

全球驱动

印度乘用车出口增长及其成为汽车出口枢纽的崛起



印度汽车行业一直是其工业和经济实力的支柱。乘用车出口的快速增长标志着一个新篇章，展现了该国全球贸易的雄心。作为全球第三大汽车市场（按销量计），印度已从一个以国内消费驱动的汽车经济演变为一个越来越重要的出口导向型制造基地。乘用车出口的增长突显了印度的制造竞争力及其在质量、安全和设计方面满足全球标准的能力。

印度汽车工业在过去七十年中经历了显著的变革。在独立后的早期，印度的车辆生产受到严格控制，产品种类有限且进口关税高昂。20世纪90年代的自由化改革引进了外国投资和合资企业，这使印度能够获得创新技术和设计，以及全球最佳实践。结果，出现了一个充满活力且整合在一起的汽车生态系统，包括OEM（原始设备制造商）、供应商、测试设施和出口基础设施。



今天，印度不仅生产国内使用的车辆，也正成为紧凑型汽车、轿车、SUV以及日益增多的电动汽车的关键出口枢纽。出口市场涵盖拉丁美洲和非洲，到东南亚和中东，印度制造的汽车因其价格实惠、燃油效率和耐用性而受到欢迎。现代、铃木、塔塔汽车和起亚等主要制造商正将印度作为全球市场的战略生产和出口基地。

印度，“生产关联激励”（PLI）计划以及自由贸易协定谈判，旨在将印度定位为一个具有全球竞争力的、自给自足的汽车强国。

随着全球汽车行业向可持续性、互联移动性和区域供应链多元化转变，印度作为汽车出口枢纽的作用将更加突出。

印度汽车产业格局

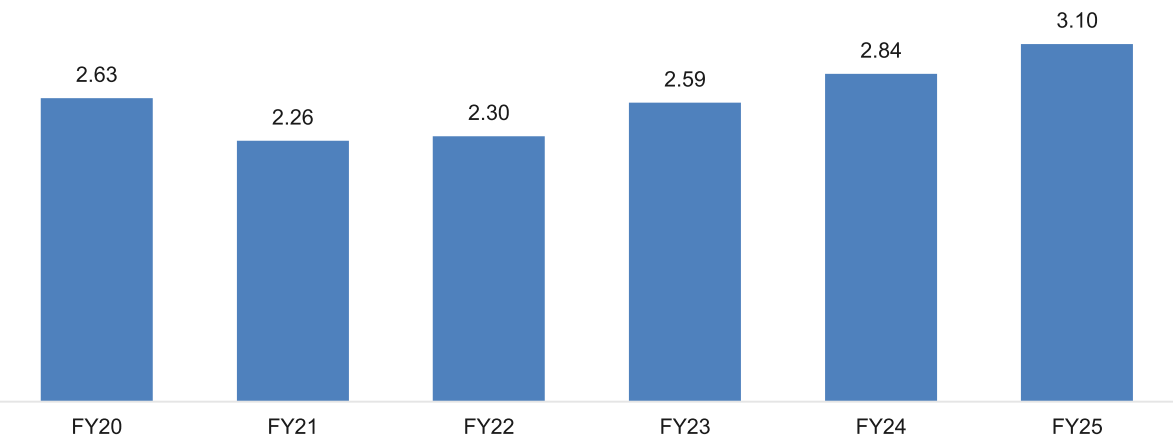
在印度更广泛的产业和贸易政策背景下，客车出口的重要性得到进一步放大。出口增长有助于增加外汇收入、创造就业岗位、提升工业产能利用率和保持强劲的收支平衡。政府也在“印度制造”等倡议下，将这一行业作为优先发展的领域。

印度的汽车工业是世界上最大和最多样化的行业之一。它在国家经济发展中起着关键作用，对印度的GDP贡献约7.1%，并直接和间接雇佣了约3700万人。凭借强大的制造能力、完善的关键部件供应商基础

并与全球价值链日益融合，印度正将自己定位为一个强大的参与者，不仅在国内

作为消费，也是全球汽车制造和出口中心。

India's automobile production trend - No. of units (in crores)



来源：SIAM 备注：包括乘用车、商用车、三轮车、两轮车和四轮车的生产

国内优势：出口能力的基石

我ndia 的 汽车制造业起步于 独立后的时代，被印度斯坦莫托尔 和 Premier 等少数企业主导。然而，真正转型是在 1991 年后随着自由化政策实施而发生的，这吸引了外国直接投资（FDI）和技术合作。如今，印度拥有约 15 家全球汽车制造商，他们在全国范围内设立了生产设施。

已建成高产能的生产工厂，以适应国内需求并服务于国际市场。这些工厂遵循全球质量标准，使印度制造的车辆能够出口到约100个国家。

印度的比较优势——高效成本劳动力、工程技术人才、广泛的供应商基础以及不断改善的经商便利性——进一步加强了其作为全球生产基地的吸引力。小型汽车已成为印度的强项，与国际上发展中国家和新兴市场对节能且价格合理的汽车的需求相一致。

印度乘用车细分市场——包括掀背车、轿车、SUV和MPV——在过去二十年里实现了指数级增长。在金奈（亚洲的底特律）、普纳、古吉拉特邦、NCR和卡纳塔克邦出现了汽车产业集群，为原始设备制造商、一级和二级供应商、研发中心、测试设施和物流基础设施提供完整的生态系统。

马鲁蒂·Suzuki，现代，塔塔汽车，Mahindra & Mahindra，起亚汽车，丰田 Kirloskar，以及雷诺-日产





新趋势：创新、电动化和本地化

印度的汽车产业正在经历一场深刻的转变，这得益于快速的技术进步、政策支持以及与不断变化的全球交通趋势保持一致的需要。随着全球市场向更智能、更清洁的汽车发展，印度制造商正在价值链的各个环节——从产品设计、工程到生产和售后——大力投资创新。

一个重要的创新领域是车辆互联和数字化。印度汽车制造商正越来越多地将远程信息处理系统、信息娱乐接口、实时诊断和空中下载（OTA）更新集成到他们的车辆中。塔塔汽车、玛特拉和玛吉斯印度正引领嵌入式高级互联功能的发展，这些功能能够满足

为了适应国内偏好并符合全球买家的期望。

自动驾驶和ADAS（高级驾驶辅助系统）正越来越受欢迎，尤其是在高端和出口导向型车型上。初创企业和合资企业正在探索围绕人工智能赋能的驾驶员行为分析、智能导航和防碰撞的解决方案，为未来全球安全和科技标准做准备。

向电动化转型是又一个变革性趋势。随着排放标准趋严和燃料成本的上升，全球和国内市场都在见证电动汽车（Evs）的加速采用。印度曾是这一领域的追随者，现在正成为一个战略性的经济型电动汽车生产基地。塔塔汽车（Nexon EV和Punch EV）和Mahindra（XUV400和即将推出的）等公司



(born electric系列) 正在自主研发电动汽车平台，针对国内价格竞争力及出口可行性进行优化。这些车型正吸引欧洲、非洲、东南亚和拉丁美洲海外市场的关注，这些地区对高性价比、紧凑型电动汽车的需求正在增长。

与创新和电气化并行的是本地化的战略推动。在全球供应链中断——受新冠疫情、半导体短缺和地缘政治紧张局势加剧的影响下——印度汽车制造商正在减少对进口的依赖，尤其是来自中国的进口。发动机、电池组、电动驱动系统、控制系统、变速箱和半导体等关键部件的深度本地化现在已成为首要任务。

印度汽车零部件产业，价值超过600亿美元，已发展成为一个完善的生态系统。该国家是世界领先的驱动传动系统、发动机和车身部件、悬挂系统、电子产品和制动系统出口国之一。这些零部件供应国内装配线，并为美国、德国、日本和韩国的主要全球OEM提供支持。

本地化，结合熟练的劳动力队伍和具有竞争力的成本结构，正在增强印度的出口竞争力。随着全球OEM厂商寻找有韧性和多元化的采购

目的地，印度提供技术先进、价格实惠且本地制造的客运车辆的能力，正将其定位为全球汽车供应链中的一个重要节点。

乘用车出口的增长

过去二十年，印度在全球汽车出口格局中的崛起已成为一个显著的成功故事。曾经主要被视为一个以国内消费驱动的市场，印度已稳步转变为乘用车 (Pv) 的重要出口基地，利用其成本竞争力、工程能力、质量标准和强大的制造基础设施。现在，印度制造的车辆已出现在非洲、拉丁美洲、中东、东南亚乃至欧洲的部分道路上。

出口量增长趋势

近年来，印度的汽车出口经历了动态变化，展现了该部门的韧性和增长潜力。根据印度汽车制造商协会 (SIAM) 的最新数据，汽车出口总量从2023-24年的450万单位跃升至2024-25年的536万单位以上，标志着强劲的复苏和扩张轨迹。

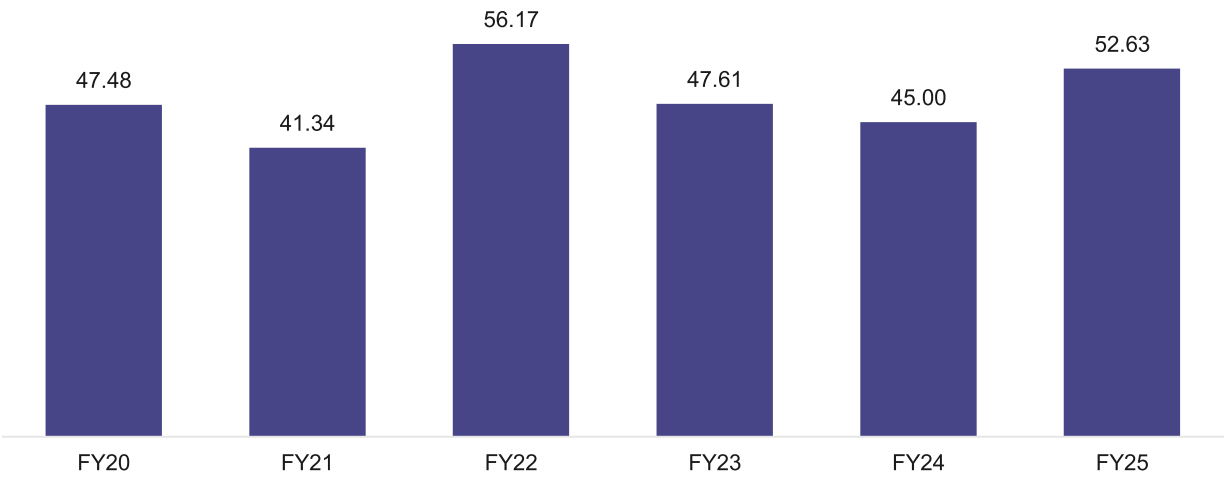
乘用车呈现稳定增长，从67.2万单位上升到77.0万单位。商用车板块也



反弹，从65,818增至80,986台。值得注意的是，占印度汽车出口主体的两轮车，从3.46增至~4.2百万。

同期单位，再次确认了其在非洲、拉丁美洲和东南亚新兴市场的统治地位。

India's automobile export trend - No. of units (in lakhs)

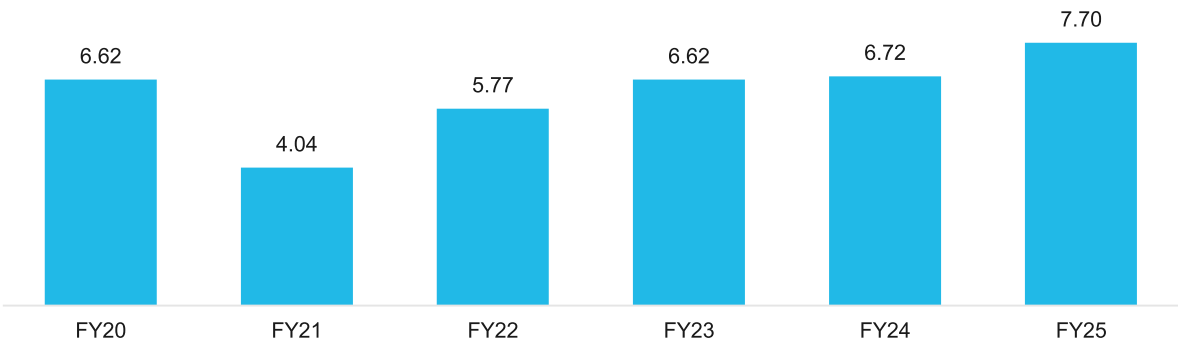


来源：SIAM 备注：包括客运车辆、商用车辆、三轮车、两轮车和四轮车出口

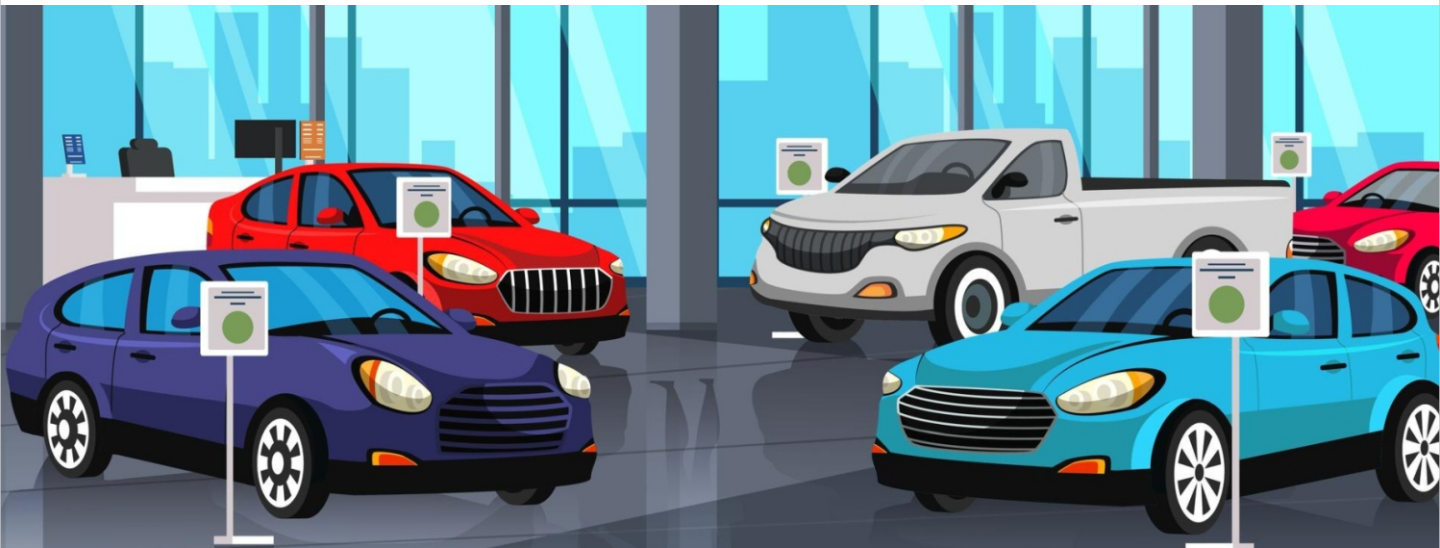
尽管三轮车出口此前有所下滑，但在2024-25年反弹至超过30万台的水平。四轮车虽然属于较小类别，但也出现了明显增长。2021-22年和2024-25年的显著增长反映了后疫情复苏、全球需求变化以及印度在低成本、燃油效率汽车方面的竞争力。



India's passenger vehicles export trend - No. of units (in lakhs)



来源：SIAM



印度乘用车出口增长强劲且具有战略意义。从21世纪初出口不到20万辆开始，印度在2025财年跨越了700万辆的里程碑，这证明其全球足迹正在扩大。据SIAM的数据，2025财年印度出口了约77,0364辆乘用车，马鲁蒂铃木、现代和起亚成为主要贡献者。

这项表现将印度列为了全球小型和中型汽车的主要出口国。2010年至2023年，印度汽车产品出口的复合年均增长率（CAGR）为6-8%，考虑到疫情引发的放缓、半导体短缺以及地缘政治动荡，这是一个健康的轨迹。印度能够在这些不利因素下保持出口势头，反映了全球市场对“印度制造”汽车品牌的日益增长的信任。

与其他出口枢纽（如墨西哥、泰国、韩国和土耳其）相比，印度具有低成本生产和多样化供应商基础的双重优势，使其成为小型汽车，以及越来越多的电动乘用车颇具吸引力的采购目的地。

目标市场

印度的载客车出口在地域上分布广泛，确保

对市场特定冲击的抗性。主要出口目的地包括：

- **拉丁美洲：**墨西哥、智利、秘鲁和哥伦比亚是印度汽车最大的进口国之一。这些市场对紧凑型且燃油效率高的汽车有需求，而这一细分市场正是印度的强项。

- **非洲：**南非、尼日利亚、加纳和肯尼亚代表高潜力市场，尤其适合各种路况的坚固耐用的车辆。印度汽车被视为昂贵日本和欧洲进口车的经济替代品。

- **中东 & 海湾：**阿联酋、沙特阿拉伯和埃及是印度出口的强力市场，得益于良好的贸易关系以及印度能够满足海湾合作委员会（GCC）的排放和安全标准。

- **东南亚** 印度尼西亚、菲律宾、越南和泰国对价格有竞争力的紧凑型SUV和掀背车需求不断增长。印度与东盟国家之间不断增长的双边关系预计将进一步提升对这一地区的汽车出口。

- **欧洲 和其他地区：** 尽管欧洲市场由

本地和东亚品牌，像塔塔汽车和玛希兰德的印度制造商正进入电动和专业车辆的小众市场。此外，马鲁蒂铃木通过铃木的全球网络向欧洲出口。

印度政府扩大自贸协定和双边贸易关系的努力正在中亚、东欧和大洋洲开辟机遇。

主要导出模型

印度出口的成功可以归因于其在紧凑型 and 小型汽车领域的领先地位，而这些汽车在新兴市场上需求量很大。一些顶级出口车型包括：

• 起亚i10、i20、Aura和Venue • 起亚Seltos和Sonet • 斯努蒂 Suzuki Baleno、Dzire、Swift和Brezza

• 大众朗逸和泰阁 • 雷诺卡冀和三角 • 日产玛吉斯和雷诺柯基

(Renault-Nissan 產生的)

在钦奈的同盟)

• 塔塔奔驰尼克斯EV和奔驰
(作为流行电动汽车和微型SUV出口而兴起)

这些车辆以其价格实惠、燃油效率高、设计紧凑和易于维护而闻名，使其成为价格敏感型全球市场中城市机动性的理想选择。

值得注意的是，电动乘用车出口正逐渐兴起。塔塔汽车的电动车型已开始销往尼泊尔、不丹以及部分欧洲和非洲市场。玛希尼拉即将推出的电动车型Born Electric系列以及像XEV和BE.06这样具备出口能力的平台预计将增强印度的电动汽车出口雄心。

主要出口参与者及其策略

印度乘用车出口成功

一直由少数几家汽车巨头推动，这些巨头已经对其生产、物流和市场渗透策略进行了精细调整，以满足全球需求。这些参与者采取了不同的增长模式，从独资运营到战略合作和合同制造不等。他们的方法反映了运营卓越以及对全球消费者行为、法规和市场动态的深刻理解。

现代汽车印度有限公司 (HMIL)

现代是认知印度出口的全球最早OEM之一

潜力。其在斯里佩鲁姆布图尔的综合工厂是该国最大的出口枢纽之一。累计出口超过200万台



到2023年，现代引领印度乘用车出口。

现代汽车的出口战略包括：

• 模型标准化以实现全球适应性 (Grand i10、i20、Aura 和 Venue 已出口到 85 个以上的国家)。

• 左右舵生产线，提供市场灵活性。

• 使用钦奈港和埃诺尔的滚装设施，并由内部物流规划支持，以实现无缝运输。

在墨西哥、南非、智利和沙特阿拉伯，现代汽车的品牌凭借其价格实惠、耐用性和燃油经济性，已成为各自领域的领导者。

马鲁蒂铃木印度有限公司

马鲁蒂·Suzuki，印度最大的汽车制造商，已迅速扩大其出口业务，

通过铃木的全球分销网络进行运营。该公司已将其定位于



古吉拉特设施——铃木汽车的全资子公司

公司—作为主要的出口基地。

关键策略包括：

- 配备安全性和排放升级的专用出口版本。
- 聚焦拉丁美洲、非洲和东盟等非欧洲市场。
- 使用蒙德拉港，印度最有效的汽车出口门户之一。

马鲁蒂的Baleno、Swift和Dzire在100多个国家找到了市场，将品牌确立了为紧凑型车辆细分市场的可靠名称。

Kia印度

起亚于2019年进入印度，标志着面向出口的新时代



汽车制造。总部位于安得拉邦的安南塔普，起亚印度出口赛托斯和索内特到超过95个国家，包括中东、非洲、拉丁美洲和东盟。

Kia与众不同的之处：

- 早期整合出口导向能力（年产量10万辆以上）。
- 精密制造对齐具有全球规格，包括先进的信息娱乐和安全系统。
- 高效利用Krishnapatnam和Ennore港口进行快速国际运输。

起亚的出口推广与其高端定位相辅相成，并加强了印度在其全球供应链中的地位。

塔塔汽车

塔塔汽车公司历史上一直专注于国内市场，但该公司现在正成为关键的电动汽车出口商。其Nexon EV和Punch EV车型是

出口至尼泊尔、不丹以及部分非洲和欧洲国家。



出口策略要点：

- 利用其浦那和萨南工厂进行内燃机和电动汽车生产。
- 与全球电动汽车安全和软件标准一致。
- 附近国家提供强大的售后服务和生态发展。

塔塔的出口雄心与其“绿色发展全球”战略紧密相连，表明印度有意在提供价格实惠、本土生产的电动移动解决方案方面发挥领先作用。

合资企业与全球价值链的作用

印度作为出口枢纽的崛起不仅仅是一个国内OEM实力的函数。它得到了合资企业（JVs）、全球合作伙伴关系以及融入全球价值链（GVCs）的推动。

与全球OEM的协作

合作使印度制造商能够获得外国技术，同时为全球参与者提供具有成本效益的制造基地。关键实例包括：

- **雷诺-日产联盟：**他们的金奈工厂是尼桑·米塔和雷诺·基格的主要出口基地，这两款车都运往非洲、拉丁美洲和亚洲。
- **丰田-铃木合作伙伴关系：**该联盟允许丰田使用马自达的车型，如Glanza和Urban Cruiser，进行国内和出口销售，从而增强其小型车产品组合。

• **福特-玛海德拉（解散前）：**已为面向国际市场的联合产品开发与平台共享奠定了基础。

代工生产与平台共享

印度也正在发展成为



外包生产。例如：

- 苏兹uki的古吉拉特工厂在他们的全球联盟下为丰田的海外业务生产汽车。
- 雷诺-日产的灵活平台战略能够在共享架构上生产不同品牌车型——非常适合快速适应出口需求。

全球需求。

像博世、电装、采埃孚和麦格纳这样的全球零部件供应商已经在印度设立了基地，以支持国内生产和出口，这是全球一级生态系统的一部分。

这种安排最大化了产能利用率，缩短了交付周期，并提供了低成本、高效率的生产环境。

驱动出口增长的因素

印度作为乘用车出口枢纽的日益重要地位，得益于战略、经济和政策驱动因素的汇聚。该国已成功利用其固有优势并适应全球趋势，在全球汽车贸易中建立了竞争优势。以下是推动印度乘用车出口增长的关键因素：

出口导向型外商直接投资和制造业集群

外国直接投资（FDI）在建立支持出口导向型运营的经济特区（SEZs）和汽车投资地区方面发挥了关键作用。泰米尔纳德邦的汽车走廊、古吉拉特邦的桑安德汽车产业集群和安得拉邦的安纳塔布尔SEZ是国家激励措施、港口连接性和供应商共同选址如何培育了为端到端供应链优化的实例。

1. 强大的制造生态系统

印度拥有世界上最为集成和动态的汽车制造生态系统之一。关键的汽车产业集群已发展成为在金奈



(泰米尔纳德邦)、桑安(古吉拉特邦)、普纳(马哈拉施特拉邦)和斯里城(安得拉邦),每个地区都拥有世界一流的基础设施、零部件供应商、物流网络,并且靠近 Mundra、Ennore 和 Chennai 等主要港口。这些产业集群提供了规模经济效应,使汽车制造商能够高效地生产大量出口车辆。

铃木通过利用铃木的全球分销网络,加强了其出口业务,目标市场为欧洲、拉丁美洲和非洲。OEM厂商还投资于车型定制、右舵/左舵驾驶配置以及符合多样的排放和安全法规,使印度车辆能够无缝融入不同的全球市场。

许多这些工厂配备了先进的机器人、精密装配线和符合国际标准的质量控制系统。这使全球OEM厂商能够在印度生产车辆,既满足国内消费,也出口到100多个国家。

2. 自主品牌战略和定向投资

全球领先的汽车制造商和印度汽车制造商已将印度战略定位为全球生产基地。现代、马自达、起亚、日产、丰田、塔塔汽车和玛希indra已采用双重市场生产策略——从相同的设施为国内和国际市场生产。

例如,现代汽车出口其印度制造的超过40%的汽车到拉丁美洲、非洲和亚洲。马鲁蒂

3. 政府支持与出口友好政策

印度中央政府通过有针对性的政策措施在促进汽车出口方面发挥了积极作用。主要举措包括:

- **印度制造:** 鼓励外商和本地投资制造业。
- **汽车及汽车零部件PLI计划:** 为高科技、出口导向的汽车生产提供财政激励。
- **RoDTEP (出口产品免税)**
抵消内嵌的税收和关税,以使出口成本具有竞争力。
- **双边和区域贸易协定:** 印度正在扩大其与阿联酋、英国和澳大利亚的自由贸易协定(FTA)和C-EPA/CECA协议网络,减少贸易壁垒,改善印度车辆的市场准入。



4. 技术工人和成本竞争力

印度拥有大量的熟练工程师、技术人员和工厂工人，再加上与西方和东亚经济体相比低的劳动力成本，使印度汽车制造商具有成本优势。这支技术熟练且成本效益高的劳动力使OEM能够保持全球生产标准，同时以有竞争力的价格出口车辆。

此外，印度工程师越来越多地参与全球车辆设计、测试和数字模拟，使该行业更具自主性和创新驱动。

5. 符合全球排放和安全标准

印度向与欧六排放标准一致的 Bharat Stage VI (BS VI) 标准过渡，提升了印度汽车在全球的接受度。制造商也在集成先进的碰撞安全功能、安全气囊、行人保护和电子稳定程序，使其产品符合全球NCAP评级。

这项监管协调帮助印度汽车进入更严格的市场，并提升了与印度制造车辆相关的质量和认知安全。

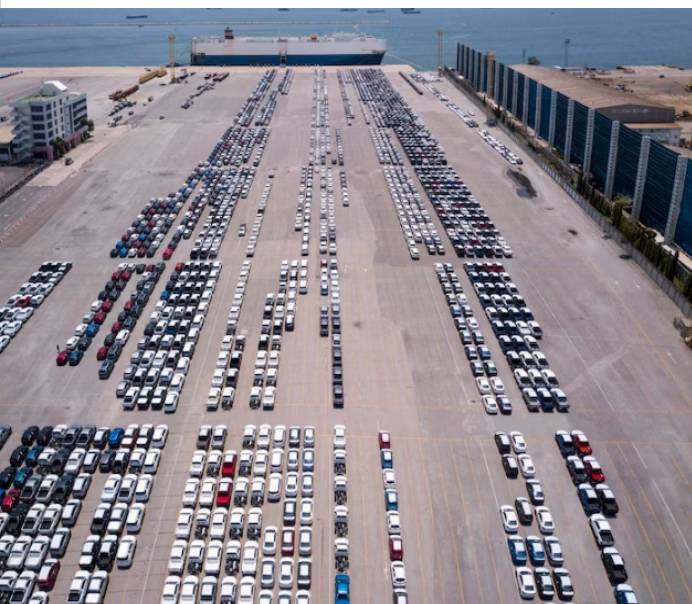
6. 全球供应链重组 (中国+1战略)

在日益上升的地缘政治紧张局势中，特别是中西方之间，全球汽车制造商正在采取“中国+1”战略来分散其生产基地。由于规模、民主治理、政治稳定、工程专长和不断改善的物流基础设施，印度已成为一个关键的受益者。

外国OEM厂商正越来越多地在印度采购零部件、设立研发设施并扩大组装运营，既是为了规避对中国过度依赖的风险，也是为了将印度打造成为紧凑型、燃油效率汽车的战略出口枢纽。

物流、基础设施和港口生态系统

一个高效且可靠的物流和港口基础设施对印度乘用车出口的成功至关重要。在过去的二十年里，印度



已在建立强大的汽车制造产业集群网络，并与世界级港口相连，从而促进无缝出口货物至100多个国家。

主要出口港口：钦奈、恩纳尔、蒙德拉、皮帕瓦夫

印度的汽车出口严重依赖于几个战略位置优越的港口，每个港口都在支持特定的OEM和制造中心方面发挥着独特的作用。

• **钦奈港（泰米尔纳德邦）**：被誉为“汽车门户”，金奈管理着印度相当一部分的汽车出口。它服务于像现代、日产、福特和雷诺这样的主要原始设备制造商，并且拥有专门用于车辆出口的滚装滚卸码头。该港口设有现代化的预交付检验区和保税仓库，以简化装运和海关流程。

• **安纳尔港（现称卡玛拉贾尔港，泰米尔纳德邦）**：位于钦奈附近的安纳尔是专为汽车出口而建设的港口。它管理现代汽车、起亚、福特等公司的车辆，提供深水泊位供大型船只停泊，以及快速的周转时间。其

靠近斯里伯尔布图尔汽车枢纽给它带来了战略优势。

• **蒙德拉港（古吉拉特邦）**：位于印度西海岸的芒达港由阿迪尼港口公司运营，已成为马自达铃木的主要出口门户。专用滚装码头和铁路连接的车辆调度设施使芒达港成为一个高效的外运节点，能够以最小的延误处理大量货物。

• **比帕瓦港（古吉拉特邦）**：另一个重要的西海岸港口皮帕瓦夫管理古吉拉特汽车集群的一部分车辆出口。它与德里-孟买工业走廊（DMIC）的连通性提供了额外的战略价值。

滚装码头和汽车出口走廊

滚装码头（车辆直接开上船舶）的使用，因其效率高、安全可靠且操作成本低，已成为车辆出口的行业标准。印度的主要港口现在提供专门的滚装码头、出口前检验场和车辆处理区，以最大限度减少损坏和运输时间。

此外，自动车的开发 出口走廊——连接制造中心与港口的专用道路和铁路——极大地促进了陆路运输。例如，现代使用从斯里普尔布杜尔到因诺尔的定制铁路物流解决方案，而马自达汽车则将其古吉拉特工厂开发至蒙德拉的铁路汽车枢纽。

内陆物流和多式联运连接

尽管有了这些进步，印度内陆物流仍然好坏参半。虽然 OEM 厂商正越来越多地从公路物流转向铁路物流，



像最后一公里联通、铁路基础设施欠发达和交通瓶颈这样的挑战依然存在。在总理的“加提·沙克提”倡议下出现的多模式物流园区（MMLP）承诺提供仓储、冷链和铁路公路联通服务，这可能在未来几年改变车辆物流。

而有限的滚装船供应凸显了发展本土海物流能力的需求，包括国内滚装船队的发展。印度航运公司可以通过投资汽车专用货运服务来填补这一空白，从而促进海事和汽车行业的发展。

此外，对电子收费（电子不停车收费系统）、具备GPS功能的车队跟踪和准时制配送系统的投资增加，正在使汽车供应链实现现代化。

在监管方面，海关延误和程序不一致凸显了所有港口在深度数字化和单一窗口清关系统方面的范围。这些改革将增强印度的经商便利性，并与全球最佳实践保持一致。

未来机遇

虽然印度的乘用车出口生态系统经历了快速增长，但现有的挑战也为战略改进和价值创造提供了明确的途径。例如，港口拥堵和基础设施差距，尤其是在出口高峰期，为公私合作伙伴关系开发专用汽车终端和多式联运物流枢纽提供了机会。这些投资可以缩短前置时间并提高出口效率，使印度成为全球汽车制造商更具吸引力的枢纽。

最后，全球对电动汽车和互联汽车的不断增长的需求为印度提供了成为电动汽车专业出口中心的机会，前提是生态系统能够与正确的电池处理、安全基础设施和认证标准共同发展。

印度当下的瓶颈，是未来全球汽车出口领导力的跳板。

结论

印度作为全球客运车辆出口中心的崛起反映了其在制造业和工程领域的日益增长的实力

同样，高运费等问题

以及供应链整合。得益于战略政府政策、世界级的生产设施和熟练的劳动力，该国将自己定位为全球汽车市场的可靠合作伙伴。像现代、马自达-铃木、起亚和塔塔汽车等领先OEM企业已经利用印度的基础设施和成本竞争力，为包括拉丁美洲、非洲和东南亚在内的100多个国家提供服务。

产能，以及监管流程仍然存在，它们也为有针对性的改革和投资提供了机会。随着对电动汽车和互联汽车的需求不断增长，印度可以通过成为绿色和智能交通的出口枢纽，进一步增强其全球作用。

创新、持续的政策支持和基础设施建设将是维持印度势头和加强其在全球汽车价值链中地位的关键。

虽然物流和港口面临挑战

