

# 为世界经济注入更多稳定性 市场拥抱中国品牌

本报记者 朱旌

应国家主席习近平邀请，美国总统特朗普将于5月28日至31日再次访问泰国。这是两国元首时隔9年再次会晤，也是美国总统时隔9年再次访华。在当前国际形势深刻演变的关键时刻，两国元首将共同构建“中美建设性战略稳定关系”作为中美关系新定位，将为未来中美关系提供战略指引。

作为世界上最重要的双边关系之一，中美关系的稳定发展离不开广泛领域的务实合作。其中，经贸关系长期以来都是两国关系的压舱石和推进器，深刻体现着双方利益交融的深度与广度。

中美经济总量超过全球三分之一，双边贸易额约占世界五分之一。数十年来，两国企业建立了紧密协作关系，形成了你中有我、我中有你的产业链供应链格局。事实表明，中美两国共同利益不是减少了，而是更多了。目前，在美中资企业超过7000家，美国在华投资企业总数约8万家；美国对华出口及中企赴美投资，分别拉动美方约100万个就业岗位；中国美国商会发布的《美国企业在中国白皮书》显示：2025年，超半数受访企业将中国列为全球前三大优先投资目的地；美国企业参展进博会面积连续7年居首位。这充分说明，中美经贸关系的本质是互利共赢，深化合作符合两国利益，也是包括美国企业在内的各方的普遍期待。

作为全球两大经济体，中美经贸合作早已超越双边范畴，关乎世界经济复苏势头、全球产业链供应链稳定与国际经贸环境健康。中美加强经贸良性互动，对于世界经济稳定增长具有重要意义。当前世界经济复苏面临诸多挑战，更需要中美坚守互利合作正道，遵循经济规律和市场原则，发挥大国的正面外溢效应，促进全球资源要素顺畅流通与有效配置。

一段时间以来，美方在经贸、科技等领域的一些单边举措，对两国关系造成了不必要的干扰，不仅影响双边合作，也给企业经营、民生福祉和全球经济增长带来压力，美国经济也难以独善其身。地球足够大，容得下中美各自和共同发展。中方始终认为，双方应着眼长远，摒弃零和思维，以建设性方式管控分歧，在相互尊重、平等互利基础上扩大合作，推动中美经贸关系健康稳定发展。

大国相处，贵在谋大局、求共识。中美关系稳定发展，符合两国人民和国际社会的共同福祉。中方愿与美方一道秉持平等、尊重、互惠的精神，加强对话，妥善处理分歧，推进合作。希望美方与中方相向而行，共同为动荡变革的世界经济注入更多稳定性与确定性。

在前不久落幕的第47届曼谷国际车展上，中国电动汽车品牌不仅占据展会的核心展位，更在预订量上实现突破——总预订量占比超过60%，泰国汽车市场正向中国汽车品牌敞开怀抱。

这一变化并非偶然，而是国际地缘政治动荡、全球能源价格飙升与中国车企长期深耕本地化战略共同作用的结果。中东冲突延宕引发全球能源市场剧烈波动，多国能源安全遭受冲击，燃油价格居高不下，本地消费者购车时愈加注重全生命周期使用成本，在这些因素的作用下，性价比突出的中国新能源汽车顺势成为市场新宠，为中国新能源品牌汽车走出去奠定了坚实的市场基础。

## 构建本土全价值链

在泰国，汽车市场长期以来被日系品牌占据，燃油车时代曾占据市场90%以上份额。但在全球电动化浪潮的影响下，泰国新能源汽车市场实现快速扩容。

泰国工业联合会(FTI)数据显示，2025年泰国电动汽车销量达12万辆，占汽车总销量近20%，同比增长超80%。中国车企凭借在电池、电机、电控等核心技术上的先发优势，在技术迭代与使用成本优势的双重驱动下，成为泰国消费者智能化、绿色出行的优先选择。

面对市场环境变化，中国车企迅速调整战略，从整车出口转向深度本地化生产，在当地构建全价值链体系。比亚迪、上汽、长城、广汽、长安等多家中国车企已在泰国投资建厂，全面布局泰国传统汽车工业核心区。这一转变既源于企业全球化发展的内在需求，也得益于泰国政府的政策引导。

泰国国家电动汽车政策委员会提出的电动车推广政策(EV3与EV3.5)明确规定，2026年车企若想获得新能源补贴，需承诺本地生产，且进口与本地生产比例需达到1:2，这一要求倒逼中国车企加速本地化布局。为适配政策、规避贸易壁垒，中国车企大幅缩短建厂周期，平均投产周期压缩至15个月，广汽埃安进入泰国市场一年多时间，工厂建设9个月就开始投产，展现出高效的产业落地能力。

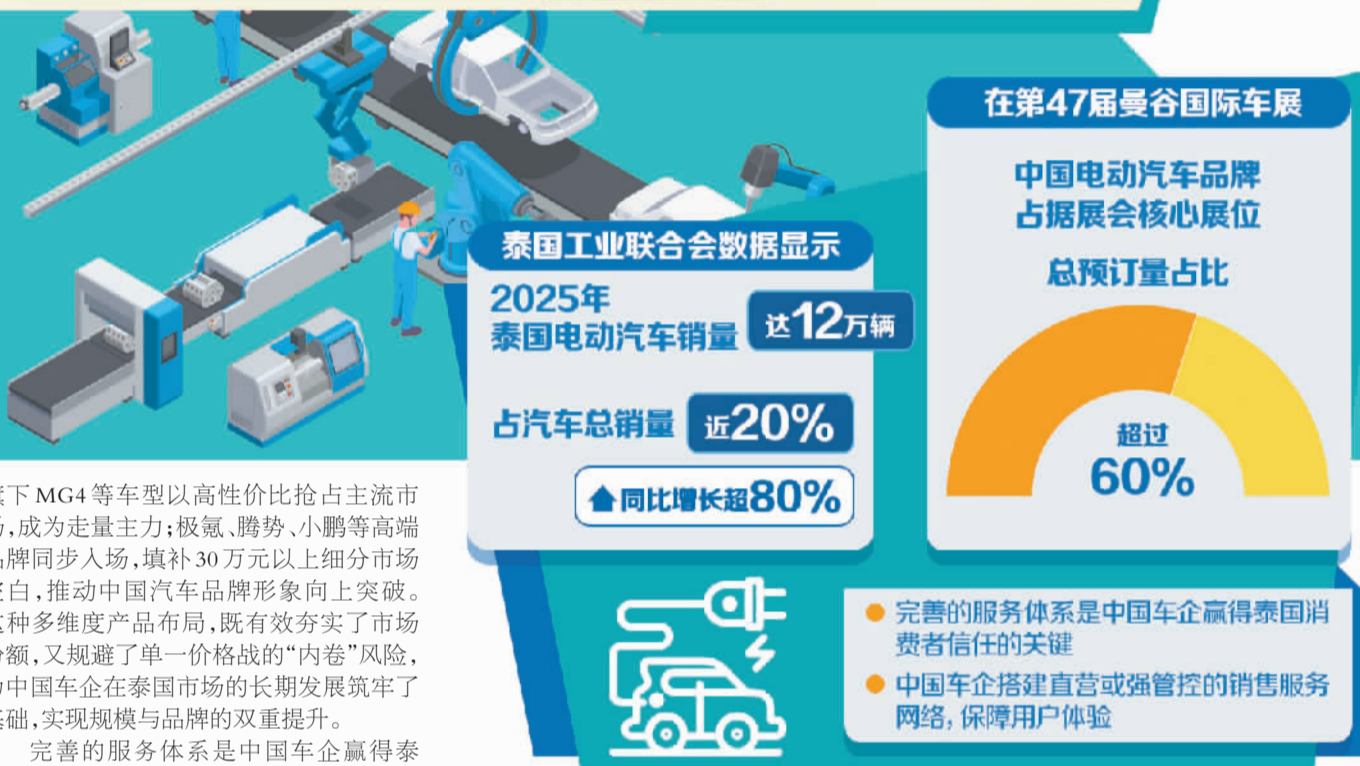
此外，本地化生产的核心在于构建完整供应链生态，中国车企将国内成熟的产业链复制到泰国，带动宁德时代、国轩高科等电池企业及各类零部件供应商协同出海。

## 规模与品牌双提升

除产能布局外，中国车企凭借灵活的品牌策略与市场打法在海外站稳脚跟，针对日系品牌在皮卡等市场拥有的深厚根基，中国车企采取“主流保规模、高端树品牌”的差异化策略。比亚迪海豚、上汽蔚



图为在泰国首都曼谷举行的泰国国际车展上，人们在参观比亚迪展台。(新华社发)



旗下MG4等车型以高性价比抢占主流市场，成为走量主力；极氪、腾势、小鹏等高端品牌同步入场，填补30万元以上细分市场空白，推动中国汽车品牌形象向上突破。这种多维度产品布局，既有效夯实了市场份额，又规避了单一价格战的“内卷”风险，为中国车企在泰国市场的长期发展筑牢了基础，实现规模与品牌的双重提升。

完善的服务体系是中国车企赢得泰国消费者信任的关键。和传统经销商模式相比，中国车企更倾向于搭建直营或强管控的销售服务网络，保障用户体验。东风风行提出“触手可及、全程无忧、长期陪伴”的服务理念，缩短服务半径并组建本地化团队；比亚迪、上汽等企业与泰国高校合作共建实训基地，为当地培养新能源汽车专业技术人才，“授人以渔”不仅赢得了泰国政府与社会的广泛认可，更构建起可持续的本土化服务生态，进一步增强了消费者对中国品牌认同感与忠诚度。

## 由“深蹲”到“起跳”

中国车企在泰国的崛起之路虽展现出强大韧性，但仍面临多重挑战。

一是政策不确定性，随着新能源补贴逐步退出，车企需在成本控制与产品质量间找到新平衡点；二是充电基础设施短缺，“车多桩少”的现状仍引发用户里程焦虑，广汽、小鹏等企业正通过自营与合作相结合的方式，加速构建全周期补能体系；三是市场竞争日趋白热化，丰田、本田等日系巨头正加速推出混动及纯电车型，试图凭借品牌影响力与渠道优势占据市场，中国车企需持续强化技术与服务优势以应对挑战。

尽管挑战重重，中国车企在泰国的战略布局已展现出强大潜力。从单纯贸易出

口到深度产业融合，中国车企不仅带来先进的产品与技术，更传递了全新的出行理念与产业生态，既为自身赢得全球化竞争主动权，也为泰国乃至东南亚的绿色转型与产业升级注入新动力。随着产业链布局不断完善、本地化程度持续加深，中国车企的“深蹲”终将转化为更有力的“起跳”，推动全球汽车产业向多元、开放、绿色方向演进，为区域经济发展带来新的增长引擎。

在这场变革中，中国车企展现的不仅是制造能力的输出，更是文化自信与责任担当。尊重当地市场规则、融入本土社会文化，这正是中国车企在国际竞争中脱颖而出的关键。未来随着更多中国品牌入局与深耕，泰国必将成为中国新能源汽车走向世界的桥头堡，见证中国汽车工业从大到强的历史性跨越。

# 连接道路更连接人心

### ——中加员工共筑加纳基建之路

新华社记者 高剑飞



图为3月15日在加纳首都阿克拉拍摄的由中铁五局加纳分公司承建的桥梁施工现场。(新华社发)

事共事，在技术、语言和沟通能力方面得到显著提升。

中铁五局加纳分公司副总经理陈臻告诉记者，本地员工与中国同事之间建立的牢固纽带是项目取得成功的关键。

据介绍，中铁五局扎根加纳多年，承建加纳多条国家重点公路及市政工程项目，完成大量道路、桥梁工程及建筑类基础设施建设，极

大优化了当地交通网络，缩短人员出行与货物运输时间，降低物流成本。同时，项目建设还带动当地就业增长，平均每年为当地提供超过1500个直接就业岗位，累计为当地居民创造就业机会超过2万人次。项目还为本国员工提供免费职业技能培训，涵盖机械操作、电工、钢筋加工、混凝土施工、设备维修等多个专业方向，累计培训当地专业

技工超过2000人。

陈臻表示，项目协作模式不仅让技能传授更加顺畅，也帮助中方员工更好理解和融入加纳文化。“基础设施不仅连接陆路和水路，更连接人心。在加纳，我们修建的每一条道路、每一座桥梁，其意义远不止于钢筋水泥。它们体现了中国共建设‘一带一路’倡议共商共建共享的原则。”

## 外企新语

□ 孙亚军

# 丰田能否稳住阵脚

日本丰田汽车公司最新财报显示，公司正陷入“增收不增利”困境。2025财年(2025年4月至2026年3月)其销售额同比增长5.5%，净利润却同比下降了19.2%。丰田公司对未来的预测则更加悲观，预计2026财年(2026年4月至2027年3月)净利润同比下降22%。这意味着，丰田的利润将会连续3年下行。

在美国加征关税侵蚀利润空间、市场竞争加剧、战略调整导致成本增加等不利因素影响下，多家跨国车企近期都遭遇了连续的利润大幅下滑。对于高度依赖中东市场的丰田公司来说，不仅面临电动化转型阵痛，而且霍尔木兹海峡航运梗阻引发供应中断，成本攀升、出口受阻等成为新的挑战。

与主要竞争对手相比，丰田在电动汽车领域的进展相对保守，如今正加速推进电动汽车销售，在研发、生产和供应链建设等方面需要投入大量资金。电动化转型的高成本、充电基础设施建设滞后、原材料价格波动等因素，使得丰田的盈利能力在短期内恐难以大幅改善。

美国加征关税，给日本车企带来巨大成本冲击，拖累了丰田的整体业绩。丰田表示，美国加征关税举措对公司构成重大

负担，尽管采取多项措施改善盈利，仍难抵消美国加征关税带来约1.38万亿日元的负面影响，导致2025财年营业利润下降了21.5%。

中东冲突带来供应中断，丰田不仅出口受阻，在中东地区销量同比暴跌，供应链也全线承压，关键原材料价格飙升。由于航运成本上升和航路不畅，丰田被迫连续削减面向中东地区的汽车产量，直接影响其出口规模。同时，日本汽车制造商协会的数据显示，日本国内汽车制造商约70%的铝材来自中东地区。霍尔木兹海峡梗阻导致铝材、橡胶轮胎等原材料短缺、成本上涨，丰田面临着基本物资短缺以及持续不断的物流障碍等诸多困境。

丰田在财报中称，原材料价格上涨将导致2026财年营业利润同比减少1.19万亿日元，中东相关因素将合计拖累营业利润减少6700亿日元，且短期内难以弥补。财报还引发了外界对这家汽车巨头未来前景的担忧，丰田未来能否稳住阵脚，依然是个巨大的未知数。 视频报道请扫二维码

