

汽车出海专题——

中国汽车全球化：从“出口”到“出海”

· **中国汽车正从“走出去”到“走上去”转变。**2021年后，中国汽车迈入出口“高光期”，2023年汽车出口491万辆，正式超越日本成为全球第一大汽车出口国。三大因素驱使中国车企“走出去”：一是汽车内需市场存量博弈，价格战愈演愈烈；二是新冠疫情和地缘冲突迫使国际车企收缩版图，中国品牌迅速补位；三是中国汽车的产品力和品牌力已经得到大幅提升。**我们认为新能源汽车的产业升级和中国自主品牌的崛起将驱动中国汽车从“走出去”向“走上去”转变。**

· **“质价比”和“新品类”助力中国车企海外市场持续突破。**整车出口、散件出口、品牌收并购及零基础投资是典型的出海模式。复盘丰田的全球化历程，其经历了典型的从整车出口到制造出海再到技术及产业链出海的完整转型，而“性价比”和“新技术”正是丰田公司实现全球化布局的关键路径。与丰田全球化类似，我们认为在燃油车方面中国车企作为跟随者通过“质价比”优势获取海外市场；而在新能源尤其是插电混动这一“新品类”车型方面，自主车企可作为技术引领者实现量利突破。

· **中国汽车的海外市场究竟在哪里？**从市场规模角度看，全球主要汽车消费国家/市场可从200多个国家/地区收敛至最重要的30个，合计占到全球90%以上的市场份额。因此，对这30个国家/地区进行分析，便可找到中国自主车企的目标市场。综合市场容量、竞争格局、本土品牌份额、关税政策来看，中国车企进入海外市场由易到难依次是俄罗斯&澳新<东南亚/拉美<中东&南非<西欧<日韩&北美。

· **逆全球化背景下从“出口”到“出海”大势所趋。**在出口数量不断创新高的同时，中国汽车产业出口形势也逐渐步入“深水区”，所面临的挑战也逐步显现。**我们认为在逆全球化背景下，中国汽车从“整车出口”到“价值链全面出海”是必然趋势。**一是产能出海是中国车企应对贸易壁垒的必然选择；二是中国汽车产业升级必将催生出海新模式；三是中国整车与零部件正在形成“抱团出海”的协同效应以实现双赢；四是中资金融机构将提供有力的汽车金融服务助力车企全球化布局。

· **风险提示。**一是关注贸易保护主义升级的风险；二是关注汇率及运力价格波动风险；三是关注海外竞争加剧的风险；四是关注海外认证标准风险；五是关注反洗钱/制裁合规风险。（本部分有删减，招商银行各行部如需报告原文，请参照首页方式联系研究院）

潘伟

招商银行研究院

行业研究员

☎：0755-83182012

✉：panwei94@cmbchina.com

伍海波

总行跨境金融部

出口业务团队副经理

☎：0755-83077979

✉：chinawhb@cmbchina.com

相关研究报告

《2024年汽车行业研究报告——
变革与重塑》

2024.06.17



目录

1. 产业升级助力中国汽车从“走出去”到“走上去”	1
1.1 中国成为全球第一大汽车出口国	1
1.2 三大因素驱使中国车企“走出去”	2
1.3 产业升级助力中国品牌“走上去”	3
2. “质价比”和“新品类”助力中国车企海外突破	5
2.1 汽车工业全球化的四条路径	5
2.2 “质价比+新品类”是中国车企实现出海突破的有力抓手	7
2.3 燃油车和新能源共同提升中国品牌海外市占率	9
3. 中国汽车的海外市场究竟在哪里？	10
3.1 俄罗斯：外资车企退出市场，中国车企迅速补位	11
3.2 西欧：欧系主导市场，反补贴关税影响中企在欧布局	14
3.3 拉美：品牌竞争多元化，中国车企份额缓慢提升	19
3.4 东南亚：日系车企占据主导，中国新能源逐步突破市场	24
3.5 澳新：本土无制造，日系占主导，中系份额逐步走高	27
4. 逆全球化背景下从“出口”到“出海”大势所趋	30
4.1 汽车出口总量新高，面临挑战逐步显现	30
4.2 产能出海：中国车企应对贸易壁垒的必然选择	32
4.3 新模式：小鹏大众技术授权，零跑 Stellantis 反向合资	33
4.4 整车与零部件从“单打独斗”到“抱团出海”	34
4.5 汽车金融：金融服务助力车企全球化布局	35
5. 风险提示	36
5.1 风险提示	36



图目录

图 1: 中国汽车出海之路历经三个阶段	1
图 2: 中国汽车内需步入“存量”时代	2
图 3: 2023 年中国乘用车市场终端均价（万元）	2
图 4: 中国因缺芯导致的汽车减产量相对较小	3
图 5: 自主品牌发动机热效率高于合资	3
图 6: 自主品牌每百辆车故障数已经接近合资	3
图 7: 2019-2024 年乘用车出口结构（按动力）	4
图 8: 2019-2024 年新能源乘用车出口结构	4
图 9: 中国乘用车出口不同车系占比变化	4
图 10: 2018~2023 年中国出口车企排名变化	4
图 11: 2018-2023 年中国乘用车出口车型级别	5
图 12: 2014-2023 年中国乘用车出口均价	5
图 13: 中国汽车典型出海方式及特点	6
图 14: 2015-2024 年奇瑞销量及海外销量占比	6
图 15: 2015-2024 年奇瑞汽车海外销售区域分布	6
图 16: 2015-2024 年上汽集团销量及海外销量占比	7
图 17: 2015-2024 年上汽集团海外销售区域分布	7
图 18: 丰田汽车公司 1950-2022 年销量结构变化	8
图 19: 卡罗拉与同级别欧美车型售价（1972 年）	9
图 20: 美国和日本车企燃油经济性对比（mpg）	9
图 21: 中国品牌实现海外市占率突破的两种路径	9
图 22: 2020-2023 年中国品牌车企海外终端市占率提升要素拆分	10
图 23: 全球汽车市场按市场容量可分为三个梯队	11
图 24: 三个梯队占据全球汽车市场 90%以上份额	11
图 25: 2004-2024 年俄罗斯历年汽车销量及同比增速	12
图 26: “俄乌冲突”前后俄罗斯汽车市场变化	13
图 27: “俄乌冲突”后中国车企迅速补位	13
图 28: 2021 年俄罗斯汽车市场格局（按企业）	13
图 29: 2023 年俄罗斯汽车市场格局（按企业）	13
图 30: 2023 年俄罗斯汽车市场经销中心数量	14
图 31: 2023 年俄罗斯主流车型起售价（万 RMB）	14
图 32: 2004-2024 年西欧历年汽车销量及同比增速	15
图 33: 2023 年西欧各国汽车产销量占比	15



图 34：2023 年西欧汽车市场竞争格局（分车系）	15
图 35：2011-2023 年西欧整车市场品牌格局	16



图 36: 2015-2023 年西欧新能源车市场品牌格局	16
图 37: 西欧地区历年新能源汽车销量及增速	17
图 38: 西欧主要国家新能源汽车渗透率情况	17
图 39: 中国车企在西欧整车市场的竞争情况	19
图 40: 中国车企在西欧新能源车市场的竞争情况	19
图 41: 中国产及中国品牌 BEV 在欧洲市场的份额.....	19
图 42: 2023 年中国产 BEV 在欧洲的市场格局.....	19
图 43: 2012-2023 年拉丁美洲汽车产销量	20
图 44: 拉丁美洲汽车产销差及产销差/产量比值	20
图 45: 2023 年拉美主要国家汽车产销量 (万辆)	20
图 46: 2023 年拉丁美洲汽车产销量竞争格局	20
图 47: 2023 年拉美汽车市场竞争格局 (按车系)	21
图 48: 2023 年拉美汽车市场竞争格局 (按品牌)	21
图 49: 拉丁美洲新能源汽车销量及渗透率	22
图 50: 拉丁美洲各国新能源汽车渗透率对比	22
图 51: 中国品牌在拉美汽车市场份额变化	22
图 52: 2024 年 1-5 月拉美市场中国品牌格局	22
图 53: 墨西哥轻型车出口量及占比 (万辆, %)	24
图 54: 2022 年墨西哥汽车出口地区占比	24
图 55: 2004-2024 年东南亚历年汽车销量及同比增速	24
图 56: 2023 年东南亚汽车销量格局 (分国家)	25
图 57: 2023 年东南亚汽车产量格局 (分国家)	25
图 58: 2023 年东南亚汽车竞争格局 (分车系)	25
图 59: 东南亚汽车市场中国品牌市占率逐年提升	25
图 60: 东南亚主要国家新能源汽车渗透率	26
图 61: 2024 年 H1 东南亚新能源汽车市场格局.....	26
图 62: 澳新汽车市场历年销量数据 (万辆)	28
图 63: 澳新汽车市场历年产量数据 (万辆)	28
图 64: 澳新汽车市场竞争格局变化 (分车系)	28
图 65: 2024H1 澳新汽车市场竞争格局 (分车企)	28
图 66: 澳新地区新能源汽车销量及渗透率	29
图 67: 2024H1 澳新地区新能源车格局 (分车企)	29
图 68: 中国车企海外产能布局及产能建设预测	32
图 69: 零跑汽车出海模式示意	34
图 70: 零跑汽车与 Stellantis 合作车型规划	34



图 71：2015-2023 年中国汽车销量及全球占比	34
图 72：各国汽车零部件百强数量变化	34



图 73: 中国汽车零部件出口金额 (亿美元)	35
图 74: 中国汽车零部件企业出海路径	35
图 75: 中国出口汽车产地变化	37
图 76: 中国出口新能源汽车产地变化	37
图 77: 2024 年 1-7 月整车出口前十位车企	37
图 78: 2024 年 1-7 月新能源车出口前十位车企	37

表目录

表 1: 中国车企在西欧布局情况	17
表 2: 中国车企在拉美地区的本地化布局	23
表 3: 泰国对新能源汽车的补贴政策变化	26
表 4: 中国车企进入海外不同汽车市场的综合难度分析	29
表 5: 部分国家或地区对中国汽车的关税政策	31



1. 产业升级助力中国汽车从“走出去”到“走上去”

1.1 中国成为全球第一大汽车出口国

从昨天的模仿引进到今天的自主创新，再到明天的扬帆出海，中国汽车工业取得突破性进展。借助合资模式，中国汽车实现了产销量的飞跃，2009年中国超越日本成为全球最大的汽车产销国，并连续14年蝉联全球汽车产销第一。自主品牌战略性抓住了汽车电动化和智能化的发展趋势，助力中国汽车工业实现了质的提升，2015年中国成为全球最大的新能源汽车产销国，并连续9年蝉联全球新能源汽车产销量第一。在深耕国内市场的同时，中国汽车工业也在积极参与国际竞争，中国汽车出口量在近4年完成三次超越，2023年中国超越日本成为全球第一大汽车出口国。复盘中国汽车工业的出海历史，我们认为以100万和200万辆为临界点，可分为发展期（2000-2011年）、震荡期（2012-2020年）和爆发期（2021年至今）三个阶段。

图 1：中国汽车出海之路历经三个阶段



资料来源：海关总署、中汽协、招商银行研究院

发展期（2000-2011年）：总量始终低于100万辆，以主打性价比的紧凑型车为主，主要聚焦欠发达市场。2001年中国加入WTO，奇瑞、吉利、长城等自主车企拉开国车出海的序幕，中国汽车出口量从2001年的2万辆增长至2011年的85万辆，10年间增长超40倍。在这一阶段，中国汽车出口的目的地主要是欠发达地区，主要车型是主打性价比的紧凑车型，总量始终无法突破100万辆。

震荡期（2012-2020年）：总量在100万辆附近波动，SUV车型出口占比提升，还是聚焦在发展中国家市场。2012年中国汽车出口突破100万辆，但

从 2013 年开始汽车出口量并没有进一步突破，一是由于部分新兴经济体（如 伊朗和俄罗斯）的宏观经济形势和政治因素变差，汽车需求减少；二是人民币

汇率升值影响了出口汽车的经济性；三是海外市场竞争日趋激烈，2010 年日本汽车出海步入收获期，而日本出海车型以紧凑型 and SUV 为主，与中国汽车高度重合且产品力更强。



招商銀行
CHINA MERCHANTS BANK

研究院

爆发期（2021 年至今）：总量突破 200 万辆以上，油车电车同步爆发，发达国家市场获得突破。新冠疫情冲击海外供应链叠加特斯拉国产，中国乘用车出口实现绝对量和单价的显著提升。2021 年国车迈入出口“高光期”，全年出口超 200 万至 201.5 万辆，同比增长超一倍。据中汽协数据，2023 年中国实现汽车出口 491 万辆，正式超越日本成为全球第一大汽车出口国。

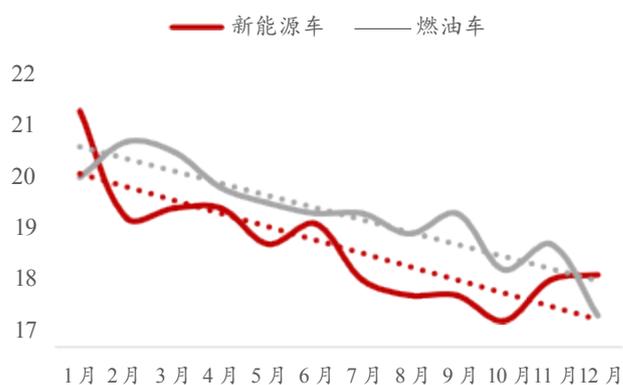
1.2 三大因素驱使中国车企“走出去”

一是汽车内需市场存量博弈，价格战愈演愈烈。2017 年后，中国汽车国内销量连续 5 年呈现负增长，内需市场步入“存量时代”，预计我国新车销售将进入“短期波动、中长期向上”的阶段，年均增长 2~3%。此外，2023 年初由湖北省引发的汽车降价潮迅速蔓延至其余地方和车企，约 40 多个品牌通过直接降价或抵现补贴等方式纷纷加入价格战和补贴潮，新能源车和燃油车的终端销售均价在年内分别下降 14.8%和 13.3%。在此背景下，自主车企加快海外布局，寻求汽车出海增量。

图 2：中国汽车内需步入“存量”时代



图 3：2023 年中国乘用车市场终端均价（万元）



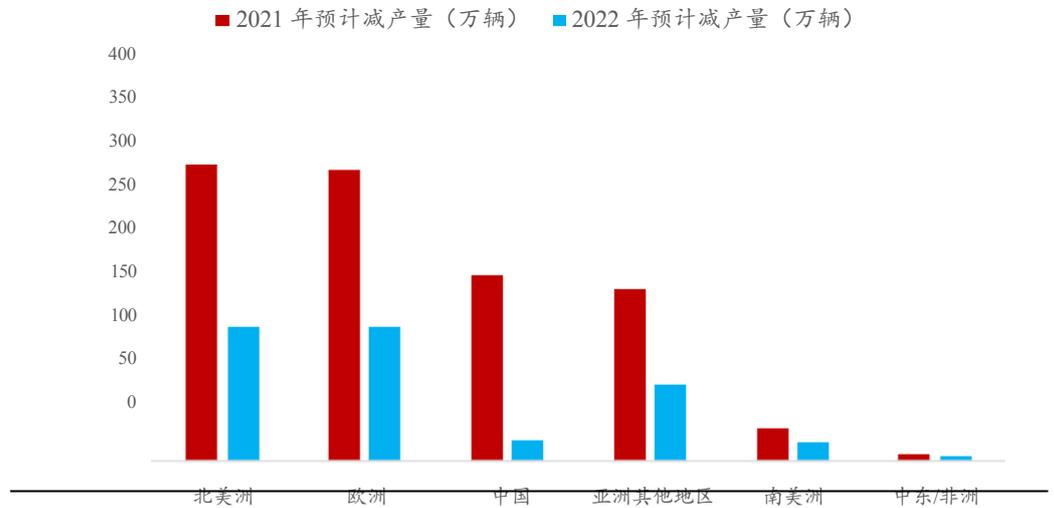
资料来源：汽车之家研究院、招商银行研究院

资料来源：中汽协、招商银行研究院

二是国际车企收缩版图，自主车企迅速补缺。2020 年全球汽车供应链受疫情影响，全球汽车供给下降，据 Auto Forecast Solutions 预测，2021 年全球因芯片短缺导致汽车减产超 1000 万辆，而中国受影响较小。此外，俄乌冲突后许多国际车企纷纷撤出俄罗斯市场，而俄罗斯自身孱弱的汽车工业根本无法满足本国市场需求。而自主车企从中国加入 WTO 以来经历 20 年海外布局，已经基本形成了比较成熟的海外体系。截至 2023 年底，自主车企出口已遍布

六大洲，超 100 个国家和地区，上汽/奇瑞在海外门店超 1000 家，自主车企能迅速填补国际车企业务收缩后留下的市场空缺。

图 4：中国因缺芯导致的汽车减产量相对较小



资料来源：Auto Forecast Solutions、招商银行研究院

三是中国汽车的产品力和品牌力已得到大幅提升。燃油车方面，2015 年后自主车企在发动机、变速箱上技术进步明显，产品力差距相对海外车型有明显收窄。2018 年，国产的奇瑞 1.6T/长安 1.4T/吉利 2.0T 等发动机已经接近大众/PSA 同级别发动机。2020 年后，比亚迪、一汽、东风、长安等自主车企推出的混动专用发动机的热效率已经完成对外资车企的超越。电动车方面，自主车企纷纷推出纯电动平台，在三电系统、智能化配置中具备创新实力；自主车企凭借热效率领先的发动机纷纷推出插电混动和增程车型，“可油可电”的产品特性激发了用户的购车需求。反观大部分外资车企，仍以油改电车型为主，并不能体现出电车强性能、高度智能化的特性。同时，与同级别燃油车相比，外资电车售价较高，性价比较低。品质方面，自主品牌汽车产品品质已有较大进步。据 JD Power 数据，自主品牌乘用车每百辆车的故障数量已接近合资。

日产 KR20DDT 2.0T 发动机
本田地球梦 2.0L 混动发动机
丰田 Dynamic Force...

图 5：自主品牌发动机热效率高于合资

广汽 2.0ATK 发动机
马自达 SKYACTIV-G 2.0L 发动机
上汽荣威全新 DMH 混动发动机
吉利雷神电混动发动机 BHE 15Plus
长安蓝鲸 2.0T 发动机

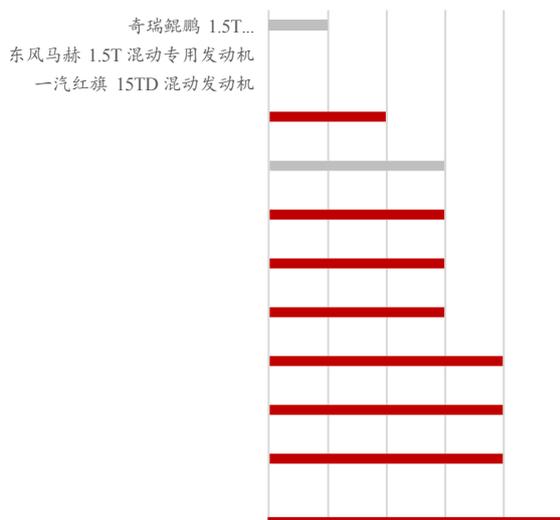
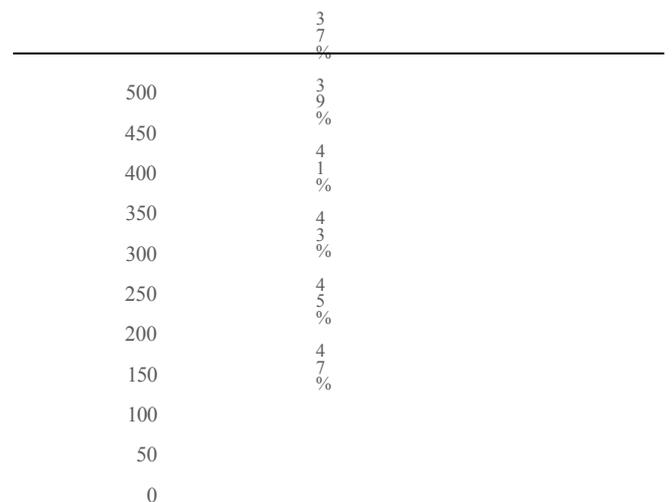


图 6：自主品牌每百辆车故障数已经接近合资



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/496130213222010242>