

中国—土耳其新能源汽车产业合作的现状、挑战与前景

周起帆

广东外语外贸大学，广东广州，510420；

摘要：中国新能源汽车产业在政府政策支持下积极出海，在全球市场蓬勃发展。中国积极推进与土耳其的相关产业合作。本研究聚焦于中土两国新能源汽车产业合作的产业体系，发展现状、挑战与前景。通过数据分析得出以下结论：新能源汽车产业目前受到诸如政策变动，产业链供应链不稳定，国际竞争激烈等因素的影响，应该从增强政策和产业链供应链稳定性、协同创新体系与商业模式方面着力。

关键词：新能源汽车；产业合作；中国土耳其经贸合作

DOI：10.69979/3041-0673.26.01.103

1 研究背景

1.1 提出问题

在经济全球化深入发展的背景下，中国新能源汽车的销量不仅在国内不断攀高，也迅速进入海外市场，成为欧美日韩名牌有力的竞争者。中美新能源汽车产业的发展路径不同。虽然中国在市场增速、保有量以及产业链完整性、公共基础设施建设等领域存在优势，但是美国在市场开放程度、国际化能力以及核心技术创新力、品牌认知度比中国更具有竞争力。因而从总体来看，美国新能源汽车产业依旧在全球范围内保持领先优势。

为提升自身竞争力，中国新能源汽车企业也在积极“出海”，主动拓展海外市场。据中国乘用车协会(CPCA)今天发布的数据显示，2025年1月至6月，中国出口汽车348万辆，同比增长18%。其中，位于“一带一路”欧亚大陆交汇之处的土耳其是中国在新能源汽车产业领域的重要合作伙伴。

在此背景下，粤港澳大湾区作为我国科技创高地，已形成新能源汽车产业集群，在中国和土耳其的新能源汽车产业合作中扮演了重要的角色：2024年7月8日，土耳其政府与比亚迪公司签署在土耳其马尼萨投资建设厂协议。比亚迪将投资10亿美元，（约72.73亿元人民币）在土耳其建立年产15万辆汽车的生产工厂以及研发中心。

本研究立足自身调查数据，在前人研究的基础上回答以下问题：中国新能源汽车产业在土耳其的发展现状如何？影响中国和土耳其新能源汽车产业合作的关键因素有哪些？中国新能源汽车产业如何能在和以美国为例的激烈的国际竞争中脱颖而出？粤港澳大湾区的

新能源车企该如何结合自身优势，提升自身的国际化能力？

2 研究方案实施

本研究以土耳其公民为主要研究样本来源，分别于2024年10月与2025年11月开展了两轮问卷调查。2024年共回收148份有效问卷，2025年共回收53份有效问卷。问卷内容涵盖受访者的性别、年龄、教育水平、居住城市等多项人口统计学特征。

2.1 调研情况

2.1.1 土耳其人对新能源汽车的认知

根据两轮调研的综合结果可见，土耳其公众对新能源汽车的认知正逐步增强，整体关注度呈上升趋势。

在受访者的年龄分布上，18至28岁的年轻群体是主要参与者，占比超过70%。这一代人对新能源与环保议题通常具有更高的敏感度与参与意愿，反映出新能源汽车在年轻消费群体中具有较强的吸引力。

从教育水平来看，超过80%的受访者拥有本科及以上学历，表明新能源汽车相关话题在受过高等教育的人群中引起了广泛关注。该群体普遍具备更强的创新意识与信息接纳能力，代表着土耳其新兴的中高端消费力量，也是新能源汽车企业在当地市场的重要潜在目标受众。

2.1.2 本地市场的发展预期

两轮调研结果显示，土耳其公众对新能源汽车的接受度正逐步提升。

在家庭拥有情况方面，2024年有11.49%的受访家庭已拥有新能源汽车，2025年为11.32%，比例基本保持稳定，表明新能源汽车在土耳其市场已形成初步的用户基础。在使用偏好方面，倾向选择新能源汽车的受访

者比例由2024年的49.32%上升至2025年的54.72%，而偏好燃油车的比例则由50.68%下降至45.28%。这一变化说明，尽管新能源汽车的实际普及速度尚未显著提升，但公众的认知与态度正持续向积极方向转变。

2.1.3 新能源汽车产业面临的问题

尽管土耳其市场对新能源汽车的接受度在逐步提升，但产业发展仍面临不少现实挑战。根据两轮调研结果可以看出，公众对主要制约因素的看法在2024年至2025年间发生了一些变化。2024年，受访者认为最突出的障碍依次是充电桩等基础设施不够完善、缺乏国内外市场、核心技术自主创新力不足以及电力资源分配不平衡、供电不足。而到2025年，电力资源分配不平衡和供电不足成为最主要的问题，其次是充电设施建设滞后、国内外市场不足，以及汽车产业基础薄弱、产业链不够完善。

从这一变化可以看出，随着新能源汽车认知度的提高和市场规模的扩大，公众的关注点正在从“是否有市场”“技术能否突破”，逐渐转向“能否稳定供能”“产业体系是否健全”等更深层次问题。

总体来看，电力供给与充电设施建设仍是制约土耳其新能源汽车普及的关键因素，而产业链协同和政策支持不足也在一定程度上限制了行业的发展。要进一步推动新能源汽车的推广和普及，政府仍需在基础设施建设、政策激励和能源结构优化等方面加大力度，为市场的持续增长创造更有利的条件。

2.1.4 外来新能源汽车产业进入土耳其市场

从品牌认知与排序数据来看，土耳其消费者在新能源汽车选择上呈现出对本土品牌与国际品牌并存的开放态度。2024年的调研显示，66.89%的受访者支持外资企业进入土耳其市场，约27%持中立态度，反映出整体市场对外资的接纳度较高，但也保留了一定程度的对本土产业的关注。至2025年，支持比例略有下降，为62.26%，而中立态度上升至30.19%，说明尽管多数消费者仍对外资持积极态度，但本土保护意识有所增强。

在品牌偏好方面，TOGG作为本土品牌，在2024年以8.44的综合得分位居第一，69.44%的受访者将其列为最畅销品牌的首选，显示出消费者对本土制造的高度认同及对国家工业发展的期待。然而在2025年，TOGG虽仍居前列，综合得分略降至7.36，被特斯拉（8.4分）反超，反映出国际品牌竞争力增强的趋势。特斯拉在两

年的调研中均表现强势，尤其在2025年成为首选，显示出其在土耳其消费者心中技术领先与品牌影响力的巩固。

其他国际品牌如宝马、奔驰等豪华车系，在排序中虽未居前列，但仍占有一定市场份额，特别是在第二、第三顺位的选择中频繁出现，说明消费者在高端市场中仍信赖欧洲传统品牌。值得注意的是，中国品牌如BYD在2025年关注度有所上升，综合得分从1.39提升至3.85，排名亦有所提前，预示着亚洲品牌正逐步获得土耳其消费者的认可。

总体来看，外资企业进入土耳其市场，不仅带来先进技术与管理经验，也促进了市场竞争与产业升级。然而，随着国际品牌影响力扩大，本土品牌如TOGG面临的市场竞争压力也随之增加。如何在进一步开放市场、吸引外资的同时，有效扶持本土产业发展、维护国内产业利益，将成为土耳其新能源汽车市场政策制定与企业战略中亟需面对的关键议题。

2.1.5 中土合作的前景与风险

调查显示，中土在新能源汽车领域的合作在土耳其已有一定知名度。2024年，有40.54%的受访者表示了解相关合作，2025年略降至39.62%，总体水平基本稳定。

对于合作前景，公众普遍持乐观态度：2024年85%的受访者看好合作，认为其有助于技术交流和市场拓展；2025年，持乐观态度的人群比例仍高达85.71%，显示公众对合作前景的信心持续存在。

同时，受访者也关注潜在风险，包括供应链对国外依赖可能导致的供应问题、高运输成本和海关税收对价格的影响，以及如何平衡外资品牌与本土品牌的发展，确保合作可持续。

3 对策建议

3.1 增强政策稳定性、协同性，营造良好贸易环境

要推动构建国家与国家之间，国家与企业以及企业与企业之间的政策协同体系，增强政策稳定性与连贯性。在国家层面，中国要积极与土耳其开展贸易谈判，稳定贸易关税，为新能源汽车发展营造良好的市场环境、贸易环境，其次，要加强两国之间的制度合作，增强政策连贯性，稳定性，为其提供完善的制度支撑，解决新能源汽车产业出海的后顾之忧。在企业经营战略方面，要加强与土耳其政府及当地企业的交流合作，制定协同联

动的发展战略，瞄准目标市场，明晰市场定位，推动差异化竞争，力争开辟竞争新赛道，推动中国新能源汽车产业在土耳其扎根深耕。

3.2 健全国际物流体系，增强产业链供应链稳定性

加强运输保障与服务，健全国际物流体系，降低运输成本；推动产业链供出海，加强国际产能合作；完善供应链体系，优化相关配套服务。在国家政策制定方面，要推动健全国际物流体系，加强运输保障与服务，支持粤港澳大湾区、珠三角等区域港口建设，提升运力，稳定运输成本，增强我国新能源汽车产业在土耳其市场的竞争力。同时积极推动产业链出海，加强产业合作，增强产业链稳定性。在企业经营战略方面，企业要加强产业园区建设，发挥集群优势，积极推动产业链供应链进一步拓展完善，加强基础设施建设，如充电桩，提供相关配套服务，如汽车销售，汽车售后等服务，以完善的配套服务和完备的基础设施获得消费者青睐。

3.3 建立协同创新体系，提振创新效力

在提升新能源汽车产业创新力的整体框架下，推动政府、企业、高校等多方共建协同创新合作机制，在最大程度上实现优势互补，培育新能源汽车产业战略储备人才。在企业经营战略方面，发挥如粤港澳大湾区的区域集群发展优势，加大技术创新领域的资金投入，切实提升一线研发人员待遇，建立新能源汽车创新孵化园区，加强企业之间的研发合作、资源共享，提升研发质量；在高校人才培养方面，高校和企业积极推动产学研用一体化发展，加速新能源汽车领域科研人才孵化培育，与

相关新能源汽车企业签订就业、实习协议，推动高科技人才在高校、企业之间顺畅流动。

3.4 完善售后体系建设，提升品牌信任度

在中国新能源汽车持续拓展土耳其市场的过程中，售后服务体系的完善程度直接影响消费者的信任和品牌选择。鉴于当地维修网络与配件供应仍不健全，应推动两国在维保标准、零配件通关便利化和企业服务资质审核方面形成制度协同，使企业在土耳其建设备件仓储中心、授权维修网点和标准化服务流程具备更稳定的制度基础。企业也需从用户体验出发，建立覆盖主要城市的服务网络，提升配件响应速度，优化服务体系，并通过延长质保、透明收费和上门检测等方式提高用户满意度。通过构建完善的售后体系，可有效提升品牌信任度，增强中国新能源汽车在土耳其市场的长期竞争力。

参考文献

- [1] 白玫：全球新能源汽车产业竞争格局研究，《价格理论与实践》，2020年第1期
- [2] 杨茂：《全球新能源汽车贸易网络演变及影响因素研究》，河北经贸大学，2024年5月
- [3] 盛睿：《中国企业在土耳其投资机遇与风险》，《唯实·环球经纬》
- [4] 经凯：《土耳其电动汽车产业取得历史性突破》，《光明日报》，2023年5月14日第008版
- [4] 庄永民：《中美两国新能源汽车产业国际竞争力对比研究》，吉林大学，2019年3月