

乘用车全球化策略： 从全面扩张走向分市场/分主体的结构性出海

证券分析师：黄细里

执业证书编号：S0600520010001

联系邮箱：huangxl@dwzq.com.cn

联系电话：021-60199790

2026年1月8日

全球总量和新能源渗透率预测：欧洲/拉美/东南亚市场仍贡献较多增量

- **欧洲：2025年**欧洲新能源渗透率超预期原因为平价车型放量&部分补贴重启。**展望2026年**，欧洲新能源补贴政策倾向低价BEV车型+本土化生产，供给端看2026年是新一轮平价EV上市/放量节点。我们对欧洲/英国市场2026年新能源渗透率预期分别为30%/35%，预计同比2025年分别+5.1pct/+4pct。
- **东南亚：2025年**东南亚整体新能源渗透率表现超预期，中国车企/越南vinfast贡献主要增量；多数国家明确了26年对进口新能源/直接购车优惠政策将收紧，促使车企加快车型导入与库存准备带来抢装效应。此外中国厂商依托CBU税惠和本地建厂承诺实现成本优势，降低新能源车购车门槛。**展望2026年**，多国均不同程度地削弱了面向终端购车的优惠，更强调本地生产、供应链投资。我们认为2026年东南亚地区新能源渗透率为19%，同比2025年+4.8pct，增速较2025年下滑但仍保持温和增长。
- **拉美：2025年**拉美新能源渗透率相较2024年提升幅度有限，主要原因在于各国政策重心多集中在产业本地化与税制调整，而非直接拉动终端需求。**展望2026年**，拉美国家对新能源车的支持政策整体偏弱，政策目标高度聚焦于本土工业保护和升级，2026年巴西与墨西哥高关税正式实施、智利按既定路线减少购车优惠。我们认为2026年拉美地区新能源渗透率为5%，同比2025年+2.2pct。
- **大洋洲：澳大利亚**2025年7月正式落地新车燃油效率标准，设定逐步收紧的排放目标，直接推动2025-2030年新能源车型在澳洲的加速导入。我们认为2026年大洋洲地区新能源渗透率为13%，同比2025年+3.7pct。
- **中东：**中东地区对新能源车总体呈鼓励但不激进的政策方向，主要还在支持基础设施建设、公共交通电动化转型阶段，2026年大部分国家延续2025政策框架，未出现补贴跳升等激进调整。我们预期2026年中东地区新能源渗透率为15%，同比2025年+3.5pct。
- **中亚：**中亚整体对新能源车进口较为友好，但2026年起优惠存在到期可能，税负有一定回升。考虑部分进口EV关税政策收紧，但比亚迪等中国品牌本地化投产和乌兹别克斯坦强税收激励，我们预期2026年中亚地区新能源渗透率为3.3%，同比+1.2pct。

中国车企全球市占率预测：可进入市场规模约2700万辆；出口潜力市场约908万辆

- **回顾：**复盘中国乘用车出口历程，2021年开始进入快速增长期，21-25年逐步从“外生供需条件（疫情/俄乌冲突）驱动的被动扩张”向“以产品力与产业能力为核心的主动出海”过渡。2025年新能源车出口占整体出口比例升至42%，比亚迪贡献出口主要增量。
- **出口市场空间测算：**
 - **STEP1：二元过滤。**对全球市场进行“可进入 / 不可进入”的过滤，核心判断依据包括三类：一是贸易壁垒，重点考察是否存在整车进口禁令或实质性准入障碍；二是双边关系，评估是否存在明确的政治或贸易对立；三是外生不确定性，综合考虑外交等级、贸易摩擦强度及国家安全敏感度等因素。最终我们剔除北美、日韩、印度、墨西哥市场，**对中国车企来讲可进入市场规模约为2700万辆（2024年销量，Marklines口径）。**
 - **STEP2：份额潜力。1) 在具备明确本土乘用车品牌培育战略的国家：**汽车工业往往被纳入产业安全、就业与国家能力建设框架之中，本土品牌在政策资源、市场结构与长期发展路径上处于优先位置。我们对这些市场中中国品牌的长期市占率天花板假设为“非本土第二梯队品牌”的稳定市占率水平。**2) 在不以培育本土品牌为政策目标、而主要强调制造体系承载或消费市场属性的国家外来品牌的市场份额上限相对更高。**我们对这些市场中中国品牌长期市占率假设参考当前市场中市占率最高的品牌系别或集团结构。原因是品牌认知、渠道体系、售后网络及政策协同关系往往在长期竞争中逐步固化，历史形成的市场结构对未来份额分布具有较强约束力。即便技术路线或成本优势发生变化，单一外来品牌在缺乏制度性支持的情况下，通常难以在成熟市场中突破既有系别所形成的份额上限。
 - 我们参考上述结论进行了中国车企全球份额潜力测算。核心结论：1) 对中国车企来讲**出口潜力市场为908万辆**（同一口径下2025年自主品牌出口预计为300万辆），市场空间仍巨大。2) 分区域可触达市场规模×市占率天花板排序：**东南亚/中东/欧洲/拉美。**

车企层面出口预测

■ STEP1：区域市场通用性分析

- 方法论：重点关注四个方面：①能源与技术路线偏好；②消费能力与主销车型价格带；③竞争格局，重点考察供给侧竞争强度与中国品牌参与广度；④贸易与产业政策，包括关税、本地化与准入要求等。
- 结论：从区域外部环境看，**大洋洲、中东、中亚及非洲**在制度层面对整车出口最为友好；**东南亚与拉美**具备放量基础但逐步引导本地化；**欧盟**制度约束最为明确且趋严，**英国**相对温和；**俄罗斯**通过报废税等长期政策形成结构性本地化压力。各区域在能源偏好、价格带与中国品牌参与广度上的差异，决定了不同车企打法的可持续性边界。另外整体而言中国品牌在俄罗斯、中亚、东南亚市场参与较多，中国车企之间的边际竞争压力较为显著；其他多数区域中国品牌整体仍处扩张阶段。

■ STEP2：系统拆解公司在海外的具体打法

- 方法论：核心问题是“企业已经在海外做了什么，以及这些动作依赖哪些关键条件”。①市场选择打法，明确当前核心出口区域以及区域结构是集中还是分散；②海外产品与定价打法，分析公司在海外主推车型、能源路线及其覆盖的主要价格带；③落地执行打法，重点考察海外渠道模式、节奏安排，以及海外产能或本地化进展与时间表。
- 结论：①**比亚迪**：早期以 BEV 单一车型切入，随后扩展至多车型矩阵，并按区域阶段差异引入 PHEV 与不同价格带产品，配合分区定价策略、渠道由总代向直控升级、差异化海外产能布局及自建船队保障交付，比亚迪逐步构建起可复制、可放大的全球化运营体系。②**奇瑞**：公司以燃油车为海外销量基本盘，通过 Tiggo 系列及多品牌矩阵在发展中市场与俄罗斯实现快速放量，并以 KD 本地化与经销商体系控制风险；整体定价锚定日韩品牌下沿，以配置优势形成理性替代，构建稳健、适配性优先的全球化打法。③**长城**：长城以燃油车为基本盘、直控核心市场、区域制造中枢+KD 并行的方式，构建了偏稳健、以功能与性价比驱动的海外扩张路径。④**吉利**：吉利汽车的海外打法以风险控制与灵活性优先，自主品牌出口长期高度集中于俄罗斯，尚未形成多区域、多单体市场的稳定放量结构；海外更多依托集团既有全球化资产与合作体系推进，包括与沃尔沃渠道协同、通过宝腾与雷诺实现本地化与市场进入。整体以合规、协同与阶段性机会承接为核心的稳健型推进路径。

车企层面出口预测

■ STEP3：结合前两步对车企有效市场进行判断

➤ 方法论：将前两步结果进行交叉验证，判断 STEP1 中区域市场的特征是否与 STEP2 中企业的出海打法形成有效匹配，并在此基础上对公司在不同市场的出口空间与节奏进行预测。

➤ 结论：

① **比亚迪**：和多数区域均有较高的匹配度，其中大洋洲和英国目前来看几乎不存在制度与竞争层面的结构性约束；东南亚和拉美在竞争加剧背景下已通过本地化产能与渠道控制对冲主要风险；中东虽对新能源技术路线需求不高，但价格与政策环境对现有打法友好；欧盟正在推动本地化以消化贸易风险。

② **奇瑞**：俄罗斯、中亚、中东与非洲是奇瑞当前外部环境匹配度最高的核心市场；拉美（墨西哥除外）整体具备良好匹配基础，尽管部分国家政策分化，但奇瑞已通过重点市场推进本地化予以应对。相比之下，东南亚与大洋洲的匹配度处于中等水平，主要受新能源趋势与价格结构影响；欧盟市场在能源与制度层面对奇瑞主线构成约束，更多体现为选择性进入而非放量主战场；英国市场相对务实，整体匹配度优于欧盟。

③ **长城**：在中东、中亚及拉美、非洲的外部环境匹配度最高，具备稳定经营与持续放量的基础。东南亚在新能源政策趋势与中国品牌竞争加剧背景下，对长城以 ICE/HEV 为主的打法形成一定约束。欧洲市场在能源路线与制度层面对长城主线形成更为明显的约束。总体而言，长城海外扩张的优势区域集中于新能源渗透较慢、SUV/皮卡需求稳定且制度环境友好的市场，其全球布局呈现出明显的结构性特征。

④ **吉利**：吉利在中东、拉美（墨西哥除外）及部分新兴市场的整体匹配度相对较高。俄罗斯与中亚市场在能源与价格层面具备一定匹配基础，但受制于竞争结构与执行节奏，整体更偏中性匹配。欧盟市场尽管在能源路线方向上与吉利多元化布局并不冲突，但制度与合规要求仍对放量节奏构成约束，更适合作为稳健推进与长期布局市场。

- ◆ **从全球化逻辑下筛选车企，核心标准为：**1) 出口销量在总销量中占比持续提升，且海外销量已成为公司重要增量来源。2) 海外产能已形成实质性落地（全工艺或 KD），并进入投产或放量阶段。考虑目前海外多数区域汽车工业政策方向更侧重“以产业换市场”，政策目标高度聚焦于本土工业保护和升级，因此海外产能布局情况和落地节奏重要性也在提升。3) **俄罗斯市场相对贡献较少。**从2024年开始，俄方产业政策由“短期补缺”转向“重建本土汽车工业”，整车进口面临更高的不确定性。因此，从全球化可持续性的筛选标准出发，对俄罗斯市场依赖度较低的车企，其海外增长路径反而更具稳定性。4) **新能源车型占比相对较高。**在多数新兴市场，传统燃油车更多承担的是价格替代功能，对当地产业升级、技术转移与新能源转型贡献有限，因此政策支持空间相对受限。相比之下，新能源车型（BEV/PHEV）更容易与当地产业政策目标形成绑定，包括本地制造、电池产业、能源转型与技术升级。5) **海外渠道与组织体系要具备一定控制力和长期运营能力。**
- ◆ **优先配置海外体系成熟、执行能力已验证的头部车企，优选比亚迪/长城汽车/奇瑞汽车，以及零跑/小鹏/上汽集团/长安汽车等。**
- ◆ **风险提示：贸易政策不确定风险；运价提升风险等。**

图：出口销量占总销量比重

集团	2022	2023	2024	2025E	2026E
奇瑞	37%	49%	44%	46%	42%
长城	11%	22%	32%	38%	34%
比亚迪	3%	8%	10%	21%	28%
上汽	15%	20%	21%	25%	27%
长安	6%	10%	13%	19%	15%
吉利	12%	15%	24%	14%	15%
小鹏	0%	2%	12%	10%	12%
零跑	0%	0%	2%	10%	11%

图：行业出口预测总表

	2024	2025E	2026E	2027E
中国车企总出口量/万辆（协会口径）	479	572	658	745
YOY	25%	19%	15%	13%
中国车企新能源出口量/万辆（协会口径）	120	245	362	447
YOY	16%	104%	48%	23%
占比	25%	43%	55%	60%
自主品牌出口量/万辆（mk口径）	247	273	347	404
YOY	42%	10%	27%	17%
占中汽协协会销量比/%	51%	48%	53%	54%
中国车企新能源出口量/万辆（mk口径）	48	83	127	156
YOY	33%	75%	52%	23%
占中汽协协会销量比/%	40%	34%	35%	35%



■ 一、全球总量和新能源渗透率预测

■ 二、中国车企全球市占率预测

■ 三、车企层面出口预测

■ 四、投资建议与风险提示

一、全球总量和新能源渗透率预测

核心解决的问题：

- 1、全球汽车总量整体预测
- 2、全球新能源汽车整体预测

图：全球乘用车销量及增速预测情况

全球乘用车销量	2022	2023	2024	2025E	2026E
全球销量/万辆	7,338	8,244	8,521	8,862	9,015
中国销量	2,481	2,765	2,914	3,200	3,136
海外销量	4,856	5,480	5,607	5,662	5,879
全球销量同比增速/%	-0.5%	12.4%	3.3%	4.0%	1.7%
中国销量同比增速	7.5%	11.4%	5.4%	9.8%	-2.0%
海外汽车销量同比增速	-4.1%	12.8%	2.3%	1.0%	3.8%
全球乘用车销量/万辆					
北美洲	1,543	1,733	1,781	1,820	1,826
大洋洲	115	128	127	127	127
东南亚	305	305	281	287	288
东亚	3,032	3,381	3,493	3,763	3,820
俄罗斯	71	116	169	148	148
非洲	36	35	35	43	47
拉美	429	475	516	547	580
南亚	434	470	491	494	543
欧洲	1,053	1,202	1,218	1,209	1,209
英国	190	224	230	232	233
中东	119	157	159	171	173
中亚	12	19	19	21	22
同比增速					
北美洲	-7.9%	12.3%	2.8%	2.2%	0.3%
大洋洲	2.9%	10.9%	-0.2%	-0.6%	0.0%
东南亚	23.7%	0.0%	-7.8%	2.1%	0.5%
东亚	5.0%	11.5%	3.3%	7.7%	1.5%
俄罗斯	-56.3%	62.8%	46.0%	-12.4%	0.0%
非洲	19.6%	-4.2%	0.9%	21.6%	10.0%
拉美	2.7%	10.8%	8.5%	6.0%	6.0%
南亚	15.6%	8.3%	4.4%	0.7%	10.0%
欧洲	-6.6%	14.2%	1.4%	-0.7%	0.0%
英国	-5.3%	18.4%	2.7%	0.8%	0.2%
中东	-4.6%	32.5%	1.3%	7.2%	1.5%
中亚	4.2%	62.2%	2.9%	9%	5%

- ◆ 除中国/欧洲外，2025年全球其余市场新能源车渗透率多在10%以下，市场仍在培育期，政策对渗透率影响权重相对较大。因此在分区域进行新能源渗透率预测时，我们着重分析了当地对新能源车的补贴/进口政策。核心预测如下表，整体从新能源车销量增长绝对值而言，我们预期欧洲/拉美/东南亚市场仍贡献较多增量。

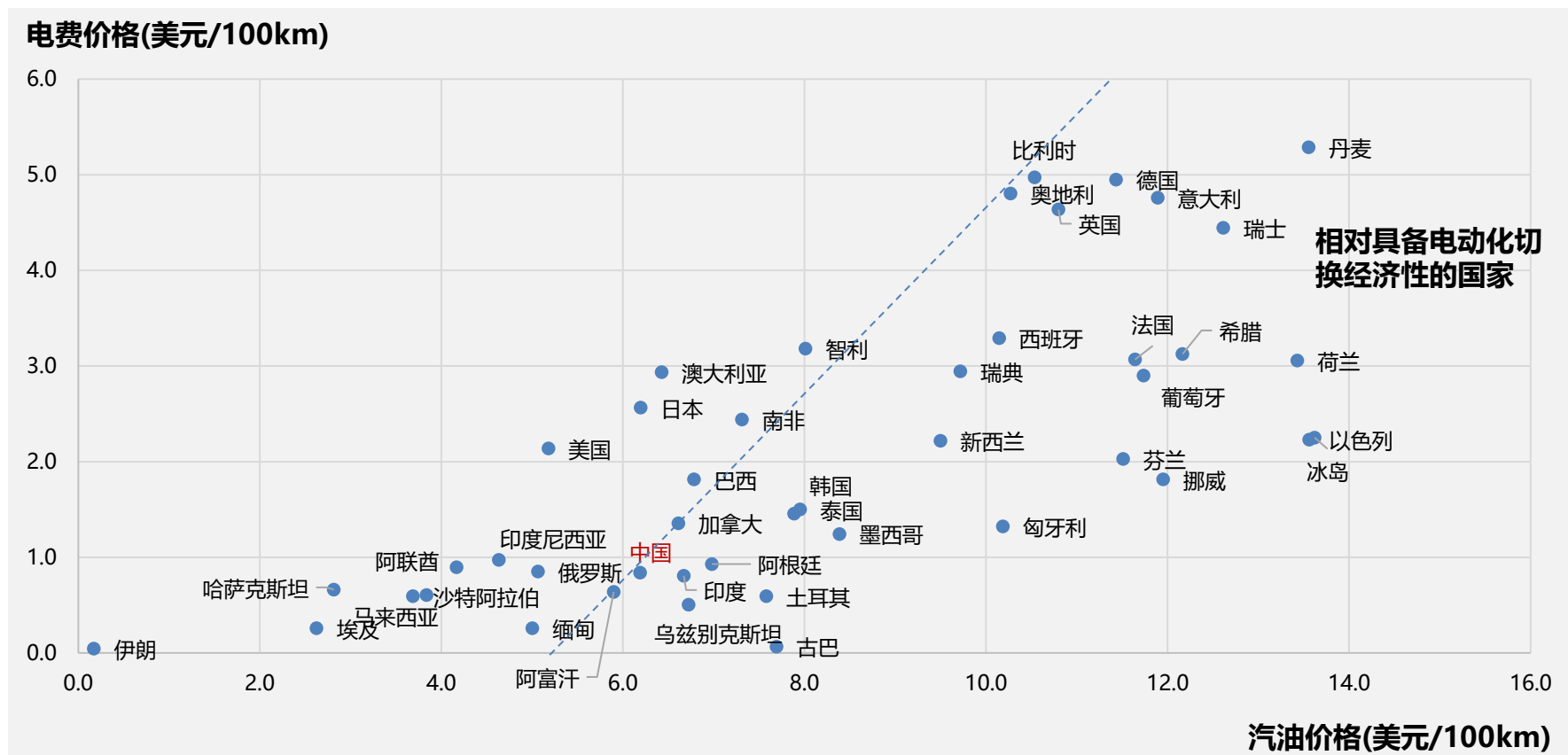
图：全球新能源乘用车销量及增速预测情况

	2022	2023	2024	2025E	2026E
海外新能源车销量/万辆	396	522	545	692	795
海外新能源车销量同比增速/%	28.1%	31.8%	4.4%	27.0%	14.8%
全球分区域新能源销量/万辆					
北美洲	107	161	174	174	192
大洋洲	4	8	9	12	16
东南亚	4	13	14	44	55
东亚	675	928	1243	1553	1604
俄罗斯	0	2	2	1	1
非洲	0	0	0	0	0
拉美	1	3	11	15	29
南亚	0	0	0	0	0
欧洲	213	248	236	301	363
英国	39	48	57	72	81
中东	5	11	14	20	26
中亚	0.01	0.02	0.12	0.44	1
新能源渗透率/%					
北美洲	6.9%	9.3%	9.8%	9.6%	10.5%
大洋洲	3.3%	6.6%	7.0%	9.3%	13.0%
东南亚	1.3%	4.2%	5.0%	15.2%	19.0%
东亚	22.3%	27.4%	35.6%	41.3%	42.0%
俄罗斯	0.4%	2.1%	1.1%	0.9%	1.0%
非洲	0.1%	0.3%	0.5%	0.9%	1.0%
拉美	0.2%	0.7%	2.1%	2.8%	5.0%
南亚	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0%
欧洲	20.3%	20.6%	19.4%	24.9%	30.0%
英国	20.3%	21.3%	24.7%	31.0%	35.0%
中东	4.0%	7.0%	8.7%	11.5%	15.0%
中亚	0.1%	0.1%	0.6%	2.1%	3.3%

新能源出口潜力：油电经济性测算汇总

- **通过汽油和电费的相对价格来衡量世界各地推广电动汽车的经济性：**以中国油电差价为基础，油电差价和中国相仿甚至更高的地方我们认为具备电动化切换的经济性（未考虑购车成本，且各地充电标准不一，此处油电价格仅供参考）。
- 横向比较，各地区电动化经济性排序：**欧洲>东亚（中国）≥南美>北美/独联体>中东**（使用汽油和居民用电差价作为衡量标准，不同国家有所差异），绝大部分地区存在电动化切换的经济性。

图：部分国家汽油与电费价格对比（2025/12）

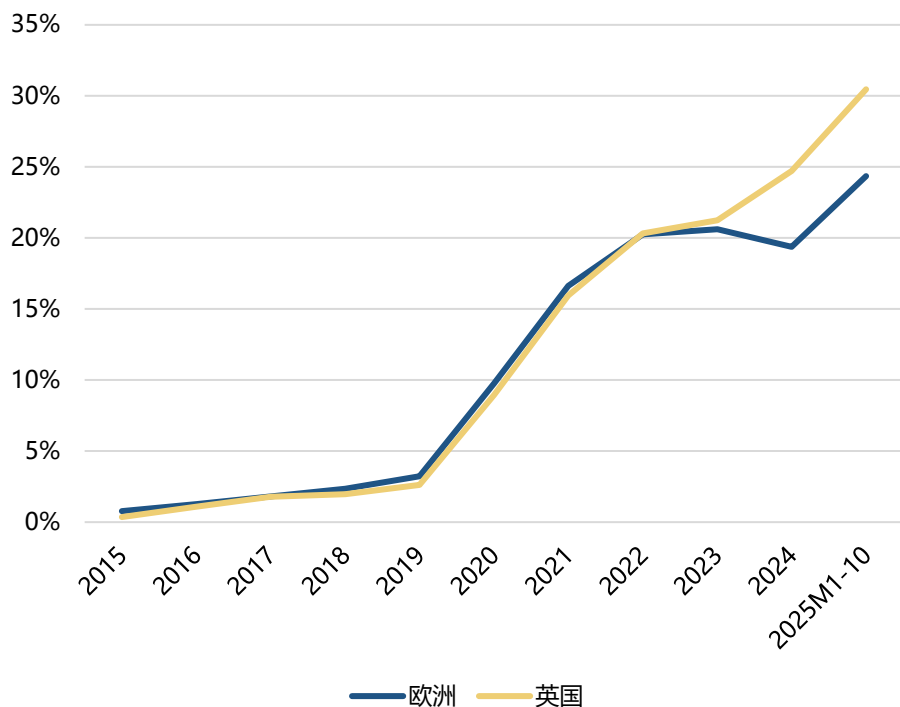


- ◆ **东南亚**：整体对BEV路线呈现明确政策与产业层面的正向激励，在油价水平、城市化进程及新能源扶持政策共同作用下，BEV被作为中长期主推方向。
- ◆ **欧盟**：在碳排放法规和产业政策的长期约束下，系统性奖励BEV与PHEV路线、并持续压制ICE，能源偏好具有高度确定性但对产品与合规要求较高。
- ◆ **英国**：在新能源转型方向上与欧盟一致，对BEV与PHEV均保持明确支持。
- ◆ **俄罗斯**：受制于低油价、能源禀赋及政策优先级，并未形成对新能源的系统性激励，ICE与HEV在使用经济性和便利性上仍占主导地位。
- ◆ **中亚**：新能源政策与基础设施仍处于早期阶段，能源偏好以成本敏感型的ICE与HEV为主。
- ◆ **中东**：地区在低油价环境下，新能源更多是被政策“允许存在”而非被经济性与制度系统性放大，ICE与HEV仍是更符合使用条件的主流选择。
- ◆ **拉美**：拉美多数国家在油价波动和能源多样化背景下，整体处于多能源路线并存阶段。
- ◆ **大洋洲**：在油价水平、用车结构及基础设施条件支持下，对BEV与PHEV均形成较为自然的经济性优势，新能源路线接受度高且政策环境相对稳定。
- ◆ **非洲**：受制于电力与充电基础设施不足及消费能力约束，能源偏好仍以ICE与HEV为主，新能源路线难以在现阶段形成系统性优势。

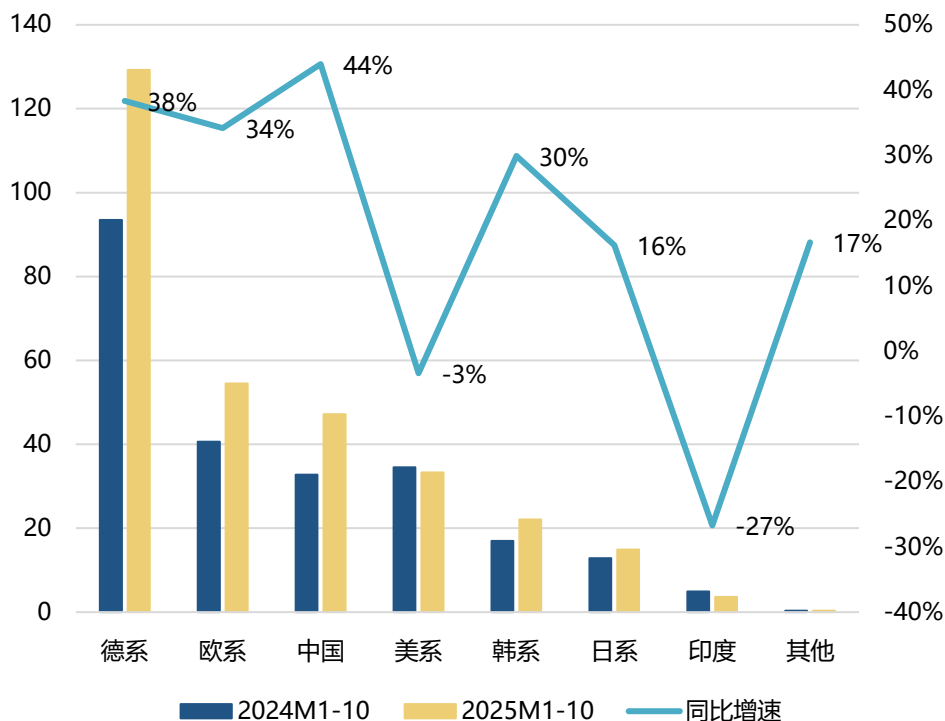
欧洲新能源渗透率跟踪：2025超预期原因

- ◆ 2025年欧洲整体新能源渗透率表现超预期，2025M1-10欧盟/英国的新能源车渗透率分别为24.4%/30.5%，同比2024年分别+5pct/+5.8pct。**核心原因**为：
 - **平价车型放量**：2025年雷诺5 E-Tech、雪铁龙 ë-C3、菲亚特 Panda EV等低于2.5万欧元的电动车型上市，是欧洲当地车企平价电动车型交付放量元年。
 - **部分补贴重启**：2024年德国等主要市场补贴大幅退坡，使基数较低；2025年部分国家重启或优化补贴政策，叠加消费者前期延迟购车需求回补，推动销量改善。

图：欧洲新能源渗透率/%



图：欧洲新能源分系别销量（左轴/万辆）及同比增速（右轴/%）



欧洲新能源补贴政策：倾向低价BEV车型+本土化生产

◆ 欧洲地区2026年电动车补贴预算与2025年相比：1) 部分国家（西班牙、德国等）追加/计划追加补贴，补贴方向是低收入家庭、平价车型、农村区域等，补贴方向更精准；多数国家（表中未列出的荷兰、挪威等地）保持补贴退坡趋势；2) 仍主要针对**BEV车型**；3) 部分国家补贴与**本地化生产挂钩**。**对中国车企来讲，一方面，欧洲补贴更加倾向中低价位、面向刚需群体的电动车，为中国品牌的成本优势创造市场空间；另一方面，补贴正与本地生产、供应链透明度及生命周期碳足迹要求日益绑定，给主要依赖中国本土制造的车企带来更高的合规与本地化压力。**

图：欧洲部分国家电动车补贴政策梳理

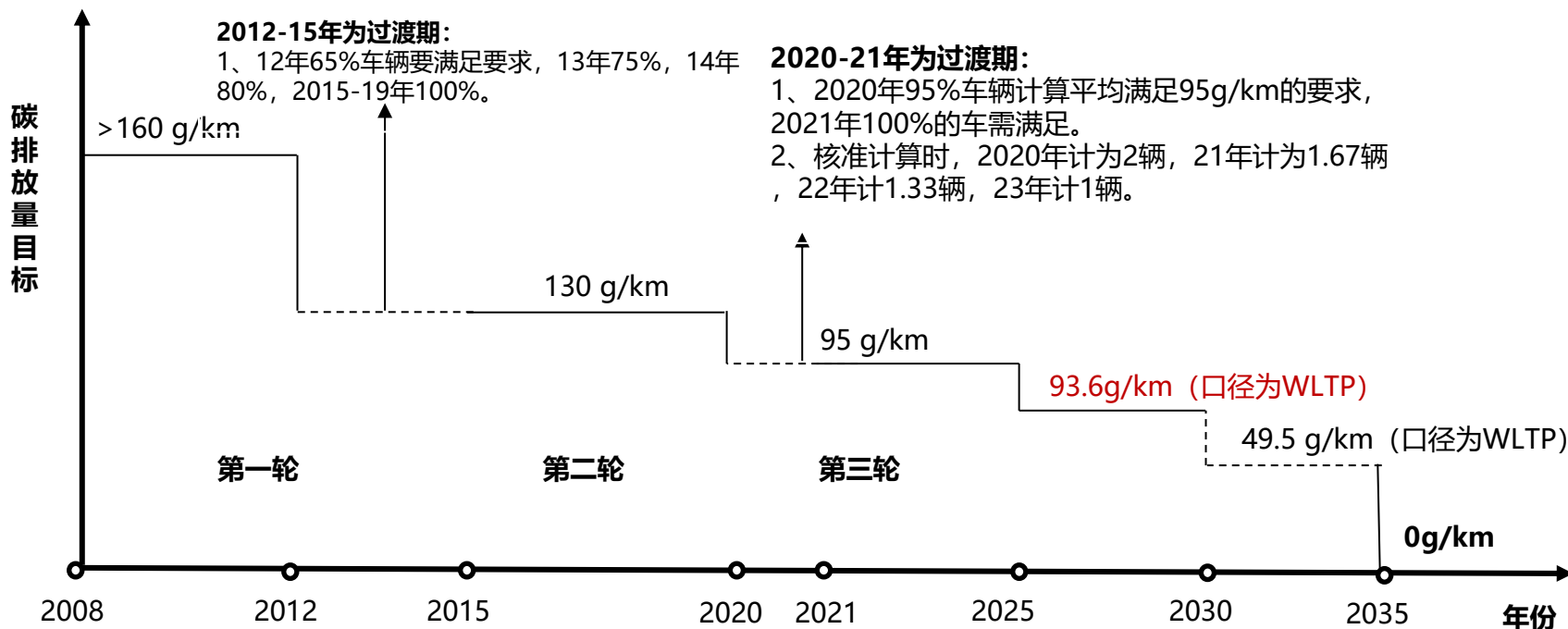
国家	政策发布日期	政策持续时间	政策名称	政策具体内容	单车补贴金额	补贴要求	中国车企是否享受改政策
英国	2025/7/15	2025-07-16至2028-29财年	Electric Car Grant	对车价≤£37,000的 纯电动新车 提供消费补贴，总预算6.5亿英镑	第一档3750英镑；第二档1500英镑	制造商必须SBT；根据车辆装配地点和电池生产设施的碳强度对车辆进行评分	多数车型无
	2025/11/23	2030（计划中）	——	追加13亿英镑	——	——	——
法国	2025年6月	2025年全年	电动车推进奖金	平均来看调低 BEV 单车补贴， 新增本地化生产补贴	€2000-4200（取决于家庭收入）；车辆及其电池在欧洲组装可额外获得1000欧元	车价≤€47,000；须在法国首次登记，并满足环境评分阈值	多数车型无
	2025年11月	2026年（预计）	——	——	将补贴 提升 至5700欧元	——	——
意大利	2025年9月	2025-10至2026（先到先得）	新“Bonus Auto 6亿欧元”方案	面向低收入个人和微型企业购买 新纯电动乘用车 和部分电动轻型商用车；预算约5.9亿欧元	最高€11,000（私人BEV）；商用车最高€20,000	收入/企业规模分档，部分档位要求报废旧燃油车	原则上可以
波兰	2025年2月	2025/2-2026/4（先到先得）	NaszEauto	个人报废旧车并购买/长租 BEV 给予一次性补贴，预算16亿波兰兹罗提（PLN）	最高40,000兹罗提（≈€9,200）	车价≤225,000兹罗提；年收入≤135,000兹罗提；部分额外补贴需报废旧内燃机车	原则上可以
德国	2025年10月	2026-2029年实施（计划中）	中低收入家庭电动车支持计划	恢复 BEV 购车补贴，重点支持低/中收入家庭购车，含新车及部分二手车，预算30亿欧元	新车最高 €4,000/车，具体档位按收入/小孩数量分级	有严格的车价和家庭收入上限（具体细则还未公布）	原则上可以
瑞典	2025年6月	2026-2029（计划中）	农村及低收入家庭“月度气候奖金”	对177个低密度市镇的低收入居民购买/长租 BEV ，分36个月发放	每月1,500克朗，最高54,000克朗（≈€5,000）	限定“家庭收入 ≤ 全国中位数 80%” + “农村/公共交通服务弱地区（具体细则还未公布）”	原则上可以
西班牙	2025年12月	2026年（计划中）	Auto Plus 计划	2026年将向消费者提供4亿欧元电动汽车直接补贴	——	——	原则上可以

数据来源：海关总署，Marklines，盖世汽车，东吴证券研究所

欧洲碳排放要求测算：2026年减排压力仍较大

- ◆ **2025年放松碳排放目标要求，但目标仍清晰，2026减排压力仍较大。** 2025年3月3日欧盟委员会提出将汽车二氧化碳排放标准法规的修订方案，给予欧洲车企更灵活的排放合规方式。2025年5月27日获得欧盟理事会正式批准。欧洲车企不再需要在2025年单一年份就满足减排目标，而是允许在2025/2026/2027三个年度之间通过平均排放达成法规要求即可。根据国际能源署IEA《Global EV Outlook 2025》预测，在当前政策下欧洲到2030年电动车销量占比接近60%，2025年约为25%，2026年减排压力仍较大。
- ◆ **禁售燃油车安排或将放宽。** 2025年12月，欧盟委员会宣布拟放宽欧盟“2035年起基本禁止销售新燃油车”的现行安排。到2035年前后相比2021年水平，二氧化碳排放削减90%；而现行规则要求2035年起所有新售乘用车和厢式货车实现“零排放”。

图：欧盟规定车企平均碳排放标准



欧洲新车供给梳理：平价车型继续集中上市

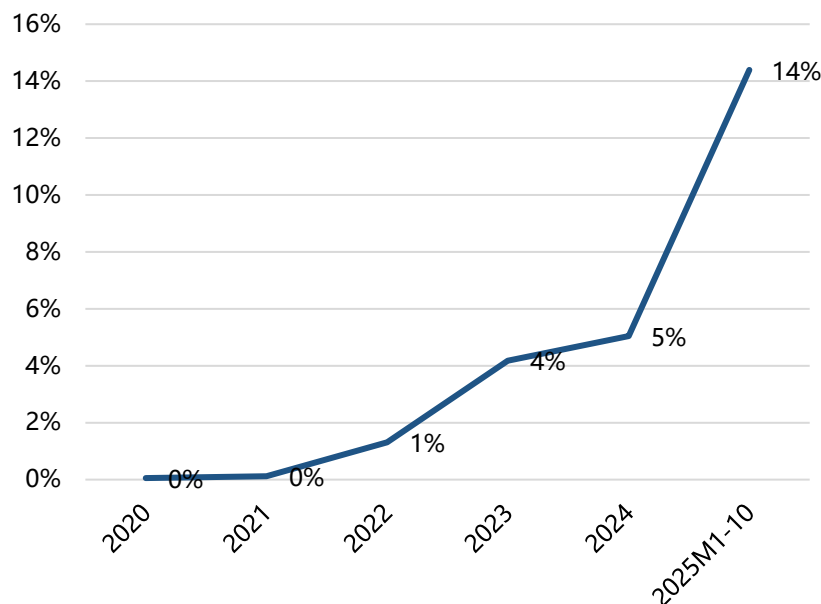
- ◆ 从供给端看，2026年是新一轮平价EV上市/放量节点，雷诺、大众等欧洲车企均在加快开发小型/入门电动车，2026年以ID.2/Twingo EV等为代表的低价车型将上市，有望推动欧洲新能源渗透率进一步向上。
- ◆ 考虑欧洲多数国家新能源车补贴政策、供给端新车趋势、欧盟碳排要求，我们对欧洲/英国市场2026年新能源渗透率预期分别为30%/35%，预计同比2025年分别+5.1pct/+4pct。

图：部分车企电动化平台梳理

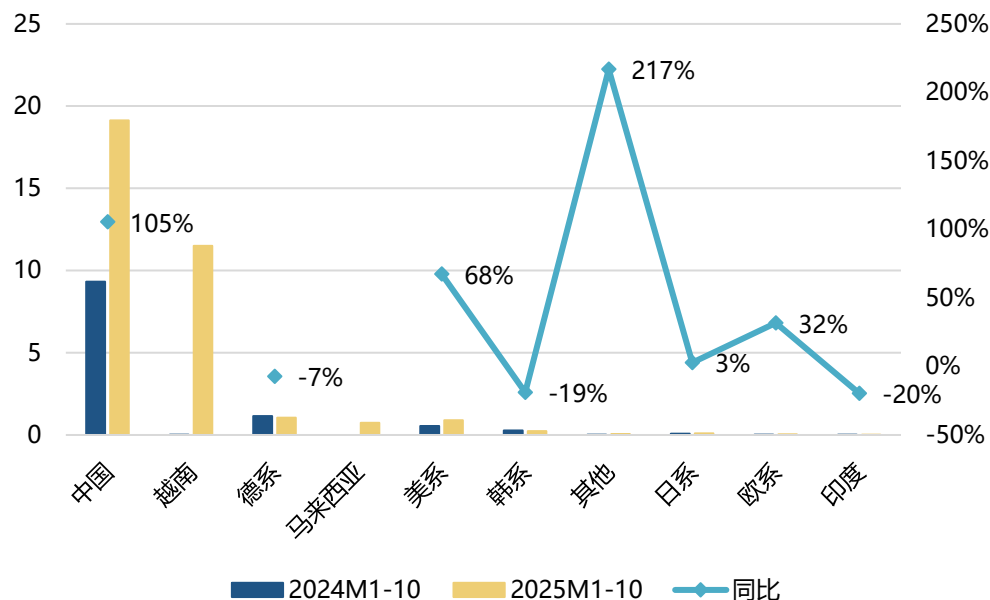
车企/品牌	平台名称/概念	预计/实际量产时间	车型 (或代表车型)	官方起售价 (欧元)
雷诺Renault	AmpR Small	2024Q4	Renault 5 E-Tech	€ 24,990
		2025Q2	Renault 4 E-Tech	€ 29,000
Stellantis	Smart-Car EV	2024Q2	Citroën ë-C3	44kWh: €23,300 29kWh: €19,990
		2025年	Fiat Panda EV	< €25,000
		2025年	Opel Frontera EV	€ 29,000
大众 Volkswagen	MEB Entry	2026年	ID.2	< €25,000
现代起亚 Hyundai/Kia	IMA	2026年	EV5	——

- ◆ 2025年东南亚整体新能源渗透率表现超预期，2025M1-10东南亚新能源车渗透率为14%，同比2024年+9pct。从车系来看中国车企/越南vinfast贡献了主要增量。**东南亚新能源渗透率快速提升的核心原因**为：
 - **政策**：2025 年东南亚国家对电动车的支持政策整体维持高水平（税收/补贴），且多数国家明确了26年对进口新能源/直接购车优惠政策将收紧，促使车企加快车型导入与库存准备，消费者提前购车需求也被拉动，带来一定的“抢装效应”。
 - **价格**：在优惠进口政策下中国厂商密集进入东南亚市场，部分企业依托CBU税惠和本地建厂承诺实现成本优势，使得A0/A级纯电车型价格逼近甚至低于同级燃油车，**有竞争力的定价**降低新能源车在当地的购车门槛。

图：东南亚新能源渗透率/%



图：东南亚新能源分系别销量（左轴/万辆）及同比增速（右轴/%）



东南亚新能源补贴政策：2026年明显转向本地生产

- ◆ **东南亚主要国家电动车政策均呈现明显的由补贴向结构性税制和本地化要求过渡的特征。**2026年泰国、印尼、马来西亚和新加坡均不同程度地削弱了面向终端购车的优惠，特别是对进口整车（CBU）的税收支持，取而代之的是更强调本地生产、供应链投资。
- ◆ **综合考虑整体政策变化方向（补贴退坡+提高本地化生产要求）抑制进口电车需求增长，但比亚迪等品牌2026年有当地整车工厂进入产能爬坡阶段，我们认为2026年东南亚地区新能源渗透率为19%，同比2025年+4.8pct，增速较2025年下滑但仍保持温和增长。**

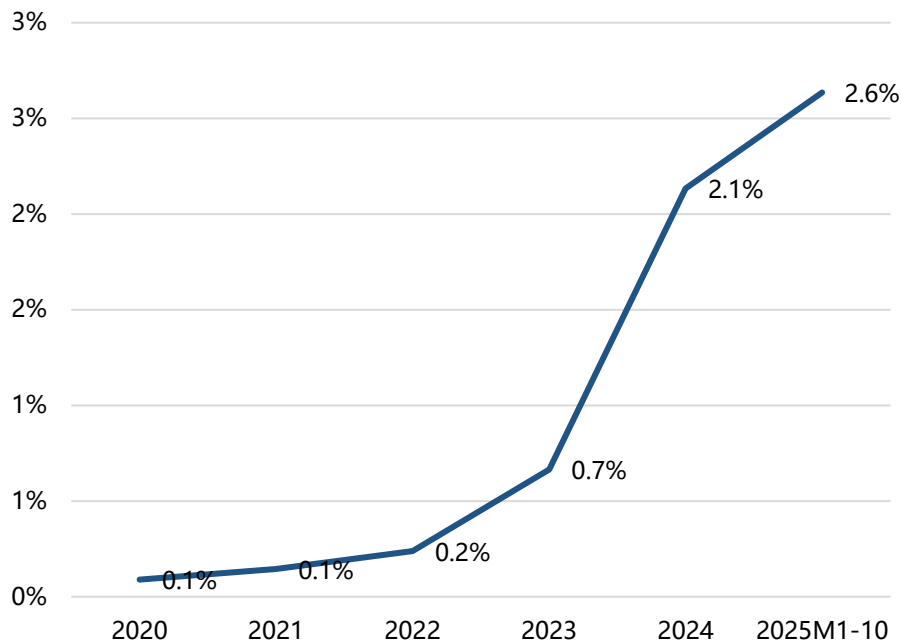
图：东南亚部分国家电动车补贴政策梳理

国家	2024年政策	2025年政策变化	2026年政策变化
泰国	EV3.5 补贴：≥50kWh 10万泰铢；10–50kWh 5万泰铢 CBU进口关税最高减免40% 消费税统一降至 2% 本地化要求：每进口1辆CBU，须在2026年内生产2辆作为补偿	补贴下调：≥50kWh 7.5 万泰铢； 10–50kWh 3.5 万泰铢	补贴进一步降：≥50kWh 5万；10–50kWh 2.5万 CBU不再享关税优惠
印尼	购车补贴：BEV最高8,000万印尼盾；混合动力乘用车4,000万印尼盾 满足TKDN（国内成分含量）要求的BEV可享：0%进口关税+豪华税免征+ VAT降至1% CBU 可在“先进口后建厂”框架下享优惠	——	不再给予CBU进口补贴，重点转向本地生产，1:1 生产承诺必须履行；取消购车补贴
马来西亚	CBU BEV进口税 + 消费税全免 CKD进口/消费/销售税全免到2027/12/31 BEV路税减免	——	CBU 税免到期，恢复正常消费税/关税；路税分级征收
越南	BEV注册费0%（2022–2024） SCT特别消费税BEV3%、PHEV7%（至2027）	——	——
新加坡	EEAI（电动车附加注册费优惠计划）：附加注册费 45% 退税，上限15,000新元（至 2025/12） VES（车辆减排税务计划）：A1（最环保车型）退税 25,000新元（EV与部分HEV都可享）	混动车VES补贴下滑	EEAI 上限降为 \$7,500，2027 终止 VES补贴下调，并不再奖励 HEV，仅 EV 享受

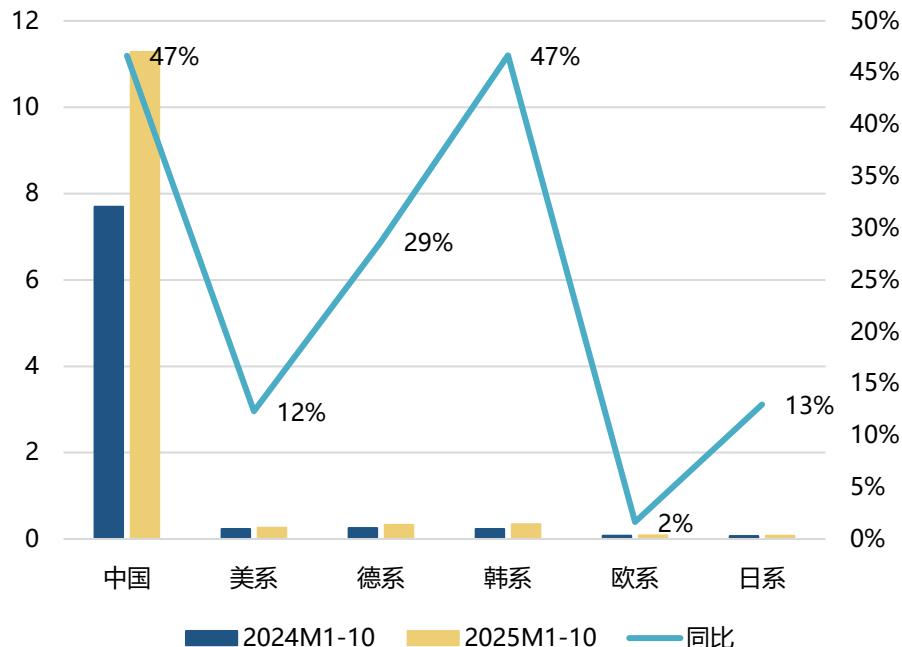
◆ 2025年拉美新能源渗透率相较2024年提升幅度有限，主要原因在于：

- ▶ **本地化产能仍处爬坡期：**各国政策重心多集中在产业本地化与税制调整，而非直接拉动终端需求，同时中国车企在当地的本地化产能仍在建设&爬坡期，短期供给无法显著拉升渗透率。
- ▶ **核心市场加进口关税：**巴西在2025年7月再次大幅上调进口关税，市场在2024年有部分抢先囤货，进口成本飙升直接抑制消费需求。新能源车型在价格上仍显著高于畅销燃油车。

图：拉美市场新能源渗透率/%



图：拉美新能源分系别销量（左轴/万辆）及同比增速（右轴/%）



拉美新能源补贴政策：关税驱动本地产业保护

- ◆ 拉美国家对新能源车的支持政策整体偏弱，更多依赖税收优惠，而非直接补贴或大规模财政投入。同时，拉美国家普遍更强调本地化生产和投资承诺，政策方向更侧重“以产业换市场”，政策目标高度聚焦于本土工业保护和升级，而非单纯刺激消费。因此拉美地区新能源车渗透率提升节奏相对缓慢。2026年巴西与墨西哥高关税正式实施、智利按既定路线减少购车优惠，可能是中国车企本地化放量元年（长城/比亚迪巴西工厂均在2025年投产，奇瑞巴西工厂已投产）；哥伦比亚维持稳定激励，阿根廷延续零关税配额。
- ◆ 2026年将是中国本地化产能集中释放的元年，本地生产的电动车有望提供更具竞争力的价格，同时考虑政策偏向税收激励而非现金补贴，我们认为2026年拉美地区新能源渗透率为5%，同比2025年+2.2pct。

图：拉美部分国家电动车政策梳理

国家	2024 年政策	2025年政策变化（相对 2024）	2026年政策变化（相对 2025）
巴西	进口关税：纯电、油电混动、插混车型关税分别上调至 10%，7 月调整为 18%、25%、20%。推出国家Mover绿色出行与创新计划，覆盖税收优惠、充电基建等领域。部分州对纯电动车免征IPVA车辆财产税。	进口关税：7月起纯电、油电混动、插混车型关税分别提升至 25%、30%、28%。Mover计划深化	进口关税：7月起纯电、油电混动、插混车型关税均升至 35%。
墨西哥	EV可免ISAN（地方销售税）、加速折旧；部分州免行驶税	——	贸易保护政策落地：对来自中国等无自贸伙伴的汽车、EV、零部件等征收最高35%–50%关税（多数品种约 35%），替代此前20%水平
智利	EV免绿色税 + 行驶证费大幅折扣	——	优惠边际下降：行驶证费折扣开始逐步减少
哥伦比亚	EV进口关税 0%；增值税可降至约5%，车辆税封顶 1%	——	——
阿根廷	EV/HEV恢复35%高关税	推出每年5万辆 EV/HEV 零关税进口配额（FOB≤16,000 美元）	再给5万辆零关税名额

- ◆ 澳大利亚2025年7月正式落地新车燃油效率标准（NVES），设定逐步收紧的排放目标，直接推动2025–2030年新能源车型在澳洲的加速导入。新西兰整体扶持政策不积极。
- ◆ 考虑澳洲NVES强约束，我们认为2026年大洋洲地区新能源渗透率为13%，同比2025年+3.7pct。

图：澳洲部分国家电动车政策梳理

国家	2024年政策	2025年政策变化	2026年政策变化
澳大利亚	推进《国家电动车战略》、扩充充电网络	NVES（新车燃油效率标准）7月正式实施，从2025年开始对车企设定CO ₂ 排放目标并逐年收紧	NVES按轨迹继续收紧排放目标，车企合规压力高于2025
新西兰	取消购车补贴，轻型电动车开始缴纳道路使用费	——	——

- ◆ 中东地区对新能源车总体呈鼓励但不激进的政策方向，主要还在支持基础设施建设、公共交通电动化转型阶段，2026年大部分国家延续2025政策框架，未出现补贴跳升等激进调整。
- ◆ 我们预期2026年中东地区新能源渗透率为15%，同比2025年+3.5pct。

图：中东部分国家电动车政策梳理

国家	2024年政策	2025年政策变化	2026年政策变化
沙特阿拉伯	给予一定购车补贴	强化本地制造与充电网络激励（税费/用地支持）	——
阿联酋	注册费、停车、路桥等多项优惠	推出统一全国充电电价体系，加大居民家庭充电优惠与补贴	——
卡塔尔	公交、政府车队与充电设施补贴为主	——	扩大出租车/网约车电动化
以色列	EV购置税35%（低于燃油车）；部分减税额度	EV购置税上调至45%	EV购置税再上调至约52%，并收紧减税额度

中亚新能源政策：部分国家进口税负有可能提升

- ◆ 中亚整体对新能源车进口较为友好，但2026年起优惠存在到期可能，税负有一定回升。比亚迪在乌兹别克斯坦建设的工厂于2024年6月正式投产，一期设计产能约5万辆/年，主要面向乌兹别克斯坦及中亚周边市场供给。
- ◆ 考虑部分进口EV关税政策收紧，但比亚迪等中国品牌本地化投产和乌兹别克斯坦强税收激励，我们预期2026年中亚地区新能源渗透率为3.3%，同比+1.2pct。

图：中国汽车出口量（左轴）及同比增速（右轴）

国家	2024年政策	2025年政策变化（相对2024）	2026年政策变化（相对2025）
哈萨克斯坦	欧亚经济联盟（EAEU）内优惠：电动车进口享0%关税，并有“购车补贴最多车价30%”和生产企业退税等激励（地方性项目）	——	有可能收紧进口EV关税
乌兹别克斯坦	进口电动车免征关税、消费税和车辆税，仅缴VAT（通常12–20%）；注册费显著低于燃油车，EV出租车免牌照费至2030年	——	——
吉尔吉斯斯坦	电动车在定量配额内免征15%进口关税	——	有可能收紧进口EV关税
塔吉克斯坦	电动车、电动公交和无轨电车自2022起10年内免征关税、增值税和大部分税费，无报废费	——	——

二、中国车企全球市占率预测

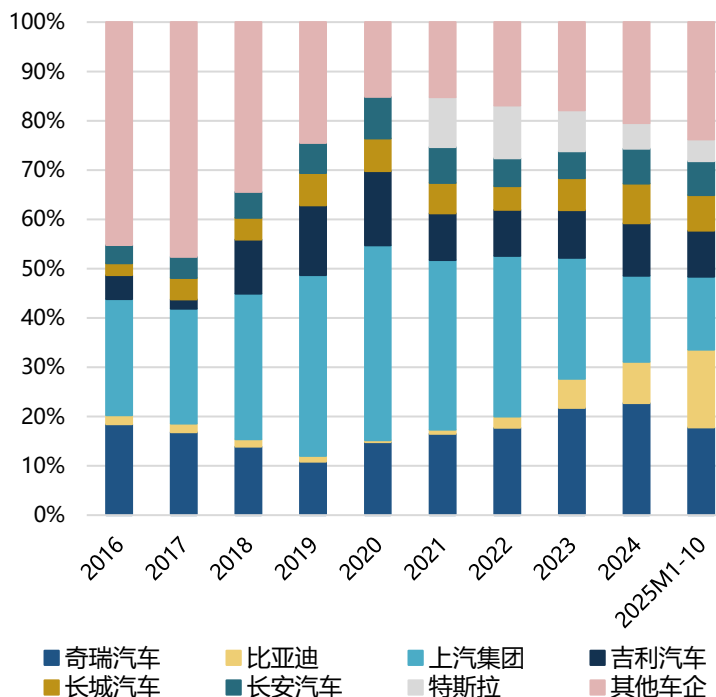
核心解决的问题：

- 1、中国车企出口历史是怎样的？
- 2、自上而下角度来看中国车企出口有效市场多大？

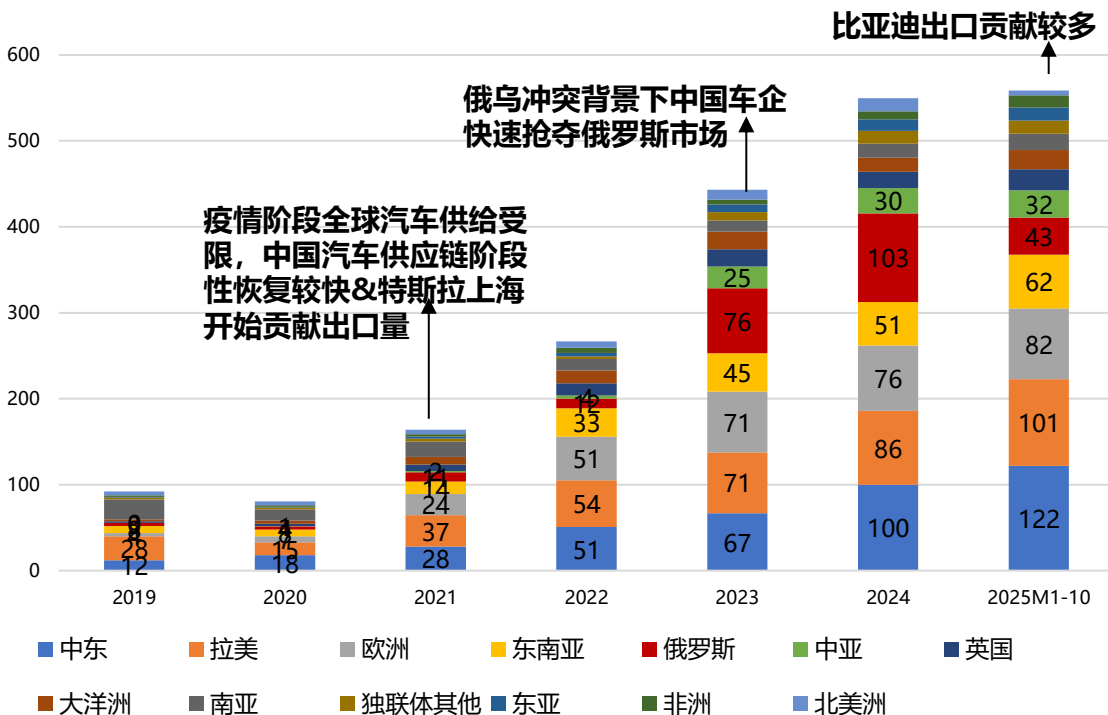
出口复盘和现状：从外部因素驱动到产品力主导

- ◆ 复盘中国乘用车出口历程，2021年开始进入快速增长期，21-25年逐步从“外生供需条件（疫情/俄乌冲突）驱动的被动扩张”向“以产品力与产业能力为核心的主动出海”过渡：
 - 2021年：疫情后供应链恢复较快。疫情造成全球汽车供给受限，中国汽车供应链阶段性恢复较快，燃油车出口补缺；此外特斯拉上海工厂2021年开始规模出口，也贡献一定增量。
 - 2022-2024年：俄罗斯市场贡献较多。俄乌冲突影响下欧美日韩车企退出俄罗斯市场，中国车企快速抢夺俄罗斯市场。以欧洲对EV车加关税为代表的贸易摩擦增多。
 - 2025年：新能源放量。新能源车出口占整体出口比例升至42%，比亚迪贡献出口主要增量，俄罗斯市场报废税政策影响下占比显著下滑。

图：mk口径分车企出口量占比（%）

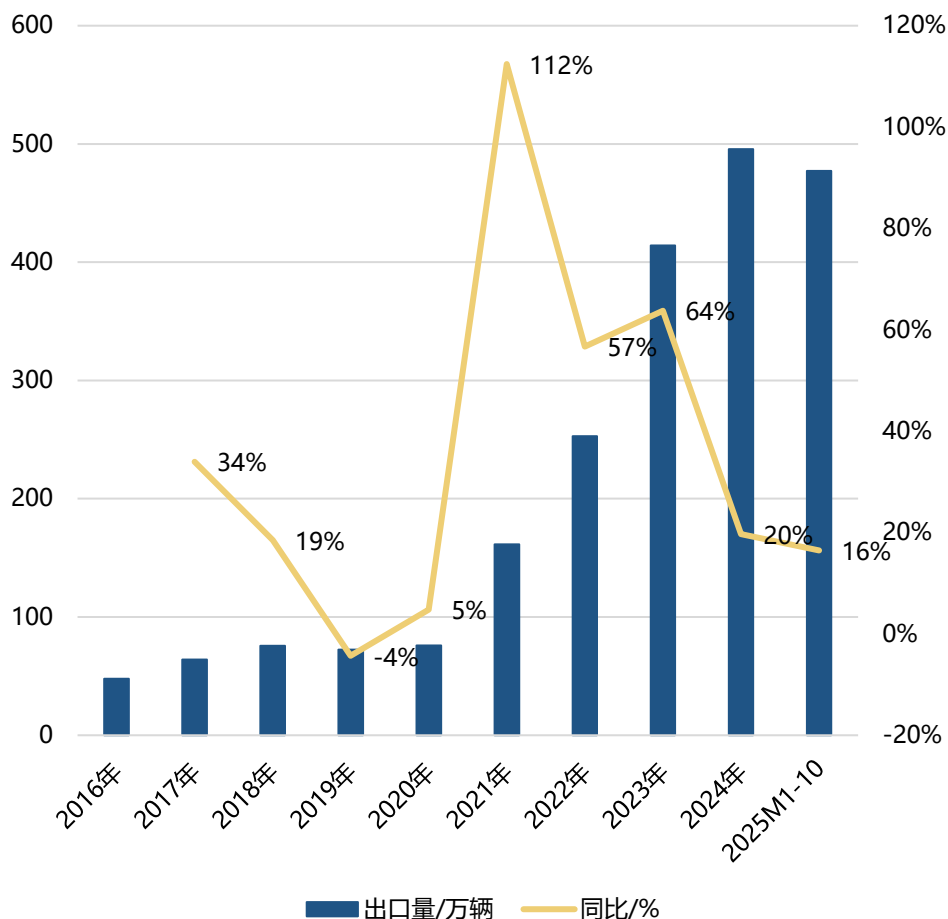


图：海关口径乘用车出口流向统计（万辆）

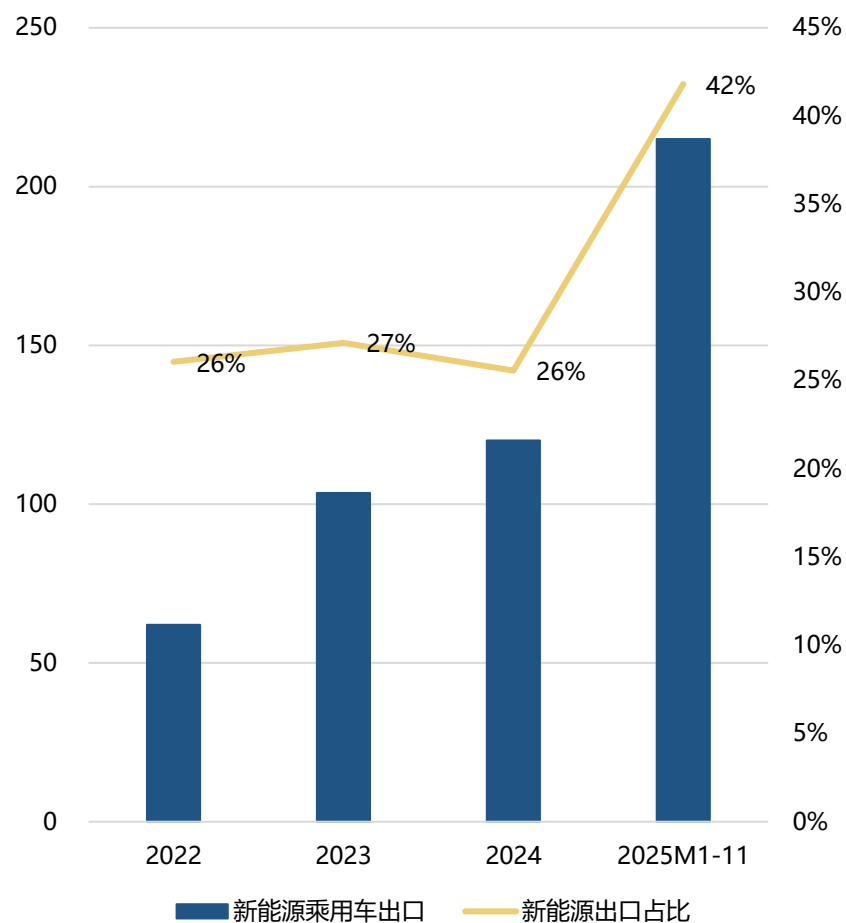


出口复盘和现状：从外部驱动到产品力主导（续）

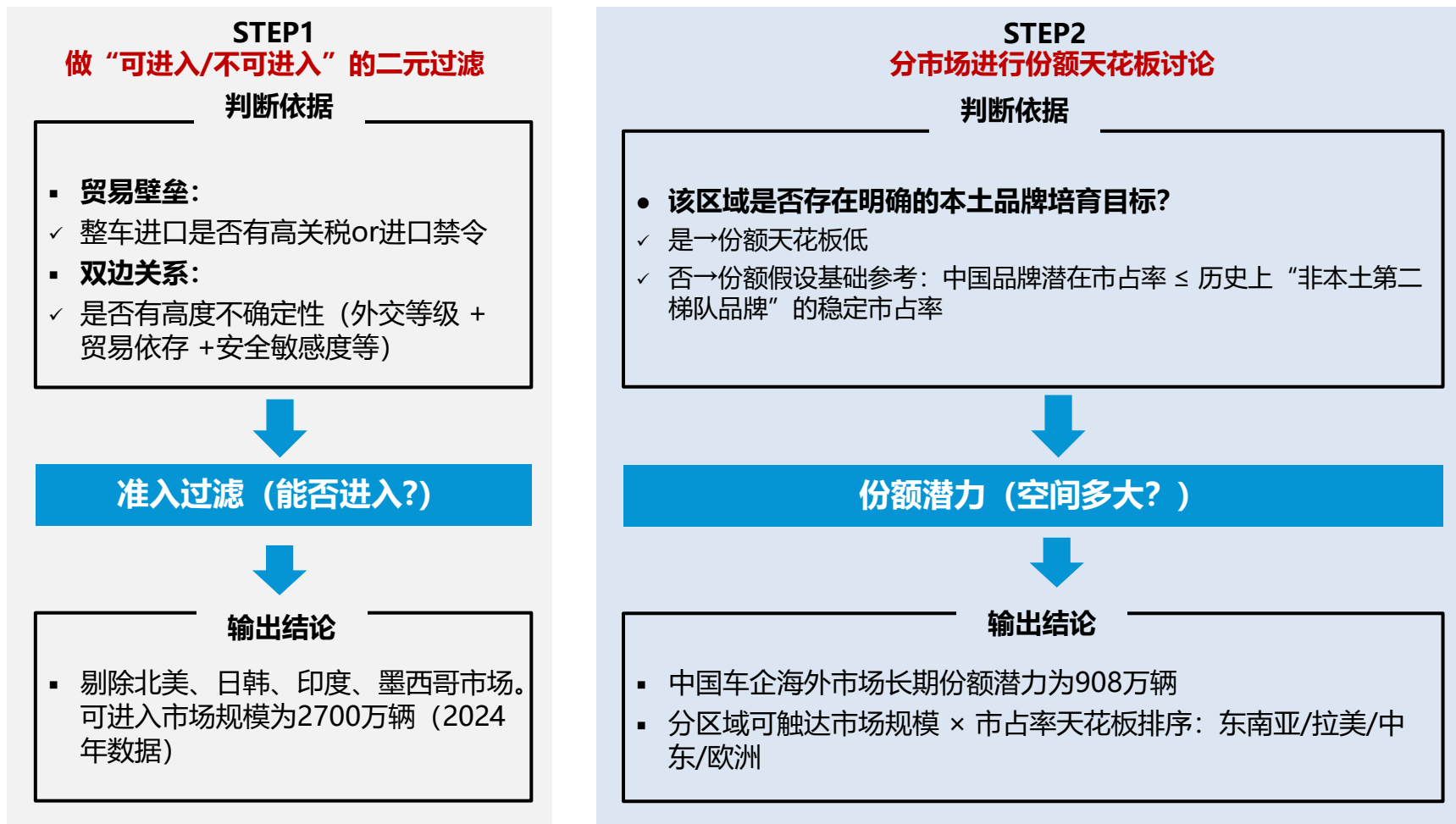
图：中国汽车出口量（左轴）及同比增速（右轴）



图：新能源乘用车出口销量（万辆/左轴）及占总出口量比（%/右轴）



图：汽车出口有效市场判断框架



注：STEP1 以中期（5-10 年）视角判断市场准入可行性，不考虑短期政策博弈或事件性变化。分市场市占率为基础假设，用于评估市场容量，不代表对单一国家或单一阶段的实际预测。

◆ 我们首先采用整车进口关税作为“准入过滤”的核心指标。关税是各国汽车贸易政策中最直接、最具制度约束力的工具之一，可以快速识别对整车进口存在明显保护或限制倾向的市场。但多数国家还通过消费税、增值税、报废税等复杂税种影响整车进口成本，以及技术法规、认证体系、本地化要求等非关税措施提高壁垒。此处我们仅用关税作为初步筛选的参考指标。最终我们剔除北美、日韩、印度、墨西哥市场，对中国车企来讲可进入市场规模约为2700万辆（2024年销量，Marklines口径，低于中汽协口径）。

表：主要国家乘用车关税整理

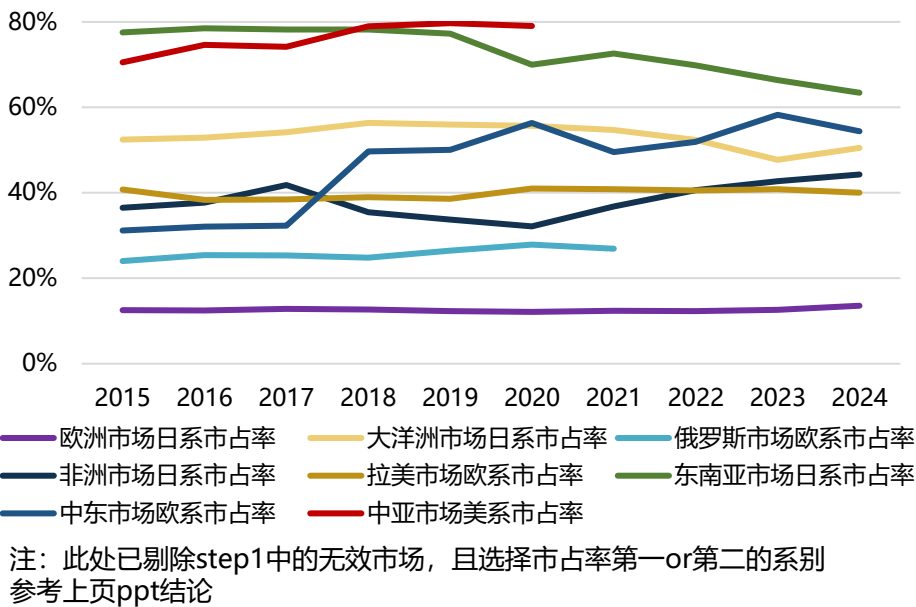
区域	国别	BEV关税	PHEV关税	油车关税	STEP1标签	核心判断理由
北美	美国	103%	103%	28%	结构性排除	对中国整车实施极端额外关税
	加拿大	106%	106%	6%	结构性排除	24年对中国原产EV加征100% surtax
大洋洲	澳大利亚	0%	0%	0%	可进入	中澳FTA下整车零关税
	新西兰	0%	0%	0%	可进入	乘用车零关税
东南亚	泰国	0% (满足BOI条件) /80%	30%	80%	可进入	关税与本地化投资深度绑定
	印尼	0% (满足本地化) /40%	40%	15%-50%	可进入	
	马来西亚	0% (阶段性政策) /30%	30%	30%	可进入	
	越南	0%	10%	70%	可进入	
东亚	日本	0%	0%	0%	结构性排除	零关税但非关税壁垒强，外来品牌长期天花板极低
	韩国	8%	8%	8%	结构性排除	关税不高但非关税壁垒强，外来品牌长期天花板极低
非洲	南非	25%	25%	25%	可进入	关税不低且产业政策鼓励本地制造
拉美	墨西哥	50%	50%	50%	结构性排除	对无FTA国家整车关税跃升至50%，政策明确排外
	巴西	35%	35%	35%	可进入	整车关税高且新能源加税路径明确，本地化是必要条件
	阿根廷	0% (配额内) /35%		35%	可进入	高关税+有限免税配额，长期依赖本地生产
	智利	0%	0%	0%	可进入	中智FTA零关税，政策友好
南亚	印度	70%/100%	70%/100%	70%/100%	结构性排除	极高关税体系+明确保护本土产业
欧洲	欧盟	27%-48.1%	10%	10%	可进入	出口可行但反补贴机制+产业政策，规模化需本地化
	土耳其	40%	40%	35%	可进入	关税调整频繁
中东	沙特	5%	5%	5%	可进入	低关税、自由贸易取向明显
	阿联酋	5%	5%	5%	可进入	低关税、自由贸易取向明显
	以色列	7%	7%	7%	可进入	关税非主要壁垒，市场对进口车开放
	哈萨克斯坦	15%	15%	15%	可进入	
中亚	乌兹别克斯坦	0%	15%	15%	可进入	政策明确鼓励本地生产
俄罗斯	俄罗斯	20%-38%	20%-38%	20%-38%	可进入	出口可行但产业政策转向本土重建，长期依赖本地生产
英国	英国	10%	10%	10%	可进入	当前无针对中国整车的额外关税，市场相对开放

- ◆ **在具备明确本土乘用车品牌培育战略的国家：**汽车工业往往被纳入产业安全、就业与国家能力建设框架之中，本土品牌在政策资源、市场结构与长期发展路径上处于优先位置。我们对这些市场中中国品牌的长期市占率天花板假设为“非本土第二梯队品牌”的稳定市占率水平。
- ◆ **在不以培育本土品牌为政策目标、而主要强调制造体系承载或消费市场属性的国家：**外来品牌的市场份额上限相对更高。我们对这些市场中中国品牌长期市占率假设参考**当前市场中市占率最高的品牌系别或集团结构**。原因是品牌认知、渠道体系、售后网络及政策协同关系往往在长期竞争中逐步固化，历史形成的市场结构对未来份额分布具有较强约束力。即便技术路线或成本优势发生变化，单一外来品牌在缺乏制度性支持的情况下，通常难以在成熟市场中突破既有系别所形成的份额上限。

表：主要国家重点培育的本土汽车品牌梳理

区域	国家	重点培育的本土品牌	详情备注
欧洲	欧盟	大众、奔驰、宝马、雷诺、Stellantis 等	以“欧洲汽车工业竞争力”为核心目标，本土品牌在法规、产业政策中处于核心位置
	英国	Jaguar Land Rover (JLR)	明确保留和发展本土高端汽车品牌，汽车工业仍被视为重要制造业支柱
东南亚	越南	VinFast	国家级战略品牌，政策资源明显倾斜，目标是打造越南本土汽车品牌
	马来西亚	Proton、Perodua	长期明确扶持本土品牌，在市场结构与政策设计中给予持续支持
中东	土耳其	Togg	国家主导的新一代电动车品牌项目，明确承载产业升级与技术自主目标
	沙特	Ceer	“2030 愿景”框架下孵化的本土乘用车品牌，目标是建立沙特本土整车能力
中亚	乌兹别克斯坦	UzAuto Motors (Chevrolet 体系)	国家控制的整车集团，长期作为本土汽车工业核心载体
欧亚	俄罗斯	AvtoVAZ (Lada)	2022 年后政策重心转向重建本土汽车工业，Lada 被确立为核心支柱品牌
中东	伊朗	Iran Khodro (IKCO) 、SAIPA	汽车工业长期处于国家重点保护与扶持之列

◆ 我们参考上述结论进行了中国车企全球份额潜力测算如下表。**核心结论：1) 对中国车企来讲长期出口潜力市场为908万辆（同一口径下2025年自主品牌出口预计为300万辆），市场空间仍巨大。2) 分区域可触达市场规模 × 市占率天花板排序：东南亚/中东/欧洲/拉美。**



图：中国车企全球份额潜力测算

	市场容量/万辆	市占率天花板假设/%	2025E市占率/%	销量天花板假设/万辆	2025E销量/万辆	市场空间/万辆
欧洲市场（含英国）日系市占率	1235	13%	6%	161	69	92
大洋洲市场日系市占率	130	53%	17%	69	21	47
俄罗斯市场欧系市占率	160	25%	51%	40	81	-41
非洲市场日系市占率	53	35%	14%	19	7	11
拉美市场欧系市占率	400	40%	14%	160	55	105
东南亚市场日系市占率	300	77%	12%	231	35	196
中东市场欧系市占率	400	50%	6%	200	23	177
中亚市场美系市占率	36	80%	23%	29	8	20
合计	2714	33%	11%	908	300	608

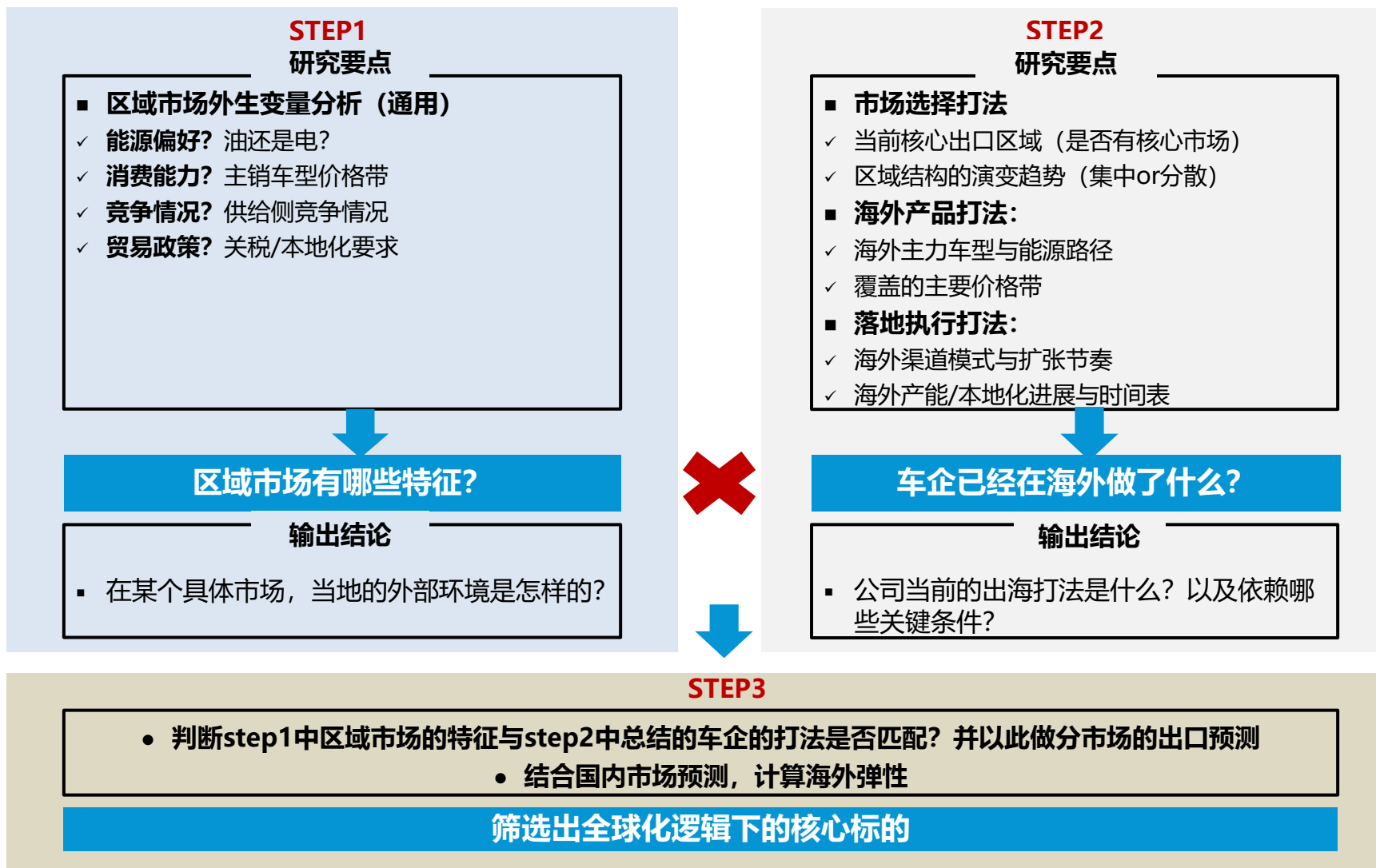
注：此处市场容量剔除短期因素影响（俄乌冲突等），在mk口径下尽量选取无外在因素干扰时的销量规模，属于市场高峰时销量

三、车企层面出口预测

核心解决的问题：

- 1、主要车企重点市场、海外产能、出口目标和主要打法
- 2、主要车企出口总量及分区域预测汇总

图：个股层面出海研究框架



◆ 从区域外部环境看，大洋洲、中东、中亚及非洲在制度层面对整车出口最为友好；东南亚与拉美具备放量基础但逐步引导本地化；欧盟制度约束最为明确且趋严，英国相对温和；俄罗斯通过报废税等长期政策形成结构性本地化压力。各区域在能源偏好、价格带与中国品牌参与广度上的差异，决定了不同车企打法的可持续性边界。

图：区域市场研究总结

区域	能源与技术路线偏好	主流成交价格带(USD)	中国品牌参与广度	贸易与产业政策约束	备注
东南亚	BEV 明确受政策支持，ICE/HEV过渡	15k-25k	高	✓ 宽松	新能源税收优惠+CKD激励并行，引导但未强制本地化
欧盟	明确去 ICE，BEV/PHEV为主	25k-35k	中	△ 偏紧	已对中国BEV加征反补贴关税，制度组合约束明显
英国	BEV/PHEV支持	25k-38k	中	✓ 宽松	独立原产地规则，尚未针对中国车企设专门限制
俄罗斯	ICE/HEV占优，新能源非优先	15k-25k	高	△ 结构性	已上调汽车报废税，引导本地组装
中亚	ICE/HEV为主	12k-20k	高	✓ 宽松	关税低、本地化要求有限
中东	ICE/HEV主导，新能源被允许	20k-35k	中	✓ 宽松	高度依赖进口，少数国家提出本地制造愿景
拉美（墨西哥除外）	多路线并存	18k-30k	中	△ 分化	部分国家关税较高、鼓励本地生产，需分国判断（巴西严格）
大洋洲	BEV/PHEV接受度高	28k-40k	中	✓ 宽松	长期低关税、无强制本地化要求
非洲	ICE/HEV主导	10k-18k	中	✓ 宽松	制造基础薄弱，进口依赖度高，本地化多停留在倡议层面

STEP1: 分区域能源偏好分析

- ◆ 下表主要总结了哪一类动力路线在政策+使用经济性层面有优势or被抑制。这部分的核心依据在本报告第一部分对全球各区域新能源渗透率做出预测时已进行了具体展开（政策、油电经济性等），因此此处仅进行定性的分类判断。注：本表反映的是在当前阶段结合政策导向、使用经济性与基础设施条件，各区域对不同能源路线的相对适配度，而非对单一技术路线的绝对排他性判断。

图：全球各区域车型能源偏好分析

区域	BEV	PHEV	HEV	ICE
东南亚	✓	—	—	✗
欧盟	✓	✓	—	✗
英国	✓	✓	—	✗
俄罗斯	—	—	✓	✓
中亚	—	—	✓	✓
中东	—	—	✓	✓
拉美	✓	✓	—	—
大洋洲	✓	✓	—	✗
非洲	—	—	✓	✓

注：此处的区域分类已剔除我们在报告第二部分结构性排除的几个细分市场。

✓表示该技术路线被系统性支持；—：表示相对中性，多路线；✗：表示该路线在当地被系统性削弱

STEP1：分区域消费能力&主销价格带分析

◆ 整体来看，各区域乘用车市场的主流成交价格带分化清晰：欧盟、英国与大洋洲的销量主力价格带 > 东南亚、俄罗斯、中东及拉美（墨西哥除外） > 中亚与非洲。

图：全球各区域车型消费能力&主销价格带分析（不精确到车型配置，仅作为对比参考）

区域	整体消费能力	主流新车成交价带特征	主流乘用车成交价格区间（USD）
东南亚	中等偏低	中低价位主导，ICE/HEV为主流	15000–25000
欧盟	中等偏高	中高价位，ICE→新能源过渡中	25000–35000
英国	中等偏高	价带集中、结构清晰	25000–38000
俄罗斯	中等偏低	中低价位主导，ICE/HEV为核心	15000–25000
中亚	偏低	低价位为绝对主流，ICE主导	12000–20000
中东	分层明显	主流销量集中于中价位ICE/HEV	20000–35000
拉美（墨西哥除外）	中等偏低	中低价位，ICE/HEV占主导	18000–30000
大洋洲	中等偏高	中高价位，ICE与新能源并存	28000–40000
非洲	偏低	低价位ICE为绝对主流	10000–18000

注：此处的区域分类已剔除我们在报告第二部分结构性排除的几个细分市场。此处列出的价格为新车市场主流成交价区间（不精确到具体车型配置，仅为对比参考），货币统一为美元以便于跨区域比较。

STEP1: 分区域竞争情况分析

- ◆ 本页主要聚焦中国乘用车企业在各区域市场中的“同源竞争环境”，中国品牌参与度指在某一区域主流乘用车市场中，具备持续销售与渠道能力、并在主流价格带内直接参与竞争的中国车企数量及其产品重叠程度。整体而言中国品牌在俄罗斯、中亚、东南亚市场参与较多，中国车企之间的边际竞争压力较为显著；其他多数区域中国品牌整体仍处扩张阶段。

图：全球各区域中国品牌参与度分析

区域	2025M1-M10中国品牌在当地市占率/%	中国品牌参与度
东南亚	12%	高
欧盟	6%	中
英国	11%	中
俄罗斯	55%	极高
中亚	39%	高
中东	15%	中
拉美	10%	中
大洋洲	17%	中
非洲	17%	中

注：此处中国品牌在当地市占率仅作为我们判断中国品牌参与度的参考之一，此处的定性判断我们还综合考虑了中国车企是否已形成多方参与、价格与产品高度重叠的竞争格局。

◆ 从已落地的制度事实看，欧盟已通过对中国BEV加征反补贴关税显著抬升进口不确定性，俄罗斯则通过提高报废税形成结构性成本约束；东南亚与拉美更多以激励方式引导本地化；大洋洲、中东、中亚及非洲目前仍维持对整车进口相对友好的制度环境。

图：全球各区域贸易政策分析

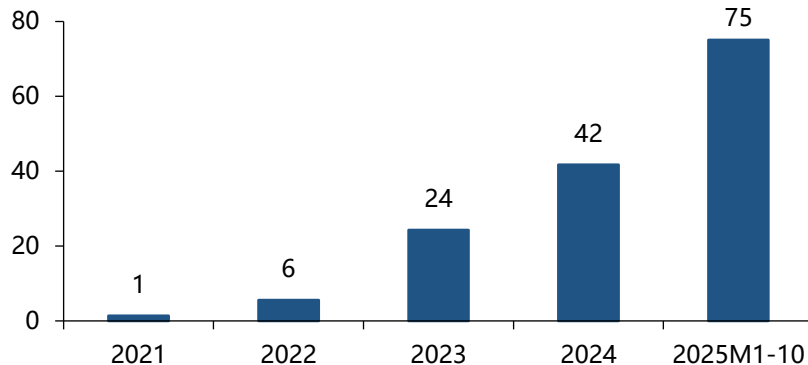
区域	关税与贸易壁垒	本地化/原产地要求	政策稳定性	制度性约束判断	备注说明（已发生的关键制度事实）
欧盟	中-高	趋严（方向明确）	中	△ 偏紧	已对中国出口BEV启动并实施反补贴关税措施，叠加碳排放法规、补贴合规与原产地规则，构成对进口新能源整车的组合式制度约束。
俄罗斯	低	实质性要求存在	中	△ 结构性	已实施并多次上调汽车报废税，对进口整车成本形成实质抬升，同时通过产业政策长期引导本地组装与生产。
拉美 （墨西哥除外）	中	多国趋严	中	△ 分化	部分国家对整车进口维持较高名义关税或税费结构，并通过产业政策鼓励本地生产，制度环境呈明显分国差异。（巴西严）
非洲	低	要求有限	较高	✓ 宽松	多数国家对整车进口依赖度高，虽有本地产业发展规划，但虽制性措施与执行力度有限，短中期内对出口路径影响较小。
东南亚	低-中	有激励、非强制	较高	✓ 宽松	多国对新能源整车进口仍给予税收或消费税优惠，但已明确通过CKD/本地组装优惠、投资激励引导本地化，方向清晰但尚未形成统一强制门槛。
英国	中	有要求但节奏可控	较高	✓ 宽松	脱欧后执行独立原产地规则体系，对进口整车征税与否更多取决于合规情况，尚未针对中国车企实施专门限制措施。
中亚	低	要求有限	较高	✓ 宽松	多数国家对整车进口仍保持较低关税水平，未形成系统性本地化强制要求，制度对出口放量干扰有限。
中东	低	局部存在	较高	✓ 宽松	多数国家未设置针对特定来源的关税或限制性政策，新能源与燃油车均以进口为主，仅个别国家提出本地制造愿景但未大规模落地。
大洋洲	低	基本无	较高	✓ 宽松	长期维持低关税、无强制本地化要求，未对中国车企或新能源车型设置额外贸易壁垒，是少数高度开放的成熟市场。

注：此处的区域分类已剔除我们在报告第二部分结构性排除的几个细分市场。提示短期政策博弈或事件性变化对此页结论产生影响的风险。

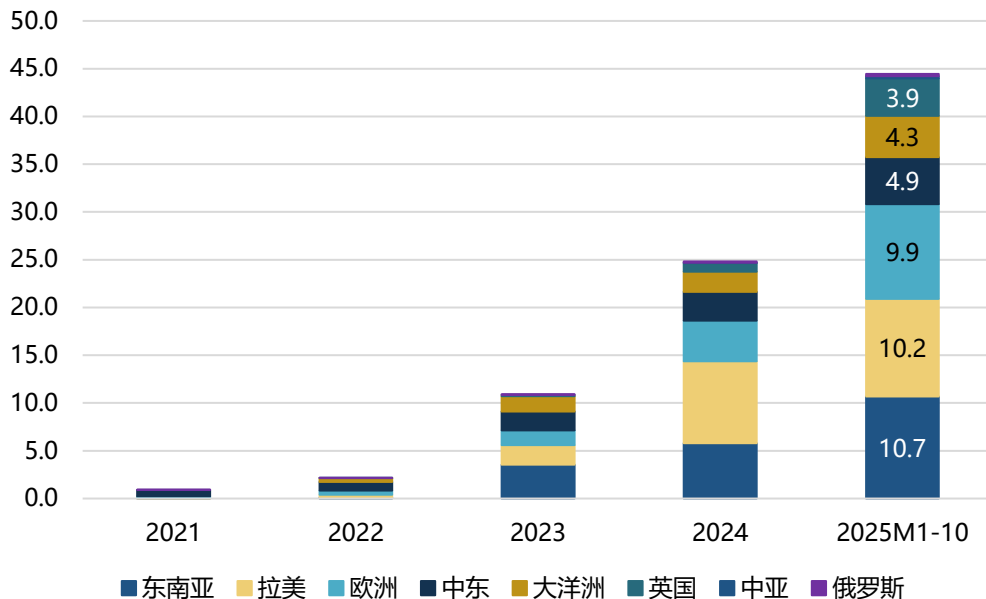
比亚迪：出口市场选择多区域协同

◆ 比亚迪先完成样板市场验证，再将增长重心转向东南亚与拉美实现放量，并通过本地化逐步提高欧洲等高标准市场的经营稳定性。2021年5月比亚迪正式开始强调“乘用车出海”战略。早期通过新能源友好型中小市场及欧洲样板市场（挪威等）验证产品与体系可行性；随后将增长重心明确转向东南亚与拉美等规模型新兴市场，在泰国、巴西等核心市场进入确定性放量阶段（2023年）；同时逐步提高在欧洲等高标准市场的经营稳定性，欧洲市场也开始稳步放量，并在2025年贡献较大增量。

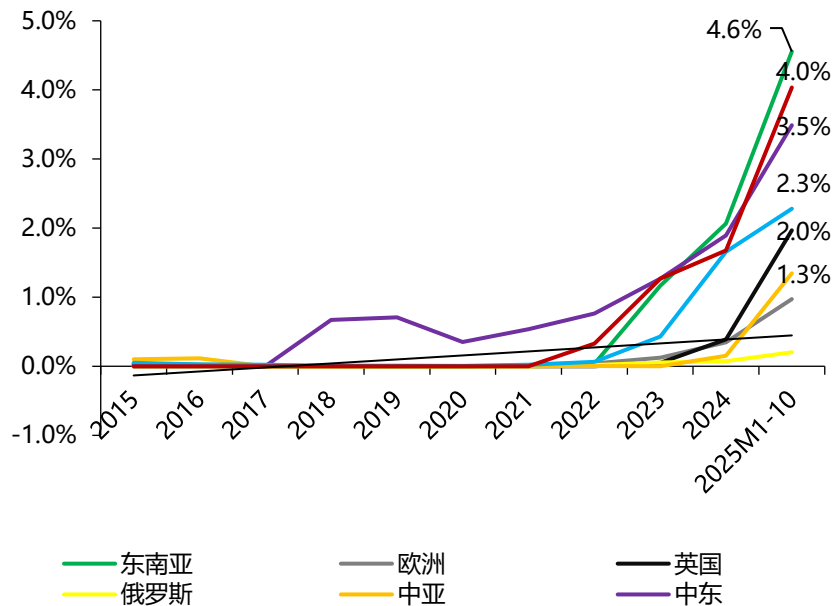
图：比亚迪出口销量/万辆



图：比亚迪分区域销量/万辆



图：比亚迪分区域市占率/%

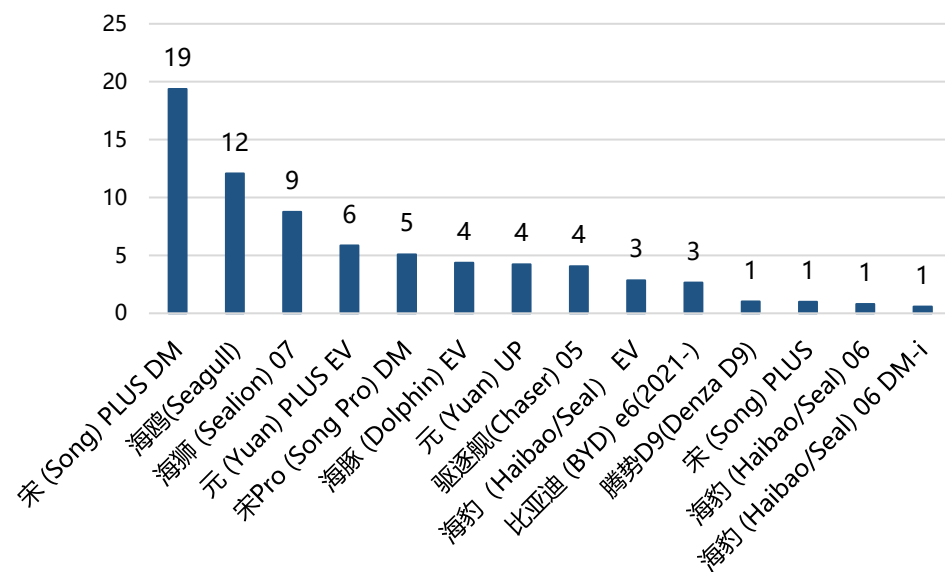


注：mk口径存在部分国家数据缺失，此处销量数据仅在可得数据的基础上进行分析，下同

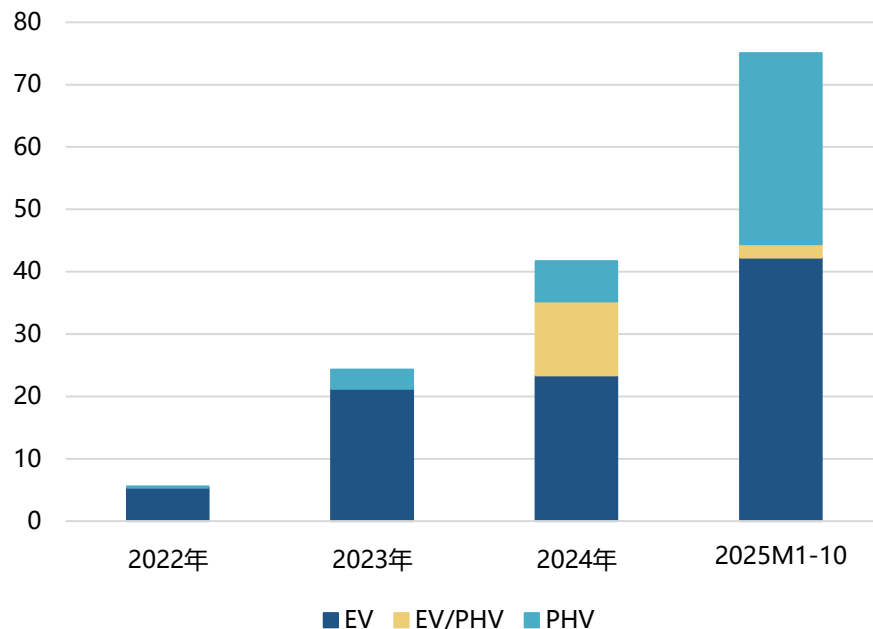
比亚迪：产品策略从单一车型验证到分市场精细化

- ◆ **车型思路：**按照“单一成熟BEV车型验证 → 多车型矩阵放量 → 按市场阶段补充不同价格带与能源类型产品。比亚迪在乘用车出海初期，以Atto3（元PLUS）为主，验证海外法规、渠道、品牌接受度，2022-2023年推出Dolphin（海豚）、Seal（海豹）等BEV车型。2024年以后产品策略开始分化，在欧洲补充PHEV车型以应对EV加征关税政策，同时满足欧洲当地多元化消费需求；而在拉美等新兴市场下探发布入门级BEV（Seagull海鸥）抢占市场份额，产品策略逐步精细化。
- ◆ **能源类型：**初期以BEV单一路径，2025年BEV:PHEV基本1:1。

图：比亚迪2025M1-10分车型出口情况/万辆



图：比亚迪2022-2025M1-10年出口能源类型情况/万辆



注：能源类型的区分数据来源为mk口径，存在部分无法准确分类的能源类型数据，下同。

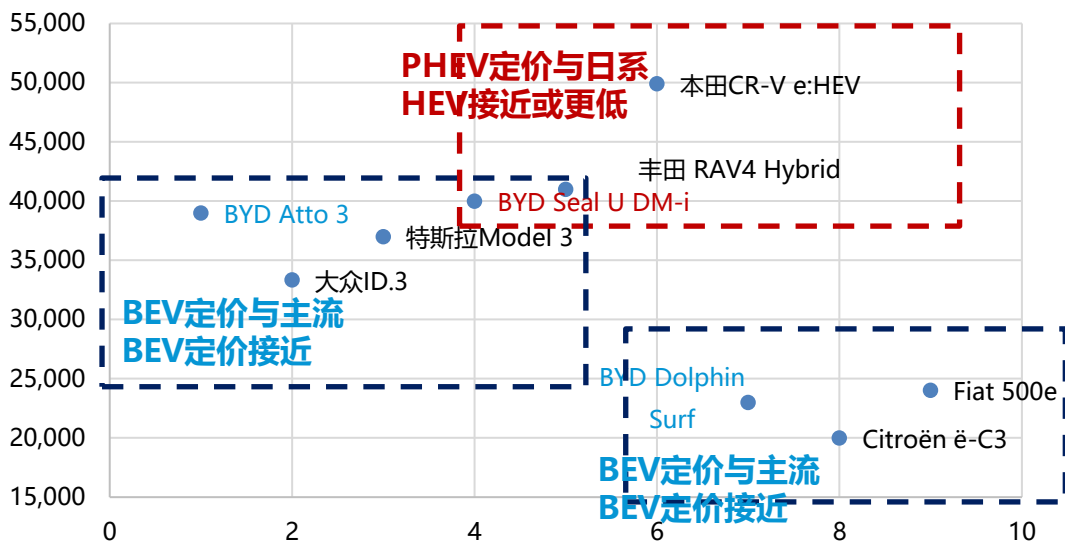
比亚迪：产品定价实现跨区分层与精确锚定

- ◆ **比亚迪海外市场车型定价相较国内：显著高于国内，同款或相近车型在欧洲、拉美等区域的售价普遍达到国内价格的1.5–2倍及以上。**这一溢价并非单纯品牌加价，而是综合反映了跨洲运输与物流成本、进口关税及贸易壁垒（如欧洲反补贴关税）、海外渠道与营销体系建设成本，以及在当地市场向中高端定位靠拢的策略选择。
- ◆ **比亚迪海外市场车型跨区比较：并非全球统一，围绕不同区域的政策环境、竞争格局形成明显分层。**
- **欧洲：定价体系处于全球高位，PHEV对标日系HEV，BEV锚定主流新能源车型。**1) **BEV**：比亚迪纯电车型在欧洲的定价锚定大众等本土主流新能源车型区间，建立可持续的中高端市场形象，并非低价切入)；2) **PHEV**：在欧洲消费者的认知里，PHEV技术等级与使用场景相对HEV更高阶，比亚迪在欧洲PHEV车型的定价与日系同级HEV非常接近，对欧洲混动市场定价体系的产生结构性冲击，合理的定价也是Seal U dmi在欧洲快速放量的原因之一。
- **澳大利亚/东南亚：定价处于全球主要地位区间之一（除中国外），通过价格竞争力快速打开市场。**
- **拉美：表面定价偏高。**

图：比亚迪出口车型海外定价情况

车型	国家	人民币定价（万元，近似）
atto3	德国/法国	29.5
	澳大利亚	20.0–22.6
	泰国	16.0–21.0
	阿联酋	18.5–21.5
	巴西	30
dolphin	欧洲（英/德/法等）	28
	澳大利亚	15
	泰国	9–14
	巴西	20

图：比亚迪欧洲PHEV车型对比主流BEV/日系HEV车型价格



◆ **比亚迪海外渠道早期依赖总代快速铺点，目前基本通过直控提升在当地市场的销售主导权。**比亚迪在2024-2025 年对全球各区域渠道模式进行了针对性调整，整体强化了渠道控制力（部分区域保持稳定）：欧洲核心国、英国、澳大利亚、巴西等区域，从早期多经销商、授权进口商或独家总代模式，转为“厂商直控 + 经销商执行”，渠道控制力从中提升至高位，使得海外营销与品牌节奏更统一，终端反馈更及时。

图：比亚迪海外渠道管理模式梳理

区域	早期渠道模式	当前主流模式 (2024-2025)	渠道控制力变化	关键变化/演变说明
欧洲（核心国家：德、法、意、西等）	多经销商/局部总代	厂商直控 + 经销商执行	中→高	2024年后强化本地销售组织与管理团队，在意大利、西班牙等地实质性“收回”定价、营销与渠道主导权；2024年公司任命副总裁李柯接管欧洲业务运营
英国	多经销商	厂商直控 + 经销商执行	中→高	渠道集中度提升，价格体系更稳定
澳大利亚	授权进口商	厂商直控+ 经销商执行	中→高	2025年起BYD Australia直接负责进口与全国分销，原合作方EVDirect/Eagers 转为零售执行方
东南亚（泰国）	独家总代	战略股权绑定准直控	低→中	2024年7月比亚迪入股原总代Rever Automotive 20%，开始直接参与销售与定价决策
拉美（巴西）	独家总代	厂商直控+ 经销商执行	中→高	比亚迪通过 BYD Brasil主导品牌、定价与产业谈判，销售与服务由本地伙伴执行，并同步推进制造本地化
中东	独家总代/本地集团	总代+本地大型集团合作	中（稳定）	深度绑定资源型合作伙伴进行生态合作
非洲及其他新兴市场	项目型总代	区域总代+项目合作并行	低	除乘用车销售外，公交、出租、政府项目驱动为主

◆ 比亚迪海外产能更多承担市场进入与合规工具功能，不同国家在工厂类型、投产节奏与本地化深度上差异显著。在东南亚与欧洲等核心战略市场，已投产或规划建设具备完整工艺的整车工厂（泰国、匈牙利等）；在拉美、中亚等政策与关税敏感市场，以CKD/SKD等组装型工厂为主（巴西、乌兹别克斯坦），优先满足本地化与准入要求。截至2025年底，海外已投产年产能（包含KD厂）达35万（假设满产状态），从规划体量看，海外产能布局已具备一定规模，为公司中长期全球化扩张提供基础支撑。

图：比亚迪海外产能梳理情况

国家/地区	城市/园区	工厂类型	当前状态	投产时间	设计产能 (万辆/年)	备注
泰国	Rayong	全工艺整车厂	已投产	2024年7月	15	辐射东盟
巴西	Camaçari	KD	已投产	2025年7月	15	
乌兹别克斯坦	Jizzakh	KD	已投产	2024年6月	5	与UzAuto的合资制造基地，辐射中亚
匈牙利	Szeged	全工艺整车厂	在建	2026（规划）	15	应对欧盟关税
印尼	Subang, West Java	全工艺整车厂	在建	2026（规划）	15	
柬埔寨	Sihanoukville SEZ	偏KD	在建	2026（规划）	1	有不确定性
土耳其	Manisa	规划中	规划中	2026（规划）	15	有不确定性

◆ **自建船队为海外销量扩张提供基础性的运力支持。**随着海外出口规模持续扩大，比亚迪对国际滚装船运力的依赖显著上升。在全球汽车滚装船运力长期偏紧、运价波动较大的背景下，自建并投入使用滚装船队，有助于提升海外交付的可控性与确定性，降低对外部航运市场的依赖。**截至2025年底，比亚迪已布局8艘自由滚装船，总运力超过60000车位，年化总运力可超过一百万辆。**

图：比亚迪船队情况梳理/个

船名	投入使用时间	可运载车位/辆
开拓者 1 号	2024年1月	7000
常州号	2024年11月	7000
合肥号	2025年1月	7000
深圳号	2025年4月	9200
西安号	2025年6月	9200
长沙号	2025年6月	9200
郑州号	2025年7月	7000
济南号	2025年9月	9200
合计		64800

◆ 综合区域能源偏好、主流成交价格带、中国品牌竞争结构及贸易与产业政策环境，并结合比亚迪已落地或正在推进的本地化与渠道动作来看，**比亚迪和多数区域均有较高的匹配度**，其中**大洋洲和英国**目前来看几乎不存在制度与竞争层面的结构性约束；**东南亚和拉美**在竞争加剧背景下已通过本地化产能与渠道控制对冲主要风险；中东虽对新能源技术路线需求不高，但价格与政策环境对现有打法友好；**欧盟**正在推动本地化以消化贸易风险。

图：比亚迪与区域市场匹配汇总

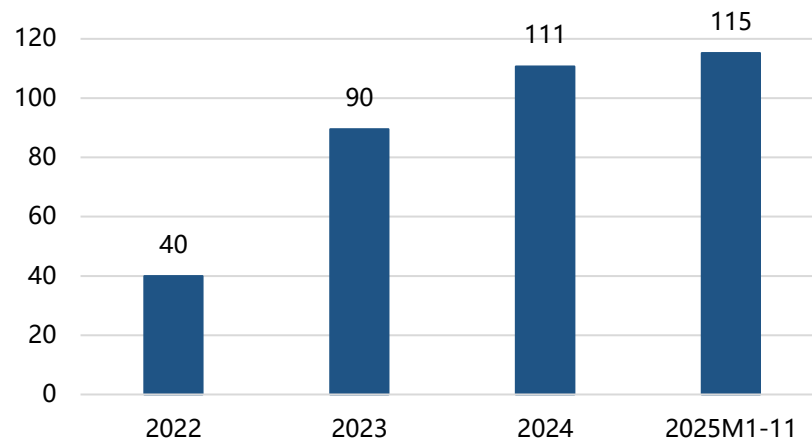
区域	能源路线 ×BYD产品	价格带 ×BYD定位	中国品牌 竞争	贸易/政策 ×BYD动作	综合Match 判断	关键诊断备注（打法×区域）
东南亚	✓	✓	✗	✓	⚠	BEV主线与政策一致，BYD已通过泰国本地化与渠道控制对冲竞争与政策不确定性
欧盟	✓	✓	✓	⚠	✓	能源路线正确，BYD已启动匈牙利本地生产以应对BEV关税，但价格与节奏仍受约束
英国	✓	✓	✓	✓	✓	无本地生产，但政策较欧盟温和，依赖产品与定价逐步打开
俄罗斯	⚠	✓	✗	✓	⚠	新能源非主流且中国品牌竞争激烈
中亚	⚠	⚠	✓	✓	⚠	市场宽松但需求与价格相对不匹配
中东	⚠	✓	✓	✓	✓	新能源被允许、价格匹配、无硬性本地化要求
拉美（墨西哥除外）	⚠	✓	✓	✓	✓	产品与价格可行，但部分国家政策分化，BYD正通过分国推进本地化（巴西工厂）
大洋洲	✓	✓	✓	✓	✓	能源、价格、制度与竞争均匹配，BYD以出口+渠道打法即可放量
非洲	✗	⚠	✓	✓	⚠	市场仍偏ICE/HEV，BYD新能源打法需下沉或选择性进入

注：✓表示匹配；⚠：表示相对中性，部分匹配；✗：表示不匹配或对车企不利；综合match的判断依据为包含≥三个✓；⚠表示有两个✓或者有✗

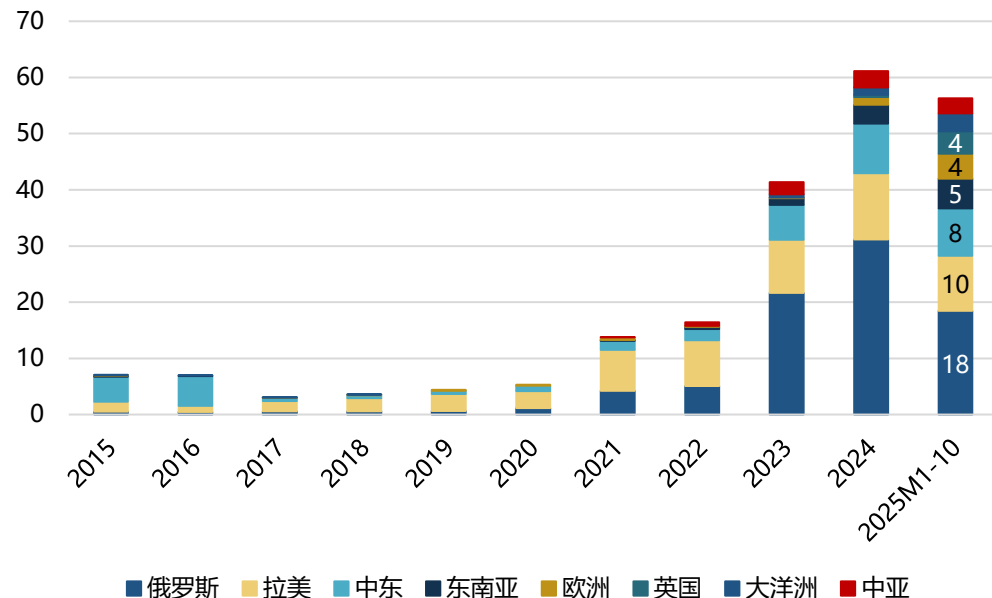
奇瑞：出口市场重心从发展中国家→俄罗斯→欧洲

◆ 奇瑞的出口市场选择呈现出由发展中国家起步、向关键单体市场（俄罗斯）集中、再向欧洲升级拓展的阶段性演进特征。奇瑞出口初期以伊朗等政治关系友好、竞争相对不激烈的国家为主要承接地，通过相对可控的市场环境实现出海破局。后逐步向拉美、中亚等区域拓展，开始推行走进战略，通过在当地建厂（CKD组装）由出口向属地化生产转型。2023年后俄罗斯成为最大单体海外市场之一，俄乌冲突背景下奇瑞迅速在俄罗斯上量，也助力公司出口实现量级的突破。但2024年下半年开始由于受到报废税调增等影响，俄罗斯市场需求承压，欧洲市场的重要性逐步抬升，成为奇瑞当前海外布局中的重点推进方向之一。

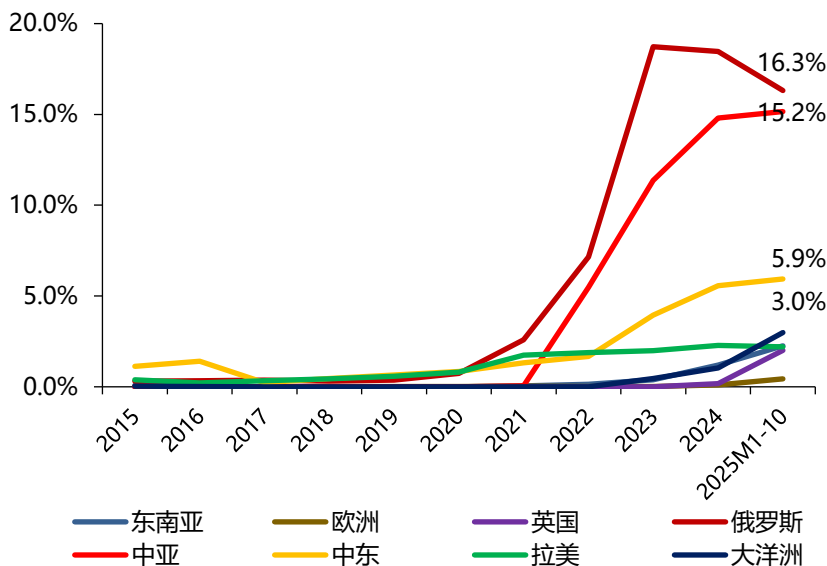
图：奇瑞汽车出口销量/万辆



图：奇瑞汽车分区域销量/万辆



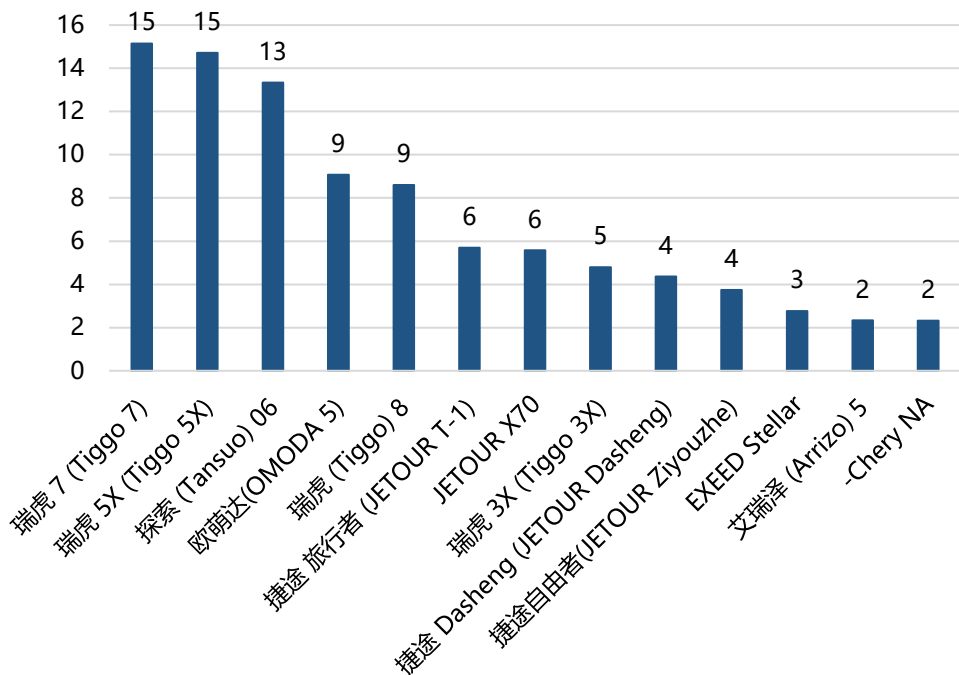
图：奇瑞汽车分区域市占率/%



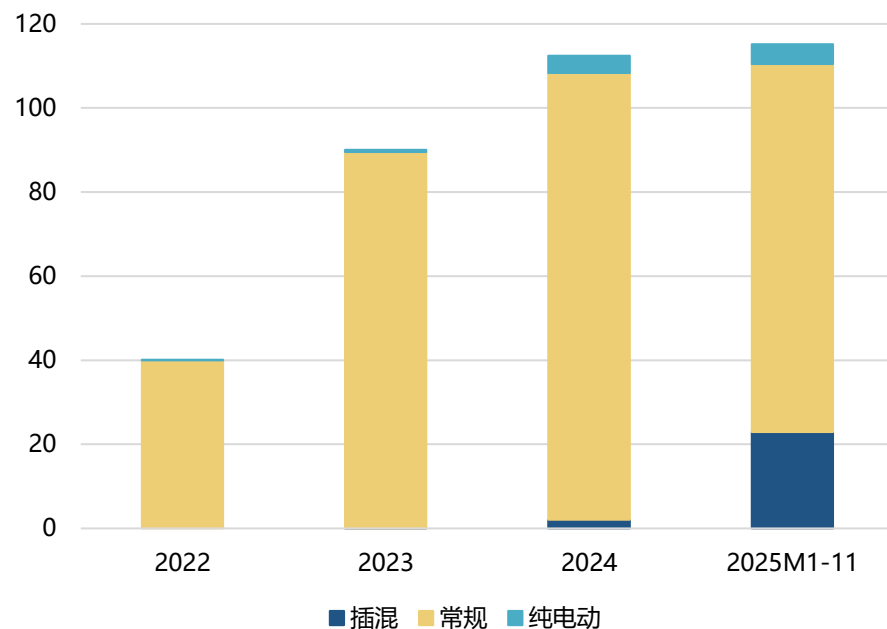
奇瑞：产品策略以 Tiggo 为核心，多品牌多能源并行

- ◆ **品牌角度：**1) **Tiggo**系列构成绝对核心，ICE与PHEV并行，通过不同能源形式、配置组合与品牌包装，实现对不同区域市场的适配与覆盖。2) **O&J：Omoda**定位于更偏年轻化与新能源友好的全球化品牌，在电动化接受度较高的市场中，承担BEV与PHEV等新能源产品的主要输出任务；但在拉美等电动化节奏相对较慢的地区，Omoda并未被限定为新能源品牌，仍同步提供燃油版本车型；**Jaecoo**聚焦SUV与偏越野风格的产品形象，以ICE与PHEV并行，强调功能性与综合使用场景。O&J 品牌通过双店并线或渠道共建模式，形成对年轻个性与户外轻越野市场的双向覆盖。4) **Exeed**定位偏高端，更多承担品牌形象建立功能。
- ◆ **能源类型：**燃油车仍是奇瑞海外销售的基本盘；新能源车型更多以结构性补充方式推进，且主要以PHEV为主。

图：奇瑞汽车2025M1-10分车型出口情况/万辆



图：奇瑞2022-2025M1-11出口能源类型情况/万辆



注：奇瑞分能源类型的数据来源为乘联会，包含的品牌为智界、捷途、奇瑞、星途和icar，未包含凯翼等。

◆ 总体来看，奇瑞在海外并未采用单一渠道模式，而是形成了以经销商授权体系为主、在部分国家保留官方独家代理或设立本地子公司的组合结构。奇瑞在俄罗斯、东南亚、欧洲等核心市场，已由主机厂统一制定销售政策、价格框架与服务标准，经销商负责本地落地执行；在中东、非洲部分国家及拉美核心市场，则根据市场规模与产业条件，采用总代、合资或生态合作等差异化模式。

图：奇瑞汽车海外渠道管理模式梳理

区域	渠道模式	说明
俄罗斯	多经销商授权模式	由主机厂统一制定销售政策、价格框架与服务标准，多家经销商集团负责本地销售与服务落地执行
中东（部分国家）	本地总代模式	与区域顶级经销商集团签订独家代理协议，覆盖全渠道运营。例如在阿联酋独家授权 Al Ghurair 集团负责运营
拉美（巴西为核心）	本地集团/生态合作模式 + 厂商直控 + 经销商执行（混合模式）	巴西与拉美最大汽车销售商 CAOA 合作，CAOA 持有奇瑞巴西业务 50% 股权，共建圣保罗工厂
东南亚（泰国等）	多经销商为主、部分国家设立官方子公司	在泰国、印尼、菲律宾、越南等主要市场，奇瑞通常由总部或区域组织主导品牌与产品导入，通过多家经销商并行布局实现渠道覆盖；在马来西亚，奇瑞则设立了官方子公司，由子公司统一负责品牌、定价与经销商授权，形成“厂商直管 + 多经销商执行”的组织形态。
澳大利亚/新西兰	经销商体系	授权多家经销商建立销售网点，覆盖主要城市
非洲	总代+子公司并存	在埃及独家授权DME公司作为全区域分销商，负责 44 家销售网点建设与售后服务，覆盖埃及所有主要城市；在南非设立子公司，授权多家经销商建立 4S 店网络
欧洲	本地集团合作 + 经销商执行	采用精选经销商网络

◆ 从海外制造布局看，奇瑞采取多区域KD组装模式。奇瑞主要通过KD工厂实现本地化与政策适配，从组织方式看，海外产能多数嵌入当地汽车集团或工业园体系，而非自建独资工厂，体现出较强风险控制导向。

图：奇瑞汽车海外产能梳理情况

国家/地区	工厂类型（全工艺 vs KD）	当前状态	投产时间	设计产能（万辆/年）
巴西	KD	已投产	2014	15
俄罗斯	KD	已投产	2023	10
哈萨克斯坦	KD	已投产	2022	5
乌兹别克斯坦	KD	已投产	2021	5
巴基斯坦	KD	已投产	2021	2
印尼	KD	已投产	2022	2
西班牙（规划）	KD（起步为装配，逐步导入工序）	已投产	2024	15
马来西亚	KD	已投产	2023	0.6
伊朗	KD	已投产	2004左右	6
埃及	KD	在建	2026	5
泰国	全工艺（规划）	在建	2026	5
越南	KD	在建	2026	12
马来西亚	全工艺（规划）	在建	2026	10

注：部分海外产能经历停产，此处产能数据仅为预估
数据来源：汽车之家，公司官网，东吴证券研究所

◆ 综合能源偏好、主流成交价格带、中国品牌参与广度及贸易与产业政策环境，并结合奇瑞已形成的以 ICE/HEV 为主、经销商驱动、快速本地化的海外打法来看，**俄罗斯、中亚、中东与非洲**是奇瑞当前外部环境匹配度最高的核心市场；**拉美（墨西哥除外）**整体具备良好匹配基础，尽管部分国家政策分化，但奇瑞已通过重点市场推进本地化予以应对。相比之下，**东南亚与大洋洲**的匹配度处于中等水平，主要受新能源趋势与价格结构影响；**欧盟市场**在能源与制度层面对奇瑞主线构成约束，更多体现为选择性进入而非放量主战场；**英国**市场相对务实，整体匹配度优于欧盟。

图：奇瑞与区域市场匹配汇总

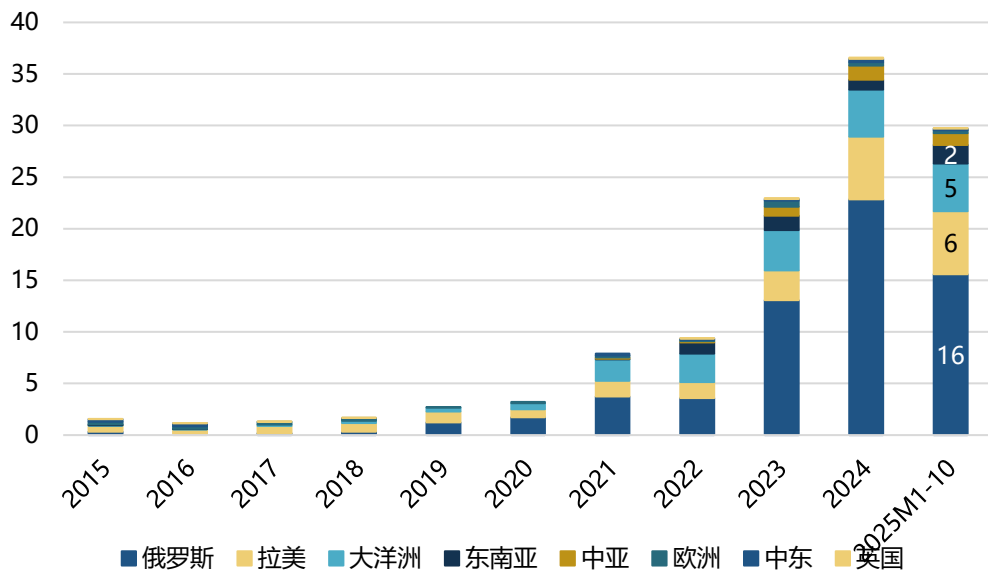
区域	能源路线 × 奇瑞产品	价格带 × 奇瑞定位	中国品牌竞争	贸易/政策 × 奇瑞动作	综合 Match	关键诊断备注（打法 × 区域）
东南亚	⚠️	✅	❌	✅	⚠️	ICE/HEV可行、价带匹配；但新能源支持政策较多+中国品牌参与剪度高
欧盟	❌	⚠️	✅	✅	⚠️	能源偏好与奇瑞主线不一致；价格接近下沿但制度趋严，可能需要选择HEV路线进入
英国	❌	✅	✅	✅	⚠️	市场相对务实，政策环境友好
俄罗斯	✅	✅	❌	✅	⚠️	ICE/HEV主流、价带高度匹配，奇瑞长期深耕
中亚	✅	✅	✅	✅	✅	低价ICE主导、制度宽松；奇瑞产品与渠道高度适配
中东	✅	✅	✅	✅	✅	ICE/HEV主流、进口友好；经销商模式与价格带匹配
拉美（墨西哥除外）	✅	✅	✅	✅	✅	需求与价格匹配；部分国家关税/本地化分化，奇瑞已在重点国推进本地化
大洋洲	⚠️	⚠️	✅	✅	⚠️	市场偏中高价+新能源接受剪度高；奇瑞以性价比 ICE 选择性进入
非洲	✅	✅	✅	✅	✅	低价 ICE 主导、制度宽松；奇瑞打法高度匹配

注：✅表示匹配；⚠️：表示相对中性，部分匹配；❌：表示不匹配或对车企不利；综合match的判断依据为包含≥三个✅；⚠️表示有两个✅或者有❌

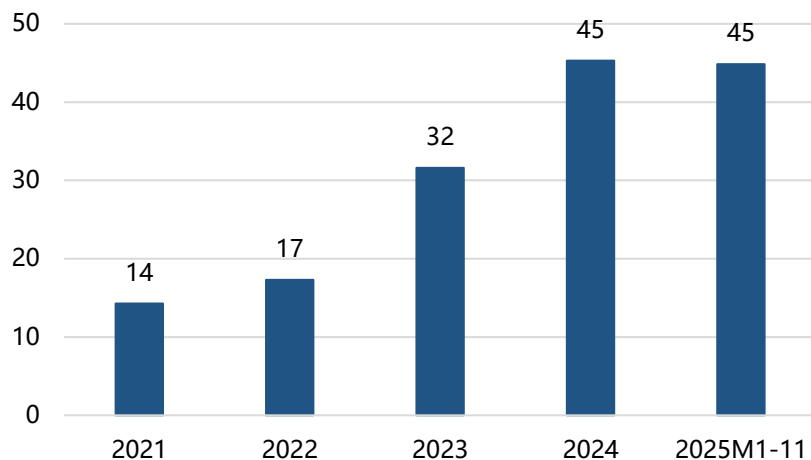
长城：出口市场俄罗斯占比较多

- ◆ 长城的出口市场选择呈现出由功能型产品主导的广覆盖起步、向资源型与汽车消费结构相对稳定的区域集中特征。长城海外业务起步较早，早期以皮卡、SUV 等功能性与性价比导向车型为核心，通过中东、非洲、拉美等对品槛要求相对较低、但对耐用性与价格敏感的市场。后续与奇瑞类似，俄罗斯成为其重要单体市场之一。此外在拉美、大洋洲也在逐步放量中。欧洲市场销量较低。

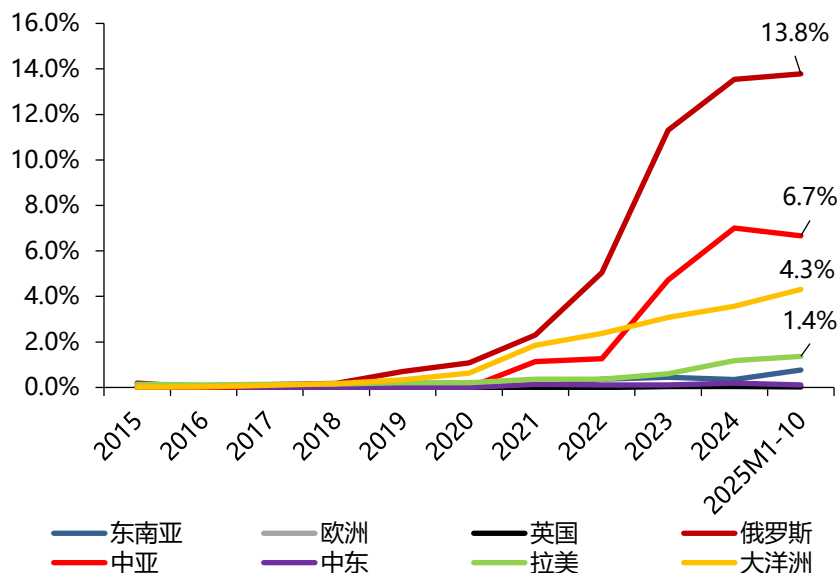
图：长城汽车分区域销量/万辆



图：长城汽车出口销量/万辆



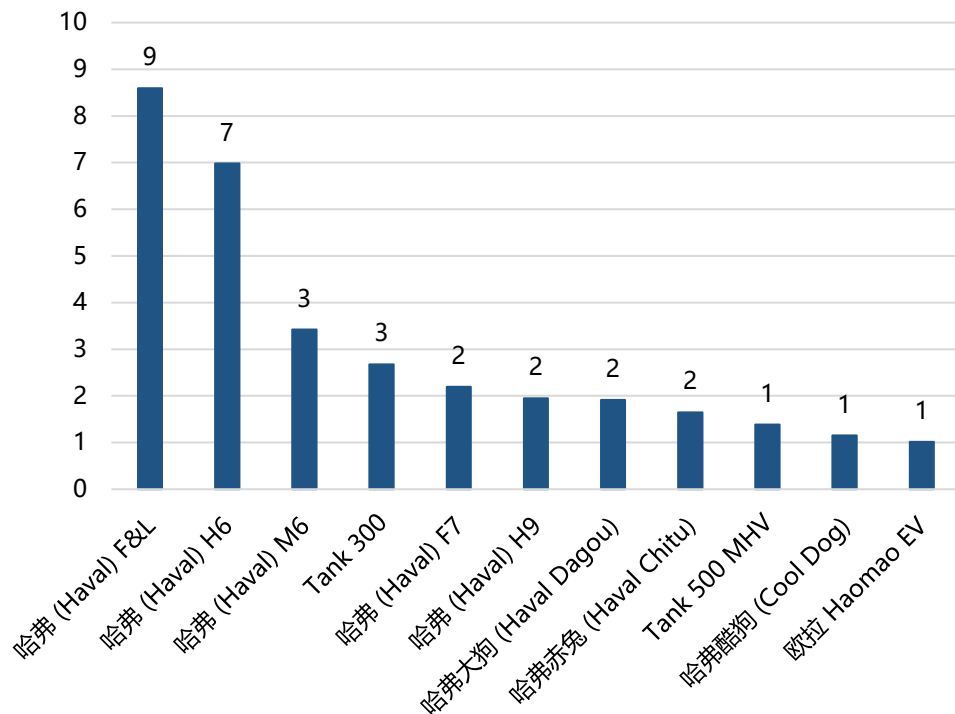
图：长城汽车分区域市占率/%



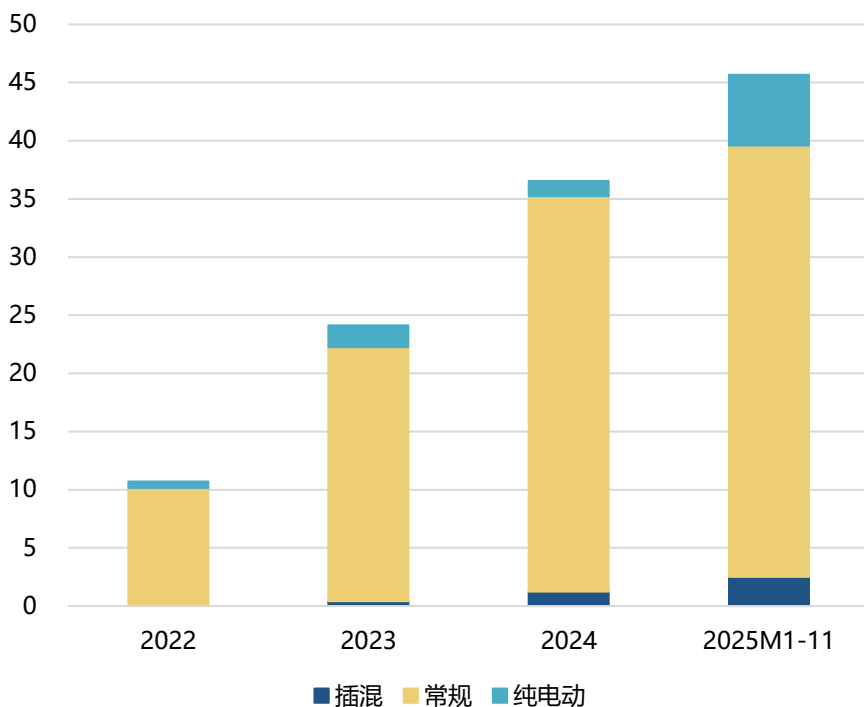
长城：产品策略以哈弗为核心，欧拉坦克补充

- ◆ **车型角度：**按照以哈弗为核心的多车型矩阵放量 → 按市场阶段逐步补充新能源与高端细分产品的路径推进。长城汽车在海外主要依托哈弗品牌的成熟燃油SUV车型作为突破口，H6等车型凭借相对成熟的平台、稳定的成本结构与较强的性价比，在中东、拉美、俄罗斯、非洲等市场承担了“验证法规、跑通渠道、建立品牌认知”的核心角色，长期构成长城海外出口的主体品牌与销量基础，从定价角度来看，哈弗在主销市场的定价区间在18-26万元，整体走性价比路线。2021年后开始在部分成熟市场推进ORA 纯电车型、坦克车型等上市。
- ◆ **能源类型：**燃油车仍是长城海外销售的基本盘；新能源车型以纯电动为主。

图：长城汽车2025M1-10分车型出口情况/万辆



图：长城汽车2022-2025M1-11出口能源类型情况/万辆



◆ **长城在海外渠道方面强调核心市场直控特征。**在俄罗斯、泰国、澳大利亚、巴西、南非等战略核心市场，长城通过设立子公司并直接主导经销体系，实现较强的渠道控制力；在部分非核心市场仍以总代或区域代理模式为主。欧洲市场的渠道模式在2024年发生调整，长城关闭原设于德国的欧洲区域总部，当地销售与售后主要依托经销商网络执行。

图：长城汽车海外渠道管理模式梳理

区域	渠道模式	组织与控制特征（事实）
俄罗斯	子公司+经销商	俄罗斯为长城海外控制力最强市场之一；设立本地法人、配套图拉工厂；经销体系高度围绕长城搭建
中东	总代/区域代理制	以本地大型汽车集团作为总代；长城主要负责产品与品牌授权，渠道运营由代理方主导
拉美	子公司+经销商	巴西设立GWMBrazil，控制力显著强于其他拉美国家；部分国家仍采用总代模式
东南亚	子公司+经销商	泰国为区域核心市场：收购罗勇工厂、设立本地公司；销售体系由长城直接主导
澳新	子公司+经销商	设立GWMAustralia；销售、定价、产品导入由总部高度参与，渠道执行层为经销商
欧洲	当地经销商执行	2024年宣布关闭其原设立于德国慕尼黑的欧洲总部，并将欧洲运营管理职责回归由中国总部直接负责。当下欧洲市场销售与服务主要通过当地经销商网络执行，中国总部负责对接与战略协调
非洲	总代/区域代理制	除南非外，其余非洲市场以本地经销集团为主，长城参与品牌与产品层面，日常销售执行在当地

◆ 长城汽车的海外产能布局呈现少数全工艺制造工厂+ KD组装并行结构特征。在俄罗斯图拉、泰国罗勇与巴西长城已建立或投产全工艺整车厂，分别作为欧亚、东盟与拉美的区域制造中枢，也顺应了三国对于本地化制造的要求；其中巴西工厂于2025年8月投产，首期设计产能5万辆/年。与此同时，长城在马来西亚、印尼、巴基斯坦等市场通过KD模式推进本地化生产，产能规模相对较小，主要服务单一国家或周边市场。

图：长城汽车海外产能梳理情况

国家/地区	工厂类型 (全工艺 vs KD)	当前状态	投产时间	设计产能 (万辆/年)	备注
俄罗斯	全工艺整车厂	已投产	2019	15	长城首个海外全工艺独资工厂，覆盖焊装/涂装/总装，欧亚核心支点
泰国	全工艺整车厂	已投产	2021	8	通过收购通用罗勇工厂切入，作为东盟制造与出口基地
巴西	全工艺整车厂	已投产	2025年8月	5	收购原梅赛德斯工厂资产，定位拉美制造中心
马来西亚	KD	已投产	2024	3	与当地伙伴合作，面向本地与区域市场
巴基斯坦	KD	已投产	2022	2	与 Sazgar 集团合作，生产哈弗车型
南非	KD	已投产	2019	未单独披露	面向南非及周边市场，偏区域装配属性
印度尼西亚	KD	已投产	2022	1	——
厄瓜多尔	KD	已投产	2012	未单独披露	——

◆ 结合长城汽车以 ICE/HEV 为主、SUV/皮卡取向、经销商驱动及选择性本地化的海外打法来看，长城在中东、中亚及拉美、非洲的外部环境匹配度最高，具备稳定经营与持续放量的基础。东南亚在新能源政策趋势与中国品牌竞争加剧背景下，对长城以 ICE/HEV 为主的打法形成一定约束。欧洲市场在能源路线与制度层面对长城主线形成更为明显的约束。总体而言，**长城海外扩张的优势区域集中于新能源渗透较慢、SUV/皮卡需求稳定且制度环境友好的市场，其全球布局呈现出明显的结构性特征。**

图：长城与区域市场匹配汇总

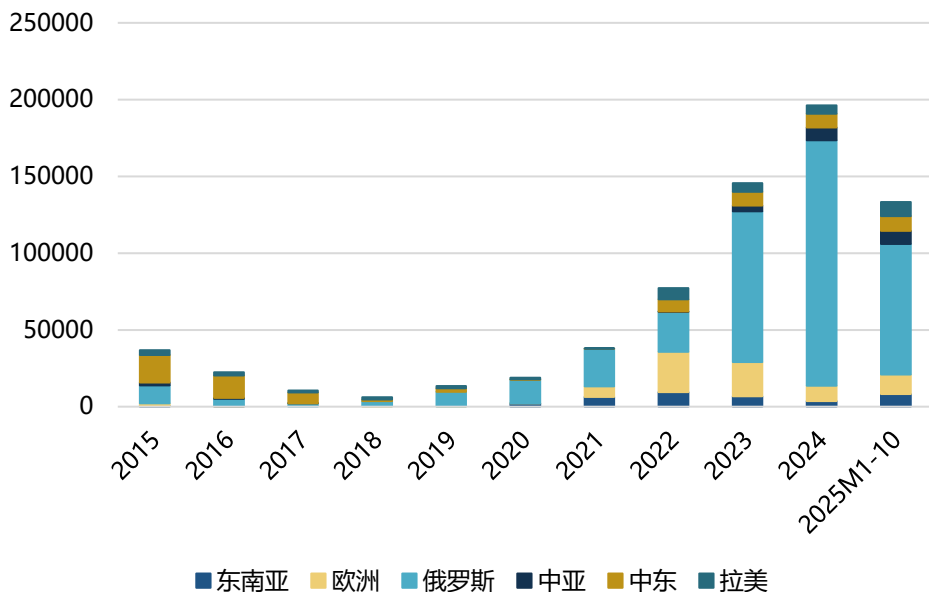
区域	能源路线× 长城产品	价格带×长 城定位	中国品牌 竞争	贸易/政策 ×长城动作	综合 Match	关键诊断备注（打法×区域）
东南亚	⚠️	✅	❌	✅	⚠️	本地化建厂要求满足
欧盟	❌	✅	✅	⚠️	⚠️	去ICE明确，长城非新能源主线；本地化建厂动作较慢
英国	❌	✅	✅	✅	⚠️	市场务实但价格与能源结构非最优，依赖品牌与细分产品突破
俄罗斯	✅	✅	❌	✅	⚠️	ICE/HEV与越野/SUV高度匹配，制度环境可消化
中亚	✅	✅	✅	✅	✅	低电动化、SUV需求强，长城产品与渠道高度适配
中东	✅	✅	✅	✅	✅	SUV/皮卡需求旺盛、进口友好，是长城海外优势区
拉美（墨 西哥除外）	✅	⚠️	✅	✅	✅	巴西本地化工厂投产
大洋洲	⚠️	⚠️	✅	✅	⚠️	皮卡/SUV需求强，但价格带与竞争激烈，非全面放量区
非洲	✅	⚠️	✅	✅	✅	ICE需求存在，但价格与产品定位偏上，更偏选择性进入

注：✅表示匹配；⚠️：表示相对中性，部分匹配；❌：表示不匹配或对车企不利；综合match的判断依据为包含≥三个✅；⚠️表示有两个✅或者有❌

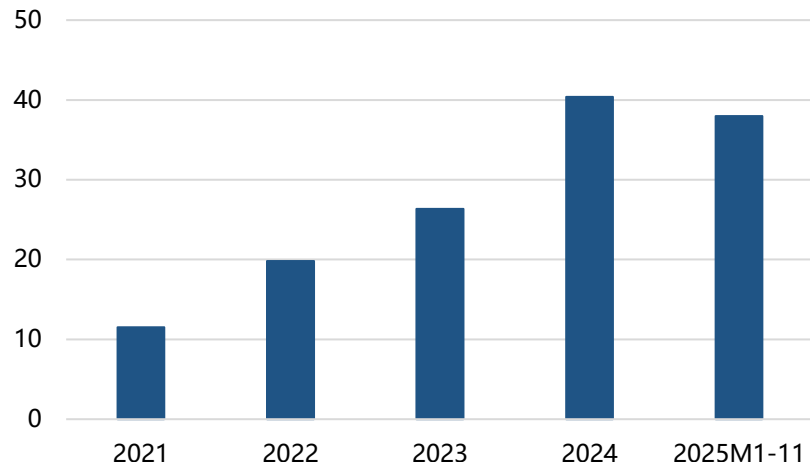
吉利：俄罗斯市场占比较多

- ◆ 吉利自主品牌海外出口呈现俄罗斯市场较为集中的特征，尚未形成其他单一国家层面的稳定放量核心市场。在欧洲市场，吉利自主品牌曾阶段性采用以租赁/车队为主要载体的出口方式。从集团层面看，过去几年吉利的经营与资源投入重心主要集中在国内市场，同时海外已拥有**沃尔沃、宝腾等成熟的全球化资产**。自主品牌整车出口过去更多承担补充规模与阶段性机会承接的角色，因此除俄罗斯市场外，其余市场的出口增速有限。

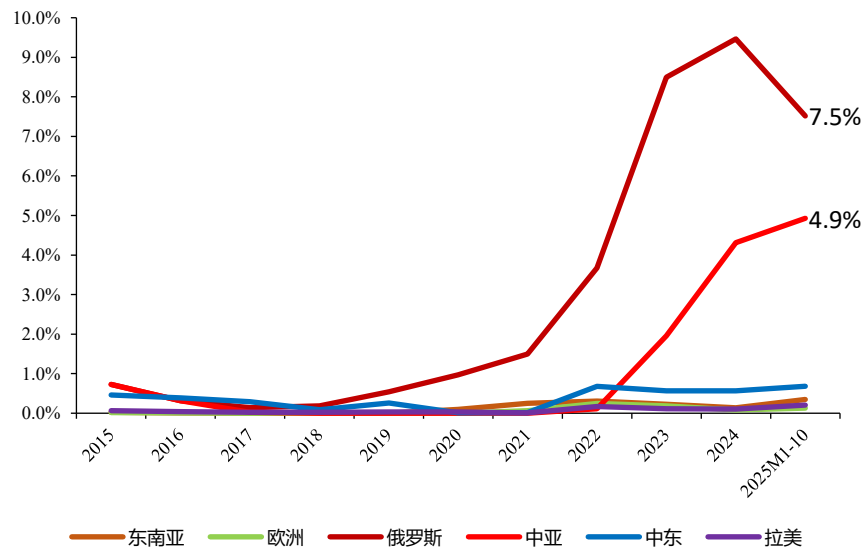
图：吉利汽车分区域销量/万辆



图：吉利汽车出口销量/万辆



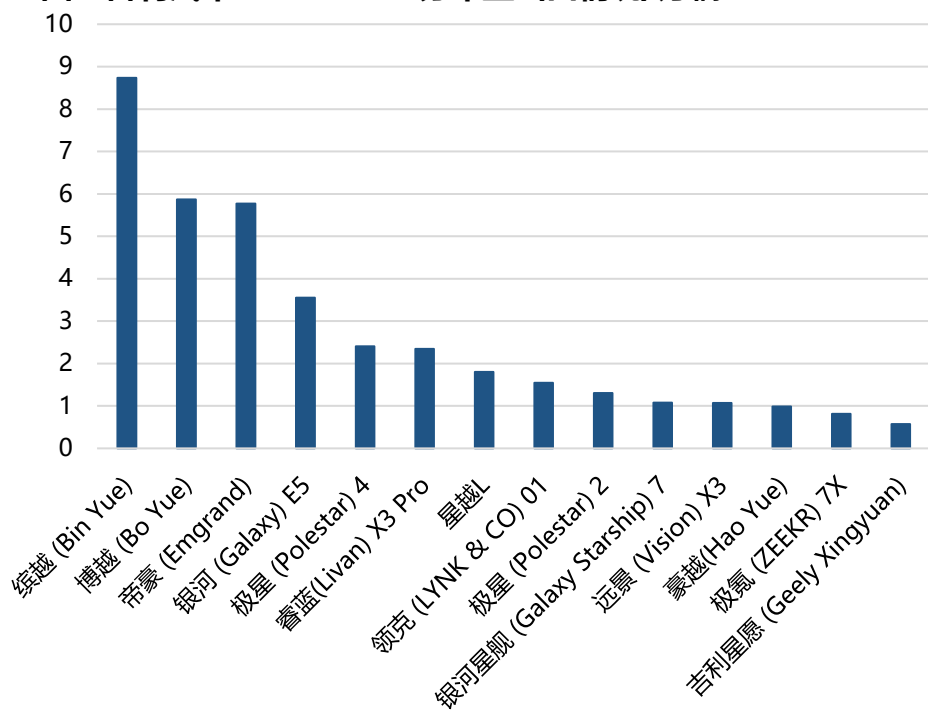
图：吉利汽车分区域市占率/%



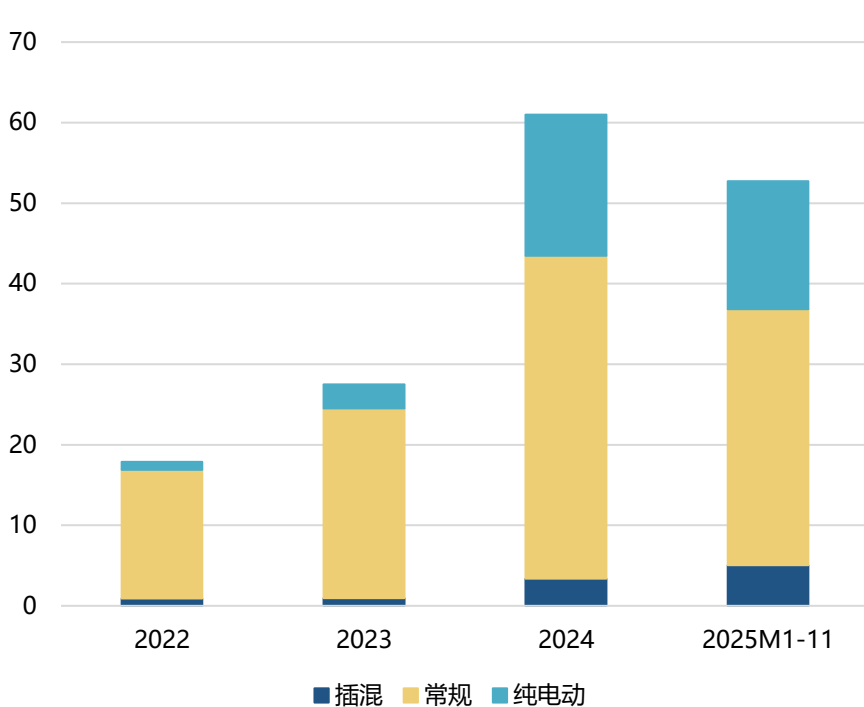
吉利：吉利主品牌承担出口走量与市场覆盖任务

- ◆ **品牌角度：**吉利主品牌承担长期走量与市场覆盖任务；领克自2018年前后开始用于海外，主要承担中高端与商业模式探索；极氪自2023-2024年起推进海外布局，作为高端纯电与技术形象展示；银河作为新能源产品来源，通过吉利主品牌进入新能源仍在早期的新兴市场。1) 领克主要进入德国、荷兰、瑞典等欧洲成熟市场，通过订阅、租赁等模式进行品牌与商业模式探索，随后领克弱化以订阅为核心的独立模式，并在渠道与服务层面加强与沃尔沃欧洲体系的协同；2) 极氪自2023-2024年起聚焦荷兰、瑞典、挪威、德国以及以阿联酋、沙特为代表的中东高收入市场，以维持高端纯电定位；3) 银河部分新能源车型通过吉利主品牌进入俄罗斯、中亚及部分中东、拉美新兴市场。
- ◆ **能源类型：**燃油车仍是吉利海外销售的基本盘；新能源车型占比在提升，其中以银河相关车型为代表的纯电产品开始贡献增量，但整体仍处于逐步放量阶段。

图：吉利汽车2025M1-10分车型出口情况/万辆



图：吉利汽车2022-2025M1-11出口能源类型情况/万辆



- ◆ 吉利在海外主要区域以经销商模式为主，更倾向于依托既有成熟体系或合作方进入海外市场。在欧洲则更多依托成熟体系并与沃尔沃渠道协同以降低经营风险；与雷诺在巴西建立战略合作关系；在马来西亚市场，吉利并未以主品牌直接构建销售体系，其产品与技术主要通过宝腾渠道实现本地化销售。
- ◆ 吉利海外布局以风险控制与灵活性优先，而非以产能规模驱动海外扩张。吉利在马来西亚通过宝腾体系实现本地制造，在巴西选择与雷诺合作而非自建工厂，其核心思路均是以合作替代重资产投入。在其他海外市场，吉利以CKD工厂为主，未形成自建、直控的海外制造网络。

图：吉利汽车海外产能梳理

国家/地区	工厂类型（全工艺vsKD）	当前状态	投产时间	设计产能（万辆/年）
白俄罗斯	KD	已投产	2017	6
马来西亚	全工艺（宝腾工厂）	已投产	2020	30
巴西	全工艺（合作雷诺）	在建	2026	10
印度尼西亚	KD	已投产	2025	2
越南	KD	在建	2026	7.5
埃及	KD	已投产	2025	1

◆ 吉利汽车多能源并行、以中端产品为主、强调合规与稳健推进的海外打法，吉利在**中东、拉美（墨西哥除外）**及部分新兴市场的整体匹配度相对较高。**俄罗斯与中亚**市场在能源与价格层面具备一定匹配基础，但受制于竞争结构与执行节奏，整体更偏中性匹配。**欧盟**市场尽管在能源路线方向上与吉利多元化布局并不冲突，但制度与合规要求仍对放量节奏构成约束，更适合作为稳健推进与长期布局市场。

图：吉利与区域市场匹配汇总

区域	能源路线× 吉利产品	价格带× 区域定位	中国品牌 竞争	贸易/政策 ×吉利动作	综合 Match	关键诊断备注（打法×区域）
东南亚（不含马来）	✓	✓	✗	⚠	⚠	新能源趋势明确，但吉利在产能等方面未重压（马来除外）
欧盟	⚠	⚠	✓	⚠	⚠	新能源与合规门槛高，吉利未为欧洲重构产品体系，依托沃尔沃协同降低风险
英国	⚠	⚠	✓	✓	⚠	高端与新能源接受度高
俄罗斯	✓	✓	✗	⚠	⚠	报废税调增吉利当地无工厂
中亚	✓	✓	✓	✓	✓	ICE/HEV+中低价位适配
中东	✓	✓	✓	✓	✓	ICE/HEV+PHEV 需求并存，价格与制度环境友好
拉美（墨西哥除外）	✓	✓	✓	⚠	✓	推动巴西本地化工厂落地
大洋洲	⚠	⚠	✓	✓	⚠	市场成熟、法规清晰，但吉利品牌认知与投入有限

注：✓表示匹配；⚠：表示相对中性，部分匹配；✗：表示不匹配或对车企不利；综合match的判断依据为包含≥三个✓；⚠表示有两个✓或者有✗

零跑：中国+海外市场+Tier 1，打造独特商业模式

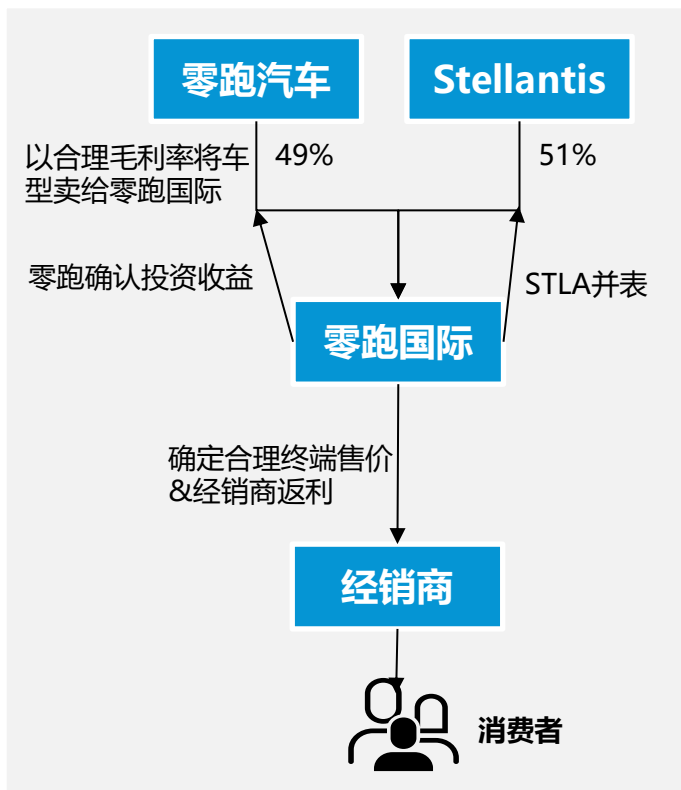
◆ **成立零跑国际，借助Stellantis的海外销售资源发力海外市场。**在与Stellantis集团的战略合作中，Stellantis集团和零跑汽车将以**51：49**的比例成立名为零跑国际（Leapmotor International）的合资公司。除大中华地区以外，该合资公司独家拥有向全球其它所有市场开展出口和销售业务的资格。零跑国际总部位于荷兰阿姆斯特丹，由来自Stellantis集团中国区管理团队的忻天舒担任零跑国际CEO。

图：零跑汽车商业模式汇总

	中国市场	海外市场-零跑国际	Tier1 供应商
核心优势	核心领域全域自研 + 技术降本	轻资产出海 零跑自身产品竞争力+Stellantis集团渠道等资源赋能	成本优势 三电核心零部件自研自制 自研部件已经过量产上车验证
目标市场	10-20万元主流市场	2024年开启四大区域销售（欧洲/中东和非洲/南美/印度和亚太）	Stellantis集团及其他主机厂供应链体系
产品规划	未来3年平均每年推出2-3款新车型	未来3年平均每年至少推出1款新车	智能化出行终端解决方案供应商
产品路线	纯电+增程	纯电+增程 左舵+右舵	核心零部件、三电模块、下车体（含三电）、整车级车型及平台

- ◆ **分成模式：**零跑将车卖给零跑国际产生正毛利，但为了合资公司共同利益，此环节零跑不会截取过高利润；零跑国际将车型销售给海外经销商时获得利润，此环节为零跑出口利润主要来源，零跑以投资收益方式对此环节利润进行确认。此分成模式的设计旨在减少合作伙伴间博弈，共同为终端销售做出贡献。

图：零跑汽车出口现行财务确认方式



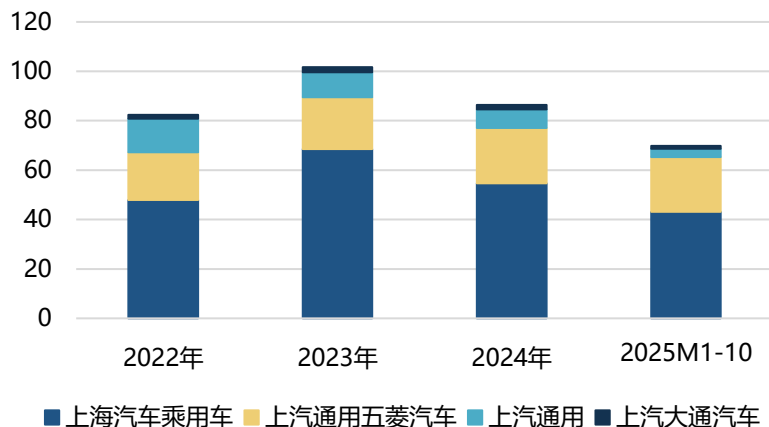
图：零跑国际成立发布会



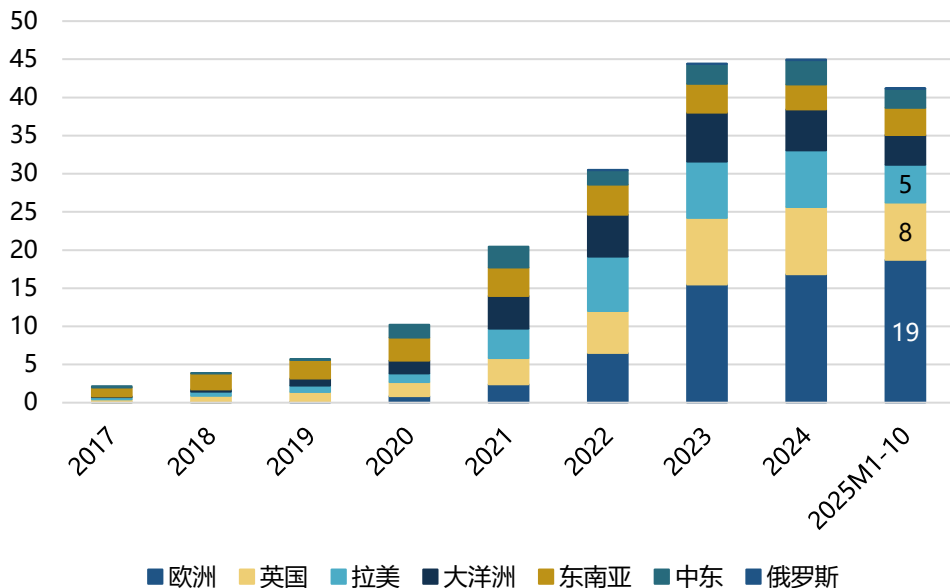
- ◆ **零跑在欧洲的定价并非以“最低价”为目标。**在入门级市场中价格略高于最廉价竞品、但提供更完整的配置；在中型纯电 SUV 市场中，则通过配置与尺寸优势实现对主流竞品的价格折让。目前零跑在欧洲主要上市了T03/C10两款车型，价格为1.89（Dacia Spring约为1.6万欧元）/3.64万欧元（ID4定价约为3.8万欧元）。后续零跑在欧洲的新车上市基本较国内晚一个季度。
- ◆ **渠道方面借力S集团快速铺开触点、降低运营风险和前期投入。**零跑国际针对核心市场配备了专职的业务负责人，在欧洲通过与 Stellantis 渠道体系协同布局，以获取成熟市场触点与服务能力，降低交易成本，同时对产品拓展提供较大助力。截至2025年9月30日，零跑国际在欧洲、中东、非洲和亚太等约30个国际市场建立了超700家兼具销售与售后服务功能的网点，其中**欧洲超650家**，亚太市场超50家，南美市场超30家。
- ◆ **产能方面零跑同样是合作协同思路。**目前尚未建立独立海外工厂，后续计划在西班牙建立其欧洲制造基地，该工厂原为Stellantis的整车制造厂并正在改造中。

◆ 上汽集团是中国最早、也是体系最全面的海外出海车企之一。上汽自主以国际化品牌MG为出海主力，从区域结构上看欧洲销量占比60%以上。MG在欧洲采用具有竞争力的价格策略，通过在入门及主流细分市场中设定相对较低或有优势的定价（同时配置不低于竞品）。2024年，欧盟在对电动车启动反补贴调查后，对不同车企裁定了差异化的临时反补贴税率，上汽被裁定适用最高一档反补贴税率。2025年以来MG明显强化了HEV在欧洲的投放，结合欧洲市场对混合动力的真实需求，这一调整在短期内有效缓解了政策冲击，并在部分细分市场对日系HEV形成竞争压力。

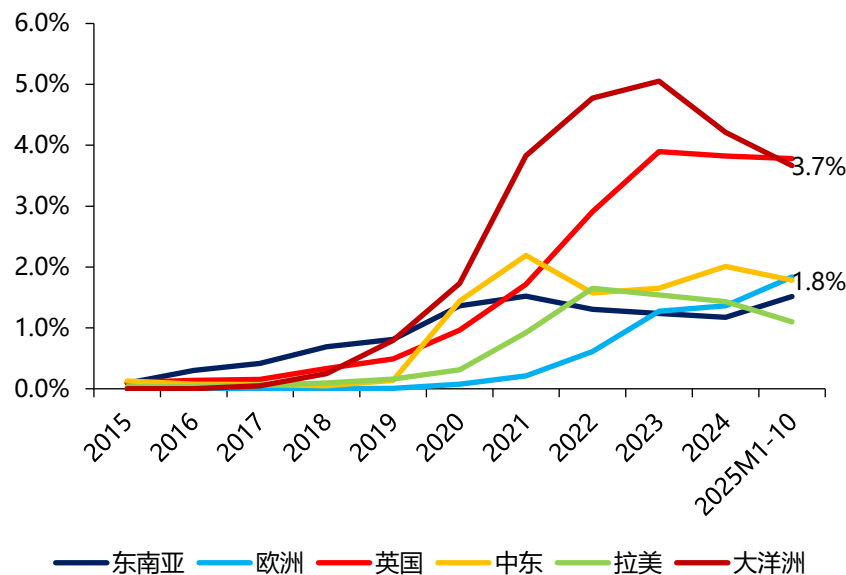
图：上汽集团出口销量/万辆



图：上汽集团分区域销量/万辆



图：上汽集团分区域市占率/%



◆ 上汽集团在海外已形成较为完整的制造体系，其海外产能以东南亚（泰国、印尼）和南亚（印度）的全工艺整车厂为核心，并辅以巴基斯坦等地区的CKD组装产能。截至目前，上汽尚未在欧洲建立整车制造基地，欧洲市场主要依赖中国及东南亚工厂供给。

图：上汽集团产能梳理

国家/地区	城市/园区	工厂类型（全工艺vsKD）	当前状态	投产时间	设计产能（万辆/年）
泰国	春武里	全工艺整车厂	已投产	2014	10
印尼	西爪哇	全工艺整车厂	已投产	2017	10
印度	哈洛尔（古吉拉特邦）	全工艺整车厂	已投产	2019	8
巴基斯坦	拉合尔	KD	已投产	2021	5

投资建议

- ◆ **从全球化逻辑下筛选车企，核心标准为：**1) 出口销量在总销量中占比持续提升，且海外销量已成为公司重要增量来源。2) 海外产能已形成实质性落地（全工艺或 KD），并进入投产或放量阶段。考虑目前海外多数区域汽车工业政策方向更侧重“以产业换市场”，政策目标高度聚焦于本土工业保护和升级，因此海外产能布局情况和落地节奏重要性也在提升。3) **俄罗斯市场相对贡献较少。**从2024年开始，俄方产业政策由“短期补缺”转向“重建本土汽车工业”，整车进口面临更高的不确定性。因此，从全球化可持续性的筛选标准出发，对俄罗斯市场依赖度较低的车企，其海外增长路径反而更具稳定性。4) **新能源车型占比相对较高。**在多数新兴市场，传统燃油车更多承担的是价格替代功能，对当地产业升级、技术转移与新能源转型贡献有限，因此政策支持空间相对受限。相比之下，新能源车型（BEV/PHEV）更容易与当地产业政策目标形成绑定，包括本地制造、电池产业、能源转型与技术升级。5) **海外渠道与组织体系具备一定控制力和长期运营能力。**
- ◆ **优先配置海外体系成熟、执行能力已验证的头部车企，优选比亚迪/长城汽车/奇瑞汽车，以及零跑/小鹏/上汽集团/长安汽车等。**
- ◆ **风险提示：贸易政策不确定风险；运价提升风险等。**

图：出口销量占总销量比重

集团	2022	2023	2024	2025E	2026E
奇瑞	37%	49%	44%	46%	42%
长城	11%	22%	32%	38%	34%
比亚迪	3%	8%	10%	21%	28%
上汽	15%	20%	21%	25%	27%
长安	6%	10%	13%	19%	15%
吉利	12%	15%	24%	14%	15%
小鹏	0%	2%	12%	10%	12%
零跑	0%	0%	2%	10%	11%

风险提示

- ◆ **海外出口方面面临地缘政治不确定等风险。**乘用车出口独联体/拉美/东南亚/欧盟等多地，地缘政治的不稳定性因素可能冲击海外市场汽车需求，影响国内出口。
- ◆ 汇率风险。
- ◆ 贸易政策风险等。

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

东吴证券投资评级标准

投资评级基于分析师对报告发布日后6至12个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A股市场基准为沪深300指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普500指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证50指数），具体如下：

公司投资评级：

买入：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在15%以上；

增持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于5%与15%之间；

中性：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-5%与5%之间；

减持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来6个月内，行业指数相对强于基准5%以上；

中性：预期未来6个月内，行业指数相对基准-5%与5%；

减持：预期未来6个月内，行业指数相对弱于基准5%以上。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议。投资者买入或者卖出证券的决定应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街5号

邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

东吴证券 财富家园