欧元的电动车给予5000欧元补贴。欧盟27个成员国中未补贴电动车的国家仅7个,且也都有税收优惠。

据国际能源署统计,2022年,中国小型纯电动汽车在中国市场的销量加权平均价低于1万美元,而在欧洲和美国则高达3万美元,在欧洲的平均售价基本接近甚至超过当地标准。例如,比亚迪汉EV在欧洲售价高达7.2万欧元,约50万元人民币,而国内20.98万元人民币起;蔚来ET7在欧洲售价为8.19万欧元,高于奥迪Q6 e-tron在德国的售价。

未来中国电动汽车如何出海

据悉,因为欧盟针对中国汽车出口的现行关税为10%,即使推行贸易保护政策,关税比例预计也只会上升到15%,远低于美国27.5%的关税。

零跑汽车创始人、董事长、CEO朱江明近期表示:“德系、日系汽车渗透到中国也是要跟中国企业合作,不可能都是进口。中国车企还是要用各种模式出海。要不拘一格用各种方式获得市场份额,多种模式并存才有可能走向世界。”

中国汽车工业协会副秘书长魏清文分析,汽车出口基本分为机遇型贸易、品牌型贸易、简单KD制造,全面本土化制造和全面国际化五个阶段。目前,中国车企基本处于第二和第三阶段,未来会有更多企业向第四、第五阶段发展。此前日韩车企进入欧洲也走过类似的路。

毕马威中国交易战略咨询合伙人康琦近日表示,建议中国车企关注五方面挑战:欧洲发达国家市场门槛较高,需要完备、可行的市场进入策略;欧盟绿色新政是中国新能源汽车相关企业必须面对的一揽子“绿色准入”机制;欧洲消费者对本土新能源汽车品牌认知度依然偏低;数字化和智能化加大个人信息保护和数据合规风险;亟需加强本地化运营能力以更好地满足欧洲用户本土化需求。

你说我说

中国电动车来了 欧盟“加门槛”不如“练内功”

□ 季晓莉

日前,对进军欧洲市场时间不久的中国电动汽车,欧洲要开始反补贴调查。欧洲拥抱贸易保护,而中国主张贸易自由,拉长历史看,这种“反客为主”的现象耐人寻味。

中国改革开放40余年,国内品牌曾在国内市场多个行业丧失市场占有率,竞争不过外企,捱过多少痛苦的时刻。但中国多年来奉行“以市场换技术”原则,同时也加强自主创新,建立了自己的产业链,打造了自己的品牌,重新占领和扩大市场。

中国电动汽车在曾经诞生一流传统汽车品牌的欧洲大卖,这一有上百年历史的行业被中国互联网尖端技术和绿色潮流理念武装,竞争内核早已转变,不是“廉价倾销”和“政府补贴”的产物。

“达则贸易自由主义,穷则贸易保护主义”,欧盟的“双标”逻辑由来已久。例如,欧洲的汽车在全球市场占有率地位时,欧盟从未对自己的汽车制造商进行反补贴调查。再如,欧盟各国

在能源紧缺背景下重启备用煤电产能,但欧盟却继续推进减排与贸易挂钩的政策工具,倒逼他国尤其是发展中国家承担不相称的气候责任。要求别人接纳,却不愿接纳别人,这种傲慢心态是近几百年西方长期处于全球领先地位的历史所致。

因此,9月份德国慕尼黑车展上,普通欧洲消费者看到的是中国汽车的“高质价比”,而欧盟委员会主席冯德莱恩却觉得自己看到的是中国政府“看得见的手”,而不是竞争激烈的中国汽车市场“看不见的手”。

更高的关税壁垒只会加重欧洲消费者的负担。“得市场者得天下”,在全球经济增长乏力的当下,欧盟应通过搞好营商环境提振信心,而不是简单提高关税减少进口,最后结果适得其反。



延伸阅读

日立能源变压器工厂扩容 定位“全球先进”智能制造基地

□ 本报记者 崔立勇

1998年,以重庆为起点,日立能源建立了在中国西部的首家合资企业——重庆日立能源变压器有限公司。25年后,该公司2023年初正式迁入在重庆两江新区的现代化智能制造基地。在日前举行的新址开业仪式上,日立能源全球首席执行官方秦(Claudio Facchin)表示,作为日立能源全球最大的生产基地之一,重庆新工厂的迁建是日立能源“一个非常重要的里程碑”。

重庆新工厂为何具有如此重要的意义?方秦有多方面的理由。首先,日立能源于2021年在全球宣布“2030可持续发展战略”,在全球可持续能源转型的背景下以领先技术领导行业发展,其中重要一环就是企业承诺在能源及电力技术领域持续投资。日立能源在变压器领域处于全球领先地位,重庆新工厂的迁建证明了日立能源正在保持不间断投资和创新。

其次,重庆新基地不仅带来了生产能力和效率的显著提升,而且加速推进可持续发展技术的落地,助力中国“双碳”目标实现。工厂全部使用绿色,更采用了多项环保举措以全面减少生产和运行的碳足迹,在节能降碳方面取得扎实成果。例如,工厂在业内率先利用水性漆代替油性漆喷涂变压器外壳,减少对环境的污染;薄至0.18毫米的硅钢片剪切工艺也进一步降低了变压器的损耗。方秦表示,中国在能源系统的降碳步伐非常迅速,电力是能源转型的重要支撑,电网组件的作用在未来的能源系统里更加关键,对其加大投资和技术创新的力度至关重要。

第三,重庆日立能源变压器有限公司是日立能源全球最大的变压器研发和制造基地之一,也是日立能源在全球最先进的工厂之一,应用了企业在全世界最先进的技术。通过引入工业机器人及自动化技术,生产流程更加快速和精准,配备的能源管理系统(EMS)对设备和生产数据进行实时获取、分析和优化,实现全价值链的降本增效。

据了解,在输配电、高压直流和高压交流等领域,变压器是不可或缺的核心组件,起到降低电能损耗、提升电能质量的作用。选材质量、结构设计、生产工艺等都对应变压器的损耗有着明显影响。

日立能源全球执行副总裁、大中华区总裁张金泉表示,重庆新工厂实现了数字化技术与生产制造的深度融合。从全球范围看,这里的试验设备电压等级高、容量大,工艺设备领先,生产和管理的智能程度高,所有的产品都实现了原材料可追溯。

在接受记者采访时,方秦多次强调了“合作”。他表示,创新体现在技术上,也体现在与伙伴的合作关系及业务模式上。“能源转型需要扩大规模、提交速度,这个过程不是一家就能做到的,要在不同的领域和不同的利益相关者之间紧密合作,共同创新。”他表示,此次重庆新工厂的如期交付和搬迁,得益于企业中国团队的出色工作,更是日立能源与合作伙伴及所有利益相关者之间紧密合作的典范,未来能源转型和节能降碳的推进也需要不同国家和地区的技术供应商、物流、建筑、数据中心等多领域的跨行业合作。

记者了解到,由于客户对变压器的性能和参数要求各不相同,所以重庆工厂采取定制化生产,生产线的每台设备都有明确的用途,成品零库存。目前源源不断的订单已经排起“长队”。

据悉,今年6月,日立能源在全球的最大电力电容器制造基地在西安揭幕,技术和产品供应全球客户和全球工厂。方秦强调,日立能源将在其他国家及工厂积累的技术和经验引入中国,同时把中国的产品和服务带到全球。

张金泉表示,早在25年前建厂之初,重庆工厂就被作为企业在全球供应链中非常重要的组成部分,多年来累计向全球多个国家和地区输送了近2000台电力变压器。如今,重庆新工厂的产品出口到以沙特等中东国家为代表的20多个国家,海外订单约占总产量的40%。

“日立能源产品设计的显著特点就是会同时考虑整个供应链。”张金泉告诉记者,重庆新工厂的研发团队和服务团队不断优化变压器产品的性价比,新工厂未来也将在日立能源的全球供应链中发挥更大作用,为中国及全球的能源转型贡献更大力量。

日立能源的前身是ABB电网,ABB是全球公认的电气领域领导企业,电网业务股权变更后归属于日立集团,在全球90多个国家拥有4万名员工。目前,日立能源在中国已经全部完成更名工作,总部仍位于瑞士苏黎世,在中国拥有16家本地企业和27家分公司。张金泉告诉记者,他在日立能源和ABB已经工作了28年,见证了中国电力市场需求的蓬勃发展和中国业务的持续增长。例如,重庆工厂参与了中国多项重点工程,包括三峡水利枢纽工程、全球电压等级最高的昌吉-古泉±1100千伏特高压直流输电项目、陇东-山东±800千伏特高压直流输电工程等,在中国实现了多项技术突破。

展望未来,张金泉表示,日立能源将进一步深化本土战略布局,在中国继续加大在产能、技术、人才方面的投资,为中国及全球的能源转型作出贡献。