

THE PATH AND GUARANTEE SYSTEM FOR THE HIGH-STANDARD INTERNATIONALIZATION OF AUTOMOBILE INDUSTRY

汽车产业高水平国际化发展的路径 与保障体系



安亭·上海国际汽车城
Anting • Shanghai International Automobile City

THE PATH AND GUARANTEE SYSTEM FOR THE HIGH-STANDARD INTERNATIONALIZATION OF AUTOMOBILE INDUSTRY

汽车产业高水平国际化发展的路径 与保障体系



前言

中国电动汽车百人会致力于打造国家在电动汽车及相关领域的高水平第三方智库，课题研究是智库建设的重中之重。百人会主要是搭建平台，整合内外部资源，组织专业人员开展调研活动，最终形成可供决策参考的研究报告。

本研究报告属阶段性研究成果，数据引用、观点收集、研究论据等暂未逐一注明出处，由于部分信息来自外部，且未与企业一一核对，百人会对所涉信息和内容的准确性及完整性不作任何保证，对相关信息如不准确，请以实际情况为准。

本研究报告中所刊载的信息、观点以及数据有可能因发布日之后的情势或其他因素的变更而不再准确或失效，但百人会不承担更新不准确或过时的信息、观点以及数据的义务，在对相关信息进行变更或更新时亦不会另行通知。

课题组

首席专家（排名不分先后）

张永伟 中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长
王 青 国务院发展研究中心市场经济研究所副所长

课题组成员（排名不分先后）

车百智库
张 健 曾玮良 吴依静 唐高凤 李 硕
上海市新能源汽车公共数据采集与监测研究中心
乔 丽 钟鸣荟

摘要

2024 年，中国汽车产业国际化发展加速推进，出口规模再创新高，全年汽车出口达 585.9 万辆，同比增长 19.3%，其中新能源汽车出口 128.4 万辆，占比约 22%，出口区域进一步拓展，企业海外本土化布局步伐加快。在汽车产业国际化向纵深发展的过程中，地缘政治、贸易摩擦、新型非贸易壁垒、数据合规、海外协同等方面的风险进一步凸显。高水平对外开放成为下一阶段产业和企业国际化发展的核心要求，如何从国家和产业层面出发，结合最新形势和产业诉求，搭建起支撑产业国际化发展的保障体系至关重要。

本报告整理研判我国汽车产业国际化发展面临的新形势。从全球政策环境、市场推广、物流运输、服务生态、法规标准等维度分析产业国际化发展面临的多重挑战，提出有效破局的重点方向。结合其他国家及产业的国际化发展经验分析如何建立支撑中国汽车产业高水平国际化的保障体系，并提供可行的发展建议，为政府有关部门切实解决产业国际化发展的共性问题提供参考。

第一部分介绍全球新能源汽车产业发展、贸易与竞争面临的新格局、新形势，梳理全球重点区域的发展情况，从政策环境、合作生态、海外市场等方面分析我国汽车产业国际化发展的新特点。

第二部分结合国内国际行业发展的新形势，动态评估我国汽车产业国际化发展在出口贸易、市场拓展、物流运输、海外经营、产品合规等多环节的风险挑战，并提出下阶段汽车产业国际化发展的重点方向与路径。

第三部分结合全球其他经济体汽车产业及我国其他行业国际化发展经验，针对当前产业国际化发展过程中的难点问题，提出构建金融、物流、风险预警应对、海外组织协同四大保障体系的必要性和主要方向。

第四部分结合汽车产业国际化发展面临的新形势和高水平国际化发展的核心要求，从政策体系、国际化发展环境、标准体系、软服务体系、海外服务生态等方面提出推动汽车产业高水平国际化发展的建议。

此外，本报告研究过程中，针对日本汽车产业国际化发展经验、中国同东盟、欧洲等重点区域的合作进行了具体的研究分析并形成了相应的专题报告。

本研究报告为中国电动汽车百人会国际化发展系列研究的阶段性成果，后续课题组会持续跟踪中国汽车产业国际化发展态势及挑战，研究重点区域发展情况及路径，并发布相关研究成果。

目 录

- 一、中国汽车产业国际化面临新的发展形势 1
 - (一) 全球汽车国际贸易与竞争格局加速调整 3
 - (二) 中国汽车产业“新国际化”发展加速推进 12
- 二、中国汽车产业国际化发展面临的挑战与重点方向 19
 - (一) 中国汽车产业国际化风险与不确定性持续加剧 21
 - (二) 新形势下推进中国汽车产业国际化发展的重点方向及路径 34
- 三、构建中国汽车产业国际化发展的保障体系 45
 - (一) 金融保障体系 47
 - (二) 物流保障体系 48
 - (三) 风险预警与应对保障体系 53
 - (四) 海外组织保障体系 54
- 四、推动中国汽车产业高水平国际化发展的建议 57
 - (一) 完善国际化发展专项政策体系，给予产业信心 59
 - (二) 营造合作共赢的国际化发展环境，做好技术性贸易壁垒应对 59
 - (三) 积极参与国际标准制定，提高标准话语权 59
 - (四) 构建国际化发展的软服务体系 60
 - (五) 加快完善自主品牌海外流通及使用的保障体系 60

图表目录

图表 1 2024 年全球新能源汽车销量 TOP15 国家的销量结构与技术路线 3

图表 2 近三年中国新能源汽车销量及渗透率 5

图表 3 跨国车企近期在中国市场的重要战略及部署 5

图表 4 新兴市场近三年电动汽车销量 7

图表 5 部分新兴市场在电动化方面的政策 7

图表 6 2024 年欧洲主要国家电动汽车新车注册量 9

图表 7 欧洲多家车企放缓电动化转型 10

图表 8 2024 年中央及地方在支持汽车产业国际化发展方面的政策举措 13

图表 9 2020-2024 年中国汽车出口量 14

图表 10 2024 年中国新能源汽车出口数量前十国家 14

图表 11 2024 年中国新能源汽车出口国家平均单价对比 15

图表 12 中国新能源汽车整车、零部件企业不断加快海外布局 16

图表 13 部分合资车企中国工厂反向出口 17

图表 14 全球主要国家在电动汽车领域的贸易法案法规 22

图表 15 中国车企在海外市场的产品投放情况（不完全统计） 24

图表 16 国内多家车企自建运力情况 26

图表 17 全球主要国家和地区充电产品认证标准 28

图表 18 国内车企在海外市场售后服务体系建立方式 29

图表 19 全球主要国家及地区整车认证法规及认证概况 31

图表 20 2023 年全球锂、钴、镍资源储量分布 34

图表 21 2023 年和 2030 年全球动力电池需求量地区分布情况 35

图表 22 汽车芯片各环节市场分布 36

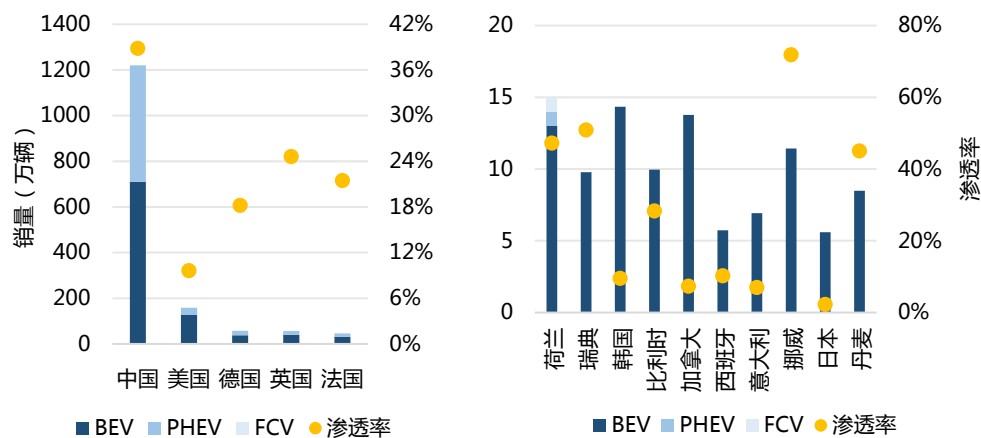
图表 23 特斯拉对其配套供应链企业的巨大拉动作用	37
图表 24 中国车企与跨国车企海外销售收入对比	38
图表 25 日本车企（以丰田为例）国际化发展历程	39
图表 26 丰田在各区域投资建厂情况	40
图表 27 国外新能源汽车主要市场充电基础设施现状	43
图表 28 汽车海运各种方式优缺点情况	49
图表 29 全球主要区域的物流保障体系建设方向	51
图表 30 汽车行业海外派出管理体系职能	54

中国汽车产业国际化 面临新的发展形势

全球汽车产业正经历着前所未有的深刻变革，产业竞争格局加速调整，主要国家和地区汽车产业政策和贸易规则变动频繁。在此背景下，中国持续优化适应产业国际化发展的政策环境，提升自主品牌竞争力，拓展国际合作模式及区域，推动以全球合作共赢与深度融入本地市场为核心的“新国际化”发展。

（一）全球汽车产业发展与竞争格局加速调整

新能源汽车的发展对全球汽车产业、贸易、竞争格局产生重要影响。在全球低碳转型与技术革新浪潮下，新能源汽车在全球市场的份额持续快速增长，带动了全球产业链的重构与协同发展，车企、电池企业、充电设施运营商、科技企业等产业链上下游企业通过战略合作、股权合作等方式，形成了更加紧密的产业生态。2024 年，中国新能源汽车市场销量突破 1200 万辆，全球占比超 65%，新能源汽车出口 128.4 万辆，占到全年汽车出口数量的 22%。中国新能源汽车出口市场从传统的欧洲、东南亚等地区向拉美、中东、澳新等新兴市场拓展，对全球汽车产业的贸易格局产生重要影响。据预测，未来十年全球电动汽车需求将激增，在 2050 净零排放情景下，全球电动汽车市场渗透率将在 2030、2035 年分别达到 65%和 95%。其中 2030 年中国汽车制造商在全球份额将从 17%增至 33%，传统整车厂的全球市占率可能从 81%下降到 60%以下，重塑全球汽车产业的贸易结构与格局¹。



图表 1 2024 年全球新能源汽车销量 TOP15 国家的销量结构与技术路线

资料来源：Marklines，车百智库整理

全球汽车产业链竞争格局加速重构，主要经济体分化日益明显。从市场规模、政策支持、技术创新、产业链协同等多方面综合考量，当前中国新能源汽车产业

¹ IEA. Global EV Outlook 2024: Moving towards increased affordability

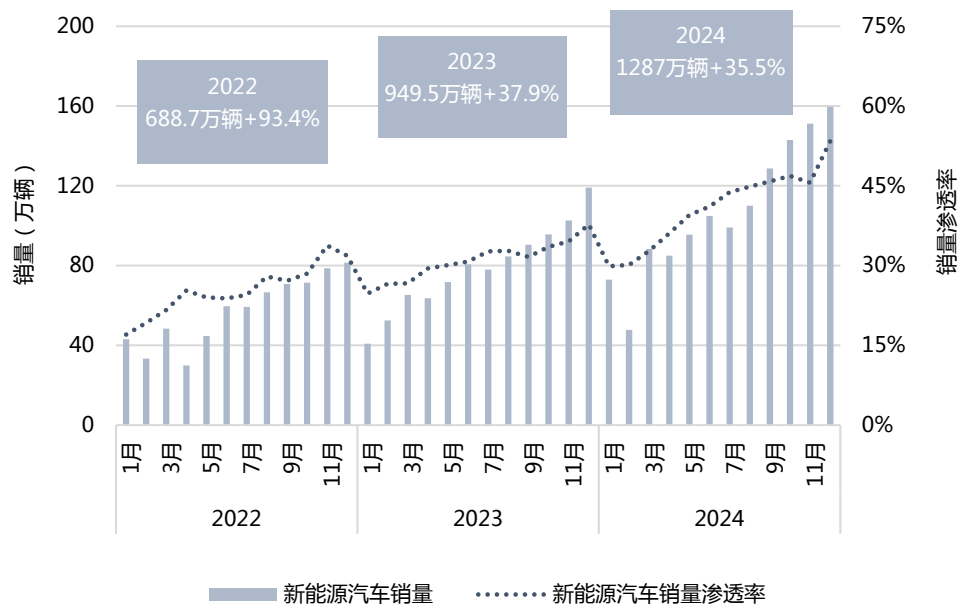
发展具备换道先行的领先优势，并正在从整车出口到市场全球化、生态本地化和品牌国际化转变；东南亚、南美等地区出台系列政策鼓励电动汽车生产购买与投资建厂；美欧等发达国家从市场与贸易开放的政策导向转向贸易保护，希望培育本土产业链维持汽车产业的竞争力。整体上看，新能源汽车产业的国际化发展机会仍较巨大，如西班牙、匈牙利、泰国等部分有整车或零部件产业基础的国家，利用政府补贴、税收优惠、外资营商环境优化等措施，寻求和吸引跨国企业的投资与合作，以增强国际贸易与跨国合作。

1、中国：电动化市场规模领跑全球

中国作为全球目前最大的新能源汽车市场，将持续在全球电动化发展中占据主导地位。当前中国新能源汽车市场发展已从高速增长期过渡到稳健增长期，市场消费需求向多元化、低碳化、服务化转变。从产业链来看，中国已构建起完备的电动化产业链条，尤其是在电池和上游原材料领域，在全球电池及正、负极材料产能中分别占比约 60%、60%、80%²，宁德时代、比亚迪、中创新航、国轩高科、亿纬锂能、欣旺达 6 家中国企业进入全球动力电池装机量 TOP10，市占率达 67%³，在全球新能源汽车产业链的国际影响力明显提升。从产品竞争力看，中国自主品牌在国际汽车市场的认知度逐渐提高，比亚迪宋 Plus、奇瑞瑞虎 7、名爵 MG ZS、长城哈弗等车型与当地市场需求场景适应性高，且与竞品相比更具性价比，在南美、东南亚、澳大利亚、俄罗斯、中东等区域销量表现突出，新能源汽车在欧洲、东南亚、中东等地区的出口表现较为突出。随着车企海外建厂投产步伐加快，未来中国汽车尤其是新能源汽车的品牌影响力还将提升，也必将深刻影响今后 5-10 年全球汽车行业的技术发展、商业模式乃至竞争格局。

² 波士顿咨询公司与中国汽车工程学会联合研究. 《全球动力电池产业链可持续发展评估》

³ 2024 年 1-12 月数据，SNE Research 统计



图表 2 近三年中国新能源汽车销量及渗透率

资料来源：中国机电产品进出口商会，车百智库整理

随着中国与世界其他地区的贸易合作加深，跨国汽车企业逐渐将中国视为其全球战略的关键市场。尽管部分跨国车企由于电动汽车业务发展低于预期，短期内选择放缓全面电动化进程，但出于市场需求和投资回报的考虑，选择更加务实地推进重点区域和领域的转型，重点押注中国市场并加强同中国企业合作。大众、宝马、特斯拉等跨国巨头车企深度融入中国新能源汽车产业链体系，并将研发重心逐渐向中国转移。如大众向中国本土供应商采购更多零部件，使其开发周期缩短约 30%，成本降低 20%-40%；奔驰推迟其全球电动化目标，但将中国视为最重要的市场，加大了新能源与智能车型产品在中国的投放；福特、日产、宝马 mini 等企业，将依托中国优质的供应链基础与产能优势向海外出口。

图表 3 跨国车企近期在中国市场的重要战略及部署

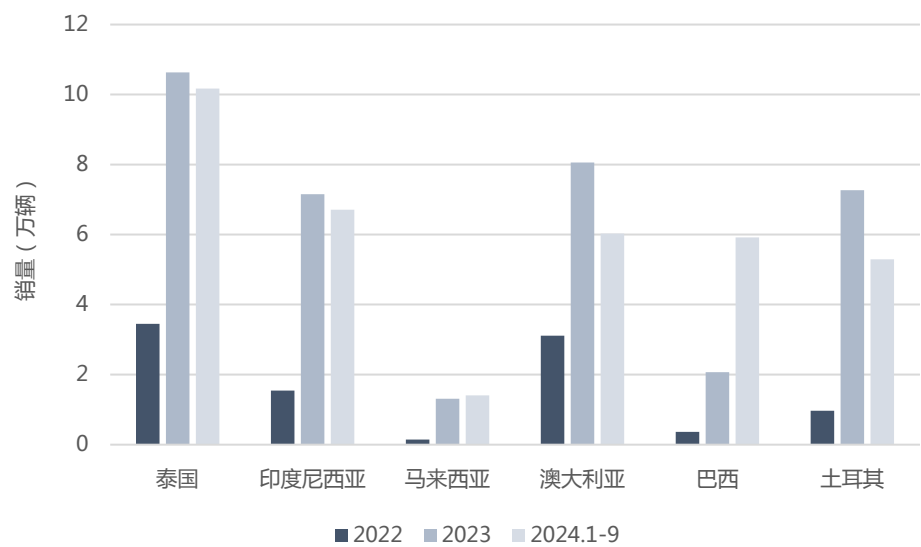
车企	对华战略	本土化关键动作
大众	全面绑定中国供应链	合资企业技术赋能:投资 25 亿欧元建立合肥电动汽车研发中心于 2024 年启用，聚焦智能座舱和 L4 自动驾驶（本土团队占比 90%）；与地平线合资公司（CARIZON）开发芯片，2025 年装车；与小鹏合作共同开发 CEA 电子电气架构，推动超快充网络建设 本土适配化开发：中国专属纯电动汽车平台 CMP 于 2026 年推出

车企	对华战略	本土化关键动作
宝马	本土化调试	本土化生产：2024 年 4 月宣布对沈阳基地增加投资 200 亿元，启动第 6 代动力电池项目，计划于 2026 年正式启用 本土化调试：BMW 5 系智能驾驶系统针对中国道路和驾驶习惯进行了超过 2000 个本土化调整；BMW 新世代操作系统 X 70%源代码在中国开发和优化；预计将 2025 年启动 BMW 新世代车型在中国的 L3 级自动驾驶道路测试
奔驰	在中国市场加速电动化	计划在华投资超 140 亿元，2025 年将投产中国市场专属的纯电动车型 根据中国道路打造的 L2+导航辅助驾驶将于 2025 年拓展至更多车型
Stellantis	深度绑定合作	与零跑汽车成立合资公司，分别持股 51%和 49%；将与宁德时代以双方各持股 50%成立合资公司
特斯拉	中国为全球产能中枢	中国首个外商独资整车制造项目，上海超级工厂的产业链本土化率超过 95%，中国员工占 99.99%，年产能提升至 150 万辆；上海储能超级工厂初期规划年产商用储能电池 1 万台，储能规模近 40GWh，预计 2025 年实现量产
丰田	押注中国市场	计划到 2030 年在中国实现插电式混动和纯电车型的电动化车型年产量 250 万辆，加速在中国的本土化策略，计划在上海新建独资电动汽车工厂以生产雷克萨斯车型

资料来源：公开资料，车百智库整理

2、新兴市场：利好政策加持下市场变革持续提速

东南亚、南美、中东、澳大利亚等国家的电动汽车销量近年来在“补贴+关税减免+本土化激励”政策组合拳作用下实现了快速增长。墨西哥、泰国、印度尼西亚、澳大利亚、马来西亚、巴西、土耳其等国家的汽车市场体量均在百万辆规模，电动汽车渗透率为 10%或以下，仍处于起步阶段，但由于这些国家和地区具备进出口区位优势、经济增长潜力大、税收优惠及产业政策支持等多重利好因素，近年来电动汽车市场快速增长，平均增速超 100%，是同期全球增速的 5-8 倍。伴随全球电动化浪潮，新兴市场和发展中国家将采取更为积极的措施加速电动汽车产业的发展，如泰国、印尼、马来西亚等东南亚国家设立新能源汽车产业发展远景目标，并出台政策大力扶持电动汽车的本土化发展，澳大利亚发布补贴政策刺激需求，巴西明确电动汽车发展目标和税收激励，墨西哥、土耳其等市场也在逐步打开，并通过吸引外资、减税等途径，加强了本国在全球电动化转型中的竞争力。



图表 4 新兴市场近三年电动汽车销量

资料来源：各国汽车工业协会，车百智库整理

图表 5 部分新兴市场在电动化方面的政策

国家	相关政策
泰国	购车补贴：纯电动补贴最高 15 万泰铢（约 3 万元人民币），插电混动补贴 5 万泰铢（2022-2025 年）
	关税减免：进口电动汽车关税从 80%降至 0%（2023 年起），但需承诺 2026 年前本地化率超 30%
	充电基建：2024 年公共充电桩突破 5000 个，曼谷核心区密度达 3 个/平方公里
马来西亚	免税期延长：纯电动汽车免征进口税、消费税至 2025 年底，插电骑车免税 50%
	税收减免：投资电动或混动汽车及其组件的组装或制造公司 70%/100%所得税减免
	充电补贴：企业建设公共充电桩可获 50%成本补贴（最高 10 万马币/桩），免征充电设备制造商 2023-2032 财政年度的收入所得税
印度尼西亚	关税减免：纯电动汽车进口关税从 15%降至 0%（2023 年生效），电池/电机关税降至 5%
	购车补贴：2024 年起，售价低于 7 亿印尼盾（约 32 万元）的电动车补贴 3500 万印尼盾（约 1.6 万元）
	本土化激励：车企本地化率超 40%可获额外税收减免（如五菱、现代已达标）
	充电基建：政府与印尼国家电力公司（PLN）合作推动 2025 年建设 2000 个充电站

国家	相关政策
墨西哥	关税减免：纯电动车进口关税为 0%（燃油车 8-20%），动力电池/电机关税降至 5%（2023 年生效）
	本土化激励：车企在墨设厂可获土地补贴和 15%所得税减免（特斯拉、比亚迪已签约）
	充电基建补贴：联邦政府拨款 1.2 亿美元，2024 年新增公共充电桩 1500 个（主要分布在墨西哥城、蒙特雷）
巴西	Flex Fuel 补贴：插混车可使用乙醇燃料，享受 30%消费税减免
	“绿色道路”计划：高速公路每 50 公里需配建充电站（2027 年强制执行）
澳大利亚	各州补贴：新南威尔士州补贴 3000 澳元，维多利亚州免路税+充电补贴
	进口便利：右舵车无需改装（与中国、日本标准兼容），物流成本低
土耳其	关税调整：2024 年 6 月起，土耳其对中国进口的内燃机和混合动力汽车征收额外关税（40%），但对投资设厂的汽车厂商给予关税优惠（10%）
	2024 年免征电动车增值税（原 18%），充电桩投资补贴 50%

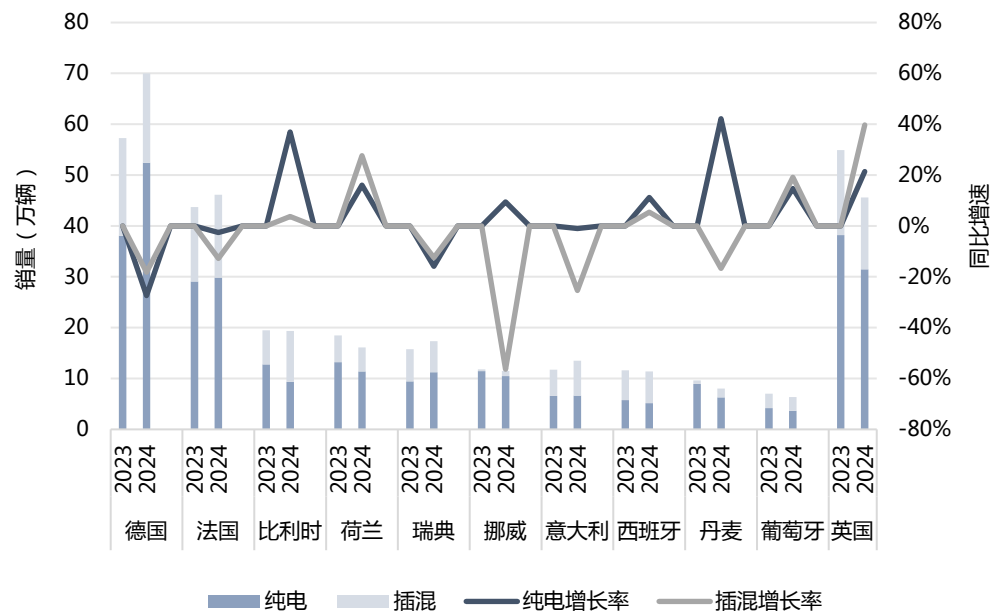
资料来源：公开资料，车百智库整理

中国车企通过整车出口、投资建厂、技术合作、产业链布局等多种方式，在新兴市场的电动化进程中发挥了重要的助推作用。目前，中国自主品牌以性价比和高端差异化车型进入市场，并在当地新能源汽车市场占据了重要位置，如比亚迪自 2023 年起连续占据泰国电动汽车品牌注册量首位，2024 年全年占比达到 38.5%。同时，中国车企还通过在当地建设整车制造工厂、电池工厂、充电设施等，完善新能源车产业链，将为当地创造大量就业机会，有效提升当地的产业与经济活力。

3、欧美：传统汽车出口中心转型困境

欧洲电动汽车市场销量增长整体放缓，政策执行力度不足、充电基础设施建设滞后等因素影响需求侧信心。ACEA 统计数据显示，2024 年欧洲地区（含英国）新车注册量 1296 万辆，同比小幅增长约 0.9%，其中传统燃油与混动汽车注册量分别占比 35.5%和 31.4%，而纯电动与插电式混合动力汽车注册量分别占 15.4%和 7.3%。从分车型技术路线看，2024 年欧洲纯电动与插电混动车型销量同比分别下滑 1.3%、3.9%，而混动车型同比增速达到 19.6%，主要原因是德国、法国等主要市场的补贴政策发生了较大调整。如德国在财政预算压力下将原定于 2024 年

底取消的电动汽车购车补贴提前于 2023 年底执行，法国出于本土化保护则将亚洲生产的电动汽车车型排除在补贴清单外，两国电动汽车市场销量出现较大幅度的减少，德国纯电动汽车 2024 年销量 38 万辆，同比下降 27.4%；法国纯电动与插电混动车型全年销量 43 万辆，同比下降 5.2%。



图表 6 2024 年欧洲主要国家电动汽车新车注册量

资料来源：各国汽车工业协会，车百智库整理

2024 年欧洲电动汽车市场销量 294.5 万辆，渗透率为 22.7%，欧盟地区电动汽车销量 220.7 万辆，渗透率 20.8%，与“Fit for 55”中 2035 年实现新车净零排放的目标相去甚远，近期欧盟发布 2025-2035 年碳排放新规，自 2025 年起车企旗下乘用车平均二氧化碳排放量需降至 93.6 克/公里（WLTP 标准）。**从车企和成员国执行目标情况来看**，汽车行业可能会因欧盟设置的碳排放目标面临高达 160 亿欧元的经济损失，大众、福特等传统主流车企与目标值相差较大将可能产生高额罚款，Stellantis、奔驰等通过与新能源车企合作或购买获得碳信用来避免罚款。同时，德国、法国、意大利、捷克、奥地利等多个成员国呼吁欧盟提供更大的灵活性，避免因不切实际的目标而使欧洲汽车行业的竞争力受到严重限制。**从使用环境看**，截至 2023 年底全欧洲约 60% 的公共充电站分布于荷兰（约 23%）、德国（约 19%）和法国（约 19%）三个电动汽车销量较高的国家，整体分布不均，多数国家的车桩比仍高于全球平均水平，且快速充电站（容量超过 22kW）占比约

13.5%，将产生充电效率低、用户体验不佳等负面影响，ACEA 调研显示 63%欧洲消费者因充电不便拒绝购买纯电动汽车。此外，欧洲不同国家的电价存在显著差异，2024 年挪威南部地区电价一度上涨到每千瓦时 13.16 克朗（约合 1.12 欧元），对欧洲电力市场产生了连锁反应，叠加欧洲整体能源供应短缺、可再生能源不稳定性等因素，欧洲居民电价将可能成较大幅度的波动上升，不利于电动汽车的使用推广。

欧洲传统车企在电动化转型中面临挑战，部分车企增加更多混合动力车型以应对市场需求。由于欧盟产业政策摇摆，相关排放与技术标准更改频繁，传统主流车企转型迟滞，特别是欧洲电池生产成本较高，车企难以在短期内盈利，转型动力不足。多家车企调整或放弃此前的电动汽车产销目标及投资计划，短期内加大对混合动力、插电式混合动力和燃油车型的投资，如奔驰将 50%的电动汽车销售占比目标实现时间从 2025 年推迟到 2030 年；沃尔沃放弃到 2030 年只销售电动汽车的计划，称到 2030 年轻度混合动力车型将占到总销量的 10%；大众为保持竞争力采取裁员、降薪以及关闭工厂等系列举措；宝马暂时关闭其位于丁格尔芬的欧洲最大生产基地。欧洲汽车行业正在经历转型“阵痛期”，自 2024 年以来，博世、大陆、采埃孚、舍弗勒等零部件巨头在欧洲的裁员总数已超过 5 万人。

图表 7 欧洲多家车企放缓电动化转型

车企	电动化战略调整	产品结构调整
大众	· 推迟 SSP 平台：原定 2026 年量产推迟至 2028 年，优先升级现有 MEB 平台 · 削减电池投资：暂停欧洲 4 座电池厂建设，转向宁德时代/国轩高科采购	· 聚焦平价市场：ID.2 推迟至 2027 年，售价目标降至 2.5 万欧元以下比亚迪（海豚）、名爵（MG4） · 扩展插混车型：推出途观 L PHEV、帕萨特 PHEV，续航提升至 100km（WLTP）
宝马	· 放缓纯电研发：Neue Klasse 平台延至 2026 年，削减 30% 电池研发预算 · 调整产能：慕尼黑工厂保留燃油车产线至 2030 年^⑥	· 强化 PHEV 产品线：X5/X3 插混版升级至第四代 eDrive，纯电续航 120km · 高性能混动：M 系列推出 XM 混动版（综合功率 748 马力）
奔驰	· 收缩电动化目标：放弃“2030 年全电动化”，保留燃油车至 2035 年 · 换电合作：与蔚来欧洲换电网络互通，降低基建投入 · 软件战略调整：MB.OS 系统合作华为，替代自研方案	· 高端混动车型：S 级 PHEV 续航提升至 140km（WLTP），售价 12 万欧元起 · GLC/EQ 双线并行：燃油版 GLC 与纯电 EQE SUV 同步销售

车企	电动化战略调整	产品结构调整
Stellantis	· 暂停电动化工厂：荷兰埃因霍温电动车厂停产，意大利 Termoli 电池厂延期 · 轻资产合作：与零跑汽车深度合作，贴牌出口欧洲	· 混动车型低价化：欧宝 Corsa Hybrid 售价降至 2.4 万欧元 · 商用车混动：雪铁龙 Berlingo PHEV 续航 80km，主攻物流市场

资料来源：公开资料，车百智库整理

美国电动汽车发展进程受执政党、工会等相关利益群体的影响较大。电动汽车是美国民主党与共和党政策博弈的重要领域，拜登政府通过加强对本土新能源汽车及配套产业的支持，并收紧对外国新能源汽车领域相关实体的限制来促进本地电动汽车市场及产业的发展，但也受到其他工会、政党的制约。拜登政府原计划到 2032 年实现电动汽车渗透率 67%，但因工会和传统车企压力，2024 年将目标下调至 56%，并在大选中为争取密歇根等摇摆州选票，推迟全面电动化并允许车企以混动技术替代纯电转型。特朗普政府更加重视对传统汽车产业的保护，新上任后拟撤销《通胀削减法案》中 7500 美元电动车税收抵免，并将原用于充电桩建设的资金转向传统基建，进一步削弱行业转型动力。近期，特朗普政府启动对美国贸易伙伴征收所谓对等关税并宣称对汽车、半导体等进口征收约 25%关税，墨西哥（2024 年对美出口 278 万辆）、德国、日本将受最大冲击，而中国通过墨西哥转出口至美国的汽车也将面临成本飙升的风险。

美国从排放标准层面持续推动交通减排，但在产品、成本、充电基础设施普及等方面仍面临诸多挑战。2024 年 4 月，美国环保署（EPA）正式发布 2027～2032 年美国新车排放标准，要求 2032 年新车二氧化碳尾气排放上限为 85g/英里，对应新车中纯电动与插电混动汽车比例分别需达到 56%、13%。加州空气资源委员会（CARB）通过了新的零排放车辆（ZEV）计划，要求到 2035 年所有在加州销售的新乘用车和轻型卡车必须实现零排放，同时加州还出台如购车补贴、税收抵免以及建设充电基础设施等一系列配套政策，刺激电动汽车的消费。但从美国汽车市场整体来看，消费者对混合动力汽车的偏好、高昂的电动汽车购买成本以及充电基础设施的不足和分布不均等问题，都制约了美国电动汽车市场的快速发展。2024 年，美国混合动力汽车销量增长 35.4 万辆，达到 144 万辆，占市场的 11%，而电动汽车零售量仅增加 14.2 万辆，达到 120 万辆，占整体市场的 9.2%⁴。福特、通用等传统车企转型过程中，需要对现有工厂进行大规模改造，涉及生产

⁴ J.D.Power

线调整、员工技能培训等，成本较高，且面对特斯拉等新兴电动汽车品牌的竞争，短期内难以实现电动化战略与经济利益的平衡，被迫调整电动化战略，如福特推迟纯电车型的上市时间，以混动和插电式混动车型作为过渡。

（二）中国汽车产业“新国际化”发展加速推进

1、国内政策环境持续优化

党中央对推动汽车产业更高水平的对外开放与全球合作做出重要部署，进一步巩固和发挥了制度优势。2018 年，我国正式宣布取消专用车、新能源汽车外资股比限制；2020 年取消商用车外资股比限制；2022 年取消乘用车外资股比限制以及合资企业不超过两家的限制，对推动我国汽车产业的国际合作具有重要意义。党的二十届三中全会审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》，提出要建设更高水平开放型经济新体制，具体到汽车产业配套有多项方向指引与落地政策支持：一是深化高水平对外开放，国家明确将进一步优化外资环境，支持新能源汽车企业开拓海外市场。二是全产业链竞争优势提升，国家发展改革委提出要巩固提升新能源汽车的全产业链竞争力，重点推动技术创新和供应链国际化，确保中国新能源汽车在全球范围内的核心竞争力。三是支持企业海外投资与出口，给予新能源汽车企业更多出口支持，降低出口壁垒，鼓励企业在海外建立研发和生产基地。

中央、地方持续完善系列政策支持汽车整车及其供应链企业的国际化发展。2024 年初，商务部、国家发改委、海关总署等 9 部门联合发布《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》，从提升国际化经营能力和水平等六大方面提出 18 项政策措施。积极支持企业开展商务活动，组织并引导汽车公司与航运公司直接对接、签订中长期协议，整车出口贸易的效率得到较大提升。各地方政府积极响应，结合本地实际情况，出台了一系列支持汽车企业出海的政策。部分沿海地区对出口汽车给予资助，如深圳市对经深圳港海上运输（含滚装、集装箱等方式）出口的汽车，根据单个企业每年实际承运汽车的数量予以分档资助。

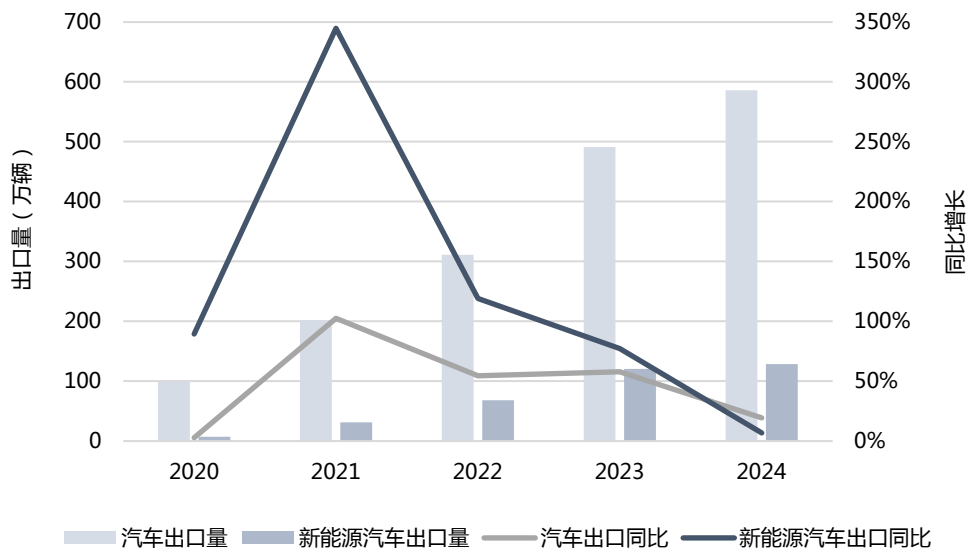
图表 8 2024 年中央及地方在支持汽车产业国际化发展方面的政策举措

政策名称	时间	相关措施
《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》	2024 年 1 月	从提升国际化经营能力和水平、健全国际物流体系、加强金融支持、优化贸易促进活动、营造良好贸易环境、增强风险防范能力六个方面提出 18 项具体政策措施
国家发展改革委、商务部《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2024 年版）》	2024 年 9 月	全面取消制造业领域外资准入限制措施，有助于我国更深层次参与全球产业分工与合作，打造更加开放、更富有韧性的产业链供应链；是提升引资规模和质量的重要举措，有利于进一步引导外资投向先进制造、高新技术等领域，持续优化引资结构，加快发展新质生产力；是深化外商投资管理体制改革的重要举措，在更大范围实施内外资一致管理，将进一步提升营商环境的市场化、法治化、国际化水平，为深化供给侧结构性改革，推动高质量发展注入积极动力。
《深圳市 2024 年促进汽车出口工作方案》	2024 年 2 月	从增加本地汽车制造厂出口车型产量、扩大二手车出口高能级主体数量、加快二手车出口手续办理效率、提升汽车出口运输保障能力、增强汽车出口配套综合服务能力等 6 方面，提出 24 条具体举措

资料来源：公开资料，车百智库整理

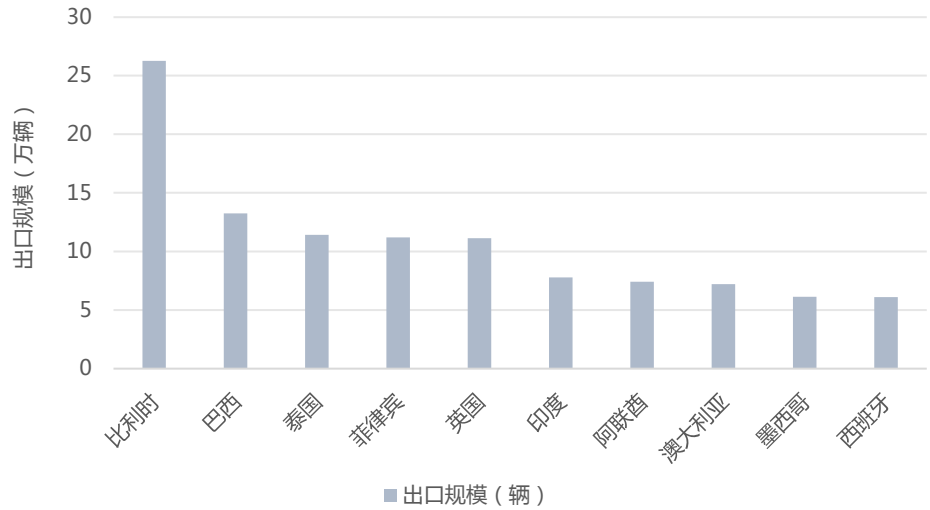
2、国际化市场与模式加速拓展

成本优势助力中国新能源汽车拓展多元化市场。2024 年新能源汽车出口增速虽较 2023 年有所放缓，但在细分领域取得新突破。从技术路线看，得益于比亚迪 DM-i 等车型的产品竞争力提升，插电式混合动力汽车全年出口 29.7 万辆，同比增长 1.9 倍。从区域市场看，2024 年中国对“一带一路”国家出口的新能源汽车同比增长 25%，墨西哥、印尼等市场增速约 300%，对欧盟、美国等市场的新能源汽车出口规模增速放缓，巴西、智利、沙特、阿联酋、乌兹别克斯坦等新兴市场发展潜力较大。从车型产品看，2024 年新能源汽车整体出口价格稍有下降，其原因主要是中国动力电池成本比欧美低 20%-30%，新能源车型相对来说更具成本优势，尤其是我国自主品牌的产品竞争力明显提升，从过去以特斯拉出口占据主导地位到比亚迪、上汽、奇瑞、五菱、蔚来等自主品牌出口为主力。后续随着比亚迪、蔚来、小鹏等品牌在高端车型领域的突破及中国制造车型产品力的持续提升，出口价格将逐渐提高。



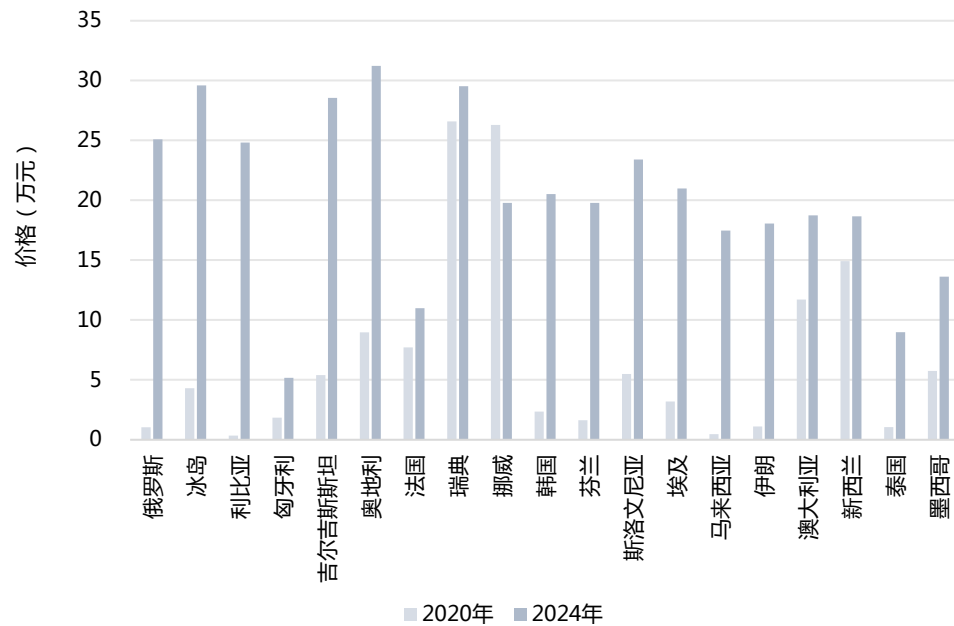
图表 9 2020-2024 年中国汽车出口量

资料来源：汽车工业协会，车百智库整理



图表 10 2024 年中国新能源汽车出口数量前十国家

资料来源：海关总署，车百智库整理



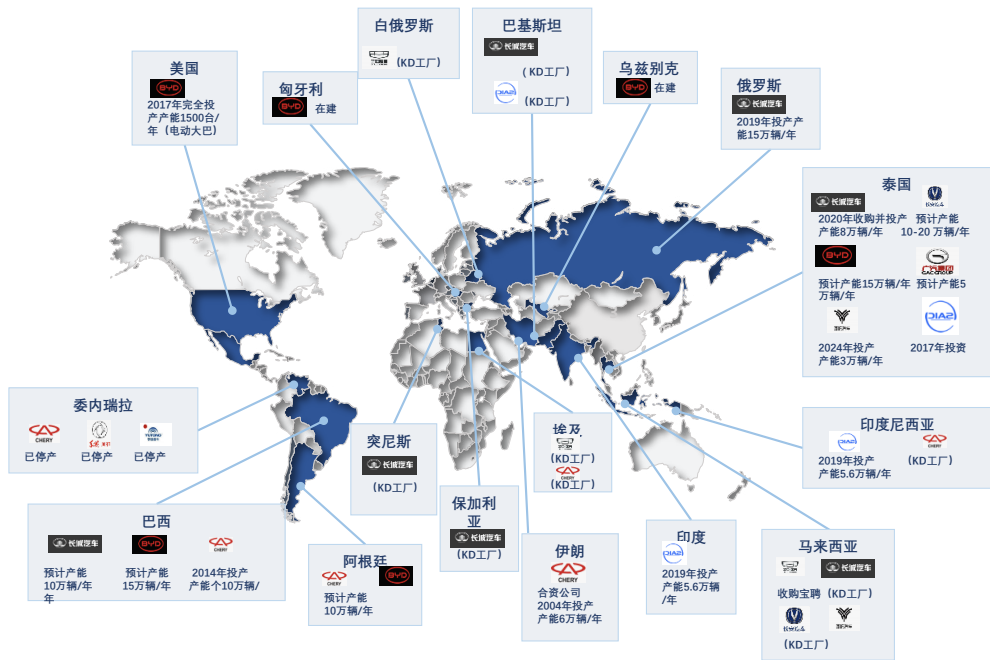
图表 11 2024 年中国新能源汽车出口国家平均单价对比

资料来源：海关总署，车百智库整理

以海外本土化为核心的产业“新国际化发展”将加速推进。2024 年以来，中国新能源汽车产业链企业通过海外产能落地、多元化合作模式及全产业链本地化布局，逐步从单纯产品出口贸易向深度本土化布局转型，并初步形成了以欧洲、东盟、南美三大核心区域深化布局、多点开花的发展格局。

在欧洲，企业凭借技术优势和产业链协同切入电动汽车市场，为当地注入较大的经济活力。2023 年中国的所有直接投资中约 78% 用于新建工厂、研究中心或销售渠道等绿地投资，且三分之二以上为电动汽车领域，如中国项目为匈牙利创造了约 1 万个就业岗位⁵。整车与电池产能开始落地，如比亚迪匈牙利工厂将于 2025 年底前投产，预估年产能 15 万辆；宁德时代继德国和匈牙利将在西班牙投建第三座电池工厂，预计投资规模 41 亿欧元，预计 2026 年年底投产，产能 50GWh。此外，“技术换市场”的合作新模式涌现，Stellantis 入股零跑 21.3% 股权，双方合作生产雪铁龙 ë-C3（基于零跑 T03），在欧洲市场售价 1.99 万欧元，年销量目标 10 万辆，零跑汽车可以借助 Stellantis 的品牌和销售渠道，快速进入欧洲市场。

⁵ 德国墨卡托中国研究所和美国荣鼎咨询公司联合研究



图表 12 中国新能源汽车整车、零部件企业不断加快海外布局

资料来源：车百智库整理

在东南亚，企业依靠政策支持和本地化适配，快速提升当地市场份额。2023 年中国品牌在东南亚新能源市场的份额已超过 50%，比亚迪、上汽和哪吒位居前三，2024 年比亚迪在新加坡的销量增长三倍，首次超越丰田，成为当地年销量最高的汽车品牌。当前比亚迪、上汽、长安、长城、广汽、东风、奇瑞、吉利、北汽、哪吒等多家车企在东南亚均有建厂的规划，部分工厂已经投产，如比亚迪泰国罗勇府工厂 2024 年 7 月已经投产，得益于泰国政府在土地、政策等方面的支持，从开工到投产历时仅 16 个月，年产能约 15 万辆，将成为东南亚右舵车制造枢纽。电池与材料供应链本土化同步进行，如宁德时代在印尼投资 60 亿美元整合镍矿开采、电池生产与回收，并与印度尼西亚国有电池企业合资 11.8 亿美元投建年产能 15GWh 的电池工厂。中国新能源车企在当地重视与经销商合作，加强品牌传播与运营，同时推出适合本土市场的金融产品，均有助于市场的拓展。

在南美，车企通过技术适配和产业链配套完善，深入挖掘潜力市场。2024 年 10 月，巴西《未来燃料法》正式签署，乙醇在汽油中的占比范围将提升至 27%到 35%，比亚迪在巴西巴伊亚州启动建厂，年产能 15 万辆，主要生产插混车型宋 PLUS DM-i，并根据当地的乙醇燃料政策、气候路况特点和市场需求做适应性调

整。当前中国新能源汽车企业正从产品输出转向“技术+生态”输出，以全链条布局增强供应链韧性，同时通过本地化服务提升用户粘性和品牌形象。如长城汽车在南美建立售后服务中心，提供车辆维修、保养和零部件更换等服务，提升了用户对长城汽车的满意度和忠诚度。

跨国车企、合资车企与中国汽车产业链深度绑定，形成“你中有我，我中有你”的合作网络。我国汽车产业通过开放合作，不仅成为了国际化的受益者，也为全球汽车产业创造了国际化发展的广阔空间。跨国车企与中国市场的深度融合，已超越传统合资或贸易伙伴范畴，演变为技术协同、产能共享、标准互认的生态级合作。特斯拉上海超级工厂作为中国首个外商独资汽车制造项目，2018 年 7 月签约，2019 年 12 月交付首批国产 Model 3，2024 年出口 26 万辆，占中国新能源汽车出口的 20%。现代、起亚、福特等在中国的合资车企充分利用本土产业链的优势，通过出口实现战略调整。

图表 13 部分合资车企中国工厂反向出口

北京现代 2023 年出口量破万辆，2024 年上半年出口量同比激增 200%，达 13182 辆，目前正拓展菲律宾、哈萨克斯坦等市场，并计划将业务延伸至非洲、中东、中亚等地，其索纳塔和库斯途车型海外畅销
悦达起亚在 2023 年销售了 16.6 万辆，其中接近一半为出口，累计出口整车 80602 辆，同比增长 125%；到 2024 年 9 月，其累计销量已达 17.62 万辆，同比增长 57%，出口车型包括 EV5、狮铂拓界等 6 款，出口总销量突破 30 万辆，销售额超过 36 亿美元
上汽大众 ID.3 是反向出口的典型案例，因在德国的起售价为 3.99 万欧元（约 31 万元人民币），而在中国仅为 12 万元左右，导致平行出口的机会增大，去年 ID 系列平行出口了几万辆
福特中国 2024 年出口 16.8 万辆（占总销量 40.5%），同比增长超 60%江铃福特全顺电动版出口南美、澳洲，长安福特杭州工厂生产林肯航海家返销美国，实现 7 年来首次全年盈利

资料来源：公开资料，车百智库整理

中国汽车产业国际化 发展面临的挑战与重 点方向

汽车产业国际化发展面临的风险问题与不确定性错综复杂，车企以及供应链企业在出口贸易与海外投资过程中面临贸易壁垒、组织协同不足、海外经营能力不足、物流体系不完善、合规认证难题等多重困境。应从国际合作、对外开放、本地化经营、服务生态、规则互认等方面找准重点方向与路径，提前谋划布局，做好风险防范与应对。

（一）中国汽车产业国际化风险与不确定性持续加剧

新能源汽车因其较强的规模带动、产业联动效应，成为全球新一轮产业竞争制高点，中国新能源汽车的国际化发展，加速了世界贸易及产业格局的改变，对原有国际市场及产业链价值链产生了较大冲击，引起部分国家的高度关注与警惕，受到贸易与合作方面的限制。企业正在加速海外本土化战略，通过构建本土化的研发生产体系更好地满足当地法规及市场需求，提高全球资源配置效率，有效降低贸易壁垒带来的风险，但也面临更多更复杂的本土化建设运营风险。

1、地缘政治不确定性叠加贸易壁垒持续升级，给国际合作带来巨大挑战

欧美已出于产业及贸易保护目的采取反补贴及反倾销手段限制我国新能源汽车进入。欧盟自 2024 年 10 月 30 日起正式对中国进口的电动汽车加征为期五年的反补贴关税，税率从 17.0%到 35.3%不等，2025 年 2 月正式发布《清洁工业新政》再次提出清洁技术产品的关键零部件本土生产比例达到 40%的要求，将在短期内调动超过 1000 亿欧元的资金用于支持本土产业发展。美国已对华电动汽车加征 100%的关税，电动汽车锂电池的关税从 7.5%提高到 25%，特朗普重新上台后，将可能联合盟友对中国新能源汽车行业施压，限制中美新能源汽车产业领域的技术、投资的合作与交流，贸易摩擦将进一步加剧。加拿大、土耳其等国也已设立了关税壁垒，法国通过调整“绿色奖金”补贴标准设置绿色壁垒，相关国家为保护本国产业可能采取更多限制手段，短期内中国电动汽车出口贸易被打压和制裁的风险难以规避。

图表 14 全球主要国家在电动汽车领域的贸易法案法规

国家	限制政策	限制内容	影响
欧盟	贸易保护： 《净零工业法案》和《关键材料法案》	法案规定到 2030 年至少 40%的清洁能源技术要在欧盟内制造，锂、钴、镍以及硅等汽车零部件关键原材料在供应、加工、回收环节本土化至少达到 10%、40%、15%。该法案当前尚未落地	由于自主品牌正通过东南亚等海外设厂或欧洲直接设厂有效规避法案限制，长期来看影响有限
	非关税壁垒： 反补贴调查	调查包括:(1)中国生产电动汽车并向欧盟出口电动汽车的企业是否获得中国政府的补贴;(2)中国电动汽车是否可能对在欧盟生产电动汽车的生产商的经济健康造成损害	比亚迪、吉利和上汽集团三家企业已被首批调查，且欧盟可能在调查未结束前对它们征收临时关税
	关税壁垒： 碳边界调整机制（CBAM）	对水泥、电力、化肥、钢铁、铝、氢气六种进口产品的隐含排放量进行征税，其既包括生产过程中的直接碳排放，也包括其消耗电力对应的间接碳排放	可能导致源自欧洲以外的电池和电动汽车的成本上升，每车约增加 350-750 欧元成本
	低碳管理： 《新电池法》	法规设定了动力电池最低回收率及材料回收目标、提出了碳足迹和电池护照的要求	相关企业可能需进行技术升级、环保改造、建立完善的碳数据收集和管理系统
美国	贸易保护和 非关税壁垒： 《美国通胀削减法案》	以助力“美国制造”为目标，延长新能源车税收抵免有效期并扩大补贴数量，同时将补贴金额与电池关键原料和电池部件的来源地挂。 法案补充规定 2024 年起新能源汽车的关键矿物材料或其他电池组件若由中国等地区企业生产，美国购车人就无法享受 3750 美元至 7500 美元的税收抵免	短期内中国汽车产业链企业加速出海墨西哥，通过迂回进口的方式进入美国市场；长期来看该法案或将对在美国投资新能源汽车的相关中国企业产生负面影响
	关税壁垒： 高关税	美国贸易代表办公室发布声明，确定自 2024 年 9 月 27 日起，将中国制造的电动汽车的关税税率上调至 100% 锂电池关税从 7.5%提高到 25%	直接增加中国汽车在美国市场的成本，可能导致价格上涨和销量下滑
加拿大	非关税壁垒： 加征附加税	自 2024 年 10 月 1 日起，对所有中国制造的电动汽车征收 100%的附加税	直接增加中国汽车在加拿大市场的成本，可能导致价格上涨和销量下滑，降低消费者购买欲望
法国	非关税壁垒： 加征反补贴税	2024 年 10 月，欧盟正式决定对中国电动汽车征收为期五年的反补贴税，税率在 17%至 35.3%之间	直接导致中国电动汽车出口数量下降，价格竞争力优势下降

国家	限制政策	限制内容	影响
	关税壁垒： 绿色奖金	通过审查碳足迹的方式给每辆电动汽车打“环境分数”，满分 100 分，必须超过 60 分才能获得补贴	间接抵制中国产电动汽车
土耳其	关税壁垒： 加征关税及豁免	2024 年 6 月，土耳其对中国进口汽车的关税从 40%扩大到所有车型，并要求关税金额最低为 7000 美元/辆。7 月，土耳其增加了“关税豁免”，对在土耳其投资设厂的汽车厂商不征收额外税费	促使中国车企将土耳其视为投资建厂的重要目的地，以借道进入欧盟市场
巴西	关税壁垒： 恢复并提高关税	2024 年 1 月起恢复征收新能源汽车进口关税，并计划逐步提高税率，到 2026 年 7 月，相关税率将上升到 35%	增加中国电动汽车在巴西市场的长期发展带来不确定性，影响中国汽车在巴西的销售速度
泰国	贸易保护： 提高本地化生产量	泰国政府要求，2024 年每进口一辆电动汽车需对应生产一辆本地生产的汽车；到 2025 年，这一比例将增加到每进口一辆车需对应生产 1.5 辆本地生产的汽车	促使中国车企在泰国加大大地化生产力度

资料来源：公开报道，车百智库整理

2、产业海外组织协同不足，企业在国际市场难以形成合力

产能布局方面，部分区域存在汽车企业一哄而上的问题，容易导致重复性投入和资源分散的现象。例如到 2025 年，在泰国投资的 9 个中国汽车企业新能源产能将超过 60 万辆，远超当地约 10 万辆的市场需求。产品投放方面，在印尼、泰国等东南亚市场，比亚迪 ATTO 3（售价 1.2 万美元）、五菱 Air EV（1.2 万美元）、奇瑞 QQ 冰淇淋（1.1 万美元）集中投放，产品定位和价格存在重叠；在沙特和阿联酋，蔚来 ET5、比亚迪 Seal DM-i 与吉利领克 01 PHEV 均主打“长续航+高温适应性”，导致终端折扣率高达 10%-15%，品牌溢价能力削弱。

图表 15 中国车企在海外市场的产品投放情况（不完全统计）

区域	国家	品牌	投放车型	定价	市场表现
东南亚	泰国	比亚迪	比亚迪海豚、比亚迪 Atto 3（元 Plus）	比亚迪海豚 13 万-18 万元 Atto 3 15 万-20 万元	2024 年在泰国电动车市场的注册量达到 27005 辆，占泰国电动车市场份额的 38.5%
		哪吒	哪吒 V	10-15 万元	哪在泰国电动车市场注册量为 7969 辆，市场份额 11.4%，位居第三
		名爵	MG4 Electric	12-16 万元	2024 年注册量为 9081 辆，占泰国电动车市场份额的 12.9%
		广汽埃安	埃安 Y Plus	15-20 万元	2024 年注册量为 3874 辆，占市场份额的 7.4%
	印尼	上汽通用五菱	五菱 Air EV	10-15 万元	在印尼新能源汽车市场份额超过 50%
	越南	比亚迪	比亚迪 Atto 3（元 Plus）、比亚迪海豹	17-22 万元	2024 年交付量超过 1000 辆
		奇瑞	奇瑞 Omoda 5、奇瑞 Tiggo 7 Pro	15-20 万元	2024 年销量同比增长超过 100%，是越南市场增长最快的中国品牌
		吉利	吉利领克 01、领克 02	12-18 万元	吉利通过与 Tasco 的合资协议，在越南太平省建立组装厂，初期年产能可为 7.5 万辆
	马来西亚	比亚迪	比亚迪 Atto 3（元 Plus）、比亚迪海豹	15-25 万元	比亚迪在马来西亚市场销量增长 91.7%，成为增长最快的中国品牌之一
		奇瑞	奇瑞 Omoda 5、奇瑞 Tiggo 7 Pro	12-18 万元	奇瑞销量同比增长 182.1%，进入马来西亚市场前 10 名
中亚	土耳其	比亚迪	比亚迪海豚、比亚迪 Atto 3（元 Plus）	17-22 万元	2024 年在土耳其的销量激增 893%，并在 12 月一度跻身畅销榜第 11 位
		奇瑞	瑞虎 T10X、奇瑞 Tiggo 7 Pro、捷途 T2	15-20 万元	2024 年，奇瑞在土耳其的销量增长 40.5%，进入畅销榜前五
		名爵	MG4 Electric、MG ZS EV	12-18 万元	

区域	国家	品牌	投放车型	定价	市场表现
沙特阿拉伯		比亚迪	比亚迪 Atto 3（元 Plus）、海豹、宋 PLUS DM-i、秦 PLUS DM-i	15-30 万元	
		奇瑞	捷途 T2	10-15 万元	
		名爵	MG4 Electric、MG ZS EV	12-18 万元	MG 在沙特销量达到 2.1 万辆
		长安	长安 UNI 系列、CS 系列	10-20 万元	长安计划将全系产品引入沙特，市场表现稳步增长
阿联酋		比亚迪	比亚迪 Atto 3、海豹、汉、宋 PLUS DM-i	15-30 万元	比亚迪在阿联酋的销量增长显著，2024 年 6 月完成第 1000 次交付
		名爵	MG4 Electric、MG ZS EV	12-18 万元	MG 在阿联酋销量达到 3 万辆
		极氪	极氪 001、极氪 X	20-30 万元	于 2024 年 3 月在阿联酋开启销售
以色列		比亚迪	比亚迪 Atto 3、海豹、海豚	15-30 万元	2024 年销量达到 1.1 万辆，Atto 3 以 7265 辆的销量成为上半年以色列最畅销车型
		奇瑞	奇瑞 Omoda 5、奇瑞 Tiggo 7 Pro	12-18 万元	奇瑞在以色列销量达到 1.3 万辆
		小鹏	小鹏 G6、G9	25-40 万元	2024 年销量达到 4869 辆
黎巴嫩		比亚迪	亚迪 Atto 3、海豚	15-25 万元	
		蔚来	蔚来 ES6、ET5	30-50 万元	

资料来源：公开资料，车百智库整理

物流运输方面，6500 标准车位汽车运输船的租金已从 2020 年的 1 万美元/天升至 2024 年约 15 万美元/天，涨幅近 15 倍，为应对国际滚装船价格高涨，比亚迪、奇瑞、上汽、广汽等车企纷纷自建船队，据研究表示，当前全球汽车运输船订单中来自中国船东的订单占比高达 21.1%，70%的运力集中在 2024 年到 2025 年交付，预计将有更多车企投资购买运输船或造船以提升运力，但也容易导致运力分散布局、资源重复投入的问题，目前各车企船队运力利用率不足 50%，缺乏统一的区域物流网络。

图表 16 国内多家车企自建运力情况

车企	投放金额	运力	投放时间
比亚迪	50 亿元人民币	建造 8 艘汽车运输船，每艘船可装载 7000 台汽车	2024 年 1 月中旬，比亚迪首艘汽车滚装运输船“EXPLORER NO.1”在深圳开启首航。未来两年内，比亚迪还将有 7 艘滚装船陆续投入运营
上汽	100 亿元人民币	已建成 31 艘汽车运输船，包括 9 艘外贸专用船；到 2026 年底，上汽将拥有 44 艘滚装船，满足国内 120 万运力和海外跨洋 60 万运力	2024 年 1 月 17 日，上汽首艘远洋运输船“上汽安吉申诚号”开启首航，2024 年还将有 4 艘船加入，2025 年计划新增 6 艘，2026 年再新增 4 艘
奇瑞	联合旗下芜湖造船厂打造汽车运输船建造基地	每艘船可装载 7000 台汽车，未来将用于中国—南美和中国—欧洲航线	/
广汽	广汽集团与招商局轮船共同投资成立广州招商滚装运输公司	已布局滚装船业务	/
吉利	招商轮船所属招商滚装与吉利旗下的吉速物流签署航线联营框架协议	“一箱三车”等模式	/

资料来源：公开资料，车百智库整理

3、企业在海外政策、合规、文化、财务等多方面的经营风险日益突显

随着地缘政治争端不断加剧，欧美已经把国家安全视为对外经贸关系的首要因素，频繁以国家安全为由限制中国企业的技术输出或股权结构。如美国提出将禁售使用中、俄软件或硬件的智能联网汽车，欧洲部分国家对华为、中兴采取的限制措施可能延伸至汽车和电池领域。部分国家的政策可能因政府更迭或国际关系波动而调整，如美国特朗普政府的关税政策反复，俄罗斯联邦政府 2024 年 10 月 1 日将进口汽车报废税提高 70%-85%，政策的不定时变更将可能损害企业利益。

中国企业在海外市场运营过程中，若不能及时跟踪法规标准的更新变化并将

其纳入企业的日常管理和决策流程中，就容易陷入合规风险。如比亚迪在进入欧盟市场初期，部分车型因未能完全满足欧盟严格的 ECE R100（电动汽车安全标准）和 EMC（电磁兼容性）标准，导致产品上市延迟；蔚来在挪威市场因未完全遵守欧盟《通用数据保护条例》（GDPR），曾遭到当地监管机构的调查；宁德时代、比亚迪分别在美国和巴西均因对当地劳工法规和环境保护法规理解不够深入而产生了纠纷。

此外，企业海外运营也面临较大的成本与资金压力。海外建厂周期长，中创新航、孚能科技等电池企业的海外建厂项目从项目披露到正式开工往往需要 2~3 年，主要原因是海外审批流程复杂，如土地使用变更这一手续通常需要经过当地政府批准、议会听证等环节。海外建厂计划耗时长，资金占用大，若融资渠道受阻或汇率波动，可能导致项目延期或亏损。且海外多数国家的人力、能源和环保成本远高于国内，整车、电池生产在满足当地的相关政策规章要求并叠加环保投入后，综合成本可能超过国内。

4、海外市场新能源汽车充电保障与售后服务体系不完善，一定程度上制约企业国际化进程

不同于燃油车，电动汽车的海外普及推广需要在充电、维修保养、保险等多个环节与当地政府、企业合作，面临各区域市场基础不一、发展不均衡等问题。如欧洲各国充电基础设施建设进度与标准存在较大的差异性，据德国汽车工业协会数据，截至 2024 年 10 月，欧洲充电桩数量约为 78 万个，其中荷兰、法国和德国占 58%，而一些东欧、南欧国家充电桩建设密度极低；且在充电桩具体实施细则上不同国家也存在差异，如德国对充电桩的安全标准、通信协议等有严格规定；法国则在充电桩与电网的兼容性方面要求较高。这就导致中国车企及充电桩配套企业在进入欧洲市场时，需要应对复杂多样的标准认证，增加了进入成本与时间。而东南亚则由于土地审批流程繁琐、电力基础设施薄弱等原因，充电桩建设速度缓慢，一定程度上降低了消费者对新能源汽车的接受度。

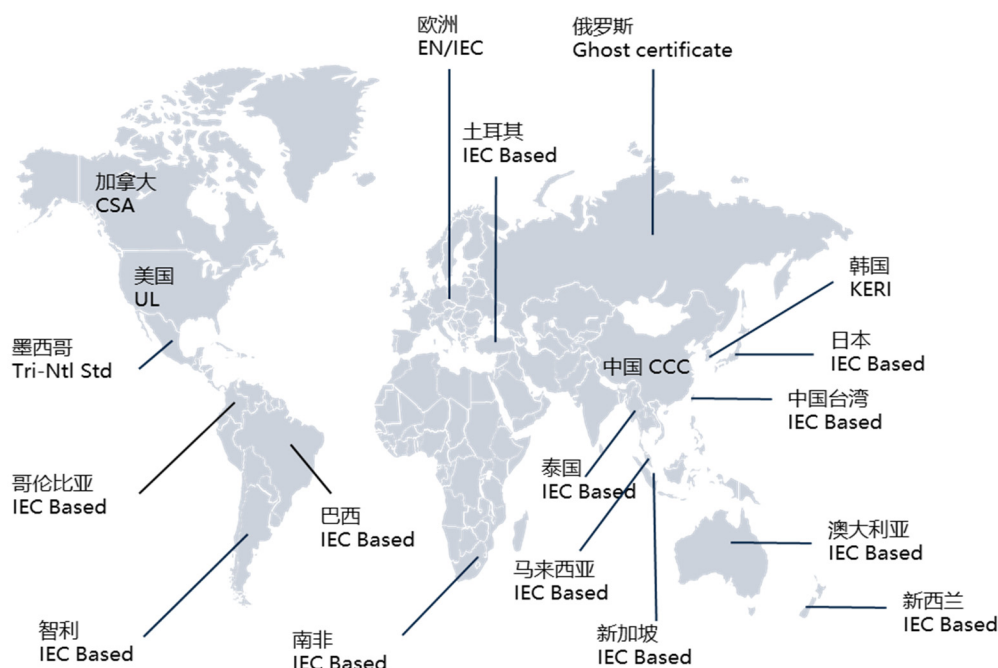


图 表 17 全球主要国家和地区充电产品认证标准

资料来源：公开资料，车百智库整理

售后服务体系方面，海外市场环境复杂，不同国家消费者需求差异较大，部分企业简单照搬国内或其他地区的服务模式，影响了消费者对中国新能源汽车的接受度。欧洲消费者对汽车售后服务质量要求高，中国新能源汽车企业在欧洲建立的售后服务网点数量有限且分布不均，用户对维修和保养的便利性存在疑虑，市场竞争力被削弱，如上汽在墨西哥、蔚来在欧洲均自建售后体系，但网点密度仅为日系品牌的 1/3，导致用户维修周期长，影响口碑。东南亚地区汽车产业以传统燃油车为主，新能源汽车相关技术人才匮乏，部分国家虽有总代理或经销商负责售后服务，但服务网点覆盖范围有限，如比亚迪在泰国的销售和服务业务与当地企业 rever 合作，但在偏远地区的服务网络也不完善。

图表 18 国内车企在海外市场售后服务体系建立方式

地区	品牌	方式	具体举措
德国	比亚迪	自建与合作结合	2024 年 9 月，比亚迪收购了德国经销商 Hedin Mobility 集团旗下的 Hedin Electric Mobility GmbH，接管其在斯图加特和法兰克福的两家门店，直接与当地经销商合作，提升售后服务能
	上汽	自建零件中心	汽在荷兰阿姆斯特丹建立欧洲零部件中心，并计划在法国开设第二个零部件中心，以满足售后服务需求
法国	上汽	自建与合作结合	上汽计划在法国开设第二个欧洲零部件中心，优化售后服务网络
	吉利	合作	吉利与雷诺合作，通过雷诺在法国的销售和售后网络，为用户提供服务
东南亚	比亚迪	合作	比亚迪在东南亚市场主要通过与当地经销商和合作伙伴建立关系，提供售后服务
	吉利	合作与合资结合	吉利在马来西亚通过入股宝腾汽车，输出产品、技术、人才和管理，协助其扭亏为盈
	上汽通用五菱	合作	上汽通用五菱在印尼市场通过与当地经销商合作，提供售后服务
澳大利亚	长城	自建配送中心	长城汽车在澳大利亚昆士兰建立了区域配送中心，服务昆州及新州北部 30 余家经销商，优化备件库存和物流效率
		自营与合作结合	2022 年 10 月，长城汽车在墨尔本设立首家自营配送中心，覆盖澳大利亚全境及周边区域
	上汽	自建与合作结合	上汽在澳大利亚建立了完善的售后服务网络，通过与当地经销商合作，提供质保、保养、维修等服务
其他地区	奇瑞	自建与外包结合	奇瑞在北美、欧洲、上海等建立了 6 个研发中心，在俄罗斯、巴西、埃及等国家建立了 10 个海外生产基地
	东风	合作与外包结合	东风商用车在尼日利亚市场通过与当地经销商合作，建立 24 小时响应机制，提升售后服务质量

资料来源：公开资料，车百智库整理

5、不同国家和地区的电动汽车法规、标准体系存在差异且更新频繁，增加了企业的认证成本与研发适配难度

欧盟注重环保和安全标准，在排放、碰撞安全、数据安全、隐私保护等方面要求严格，其适用于汽车领域的《一般数据保护条例》（GDPR）对个人数据的收集、存储、传输和使用有严格规定；美国则在安全法规和市场准入方面有着独特的规定，且不同州之间法规也存在差异；巴西等新兴市场国家在劳工、环保等法规方面具有自身特点。且各国为推动产业升级、保障消费者权益、实现环保目标等，不断更新和完善相关法规标准，如欧盟频繁更新排放法规，美国不断完善自动驾驶相关法规。欧美市场对技术认证和数据隐私要求严格，据 Forrester Research 统计，大型企业为了满足 GDPR 要求平均投入 2000 万到 2500 万美元，中小企业则为 400 万到 500 万美元，企业还需根据相关的法规标准及时进行产品变更并付出额外的认证时间及费用。

图表 19 全球主要国家及地区整车认证法规及认证概况

地区	国家	汽车认证标准/相关法规	数字安全相关法律	认证机构	认证周期
北美 自贸区	美国	DOT(安全类)、EPA(环保类)、CARB(排放认证, 加州实行)	《加州消费者隐私法》(CCPA)； 《澄清境外合法使用数据法案》(CLOUD Act)； 《内华达州数据隐私法》(SB 220)； 《美国数据隐私和保护法案》(ADPPA)	美国交通部 (NHTSA)、美国环境保护署 (EPA)、UL 认证机构	无明确统一周期，需符合 FMVSS 安全标准和 EPA 环保标准
	加拿大		《个人信息保护和电子文件法》(PIPEDA)	加拿大交通部 (CDOT)	无明确统一周期，需符合加拿大相关标准
	墨西哥		《保护私有主体持有的个人数据联邦法》； 《保护义务主体持有的个人数据联邦法》	墨西哥标准化和认证机构 (NOM)	4-6 周 (有 CB 测试报告)；复杂产品可能需 10 周以上
欧洲 地区	整体	WVTA(整车认证, 欧盟统一)、E/e-MARK 认证等	《数据通用保护条例》(GDPR)、《欧盟车辆通用安全法案》(GSR)	/	/
	德国		《联邦个人信息信息保护法》(BDSG)	德国交通部 (KBA)	E/e-mark 认证通常为 6-8 周
	法国	NF 标准、新车整车强制认证、支持 2007/46/EC 指令下的整车型式认证、同时针对小批量汽车和单车还有国家认证制度	《数据保护法》	法国交通部	E/e-mark 认证通常为 6-8 周
	英国		《数据保护法》(DPA2018)	英国交通部	E/e-mark 认证通常为 6-8 周
	瑞士		《联邦资料保护法》(DPA)	瑞士交通部	E/e-mark 认证通常为 6-8 周

地区	国家	汽车认证标准/相关法规	数字安全相关法律	认证机构	认证周期
欧亚经济联盟	俄罗斯、白俄罗斯、哈萨克斯坦	CU-TR(海关联盟认证)、能耗认证(参考欧盟 ECE R101 号法规)	《俄罗斯联邦个人数据法》	欧亚经济联盟 (EAEU)	整车认证周期为 6-9 个月
	巴西		《通用数据保护法》 (LGPD)	巴西国家计量、标准化和工业质量协会 (INMETRO)	/
	阿根廷		《个人数据保护法》	阿根廷交通部	/
	秘鲁		/	秘鲁交通部	/
	智利		/	智利交通部	/
	伊朗	3CV(安全类报告/声明+排放当地试验)	《网络安全法》	伊朗工业和矿业部	/
	沙特		《数据和网络安全法》	沙特标准、计量和质量组织 (SASO)	/
	以色列		《数据保护法》	以色列交通部	/
RCEP 东盟成员国	海湾七国 埃及、阿尔及利亚、尼日利亚、苏丹	强制性认证，提供所需测试的报告或证书	/	/	/
			/	/	/
	泰国	整车-TISI 认证+DLT 注册=准入资质(联合国 UN ECE 与本地标准 TISI 标准并行的制度);零部件-TISI 认证	《个人数据保护法》 (PDPA)	泰国工业部	/
	马来西亚	按照联合国 UN ECE 体系进行产品准入认证、噪声和排放(电消耗及续航里程)需在当地测试	《个人数据保护法》	马来西亚交通部	/
	新加坡		《个人信息保护条款》 (PDPA)	新加坡交通部	/
	印尼		《个人数据保护法》	印尼交通部	/

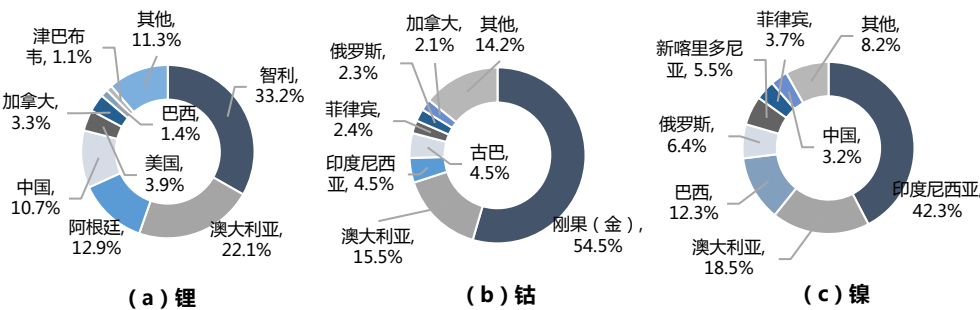
地区	国家	汽车认证标准/相关法规	数字安全相关法律	认证机构	认证周期
RCEP 其他 成员国	越南	对进口每批次每车型检查，文件+实车+检车测试	《网络安全法》	越南交通部	/
	菲律宾		《数据隐私法》	菲律宾交通部	/
	澳大利亚		《隐私法》	澳大利亚交通部	/
	韩国	VSS 的整车认证(取得符合性铭牌 Identification Plate)	《个人信息保护法》 (PIPA)	韩国国土交通部	/
	日本		《个人信息保护法》 (PIPA)	日本国土交通省	/
亚洲 其他 国家	印度	CMVR 法规: 印度中央机动车辆法规, 涵盖安全、性能和排放等方面 AIS 标准: 如 AIS 140 (电动汽车安全标准)、AIS 038 (动力电池标准)、AIS 156 (电动车辆动力系统标准) IS 标准: 印度国家标准, 用于 AIS 标准未涵盖的产品	《个人数据保护法草案》	印度汽车工业研究协会 (ARAI) ; 印度汽车工业标准委员会 (AISC)	/
		GB 38031: 电动汽车用动力电池安全要求; GB/T 31484: 电动汽车用动力电池循环寿命要求及试验方法; GB/T 31486: 电动汽车用动力电池电性能要求及试验方法	《数据安全法》《网络安全法》; 《个人信息保护法》; 《网络数据安全管理条例》	中国国家认证认可监督管理委员会 (CNCA) ; 中国质量认证中心 (CQC)	整体认证周期通常为 3-6 个月, 具体时间取决于样品检测和工厂审核的进度
	中国				

资料来源: 《中国汽车出海研究报告》, 艾瑞咨询, 北京信百会信息经济研究院, 车百智库整理

（二）新形势下推进中国汽车产业国际化发展的重点方向及路径

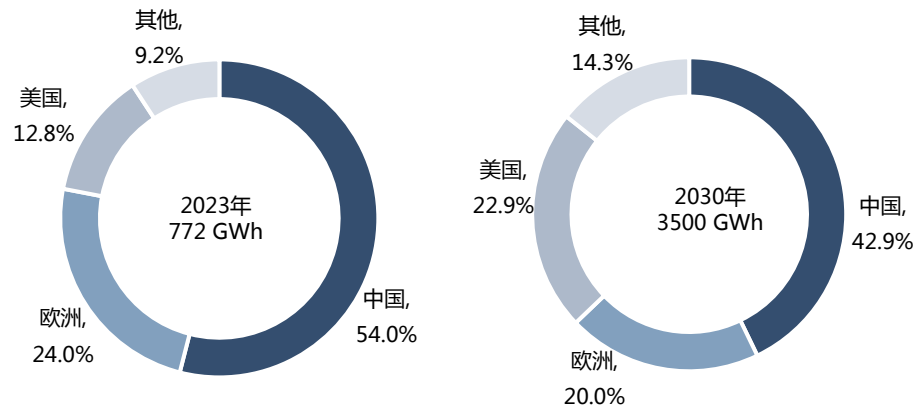
1、高度重视国际合作，携手推进全球电动化进程

电池关键材料的地缘集中性决定了国际合作成为保障原材料稳定供应的必然途径。电池核心材料关键资源的和需求端均表现出较高的区域集中度，且两者间存在明显的区域分离特征。全球锂储量约 60%集中在南美“锂三角”（智利、阿根廷、玻利维亚），刚果（金）供应全球 70%的钴，印度尼西亚、澳大利亚、巴西等国占据了全球大部分镍矿储量，但电池制造高度依赖中日韩的冶炼技术。而从全球动力电池需求量地区分布看，当前乃至 2030 年，至少 85%以上的动力电池销售将集中在中欧美地区，而非资源集中地区。因此，通过与资源丰富国家建立合作关系，开展资源开发、贸易往来等合作项目，能够确保产业链上游原材料的稳定供应，维持新能源汽车产业的正常运转。如宁德时代通过投资印尼镍矿一体化项目（投资 60 亿美元）实现资源本地化，降低了原材料供应风险，也促进了印尼当地相关产业的发展，实现互利共赢。



图表 20 2023 年全球锂、钴、镍资源储量分布

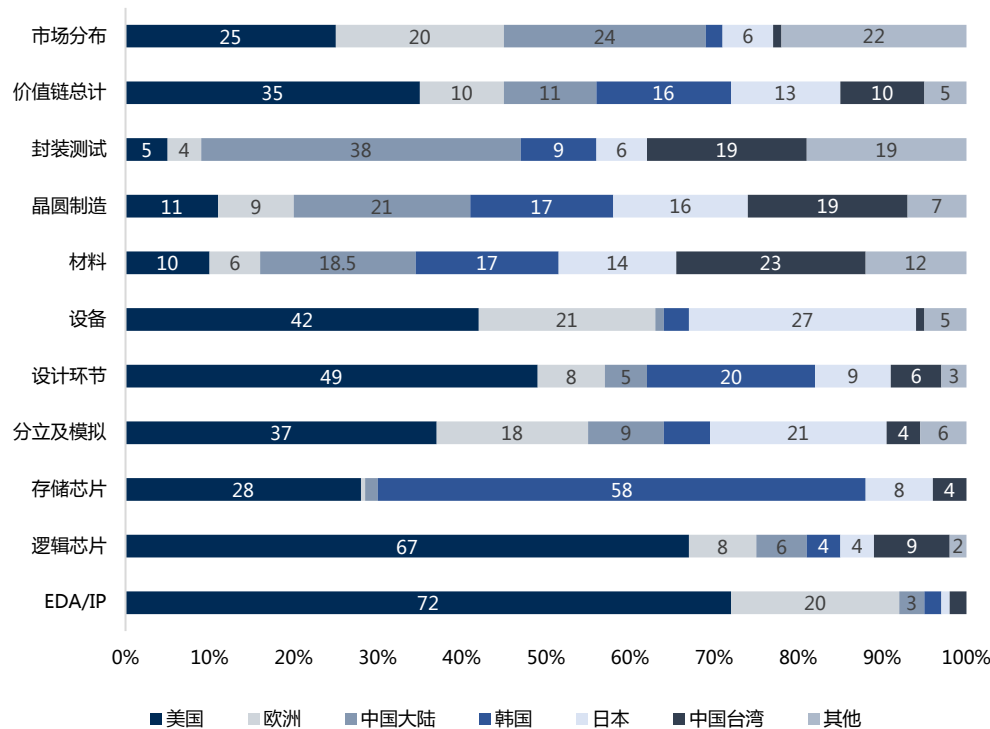
资料来源：公开资料，车百智库整理



图表 21 2023 年和 2030 年全球动力电池需求量地区分布情况

资料来源：公开资料，车百智库整理

汽车芯片产业复杂且高度全球化，从设计、生产到测试全链条的任一环节断链都将影响终端供应。芯片是典型的全球化分工产业，在芯片设计环节，美国占据高端芯片设计领域的主导地位，英伟达、高通等企业在自动驾驶芯片等方面技术领先；在芯片制造环节，台积电、三星等企业凭借先进的制程工艺，在全球芯片代工市场份额超过 50%；日本、德国等则在芯片制造设备和材料方面具有独特优势，如日本的光刻胶、德国的刻蚀设备等。汽车芯片供应链高度依赖全球合作，2021 年全球汽车芯片短缺，导致多家汽车制造商停产，国际合作是下阶段提升产业竞争力、保障芯片稳定供应的关键，如华为与德国英飞凌合作，在汽车功率半导体领域开展联合研发，整合双方在芯片设计与制造工艺方面的优势，提升了汽车芯片的性能与可靠性。



图表 22 汽车芯片各环节市场分布

资料来源：公开资料，车百智库整理

新能源汽车产业国际合作是基于资源分布、产业分工、技术创新以及市场需求等多方面因素的必然选择。从市场规模来看，中国作为全球最大的新能源汽车市场，2024 年中国新能源乘用车世界的增量贡献度是 95%，英国、巴西、美国在 2% 左右，东南亚、南美等新兴市场，新能源汽车市场虽处于起步阶段，但人口众多，城市化进程加快，增长潜力巨大。从消费者需求看，欧洲消费者对汽车的安全性、智能化水平以及环保性能要求较高，中国消费者则更注重车辆的性价比、智能网联功能和车内空间，东南亚消费者可能更关注车辆的价格和实用性。在全球碳中和目标背景下，各国均有碳中和的追求与责任，而区域需求与市场互补的差异，为国际贸易、技术流动和企业合作带来了协同和相互赋能的机遇。

2、坚持高度开放的理念，搭建“整车+供应链”协同创新机制

新能源汽车产业的国际化发展必须坚持高度开放的战略，既要支持本土企业走向全球市场，也要更多的吸引外资和技术。中国通过市场开放和政策支持，吸

引了特斯拉等国际龙头企业，推动了本土产业链的技术升级和产能提升。特斯拉作为首家独资在华设厂的外国车企，受到来自上海政府在审批流程、用地等方面的支持，从签署项目投资协议、落实用地、开工建设到投产交付，历时不到 2 年。2023 年特斯拉中国工厂的产量在其全球产能中占比过半，其中 36%对外出口，本地化率超过 95%，带动了本地供应链企业的发展，推动了上海临港片区产业的升级。同时，比亚迪、小鹏、蔚来等中国企业在政策鼓励下走向国际，通过海外建厂、技术合作等方式，成功进入欧洲、东南亚等市场，可有效规避相关的贸易壁垒，并当地提供了就业机会，在促进当地经济发展的同时拓展自身的国际化布局。

发挥整车企业对供应链企业的拉动作用，建立“整车+供应链”的协同创新机制。整车企业以其强大的市场影响力和资源整合能力，通过技术创新、需求牵引和规模效应，能够带动上下游供应链企业的协同发展。如特斯拉通过自研自制、技术创新、联合开发等多种方式，全方位深度布局供应链，支撑其供应链环节的高度可控和降本增效，一是通过技术创新与自主研发，使供应链企业数量减少至 130 多家，其中核心供应商不足 70 家，大幅简化供应链管理；二是依托自身规模优势，掌握核心技术的话语权，对供应商形成了极强的议价能力，并采用联合开发模式，引领供应商共同成长，给予其合理利润，并且带领供应商共同做全球化布局；三是对成熟的硬件进行本土化采购，利用先进的数据分析和人工智能技术来进行供应链规划和优化。新能源汽车产业在海外建厂要重视与本地供应商的紧密合作，实现供应链的高效管理和成本控制。

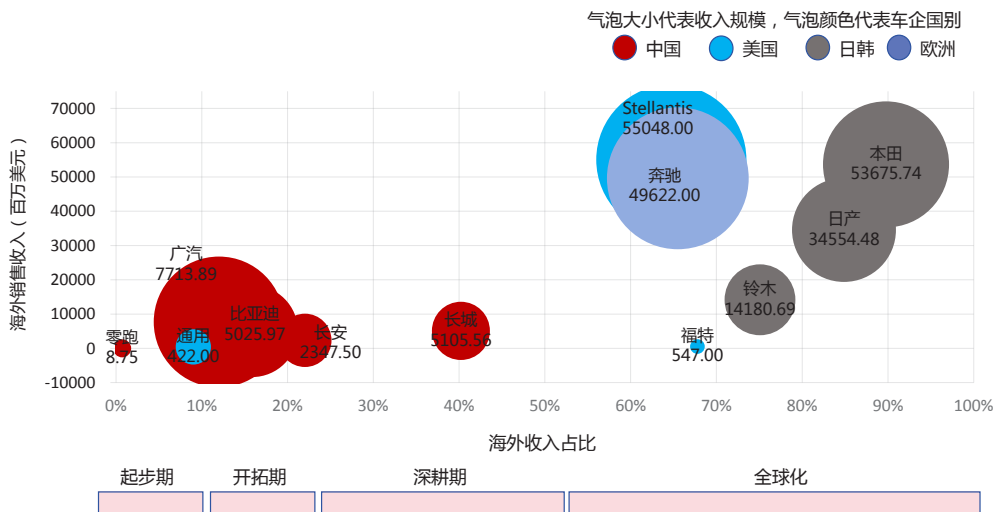
图表 23 特斯拉对其配套供应链企业的巨大拉动作用

开放合作	- 选择供应商时更关注产品性价比而非既有市场占有率 - 固定的合作周期，稳定的合作关系
自研共研	- 核心技术自研自制，自主开发 FSD 芯片和软件 - 零部件等制造技术协同合作，如一体化压铸技术
高效管理	- 对供应商有严格的管理制度和降本要求 - 供应商在实现品牌力提升的同时，也需围绕特斯拉进行生产和研发
决策优化	- 利用先进的数据分析和人工智能技术来进行供应链规划和优化 - 数据驱动的供应链管理可实现准确的预测和决策
本土化采购	上海工厂供应链本地化率已经超过 95%，车身结构件、覆盖件、内外饰件、玻璃、动力电池等均实现国产化
风险控制	供应商风险管控机制，覆盖选择、培养、淘汰过程

资料来源：公开信息，车百智库整理

3、坚持深度本地化发展，提升竞争优势

深度本土化是打造汽车产业国际化竞争优势的核心路径。根据埃森哲研究，企业海外营收占比是体现企业国际化发展阶段的重要指标，丰田、大众、特斯拉等跨国企业加大力度在海外市场从生产、技术、供应链到营销与服务等全方位融入当地，海外销售收入占比普遍较高。2024 年上半年，丰田、日产、本田、宝马等跨国车企海外销售占比均超 80%，国内车企方面，据不完全统计，长城、长安的汽车及相关产品的海外营收占比提升至 20%以上，比亚迪、广汽的汽车及相关产品的海外营收占比仍在 20%以下，与跨国车企相比仍有差距，但增长势头迅猛。深度本土化模式能够让车企更好地适应不同国家和地区的市场特点，从生产环节就开始贴合当地需求，提高产品的市场适应性，进而提升海外销售收入，增强企业在国际市场的竞争力。

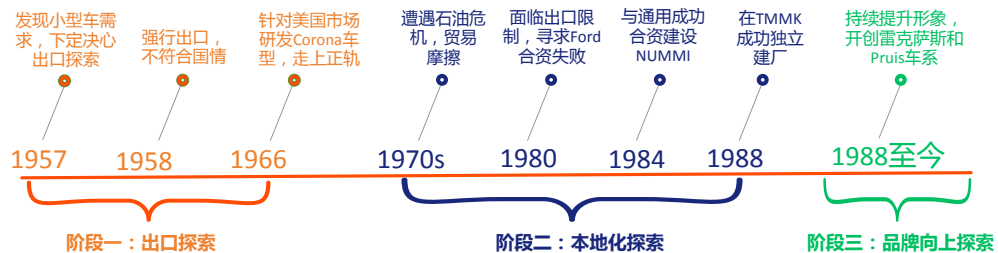


图表 24 中国车企与跨国车企海外销售收入对比

资料来源：埃森哲研究，公司年报，车百智库整理

深度本土化成为突破贸易壁垒的有效途径。自欧盟宣布对中国新能源汽车征收高额反补贴税以来，中国新能源汽车出口欧洲面临巨大挑战，但通过在当地建设工厂，实现本地化生产，可以有效规避部分贸易壁垒，如比亚迪在匈牙利建设工厂，产品在欧洲市场销售时无需承担高额的进口关税和反补贴税，有效降低了产品价格，提高了市场竞争力。日本车企在过去几十年时间里，也面临着类似的贸易壁垒问题，如美国于 1981 年签署《日美汽车贸易协定》将对美汽车出口量限

制在 168 万辆以内，日本车企积极调整策略，与通用、福特、克莱斯勒等美国车企合作，在当地建立装配厂，以本地化生产化解冲突。伴随着对外投资规模从 1986 年的 220 亿美元迅速增长至 1989 年的 680 亿美元，日本汽车产业完成了从以出口为主到以海外布局为核心的转型，将生产环节转移到目标市场国家或地区，成功突破了贸易壁垒，实现了在全球市场的持续发展。



图表 25 日本车企（以丰田为例）国际化发展历程

资料来源：公开资料，车百智库整理

日本汽车企业在学习、技术、供应链、营销与服务等方面的本土化发展经验，可为我国汽车企业提供借鉴。以丰田为例，生产本土化方面，丰田在全球主要市场（如美国、中国、欧洲）建立了本地化生产基地，通过本地生产降低成本，快速响应市场需求，如丰田在美国肯塔基州的工厂是其全球最大的生产基地之一，不仅满足美国市场需求，还向其他地区出口；技术本土化方面，丰田在主要市场设立研发中心，根据当地消费者的偏好和技术标准开发定制化产品，适应不同市场的环境和使用习惯。供应链本土化方面，丰田与本地供应商合作，形成了高度本地化的供应链网络，其美国工厂的零部件本地化率超过 80%，并于 2005 年启动“CCC21 计划”（面向 21 世纪的成本竞争力构筑计划）通过全面推广精益生产体系（TPS），优化柔性生产线和零库存管理，整合全球供应链并提高本地化采购比例，同时削减非生产成本如研发与物流开支，2006 年至 2009 年，丰田成功将海外生产成本削减约 30%，节省成本达 100 亿美元。

图表 26 丰田在各区域投资建厂情况

区域	国家	时间	内容
北美	美国	1984 年	与通用合作成立 NUMMI 工厂，随后于 1988 年在肯塔基建立 TMMK 工厂，1990 年，丰田在北美销售的车辆中，本土生产比例已达 38.4%
东南亚 与西亚	泰国	2002 年	丰田在泰国建立“亚太生产中心”，主要生产轻型卡车（Hilux）和小型轿车（Corolla）。 2005 年，泰国生产的 Hilux Vigo 系列出口到全球 100 多个国家，占据丰田全球轻型卡车市场的主力地位。
	印度	2005 年	丰田与印度企业 Kirloskar Group 合作，在班加罗尔建厂，主要生产多功能车型 Innova 和 SUV Fortuner。Innova 成为印度市场畅销 MPV，2016 年累计销售约 27 万辆。
欧洲	法国	2001 年	丰田进一步深耕欧洲市场，法国政府提供优惠政策支持汽车产业。TMMF 工厂专注生产小型车雅力士（Yaris），主攻西欧市场。雅力士年销量从 2002 年的 16 万辆提升至 2008 年的 25 万辆，占欧洲小型车市场份额 10%。
	欧洲	2010 年	通过混合动力技术的普及（如普锐斯）和本地化生产，丰田推出多款混合动力车型，满足欧洲消费者对节能环保的需求。2010 年丰田在欧洲的年销量为 1380 万辆，占市场份额 3%。
东亚	中国	2002 年- 2010 年	2002 年，中国加入世贸组织（WTO）后，外资企业进入中国，中国市场的限制逐步放宽。丰田与一汽合作，初期生产皇冠和威驰两款车型，主攻中高端轿车和经济型轿车市场。皇冠成为当时中高端公务用车首选，2005 年首批国产第十二代皇冠受到市场热捧，并一度与奥迪 A6L、宝马 5 系、奔驰 E 级等豪华品牌车型正面抗衡。 2006 年，丰田与广汽集团合作，首批引进凯美瑞生产线。凯美瑞 2007 年中国销量突破 17 万辆，成为中高端轿车市场的标杆车型。 2010 年，丰田宣布扩建广汽丰田和一汽丰田工厂，增加混合动力车型（如普锐斯）生产线。2010 年，丰田在中国市场的销量约为 84.6 万辆，同比增长 19%。
拉美	巴西	2000 年	丰田在巴西索罗卡巴建厂，索罗卡巴工厂主要生产 Etios 经济型轿车和 Hilux 皮卡，供应巴西及周边国家市场。Etios 成为巴西市场的主力车型。
	阿根廷	2005 年	丰田在阿根廷萨拉特扩建工厂，增加 Hilux 和 Fortuner 的生产线。2008 年，Hilux 成为阿根廷最畅销皮卡车型。
中东	沙特	2008 年	丰田依托沙特等国经销商网络，通过生产适合沙漠环境的 Land Cruiser 系列车型深耕市场。2018 年，Land Cruiser 全球销量约为 40 万辆。

资料来源：公开信息，车百智库整理

4、全面提升企业国际化经营和管理能力

中国新能源汽车整车及产业链企业的国际化发展须构建包含战略制定、品牌建设、营销网络、金融服务、海外人才等在内的多维度综合能力。

一是根据目标市场特点、自身资源、技术实力等因素，灵活选择整车出口、技术授权、合资建厂等多元化出海模式。对于技术实力雄厚但国际市场渠道薄弱的企业，应积极与国际巨头合作，快速弥补渠道短板，可借鉴零跑汽车与 Stellantis 集团的合作模式，通过与海外企业股权合作，借助其渠道资源快速进入市场。对于具有生产制造优势和一定市场基础的企业，可采用整车贸易+本土化建厂模式，兼顾市场拓展的及时性（通过整车贸易快速进入市场）与长期发展的稳定性（通过本土化建厂扎根市场），是当前中国新能源汽车企业提升国际化经营能力的重要策略。此外，合资企业反向出海模式是中国汽车产业从引进来到走出去的重要一步，利用合资经验，将海外市场作为技术输出的新战场，如大众与江淮汽车、国轩高科三方合作实现产品反向出口到欧洲等国际市场，吉利与沃尔沃合作将基于 SEA 浩瀚架构的车型出口至欧洲市场。

二是通过高端化、差异化定位和用户社区运营，打造全球化品牌。中国新能源汽车品牌过去依赖性价比优势，但在国际化进程中，要逐步从产品输出向品牌输出转变。需深入研究目标市场消费者的需求、文化背景、消费习惯等因素，明确独特的品牌定位，与竞争对手形成差异化竞争。如蔚来汽车在欧洲市场针对欧洲消费者对汽车性能、智能化水平的高要求进行产品优化和技术创新，在德国、挪威等地建立旗舰店，举办高端品牌活动，强调用户体验和品牌价值，2023 年在欧洲市场销量 2404 辆，同比增长 200%，品牌溢价能力显著提升。同时要制定全面的品牌传播策略，综合运用线上线下多种渠道，如比亚迪在海外市场通过举办新能源汽车试驾活动，让消费者亲身体验产品性能，同时在当地主流媒体投放广告，传播品牌理念和产品优势，有效提升了品牌在当地的知名度。

三是利用数字化和本地化营销手段，提升品牌知名度和用户黏性。通过线上营销体系的构建、社交媒体与内容营销、大数据与精准营销，企业可以有效提升品牌影响力。多家车企利用社交媒体、短视频平台精准触达用户，同时利用大数据及 AI 技术可以进一步贴合市场需求，如上汽集团通过海外 CRM 系统分析用户行为数据，发现墨西哥消费者对电池寿命敏感度达 82%，针对性推出“电池十年质保”政策，带动销量环比增长 58%。此外，车企可结合本地文化和节日开展活

动，增强品牌认同感，通过试驾活动、用户口碑传播提升品牌影响力。

四是结合海外消费者实际需求，逐步构建全生命周期的服务闭环。购车端，多家车企利用零首付与低利率组合，小鹏推出“0 首付+5 年 0 息”购车方案贴息金额高达 5.7 万元，蔚来提供 5 年 0 息贷款首付仅需 20%。用车端，通过电池租赁与金融创新可降低续航焦虑，如吉利在马来西亚推出“0 首付+10 年电池租赁”方案，蔚来在挪威市场推出“电池租赁+车价分期”组合方案，ET7 押金 1.2 万欧元、月租金约 180 欧元。车企与当地金融机构合作，可进一步贴合本地消费者需求，如零跑与 Stellantis 合作开发欧洲专属金融 APP，用户贷款审批效率提升 60%；比亚迪在巴西联合 Santander 银行开发全流程数字化贷款系统，审批时间从传统的 7 天缩短至 2 小时。未来通过强化金融科技应用，构建覆盖“购车-用车-充电-置换”全生命周期的金融服务闭环，实现从产品输出到生态输出的升级。

五是构建全球化人才体系，注重本地化团队建设和人才培养。人才队伍建设重点要解决招聘和管理两大难题，一方面是要加强对本土人才市场供给特点的理解，明确本土及外派人才的定位，切忌照搬国内标准，可选择与当地大学合作培养、向企业输出优秀人才，如吉利在马来西亚 UTM 大学共建新能源汽车学院，定制开发“3+1”培养模式（3 年理论学习+1 年企业实训），已完成培养超 2000 名本地化工程师，占吉利东南亚研发团队的 65%。另一方面要充分理解当地风俗文化、工作生活习惯，通过跨文化交流活动和语言培训，提升员工的跨文化沟通能力。此外，应构建高效的本土化人才管理体系，制定具有吸引力的激励机制，包括薪酬、福利、职业发展路径等，为外派人员提供全面的配套保障和人文关怀。

5、持续加强新能源汽车服务生态构建

不同国家和地区的新能源汽车产业发展阶段各异，普遍存在充电基础设施不足、充电速度慢、用户体验差等问题。当前，配套建设的充电桩增速远不及电动汽车的发展速度。欧美等发达国家充电桩数量较多，但主要集中在电动汽车销量较高的地区，且高速充电桩占比低，以 60kW 以下慢充为主，跨运营商兼容性差；东南亚、非洲等新兴市场公共充电桩覆盖率不足，且集中在核心城市，农村和偏远地区严重短缺，印度、印尼等部分国家电网基础设施薄弱，难以支持大功率充电。对于车企及充电桩运营商投资商来说，投资回收期过长，依赖充电费用盈利的商业模式难以覆盖高昂的建设和运营成本。

图表 27 国外新能源汽车主要市场充电基础设施现状

新能源汽车 产业发展阶段	截至年月	国家/地区	充电桩 (个)	车桩比	慢充	快充
成熟	2022.12	欧洲	474700	16: 1	87.1%	12.9%
	2022.12	美国	128000	23: 1	78.1%	21.9%
相对成熟	2022.12	泰国	3739	20: 1	65%	35%
快速发展	2022.6	菲律宾	1131	-	89.9%	10.1%

资料来源：国际能源署 IEA，公开信息，车百智库整理

为构建可持续发展的新能源汽车服务生态，企业需根据目标市场的特点制定针对性策略。分阶段推动充电网络建设，优先覆盖核心城市与交通干线，在首都、经济中心及高速公路沿线布局快充桩，如比亚迪在泰国曼谷-清迈主干道建设超充网络，灵活适配偏远地区需求，采用“光储充一体化”解决方案减少对电网依赖，如宁德时代在非洲部署离网充电站。为提高充电站的投资收益率，可通过政企合作的方式获取政策优惠，如吉利与马来西亚能源公司 Tenaga 合作，政府提供土地和电价优惠，2024 年已建成 500 个公共充电桩，利用率提升至 45%；比亚迪在法国参与 RE2P 计划，通过充电桩建设获取碳积分，每桩每年可兑换 1.2 万欧元补贴，有效降低投资成本。

2.6 推动建立全球共通互认的国际规则

通过绿电直供模式维持电池产品在国际碳规则体系下的竞争力。以欧盟为首的西方国家正推动形成电池产品领域以“碳”为核心的绿色壁垒，欧洲的碳足迹法规对电池产品出海提出了严格要求。根据《欧盟电池与废电池法规》，自 2024 年 7 月起在欧盟市场销售的动力电池和工业电池必须申报产品碳足迹，2026 年起动力电池必须持有“电池护照”才能在欧盟市场销售，电池碳足迹的计算和验证方法需符合欧盟产品环境足迹方法及相关产品环境足迹类别规则的要求。根据估算，电力碳足迹通常占电池碳足迹的 60~70%左右，欧盟目前仅认可“全国平均电力消费组合”和“电力直连”的核算方式，不接受绿证（GO）、PPA 协议或电网采购绿电。据国家生态环境部、国家统计局、国家能源局联合发布的《关于 2023 年电力碳足迹因子数据的公告》，我国电力平均碳足迹因子为 0.6205kgCO₂/kWh，远高于欧美国家的平均电力碳排放水平。目前企业可通过分布式光伏、风电或水

电直连工厂，符合“电力直连”碳足迹计算模型，如江苏、新疆等地已试点绿电直连项目，重点支持电池企业应对欧盟碳壁垒，未来应加强与欧盟在核算方法上的对话，争取直连绿电数据被纳入其认可体系。

整车层面需从企业单独的“应试认证”转向政企协同的体系化国际标准共建。

全球汽车认证体系数量高达 70 余种（如欧盟 WVTa、美国 EPA 等），主流充电协议达 7 种（如中国 GB/T、日本 CHAdeMO 等），各国碳排放标准差异显著，新能源汽车在不同区域市场需重复认证，致使企业合规成本大幅增加。应依托 ISO、IEC、IEA 等国际组织，推动新能源汽车安全、电池性能、充电协议等核心标准的全球统一，建立多边互认协议，推动认证机制互认，减少重复检测，如中国-东盟新能源汽车检测认证联盟已实现 6 国检测结果互认，企业认证周期缩短 60%。智能驾驶领域技术发展日新月异，建议结合当地驾驶文化适配隐性规则，建立“动态认证机制”应对技术迭代，规划国内资源探索“前置认证模式”，如正在建设的常州智能网联汽车测试基地已联合多方布局拓展国际场景适应性验证资源，以支撑企业产品出海的本地研发。企业呼吁建立“跨国场景数据库”和“分层技术开放”，在核心算法保密基础上共享接口标准，将中国绿电技术、区块链碳管理纳入国际标准体系，推动测试互认与本地化标准融合。

构建中国汽车产业国际化发展的保障体系

汽车产业国际化发展涉及面广、综合性强、复杂度高，需要政企商学研各界形成合力，共同推进。参考全球其他经济体汽车产业以及我国其他行业国际化发展经验，能够为解决当前我国汽车产业国际化发展的难点问题提供思路。其中，构建金融、物流、风险预警应对、海外组织协调四大保障体系至关重要。

（一）金融保障体系

海外深度本地化投资与消费金融领域支持不足。新能源汽车产业特性决定了其高资金需求，预计 2030 我国汽车出口贸易与本土制造规模达 1000 万辆，海外产业链投资规模及产值突破 10000 亿元，海外建厂平均投资超 10 亿美元，智能驾驶研发、充电基础设施建设等需要长期的资金支持。但目前国内的金融机缺乏结合海外投资特点的服务产品，政策性银行、基金、银行等不同板块对新能源汽车领域的专项支持不足，企业海外并购选择标的时，依赖本地金融机构评估企业价值，通过过程中面临外资金融机构的高利率成本和资产担保要求。海外消费金融方面，海外主要市场的购车方式结构存在显著差异，贷款购车在欧美成熟市场占据主导地位，但不同地区因消费习惯、金融体系和政策环境存在差异，欧美市场贷款购车占比约 50%-55%，租赁购车占比达 20%-30%，在德国约 35%的新车通过汽车租赁公司进行。国内金融机构海外布局不足，中资银行在海外消费信贷领域参与度低，车企主要依赖当地银行或国际金融机构，导致融资成本高，同时由于管理制度和相关支持政策尚未完善，车企自主建立金融服务体系难度较大。

应结合企业实际金融需求，加强对企业海外投资、融资、并购、销售等环节的支持。一是构建多元化、低成本的融资体系。国内新能源汽车企业在融资途径上尚存在一定局限性，特别是在国际资本市场的开拓方面相对滞后。例如，特斯拉的国际化成功很大程度上得益于其在美国资本市场通过股票和债券融资，为其在中国建设超级工厂提供了充分的资金支持；丰田汽车不依赖长期银行贷款，主要通过自有资本或发行中长期债券等直接融资方式筹集资金。对此，中国新能源汽车企业可积极借鉴跨国企业的融资经验，通过绿色金融工具创新、发行绿色债券、可转债等方式，吸引国际 ESG 投资机构参与，强化与国内外资本市场对接，完善投融资机制。

二是深化政策与金融机构联动。通过政策性银行的中长期贷款、一带一路基金等手段，为新能源汽车企业提供低息资金支持，可进一步完善出口信用保险和外汇风险对冲工具，将政治风险（如征收、汇兑限制）纳入保障，降低企业在国际贸易中的资金风险，推动企业快速开拓新兴市场。参考日本企业的出海经验，分别由日本政策性金融机构（如国际协力银行，JBIC）和日本官方贸易促进机构（如 JETRO）为汽车企业提供先期融资支持和出口信用保险，特别是在企业海外

进驻初期提供固定资产投资支持，为企业提供海外市场环境、政策和监管环境的信息咨询服务，有效降低企业海外经营风险。

三是结合海外市场实际需求推动消费金融产品创新。创新灵活支付方案，针对发展中国家低收入群体，可推出“阶梯式还款”车贷（如前 6 个月零首付，后期逐步增加月供）。结合绿色金融政策，为消费者提供绿色汽车购置优惠贷款，如宝马通过与银行合作推出的针对性的低息购车贷款有效提升了电动车型销量。开发独立于车企的移动金融 APP，集成车贷申请、保险购买、充电桩预约等功能，通过 AI 风控模型实现快速审批，在印度市场，塔塔汽车的数字金融平台已覆盖 80% 的购车用户。

四是加强跨境融资平台的构建与国际金融合作。在目标市场与本地机构合作，成立区域汽车金融公司。中国新能源汽车企业可依托多边金融机构、银团贷款等模式完善跨境融资体系，如瑞穗银行为日产汽车提供贸易融资和外汇风险管理服务，支持其在欧洲和美国的电动化项目，通过“内保外贷”或“海外直贷”方式，为企业海外子公司提供资金支持。

（二）物流保障体系

国际物流环节存在运力结构性短缺、运输合规性、多式联运协同不足等痛点问题。运力方面，国际航运市场高度集中，欧美日韩企业掌控了约 80% 的滚装船资源，2023 年滚装船租金突破 10 万美元/天，单车海运成本超万元，部分航线绕行红海导致运费上涨 50%，集装箱船运输流程分散，缺乏专属堆场和协同机制，导致装载效率低、费用高，如宁波口岸集装箱运输需多次转场，单箱作业成本增加 800-1000 元。运输合规性方面，新能源汽车及电池被列为危化品，需专用仓储和运输设备，导致铁路运输受限、港口堆存成本上升，如欧洲部分港口要求新能源汽车单独存放，仓储费用较传统燃油汽车高 30%。多式联运方面，海运、铁路、公路衔接不畅，海外分拨体系不完善，公路运输受自然因素影响小，但运费高且更适用于中短途运输和两端短驳场景。

图表 28 汽车海运各种方式优缺点情况

汽车海运方式	滚装	集装箱	框架
优点	批量大，装卸效率高，受天气影响小，货损货差少	适用船舶类型广泛，节省场地空间	适用船舶类型广泛，受天气影响小，货损货差少，节省场地空间
缺点	货种单一，没有回程货	对绑扎固定作业人员要求高，装卸时间长	装卸比滚装耗时，投入使用时间短，国外日本、东非等港口不接受
适用	目前中东线 60-70 美元/立方，欧美线 100-120 美元/立方	随出口集装箱运价指数波动，2020 年下半年起暴涨，2022 年下跌	比滚装便宜 5-10 元/立方米左右

资料来源：公开资料，车百智库整理

应以企业为主体，政府协同配合，结合不同区域发展情况做好规划统筹。对于美国市场，中美贸易摩擦可能影响关税和市场准入，建议通过多港口布局，既可以利用西海岸的洛杉矶、长滩港，又要增强东海岸港口的运输能力。运输方式方面，结合滚装船（PCTC）和集装箱海运，保证运输的灵活性和时效性。运力保障上，优选与主要海运企业签订长期合同，以确保稳定的航运线路，并逐步提高自有船舶运力，避免在航运高峰期受制于运力短缺。

在欧洲市场，地缘政治因素中的乌克兰冲突以及北约东扩可能影响东欧和中欧的运输通道，建议增强中欧班列与海运的结合，特别强化是在地中海和波罗的海地区的港口布局。运力方面，可以通过中欧班列与铁路货运系统优化覆盖，确保无缝连接中国与欧洲的主要市场，并考虑增设新能源船舶，适应欧洲日益严格的环保法规。安全标准方面，应遵循 Euro NCAP 安全评级和欧盟的环保认证要求等相关标准，确保车辆符合欧盟市场的标准。

墨西哥及拉美地区的地区基础设施体系相对不完善，主要依赖滚装船，通过墨西哥的主要港口（如拉萨罗港）与巴西等地的铁路连接。在运力保障方面，考虑在墨西哥设置中转中心，确保货物能够快速转运到拉美其他国家。同时，针对小型车市场，使用自有运力的小型滚装船，适应拉美港口的操作环境。安全标准方面，应提前进行 Mercosur 协议和各国的车辆安全认证，以顺利进入各国市场。

东盟市场的物流保障要综合考虑地缘政治和基础设施差异。南海局势的不稳定可能对航运安全构成威胁，因此应优先选择稳定的港口和运输方式。滚装船和

短途海运结合，以覆盖东南亚各岛屿国家如印度尼西亚、菲律宾，尤其是在新加坡、曼谷、胡志明市等重要港口的布局。运力保障方面，可以利用区域内的物流中心，结合公路和铁路运输，提升运输效率。安全标准方面，需确保符合当地市场相关标准及规定，如马来西亚的 SIRIM 认证和其他国家的运输、环保要求。

在澳新市场，考虑到中澳关系波动的影响，物流保障需要灵活性。运输方面，滚装船仍然是主力，确保连接澳大利亚和新西兰主要港口如悉尼、奥克兰的稳定性。同时，补充航空运输以应对小批量高端车辆的需求。运力方面，应确保自有运输船舶的覆盖，减少对外部运力的依赖，特别是在新能源车的运输上。安全标准方面，提前确保符合澳大利亚和新西兰的安全与排放标准，适应当地市场的特殊需求。

对于中亚及中东市场，由于地缘政治局势复杂，特别是中亚地区的基础设施和中东地区的政治不稳定，需要特别注意运输的风险控制。在中亚地区，可通过中欧班列和铁路运输相结合的方式，确保连接到阿联酋、沙特等市场。对于中东市场，可以依赖波斯湾港口（如迪拜港）滚装船的优势，解决该地区部分港口的处理瓶颈。运力方面，在中东及中亚地区可考虑通过建立本地配送中心和增加短途运输的方式来确保高效转运。安全标准方面，要确保符合 GCC 认证等相关标准，满足当地市场对排放和安全的要求。

图表 29 全球主要区域的物流保障体系建设方向

	美国	欧洲	墨西哥及拉美地区	东盟	澳新	中亚和中东
地区风险	中美贸易摩擦可能导致关税变化，对出口产生影响	乌克兰冲突及北约东扩增加运输中途风险。欧盟磋商边境调节机制（CBAM）对制造与运输要求严格	经济不稳定，基建水平相对滞后，海运效率有限	地缘冲突如南海局势可能导致航运通道风险	澳大利亚与中国关系波动对贸易条件产生潜在影响	中亚地区政治环境复杂；中东地区有时受地缘局势或制裁影响
对策	多维度布局，包括港口多元化（西海岸和东海岸）和非关税壁垒评估	沿海与铁路运输结合，重视环保技术适配，分阶段调整出口模式	扩大内陆多式联运能力，提高区域性港口设施和当地合作伙伴的稳定性	区域生产和运输深度协同，注重与东盟自贸协定（RCEP）优惠政策的对接	明确运输线路和时效，利用长期稳定协议加强供应链弹性	跨区域内陆铁路与海陆联运结合
运输方式	优先采用滚装船（PCTC）作为主力运输方式，补充以集装箱运输，用于满足小批量或特殊车型需求；扩展美国西海岸（如洛杉矶、长滩港）到东海岸（如萨凡纳、杰克逊维尔港）的双港布局，增强区域间灵活性	将中欧班列和滚装海运结合，提高运输效率： 1. 中欧班列：针对高端、新能源车辆快速运输； 2. 海运：优先布局波罗的海和地中海港口（如鹿特丹、安特卫普、那不勒斯）	采用集装箱海运适配中小批量汽车出口，以提升拉美不稳定港口环境下的物流灵活性；增强对墨西哥港口（如拉萨罗港）的滚装船布局，并连接铁路网络到巴西等地	优先使用滚装船连接中国与东南亚主要港口（如新加坡港、曼谷港、胡志明港）；公路和短程船运相结合，解决岛屿运输的连接难题（如印尼、菲律宾）	主推海运滚装模式，布局悉尼、奥克兰为主要港口节点，确保覆盖城市化地区；补充航空运输，专用于出口小批量高端车辆和应急需求	中亚市场：采用中欧班列跨境联运到阿拉木图或塔什干，随后转公路运输分销。 中东市场：依赖波斯湾港口（如迪拜港）滚装船转运，覆盖沙特、阿联酋等市场。

美国	欧洲	墨西哥及拉美地区	东盟	澳新	中亚和中东
与头部海运企业签署长期运输合同，稳定运输成本和时效； 建设自主车队，包括增加新能源船的投放，提高美洲航线的专属运力。	整合中欧班列资源，与卡车运输和欧洲分销网络协同，建立覆盖终端销售网点的运输体系； 建设清洁能源航运船，积极响应碳排放政策。	提升区域内的小型汽车运输船自有运力，例如发展载运 2,000 至 3,000 辆的小型船，以适应浅水港口； 在墨西哥设立中转中心，以分批集散的方式减少单次大批量运输压力。	在泰国或越南等制造基地设立区域物流枢纽，承担东南亚市场的中转运输功能； 引入多功能混合动力船，以降低燃油成本并提高适应能力。	引入较大载重的 PCTC 船，加强通航干线建设，同时设置新能源专线确保出口环保要求的可持续性。	针对中亚区域短途运输，自主发展小型专业运输车队或铁路集散系统； 在中东建立小型汽车储运和分销基地，以避免长期运输波动影响。
安全标准 符合 FMVSS（美国机动车安全标准）	满足 Euro NCAP 五星安全标准和欧盟地区环保规范要求（如电池回收与整车碳排放认证）	适应拉美各国不同的汽车市场法规，如巴西“INMETRO 认证”、阿根廷 Mercosur 协议安全条款	符合当地如马来西亚 SIRIM 认证标准，并灵活调整不同国家对排放、性能的要求	符合 ADR 标准（澳大利亚设计规则）以及新西兰电动车排放规定	符合 GCC 认证（海湾标准），尤其针对沙特汽车市场排放与规格要求

资料来源：公开资料，车百智库整理

总体而言，面对不同区域市场的复杂情况，必须根据各区域的地理、政治、经济和市场环境调整物流方案。通过合理选择运输方式，优化运力保障，提前满足各地安全标准，并与当地供应链和合作伙伴密切合作，可以确保全球物流系统的高效运作和国际化战略的顺利实施。

（三）风险预警与应对保障体系

海外政策法规、自然条件、市场需求与文化差异等多个维度的复杂多样性，对企业的全球化战略实施构成严峻考验。政策变动、关税增加、市场准入限制、地缘政治危机等因素给企业在海外市场发展增加了诸多不确定性。全球气候变化导致极端天气事件频率增加，如飓风、暴雪等恶劣天气可能导致港口停运、运输线路受阻、工厂停工等，增加企业成本和运营风险。此外，不同国家和地区的市场需求与文化习俗差异显著，用户需求的多样性要求企业具备强大的市场调研和产品定制化开发能力，企业对当地文化习俗的理解程度也对品牌在当地的认可度和消费者购买意愿造成一定影响。尤其在全球化的背景下，跨国企业的供应链更容易受到国际局势、自然灾害、汇率波动等因素的干扰。

国家层面，可推动建立针对海外市场的行业共性数据库和风险预警体系。基于海外政策、法规、气候、环境、路况、文化、习惯、风俗等多维度的基础共性信息，鼓励企业、研究机构、政府部门等积极参与数据库建设，实现信息共享和合作。利用数字化工具开发全球风险监测平台，实时跟踪政策法规变化、气候环境动态、市场需求变动和文化习俗差异等信息。可以考虑采用积分制管理模式，参与方输入经研究的信息，经专业评估后获得相应的贡献积分，企业调用信息时需支付积分⁶。

企业层面，加大在全球汽车产业技术标准的话语权和供应链韧性建设。应加大在技术研发方面的投入，推动中国快充标准 GB/T 38775-2023 等先进技术标准纳入国际规范，如宁德时代主导制定锂电池安全标准 IEC 62619，覆盖全球 85% 市场。通过参与联合国 WP.29 等国际组织的规则制定，将中国汽车产业的技术优势转化为国际标准，降低企业在海外市场的合规成本，提升产品国际竞争力。构

⁶ 全国人大代表、长安汽车董事长朱华荣：《关于统一构建海外汽车市场共性数据库的建议》

建多元化的供应链体系，降低对单一地区或供应商的依赖，通过在全球范围内合理布局生产基地和供应链节点，企业能够更好地应对气候环境变化、贸易保护主义等风险，保障供应链稳定。企业还应建立健全的供应链管理系统，通过对销售数据、消费者行为、市场竞争态势等进行定期分析，及时掌握全球供应链的动态和潜在的市场竞争威胁，评估可能的供应中断风险，并制定应急预案。

(四) 海外组织保障体系

当前中国车企的全球化发展缺乏有效的组织管理，出现组织体系碎片化、资源配置低效化、竞争秩序紊乱化等现象。中国车企在海外设立分支机构缺乏跨企业协调沟通机制，导致信息孤岛和资源重复投入，如主流车企在东南亚市场重复建设物流中心，仓储利用率不足 40%。与此同时，部分中国车企为抢占市场份额展开价格战，品牌溢价能力大幅降低，容易陷入“低价竞争-利润下降-研发投入不足”的恶性循环。

应从国家主管部门和机构出发，加强针对海外市场企业行为约束和行业自律管理。一方面应加强海外分支机构建设。由政府 and 行业机构协同组织在泰国、马来西亚、西班牙、匈牙利、澳大利亚、墨西哥巴西等重点国家设立海外分支机构，协助企业对接海外政商资源，落实政府部门对汽车企业海外协同发展的指导，针对我国企业海外恶性竞争和无序出口等行为及时予以协调。企业层面应在海外市场建立完善的分支机构体系，包括区域总部、行业联盟、海外驻点等各层级，并做好同行业机构和其他企业的协同对接。

图表 30 汽车行业海外派出管理体系职能

层级	职能定位	典型案例	成效指标
行业联盟	技术标准统一、联合采购、当地政府对接、企业协调	动力电池企业组建欧洲采购联盟	原材料采购成本降低 18%
区域总部	制定区域战略、协调资源分配	上汽东南亚总部统筹 6 国市场布局	区域协同效率提升 35%
海外驻点	市场信息收集、政策风险预警	比亚迪欧洲代表处提前 6 个月预警碳关税	风险响应速度提升 50%

资料来源：公开资料，车百智库整理

另一方面可考虑设立汽车产业海外协同发展基金，加强企业间的协同效应与良性竞争。搭建政府引导、企业参与、行业组织监管机制，通过财政补贴、车企缴纳和海关出口退税扣除等多种方式作为资金来源，设立汽车企业海外发展保护基金，用于支持企业在海外市场的技术研发、市场拓展和品牌建设，减少对价格竞争的依赖，并做好企业海外发展过程中面临风险和困难时的工作兜底。

推动中国汽车产业 高水平国际化发展 的建议

当前，应加大力度从专项政策体系、国际贸易合作环境、标准体系、软服务体系、海外流通与服务生态构建等方面做好管理和支持，推动我国汽车产业高水平国际化发展。

（一）完善国际化发展专项政策体系，给予产业信心

持续强化高水平国际化发展的顶层设计和制度保障，明确中国汽车产业国际化发展的目标和路径，为企业和行业提供指引。细化配套政策。落实《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》，针对金融服务、物流、跨境结算、税收等核心问题制定细则。加快出台汽车金融公司境外机构建设的实施细则和相关信用保险政策，通过专项基金、政策性中长期贷款支持企业海外投资，特别是满足民营企业和中小微企业的外贸融资需求，支持汽车出口企业参与航运贸易数字化试点。加强对境外投资项目的商务、财政、投资、产业等不同维度的统筹与协同管理，持续优化对外投资管理体系。充分发挥驻外使领馆、相关派出机构一线窗口作用，积极协调海外政府、机构支持中资企业发展经营。

（二）营造合作共赢的国际化发展环境

采取差异化处理策略，对与我国保持较好汽车产业合作关系区域，做好长期沟通和关系维护。充分利用“一带一路”、RCEP 等区域经贸协定、联合国可持续发展议程等国际合作机制，重点完善中国东盟、中泰、中马、中墨、中非等多双边高层合作机制，为汽车产业国际化发展争取贸易、深度合作等多层次的优惠与支持性政策，推动优势企业与当地产业合作，联合打造汽车国际合作重点示范项目。从国际规则培训、国家及企业管理体系建设出发指导汽车企业应对国外碳足迹认证、数据安全等技术型贸易壁垒，做好贸易保护措施的抗辩与应对。

（三）积极参与国际标准制定，提高标准话语权

加强与 ISO、IEC、WP.29 等国际标准化认证机构和国际组织合作，在新能源汽车、ADAS 辅助驾驶功能、信息安全、大功率充电等领域，积极参与并牵头主导国际标准的制定，推动与更多国家间的标准互认。推动建立中国同东盟、拉美、

澳新等重点区域间的新能源汽车检测认证联盟，实现整车、充电设施、动力电池等领域的国内检测认证结果互认，尤其是绿电、电池碳排放足迹领域的互认。推动与友好国家建立数据跨境流动的互信机制，积极主导、参与数据相关标准化活动及工作规则制定，持续推进加入 CPTPP、DEPA 等协定，与重要贸易伙伴国家、一带一路国家建议数据跨境传输合作机制，形成有效的数据跨境流通渠道。推进同重点国际认证机构开展互认合作和授权合作，如日本 CHAdeMO 协会、北德集团、莱茵集团、法国 BV 集团等，使整车产品以更快、更简便方式符合如 E-Mark、DOT、OTTC、SABER 等不同国家的整车认证要求，同时降低认证成本。

（四）构建国际化发展的软服务体系

整合研究机构与行业资源，组建第三方国际化专项智库平台，做好海外政治、政策法规、市场、文化及投融资等领域的长期性、系统性研究工作，定期发布国别市场合规指南、风险评估报告，为企业提供共性信息支持。在泰国、马来西亚、西班牙、匈牙利、澳大利亚、巴西等重点国家设立海外分支机构，协助企业对接海外政商资源。落实政府部门对汽车企业海外协同发展的指导，建立企业间监督协调机制，针对我国出口企业“打价格战”等恶性竞争和无序出口等行为，及时予以制止和矫正。帮助出海企业做好全球化人才队伍建设，围绕产品、品牌、研发、生产、渠道建设等国际化人力资源需求，联合本地专业机构开展培训工作。

（五）加快完善自主品牌海外流通及服务保障体系

建立汽车配件跨境贸易综合服务平台，参考工业和信息化部 2022 年采取的企业采购“白名单”制度，通过评估重点供应链企业资质和产品，优质企业筛选进海外市场零部件采购“白名单”中，统一汽车配件的采购渠道，简化出口办理流程的同时，保障维修配件产品质量、供应稳定和价格合理。鼓励车企与动力电池等核心零部件企业的合作共建海外售后服务网点和维修中心，提升售后服务质量。由商务部和地方商务部门专项支持国内企业、机构参与国外展会、活动，讲好中国品牌故事。



地址：北京市海淀区西三旗街道金隅智造工场N5

电话：010-82911506

网址：www.ev100plus.com

扫一扫二维码关注微信订阅号（ID：EV100_Plus）