

推陈出新，大众与中国市场共舞

■ 万泽玮 李凡

据21世纪经济报道，多位知情人士表示，大众中国将在今年11月停止对中国市场供应途锐车型。这款曾经被誉为大众汽车“旗舰款”“门面担当”的车型，从推出以来已经改款三代，如今却要离开中国市场。

另一面，大众在华的两家合资企业上汽大众、一汽大众合资协议纷纷“续约”。2024年11月，上汽与大众宣布上汽大众合资期延长到2040年；而一汽大众合资期也已经延长到2041年。

大众与中国市场已结缘四十余年。1984年，经过6年的谈判，作为唯一同意“现金+技术转让”模式对华合作的外国车企，大众与上汽在北京签署合资协议，改革开放以来的第一家合资车企上汽大众正式诞生。次年，第一辆大众桑塔纳下线，中外合资汽车生产正式启幕。

大众与另一家中国知名车企一汽也搭上了桥。经过谈判，1991

年，一汽大众正式成立，“南北大众”交相辉映的格局就此诞生。

40多年来，从引进到本土化生产，“南北大众”在风云变幻的中国汽车市场上打出了自己独特的品牌。在玩家越来越多的今天，两家大众依然占据着燃油车领域的重要地位：上汽大众市占率可达8%至10%，仍是单一品牌市占率第一；一汽大众市占率也超过7%。

途锐的退出与“南北大众”的再续约，正说明中国市场对大众这家老牌德国车企的吸引力仍在，中国市场依旧是大众的“香饽饽”。

实际上，途锐车型虽然是大众专门为中国市场生产，但其竞争力在日益多元化的中国汽车市场上正不断下降。12缸发动机和5.9秒百公里加速等配置曾经是它的卖点，但如今在新能源汽车大行其道，商用车配置普遍上升之时，这些性能早已不够看。结果是，原本作为高端品牌的途锐在中国市场价位大幅

下滑，从最高点的售价158万元降至如今仅50万元，每月销量仅300台至400台。分析人士认为，在中国市场保留这一品牌对于大众来说已经无利可图，退出市场势在必行。

途锐的退出只是近年来大众在中国市场的举措之一，去年年底至今，大众在中国市场可谓是多点多发力：

2024年11月，在宣布与上汽的合作续约至2040年的同时，大众发布了2025—2030产品路线图，揭晓多款新车型；

2025年1月，大众宣布推出搭载EA888evo5发动机与L2+级IQ.Pilot的途昂Pro、途观Pro两款车型，燃油产品智能化程度加深；

2025年3月，一汽与大众汽车集团在德国签署战略合作协议，同时，大众提出将继续“在中国，为中国”战略，并与一汽共同确定一汽-大众新车型规划，计划推出多款新车型，进一步丰富商品阵容；

2025年8月，为应对大众在新能源车市场占有率不足的问题，大众中国与一汽、成都经开区管委会在成都签署《捷达事业发展合作协议》，筹备成立捷达品牌新公司，负责生产大众品牌的新能源汽车。

2025年4月以来，上海国际车展、重庆车展、成都车展……一系列重要车展上，大众从未缺席，每次亮相都带来不少“大礼”。

毕竟，2024年中国汽车市场销售量达3143.6万辆，同比增长4.5%，连续第16年位居全球第一；中国汽车销售份额占全球份额从2019年的29%逐步提升至2023年的34%，又提升至2024年的36%；大众中国的销量一度占到大众全球销量的40%以上，2024年仍然占31%。中国巨大的市场资源，是大众不愿失去，也不能失去的。

更值得关注的新趋势是，大众与中国企业的合作模式正在悄然发生变化。

长期以来，大众与中国企业之间是“市场换技术”，大众通过投资，将品牌、技术和车型带到中国，而中国企业则负责提供资金，开拓市场，大众的海外产品直接在中国市场引进生产并销售。

随着中国汽车市场规模的不断扩大，大众开始针对中国市场研发专门的车型，融入中国市场的独特审美和功能需求，途锐等车型就是这个阶段的产物。

而合作的第三阶段，则是全面开展本土化的研发，这种研发的过程中，中国企业不再是被动的合作者，而是主动参与研发过程，与大众一同定义新车型，开发新产品。

典型的例子是，大众与地平线、国轩高科等中国企业展开合作，共同投资于零部件生产。一汽与大众最新推出的CMP平台、CEA电子电气架构，均由大众与中国技术伙伴在中国本土化研发，再向中国推出。而大众与小鹏的合作更是

以“中国技术+外国市场”的反向模式进行：小鹏拿出最新的G9车型平台、智能座舱和高级辅助驾驶系统，而大众则与小鹏共同开发新的电动车品牌。

作为中国高水平对外开放的典范，40年来，中外合资对中国汽车行业产生了重要的促进作用。正如奇瑞汽车董事长尹同跃所说，“外资车企做了很多本地化的工作，包括人才的本地化、供应链的本地化、法规的本地化。这些本地化也支持了我们本土企业的成长，我们的产品质量、成本控制、人员素质都得到同步发展。”

展望未来，中国汽车企业借助与外企合作中在技术、管理、市场资源方面获取的经验和能力，完全有可能通过高水平的开放与合作“借船出海”，扩大中国车企的全球影响力。推陈出新体现出大众正与中国市场深度共舞，而在这样的共舞中，中国车企也正在与外企一起，走向更广阔的全球市场。

积极构建绿色经贸合作新范式

■ 本报记者 张伟伦

在全球气候危机日益严峻、单边主义与贸易保护主义抬头的背景下，绿色贸易正成为推动全球经济可持续转型的关键引擎。9月20日，全球治理框架下的绿色金融创新与合作论坛暨中央财经大学绿色金融国际研究院十周年年会在北京举行。

会上，业内人士提出在《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)框架下构建“绿色贸易机制”的构想，不仅呼应了国内绿色金融标准体系的持续完善，也精准回应了欧美碳边境调节机制(CBAM)等单边政策带来的外部压力。

“当前，绿色低碳转型已成为全球共识，与之相关的经贸规则不仅是国际谈判的前沿焦点，更是我国推动制度型开放、塑造国际合作竞争新优势的关键抓手。”商务部国际贸易经济合作研究院副院长崔卫杰介绍，在绿色经贸规则的要求下，上海自贸试验区围绕要求开展了五项试点，且相关成果已在不同范围复制推广，地方也有行业集成改革实践。

记者注意到，在我国近年来的绿色金融体系建设中，绿色贸易已成为重要一环。今年6月，中国人民银行联合金融监管总局、证监会发布新版《绿色金融支持项目目录》，首次实现绿色信贷、绿色债券、绿色保险、绿色租赁等全链条金融产品的标准统一，并新增“绿色消费”与“绿色贸易”两大一级分类，明确支持新能源装备、绿色农产品、资源循环利用等七大领域的跨境贸易活动。尤为关键的是，该目录剔除煤炭清洁利用等化石能源相关内容，精准聚焦具有碳减排效益的经济活动，为金融机构识别低碳项目、发放绿色融资提供了清晰指引，也为绿色贸易的金融支持奠定了制度基础。

业内人士普遍认为，外部环境的挑战是发展绿色贸易的重要因素。例如美国再度退出《巴黎协定》，重启化石能源补贴并加征高额关税；欧盟则加快推进碳边境调节机制(CBAM)，实质上为全球贸易设置了“碳门槛”。这些单边举措不仅加剧发展中国家企业的合规成本，也威胁着全球气候治理的多边共识。在此背景下，绿色金融不应仅局限于国内资源配置，更应成为连接国内外市场、应对绿色壁垒的桥梁。

为在更大范围释放制度创新红利，国务院于今年7月2日发布《关于做好自由贸易试验区全面对接国际高标准经贸规则推进高水平制度型开放试点措施复制推广工作的通知》，要求在全国范围内复制推广上海的成功经验，其中就包括上述与环境相关的试点措施。崔卫杰表示，这些措施精准对标绿色经贸规则的三大核心要求：一是确立高水平环境保护标准，标准的核心在于将履行多边环境公约(MEAs)的义务纳入自贸协定法律框架，将其作为缔约方必须遵守的前提条件；二是强化可持续性要求，包括明确规定保障公众对环境决策的有效参与、确保环境信息的公开透明、建立可预测且公正的行政程序；三是引入争端解决机制，将环境与贸易投资挂钩，建立包含贸易制裁在内的多层次执行机制。

崔卫杰介绍，我国已在自贸试验区试点对标CPTPP的绿色经贸规则，如允许开展国际航行船舶燃料油混兑调和、推进氢能制储一体化等。截至今年5月，累计业务额超6亿美元，成效显著。同时，全球绿色规则也在演进，2024年哥斯达黎加、瑞士等四国签署《气候变化、贸易与可持续发展协定》，率先实施环境产品零关税、取消化石燃料补贴，为区域绿色贸易提供了范本。

崔卫杰表示，我国还需在现有试点基础上进一步创新制度设计，提升规则对接能力。他建议谋划建设绿色经贸合作示范区，通过这一新型开放平台开展系统集成改革试点。示范区应重点开展首倡性、集成式改革探索，包括但不限于：建立绿电直供体系，完善源网荷储一体化基础设施；强化绿色金融支持，创新环境权益交易机制；引进国际认证机构，推动绿色标准互认；实施贸易便利化措施，降低环境产品贸易成本等。

图片新闻



连日来，在山东省滨州市阳信县一家电气科技生产车间，工人加紧生产电气设备订单。近年来，滨州市持续优化营商环境，通过产业政策引领、高端人才引进、财税优惠落实等举措，引导电气设备生产企业加大研发力度，延伸输电、配电、变电设备产业链条，优化产品结构，提升自主品牌竞争力，加快开拓全球市场，产品远销欧美、日本、中东等国家和地区。

中新社发 初宝瑞 摄

从“引来一企”到“繁荣一链”

■ 周泽将

一段时间以来，各地招商引资的新思路、新变化引人深思。上海虹口区推行“基金、土地、场景、会展”招商模式，江西赣州市通过链式招商、以商招商等方式培育产业生态；陕西西安市绘制重点产业链招商图谱……各地的实践表明，招商引资正从“拼优惠”转向“拼生态”。

今天，全国统一大市场建设有序推进，违规实施优惠政策被明令禁止，企业更加期待公平有序的市场环境、长期可持续发展前景。面对企业的更高需求，应如何增强招商引资的吸引力？各地涌现的一些创新做法具有启发意义。

实现产业链集聚并形成网络效应，“链式招商”能够对产业链上下游企业形成有效吸引力。比如，江西信丰县通过链式招商，集聚30多家印刷电路板上市

企业，发展成全国知名的产业集聚区。大族数控、景旺电子等龙头企业落户后，上下游企业纷纷跟进。完善产业上下游配套，助力企业降低生产成本，这本身就是地域发展的重要竞争优势。

从培育产业链生态出发的“链式招商”，会释放出“以商招商”的内生动力。这其中起关键作用的是龙头企业。一家龙头企业的落地，意味着研发、配套、物流、服务等一整套上下游环节的随之聚合。因此，现在的招商引资不能停留在“引来一企”，而是要“带动一批、繁荣一链”。

为企业技术创新提供便利应用场景的“场景招商”，同样是吸引企业的有效招牌。比如，作为老牌产业园区，上海漕河泾开发区通过开发试验、训练和应用

等场景，为企业提供需要的服务。在园区内，一家公司研发的配送机器人灵活穿梭，熟练地避行人、乘电梯，将餐品送到用户手中。企业创始人感慨，“开发区为企业提供了一个宝贵的真实试验场”。可见，应用场景能让企业的技术创新得到真实检验，对企业乃至整条产业链供应链有强大吸引力。

对企业而言，应用场景往往是难以独自创造的，而且还是助力跨越创新“死亡之谷”的重要桥梁。满足这个需求缺口，地方政府有条件、有潜力。不过，实现“场景招商”，需要精准把握产业迭代升级的趋势，这也对地方政府创新思维、统筹谋划的能力提出了更高要求。

在招商引资的创新探索中，政府部门的角色和意识转变尤为关键。实现招

商引资的“模式升级”，需要政府部门以改革精神推动体制机制创新，努力成为优质生态营造者。一方面，要坚持系统思维，从侧重“抓项目”转为重点“谋布局”，从产业链生态角度提升配套能力、加强场景供给；另一方面，要有长远眼光，从注重短期投资数据转为强调培育发展后劲，不断提升政务服务水平、营造良好发展环境，稳定企业可持续发展的预期。

招商引资是推动地方经济发展的重要手段。在产业链布局中超前谋划，在体制机制改革中强化服务，在优化营商环境方面持续发力，找到适应新形势的招商引资路径，才能让招商引资成为产业升级的推手，为经济发展注入新动能。(来源：人民日报)

四个层面透视亚马逊云科技接入中国大模型

■ 本报记者 连晓可

在人工智能浪潮席卷全球、企业激烈竞争的当下，行业巨头的每一个重大商业决策都可能重塑行业格局。亚马逊云科技近日在Amazon Bedrock平台上架两款中国大模型——阿里巴巴的Qwen与深度求索的DeepSeek，这引起各方的持续关注和讨论。

我们不妨从四个层面来透视这一举动的深层次意义。

第一个层面，开源与闭源之争的天平正在倾斜。

近年来，人工智能领域逐渐形成开源与闭源两大阵营：以OpenAI的GPT系列、Anthropic的Claude为代表的闭源模型，通过API服务掌控生态；而以Meta的Llama、阿里巴巴的Qwen为代表的开源模型，则通过开放权重和代码，集合众人之力推动技术进步。

亚马逊云科技作为全球最大的云服务商，其选择具有风向标意义。Amazon Bedrock直接集成这些模型，将极大降低企业使用门槛，加速开源模型的商业化落地。这一决策不仅反映了企业客户对灵活性、数据主权和成本效益的日益重视，更体现出在全球AI(人工智能)竞争从模型研发转向生态争夺的背景下，亚马逊用开放营造生态，进一步巩固其市场地位，为开源阵营投下了重量级信任

票。这或将推动更多厂商为开源大模型站台，从而重塑市场格局。

第二个层面，这是中国大模型在全球市场的一个惊艳亮相。

Qwen和DeepSeek上架Amazon Bedrock是中国大模型实力的集中展现。长期以来，全球AI竞赛被视为中美两强的对决，但中国大模型在国际舞台的能见度相对有限，这次接入是全球巨头对中国AI团队在算法、工程化和数据质量上的长期积累的认可，意味着中国大模型已从追随者转变为并行者，甚至在多模态和垂直领域展现出领先潜力。

更重要的是，这一合作将加速中国大模型的全球化布局。通过亚马逊云科技的全球基础设施，Qwen和DeepSeek可直接触达数百万企业客户，这不仅降低了出海成本，更提供了合规性和本地化支持。这将推动中国大模型从技术出海加速迈向生态出海，借助全球平台实现规模化落地。未来，我们可能看到更多中国大模型与国际巨头合作，形成“中国技术+全球渠道”的新模式。

第三个层面，不确定性中的确定性，树立中美AI合作新标杆。

人工智能是中美科技竞争的核心领域，从芯片管制到投资限制，不确定性笼罩整个行业。这次合作为两国人工智能

产业注入了难得的确信性，树立了“竞争中合作、合作中发展”的新标杆。

商业世界的现实需求往往超越政治壁垒。企业客户需要多样化、低成本且合规的AI解决方案，而中国模型在成本控制和本地化适配方面具有独特优势。亚马逊云科技的决策，本质上是市场驱动下的务实选择。这一合作不仅降低了企业客户的部署门槛，也推动了全球AI生态的多元化发展。事实表明，在技术全球化不可逆转的趋势下，开放协作仍是推进AI进步的关键动力。

这一合作也为中美AI治理对话提供了支点。通过技术集成，双方可在数据安全、伦理标准等方面形成互信。例如，Qwen和DeepSeek均通过亚马逊云科技的合规审核，符合GDPR等国际标准，这为中国模型参与全球治理积累了经验。中美应通过企业合作建立互信机制，避免AI竞争滑向“零和博弈”。Amazon Bedrock接入Qwen、DeepSeek，正是这一路径的实践和探索。

第四个层面是产业链与中国大模型出海相互赋能。

这一事件凸显了中国完整产业链供应链对大模型出海的支撑作用。中国拥有从芯片制造(如华为昇腾、寒武纪)数据服务到应用场景的全链条能力，这使得大模型

开发可高效协同、快速迭代。Qwen和DeepSeek的成功离不开这一生态背景。

除此之外，Amazon Bedrock接入Qwen、DeepSeek，也有利于中国企业出海。对于出海的中企，国产大模型提供更懂中文语境、更符合中国业务逻辑的AI工具，例如在跨境电商、国际营销等场景中实现精准化运营。中国模型则带来更多元的选择和更优的成本效益。例如，东南亚电商平台可借助Qwen处理中文商品信息，欧洲制造商可利用DeepSeek优化供应链管理。

此外，全球企业也都将从这一合作中受益。Bedrock平台集成多模型后，企业可根据需求灵活切换，避免供应商锁定。中国大模型基于完整的产业链供应链结构、丰富的应用场景，将帮助更多的企业实现数字化转型。

亚马逊接入Qwen和DeepSeek，看似一次技术集成，实则是开源革命的宣言、中国AI实力的认证、中美合作的曙光以及全球产业链重构的序曲。在人工智能重塑世界的今天，它提醒我们：技术无国界，创新需协作。中国大模型正以开放之姿走向全球，而世界也将因这份东方力量而更加多元、高效和互联。未来，随着更多合作落地，人类或能真正迎来一个“智能普惠”的时代。