

市场洞察：从产品、技术、产能方面 了解中国新能源车企出海情况

Market Insight: Understanding China's New Energy Vehicle Enterprises Going Overseas in Terms of Products, Technology and Capacity

报告标签：汽车制造、新能源汽车、新能源车企出海
2025年8月

Q1：新能源汽车的出海方式有哪些？有什么变化？

当前中国新能源车企出海主要有三种方式——整车出口销售、海外建厂、本地化运营与生态合作，并呈现多元并行的发展趋势。伴随中国新能源汽车产业快速发展，车企整车出口能力显著增强，越来越多车企将出海作为开拓新的业务增长点的核心战略。近年来，中国新能源车企出海方式日益多样化，并根据不同市场的接受度、政策环境、成本结构及品牌战略进行差异化部署。

图表1：中国新能源车企出海三种路径对比分析

出海方式	代表车企	优势	劣势
整车出口	比亚迪、上汽	投资低、速度快、适配中小市场	政策壁垒高、服务体系缺失
海外建厂	比亚迪、蔚来	本地化制造、关税友好、品牌本地背书	投资大、周期长、运营难度高
生态合作运营	蔚来、小鹏	品牌深化、用户体验良好、易形成壁垒	组织能力要求高、生态建设成本高

■ **整车出口依旧是中国新能源车企出海最普遍采用的方式。**
虽然新能源汽车的出海模式不断丰富，但**整车出口依然是车企出海的主流路径，也是快速切入海外市场的起点**。整车出口尤其适用于对关税敏感度较低、对产品接受度较高的发展中市场与部分欧洲国家。通过集中生产、规模化制造与集约式物流，企业得以实现较优的成本控制与快速进入市场的策略目标。以比亚迪为例，其通过出口海豚、海豹等主力车型，已成功打开泰国、巴西、匈牙利、以色列等市场。2024年比亚迪海外销量突破24万辆，出口覆盖超过70个国家和地区，成为中国新能源车出口规模最大的企业之一。整车出口模式虽然具有灵活、投资低、见效快等优点，适合前期试探市场、迅速实现规模占位，但也存在产品本地化能力有限、服务体系不健全、政策壁垒易受制约等问题。

■ **海外建厂是应对关税壁垒和供应链优化的关键选择，有助于提高市场适应性。**
面对部分国家对原装进口车征收的高额关税，以及对本地生产提出的政策引导要求，越来越多车企开始选择海外建厂，以实现本地生产、本地销售和本地就业的产业闭环，提升综合竞争力和市场响应能力。例如，比亚迪在泰国的罗勇府建设海外首个右舵车型乘用车工厂以及在匈牙利布局欧洲首个新能源乘用车生产基地。海外投资建厂有利于贴近当地消费者需求、缩短交付时间、降低运输成本，并满足部分市场的本地化率与准入规则。

此外，部分车企采用散件组装（KD）模式建立组装线，可帮助车企用较低投资成本实现市场的快速渗透。例如小鹏汽车在欧洲布局KD工厂，以快速获得欧盟原产地身份，降低欧盟对华BEV反补贴关税的影响，缩短欧洲认证与爬坡周期。通过海外设厂，企业不仅能绕过贸易保护障碍，还可实现售后服务和零部件供应体系的本地化部署，推动全球化经营体系走深走实。

■ **本地化运营与生态合作是中国车企打造长期竞争力的核心模式。**
对于品牌定位更高端、技术壁垒更强的车企而言，深度本地化运营与建立生态合作成为其出海战略的关键一环。该模式不仅包括建设本地研发中心与品牌体验店，还涵盖售后网络、能源补给体系（如充电桩）、智能网联生态等多个维度，目标是建立“产品+服务+生态”的系统性出海路径。例如，蔚来在德国、荷兰、丹麦等国设立了体验中心，实现品牌形象、用户体验与当地文化深度融合。小鹏汽车则与西班牙大型汽车经销集团Astara建立战略合作，通过渠道合资和运营协同在欧洲扩展销售网络。蔚来、小鹏等企业的生态出海模式虽对资源、组织与管理能力要求极高，需长期投入与协同运营，但其品牌粘性 > 与议价能力更强，有望构建出可持续竞争壁垒。

■ **不同出海路径适配不同的区域市场环境，中国各车企的策略组合趋于灵活**
整车出口适用于泰国、以色列、巴西等发展中市场，这些地区对新能源车接受度较高、竞争尚不激烈，是车企进行市场导入的优先选项。如比亚迪“海豚”在泰国一上市便成为B级市场销量冠军。海外建厂模式则适用于欧盟等关税政策严格、产地要求明确的市场，是应对关税壁垒、产业链重构和地缘政治风险的重要战略选项。生态化合作运营则主要面向欧美中高端市场，目标主要在于构建长期品牌竞争壁垒和智能服务优势。

来源：福建省工业和信息化厅、比亚迪官网、小鹏汽车、蔚来

Q2：中国新能源车出口的产品结构、地区等产品出口现状及变化趋势？

■ 中国新能源汽车出口规模加速增长，产品结构呈现出“乘用车主导+商用车补充”的格局。

近年来中国新能源汽车出口持续走强，2025年上半年中国新能源汽车累计出口约106万辆，同比增长高达77%，创历史新高。其中乘用车出口量为101.1万辆，同比增长71.3%；商用车出口量为4.9万辆，同比增长超过230%。由此可见，乘用车仍是当前出口的绝对主力，而新能源商用车则在低基数下实现爆发式增长，成为出口结构中的新增长点。这一趋势体现了中国车企在制造、供应链和品牌国际化方面的综合能力优势不断加强。从整车制造效率、产品成熟度到海外市场渠道拓展，中国新能源汽车企业的出海逐步形成体系。此外，电动化技术标准和政策同步的国际传播，也为中国出口车型创造了有利条件。

图表2：中国新能源汽车出口总量及结构



■ 新能源汽车出口市场从传统的欧洲国家向新兴国家加速渗透，区域分布趋于多元化。

2025年以来，中国新能源车出口市场分布出现显著变化，正在由传统集中于欧洲市场的单一格局，向多极化全球市场的结构演进。截至2025年4月，中国新能源汽车主要出口市场已包括比利时、墨西哥、巴西、菲律宾、英国、泰国等十余个国家。其中，拉美国家如巴西展现出爆发式增长潜力。2025年4月，中国对巴西出口新能源车达40.163辆，同比增长13倍，成为当月中国新能源车最大出口市场。同时，中东市场如阿联酋、沙特对新能源车的兴趣迅速升温，中国品牌逐步切入该区域公务车、旅游用车等细分市场。以比亚迪为代表的品牌，已开始向中东输出定制化电动车产品；上汽在埃及、伊朗的电动车CKD项目也正快速推进。此外，得益于东盟各国政府推出电动车购车补贴、零关税进口、制造落地激励等政策，东南亚出口市场亦表现不俗。在泰国、印尼、菲律宾等地，中国新能源车市场份额迅速上升。

图表3：2025年1-4月中国新能源汽车出口前十市场（单位：万辆）

国家/地区	出口量
比利时	8.93
墨西哥	7.03
巴西	7
菲律宾	5.18
英国	5.13
泰国	4.38
土耳其	4.29
澳大利亚	4.24
阿联酋	2.92
印度	2.7

■ 2025年插电混动车型出口表现强劲，细分品类结构持续优化。

从车型结构来看，中国新能源汽车出口早期主要集中在纯电动乘用车（BEV），如比亚迪海豚、五菱宏光MINI等。而2024年开始，插电混动（PHEV）车型和新能源商用车迅速崛起，形成多品类并行拓展的结构。2025年1-5月中国新能源乘用车出口约85.5万辆，同比增长64.6%；其中PHEV型出口31.5万辆，同比增长超过2倍，5月当月出口7.4万辆，同比增长2.4倍。

这一结构性变化，反映出国际市场对插电式混合动力车型的接受度有所提升，相比BEV，插混车型因续航灵活、充电要求低而能在油电基础设施不成熟的国家中更快落地，尤其是在拉美、中东、部分非洲地区。同时，插混车型出口的增长也得益于中国车企在插混技术上的领先优势，例如比亚迪DM-i平台与长城DHT系统技术稳定、油耗低、适配度高，在海外获得高度评价。

此外，新能源商用车出口也呈爆发式增长，涵盖轻型货车、客车、物流车等品类。欧洲、东南亚等地物流电动化政策推进，标志着中国商用新能源车企迎来政策红利期。2025年上半年，新能源商用车出口4.9万辆，同比2024年同期激增230%，也标志着出海产品从单一消费车向多元化交通解决方案的升级。赛力斯、开沃、远程等企业纷纷推出面向出口的轻卡、微面、城配物流车型。宇通客车更是在欧洲斩获大额新能源公交订单，支撑其新能源客车的全球市场份额上升。

来源：福建省工业和信息化厅、人大深圳社会科学、人民日报、新浪财经

Q3：中国新能源车出口的技术情况如何？技术授权等新模式如何推动中国车企的出海路径转型升级？

中国出口新能源汽车的技术体系日趋成熟，新能源车企正构建出一条由产品出海迈向技术与标准出海的演化路径。动力电池、电驱系统与电控系统等核心硬件技术持续突破，显著提升整车性能稳定性。面对日益复杂的国际市场环境，车企已不再局限于整车出口，而是通过研发全球通用平台、推动技术授权合作、本地化适配等方式，实现从单纯的产品出口向技术体系和行业标准的输出。整车企业与上游电池、芯片、算法供应商形成的技术协同生态，也成为推动出口技术进阶的核心动因。

■ 电池、电驱与电控“三电”系统构成出口车型的技术核心，其综合性能指标全球领先。

电池、电驱、电控组成的“三电”系统是新能源车的动力基础，也是出口竞争力的技术底座。当前，中国车企在三电领域拥有明显优势，尤其在电池与电驱方面已形成全球领先水平。2025年上半年，中国动力电池装车量全球占比达67.4%，其中宁德时代、比亚迪、亿纬锂能位居全球前三，产品已广泛搭载于出口整车之中。以比亚迪为例，其自主研发的“刀片电池”具备更高能量密度、更好热稳定性，广泛应用于其出口车型海豹、海豚等。同时，中国品牌出口车型普遍搭载高效率电驱系统，集成电机、减速器、控制器一体化，系统效率可达92%以上。如比亚迪e平台3.0、小鹏XPower等系统，均具备轻量化、高功率密度、高效能转换等特点。在电控系统方面，包括电池管理系统（BMS）、电机控制系统（MCU）等，也由中航锂电、欣旺达等厂商实现国产化，并支持远程OTA升级、故障自诊断、多平台适配等海外需求。

■ 技术授权模式正逐渐替代单一整车出口成为出海重要路径，中国标准开始向外输出。

伴随整车技术的成熟，中国新能源车企正在同步拓展出口的“技术授权”路径，通过技术授权、平台输出、系统软件开放、联合研发等方式，将自身成熟技术体系输出到合作国家，实现从产品出海向技术出海的转型。

图表4：中国新能源汽车技术授权

代表企业	技术授权
宁德时代	分别与通用汽车、福特合作，授权动力电池技术，共同建设动力电池工厂
比亚迪	与巴西、泰国等地的本地企业合作，输出刀片电池制造工艺与DM-i混动系统集成技术
奇瑞	与伊朗、伊朗等国家企业合作建厂，输出燃油平台、电动转型方案及核心电驱技术
吉利	将SEA浩瀚架构授权给雷诺集团，打造适配欧洲法规的纯电平台车型

■ 面对出口壁垒，中国车企正通过技术本地化、标准兼容和海外试验场布局等策略，逐步构建起一套出口合规技术体系。

尽管技术实力持续增强，但中国车企在出口过程中仍面临来自欧美的关税制裁、知识产权质疑与标准法规挑战。随着欧美市场对新能源车加强关税与合规监管，头部车企普遍采取“技术本地化+标准适配+品牌合规”的协同策略应对。

以比亚迪为例，2025年比亚迪将于匈牙利、泰国两个海外工厂部署本地平台改装线，支持欧六/欧七排放数据适配、ISO 26262功能安全升级与GDPR数据隐私协议集成。蔚来则在德国柏林设立NIO欧洲软件工程中心，专门负责欧盟GDPR数据保护协议、智能驾驶地图合规性、本地充电协议（CCS2）兼容性测试，确保其交付车型满足欧盟监管要求。小鹏则利用与大众合作共享MEB平台欧洲电驱集成标准。这些举措显示，中国出口车型不再仅依靠高性价比获取市场，而是逐步通过本地研发、本地合规、本地迭代建立技术信任，提升海外品牌形象。

来源：人大深圳社会科学、新华网、比亚迪官网、新浪科技、第一财经、财联社

Q4：中国商业航天对于私营企业的准入门槛、扶持力度等情况

■ 中国新能源车企海外产能布局提速，多元建厂模式同步推进。

中国新能源车企在海外设厂的步伐显著加快，目标市场涵盖东南亚、南美、中东欧等多个区域。在泰国，长安汽车首个海外新能源整车工厂——罗勇工厂已正式投产。同时，比亚迪在柬埔寨的乘用车工厂也已奠基，计划年产一万辆且预计将在第四季度投产。此外，在商用车领域，宇通首个海外新能源商用车工厂已于2024年12月动工建设。在此基础上，汽车零部件也在同步出海。宁德时代、国轩高科、蜂巢（Svolt）等电池供应商纷纷在欧洲布局建厂或与当地企业合作，加速海外供应链协同，进一步支撑整车海外产能的持续稳定。

图表5：中国新能源车企海外建厂布局情况

企业	所在区域	主要布局地区	总年产能（辆）	战略意义
比亚迪	亚洲	泰国、印尼、乌兹别克斯坦	35万	率先在亚洲建立电动车出口生产基地，聚焦插混产品，辐射中亚与东盟市场
长城	亚洲	泰国、印尼	8-13万	建设全工艺整车厂，适应当地消费偏好，巩固东南亚市场基础
奇瑞	亚洲	泰国、印尼、越南、马来西亚	27万	多点布局插混与燃油车，提升在东南亚关键国家的渗透率和本地化能力
上汽	亚洲	泰国、印尼	35万	依托MG品牌建立海外工厂网络，强化东南亚品牌影响力
吉利	亚洲	印尼、马来西亚、越南	28.5万	控股宝腾等本地品牌，推进多元化生产路线
长安	亚洲	泰国、马来西亚、越南	15-25万	主打新能源车型出口，加强东盟本地化生产能力
比亚迪	美洲	巴西	15万-30万	建设南美最大新能源综合工厂，实现整车+电池+商用车本地化
吉利	美洲	墨西哥、巴西	53万	与雷诺合资、发力中南美大市场
上汽	美洲	墨西哥	10万	设厂+研发中心双布局，深化在美洲的产业链能力
江淮	美洲	墨西哥	8万	合资运营SUV与新能源车，辐射中美洲市场
广汽	美洲	墨西哥	—	布局Aion系列纯电产品，建立美洲新能源桥头堡
奇瑞	美洲	巴西	15万	海外布局最早的中国车企之一，深耕巴西传统车市
比亚迪	欧洲	德国、土耳其	15万	聚焦德国、土耳其两大市场，建立面向欧盟的整车产能平台
长城	欧洲	德国、俄罗斯、保加利亚	18万	布局中东欧至西欧市场，强化在欧整车品牌力
吉利	欧洲	英国、瑞典、比利时、白俄罗斯	49.5万	利用沃尔沃与雷诺合作资源，建立欧洲新能源核心供应链
奇瑞	欧洲	俄罗斯、西班牙	15万	图拉工厂为其在欧首个整车基地，扩大欧洲市场话语权
大众	欧洲	德国	33万	传统燃油平台转向SSP纯电平台，加速转型

来源：东方财富、证券时报、AI全域供应链信息网、中国经济网、21财经、路透社

(接上页)

■ 产能出海趋势成风向标，“反向合资”建厂提速。

除直接投资建厂之外，中国车企还采用“反向合资”模式加速产能布局，即在海外与当地企业合资建厂，同时引入中国产能与管理方式，从而快速实现本地化生产与市场渗透。2025 年，车企在海外建厂成为普遍选择，而依托技术创新和完善的产业链，“反向合资”的案例频现，例如奇瑞汽车与西班牙 EV MOTORS 建立了合资企业，零跑汽车与 Stellantis 集团合作成立零跑国际。

■ 海外布局区域聚焦显著，新兴市场为主要出海产能通道。

中国新能源车企在海外产能布局方面呈现明显的区域集中趋势。东南亚依然是最活跃的产能出海区域，各车企在泰国、印尼、马来西亚、菲律宾、柬埔寨等国的建厂项目不断。南美地区则以巴西为核心，比亚迪、奇瑞等企业已进展合作建厂。欧洲也是吉利、比亚迪布局产能及研发中心的重要区域。同时，部分车企也在中东、南亚、俄罗斯、非洲等地开展招商与建厂探索，以形成全球多极化布局。例如，中国车企在泰国已建生产基地，服务东盟市场；在巴西投资建厂，覆盖整个南美区域；在匈牙利设厂，辐射欧盟市场；在土耳其、柬埔寨新建生产线，用于服务特定细分市场及港口贸易。

■ 海外产能布局助力中国新能源车企规避贸易壁垒并提升盈利能力。

中国新能源车企在欧美等市场面临不断加码的关税压力与贸易限制，因此，车企选择在当地设厂或合资组装是一种务实选择。比亚迪计划通过在海外本地组装车型以规避关税带来的成本壁垒。具有代表性的是其在英国、匈牙利等地投资建厂，以降低进口成本并提升市场竞争力。

同时，海外建厂的盈利性也较为可观。当车企海外产能利用率超过 50% 时往往即可实现毛利转正；达到 60% 后，盈利能力将超过本土；若达到 80%，则能大幅领先国内市场水平。这意味着高效利用海外产能将成为车企未来提升全球盈利能力的关键。

■ 整体产业链与产能协同推动“产能+产业链”出海模式的形成。

产能出海不再只是简单的整车生产本地化，而是包含上下游供应链协同的“产能+产业链”完整出海战略。例如，在东盟、南美等地，中国新能源车企往往与零部件企业、物流服务商、充电基础设施提供商等联合设立产业园区，实现从上游电池、零部件生产，到中游整车组装，再到下游销售、服务的链条协同发展。此外，一些地区还在探索“出海生态平台”，将政府、企业与专业服务机构整合，形成组团出海，能够有效降低管理与运营成本，同时提升本地资源的整合效率。

■ 广泛合作与政府政策的驱动构成中国新能源车企产能海外扩张的基础。

中国“一带一路”倡议与“双循环”战略为新能源车企海外建厂提供了政策支持与市场机遇。许多目标国家在法律与财政层面给予政策优惠，如税收减免、补贴、落地支持等，使车企在海外设厂成为可行的投资选项。绿地投资模式下的产能建设将成为主流趋势之一，车企通过新建工厂与研发机构深化海外布局。同时，企业自身也在逐步建立海外本地化管理、人才团队与营销渠道，通过产能本地化提升品牌影响力，推动长期经营的稳定性。例如，小鹏采用直营与总代理相结合模式，在欧洲 90% 以上市场铺设覆盖体系，提升品牌渗透。

■ 全球宏观经济环境驱动中国车企产能部署策略的差异化选择。

全球政治经济环境也在影响中国新能源车企的海外建设节奏与区域选择。面对美国等高壁垒市场，中国新能源车企逐步转向技术授权模式，避免直接投资带来的政治风险。例如拜登政府对中国 EV 产品征收 100% 关税，促使宁德时代等电池企业更倾向于采用技术授权而非本地建厂模式。

同时，由于美国市场政治壁垒较高，中国车企短期内难以进入，欧洲与其它新兴市场则成为中国车企产能布局的首选方向。在欧洲设置工厂则被视为降低贸易壁垒风险的重要方式，随着欧盟针对中国产品的反补贴调查与关税政策干预，中国车企积极通过在欧洲区域建厂或合资形式绕过贸易保护障碍，快速实现市场渗透。

来源：东方财富、证券时报、AI 全域供应链信息网、中国经济网、21 财经、路透社

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据, 提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态搜索引
擎及数据库, 募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察,
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业, 内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认, 助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系,
帮助学生掌握行业研究
能力, 丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



赵启锐
行业分析师
ricardo.zhao@leadleo.com



杨咏淇
助理行业分析师

业务咨询

- 客服电话: 400-072-5588
- 官方网站: www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编: 518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编: 200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编: 210046