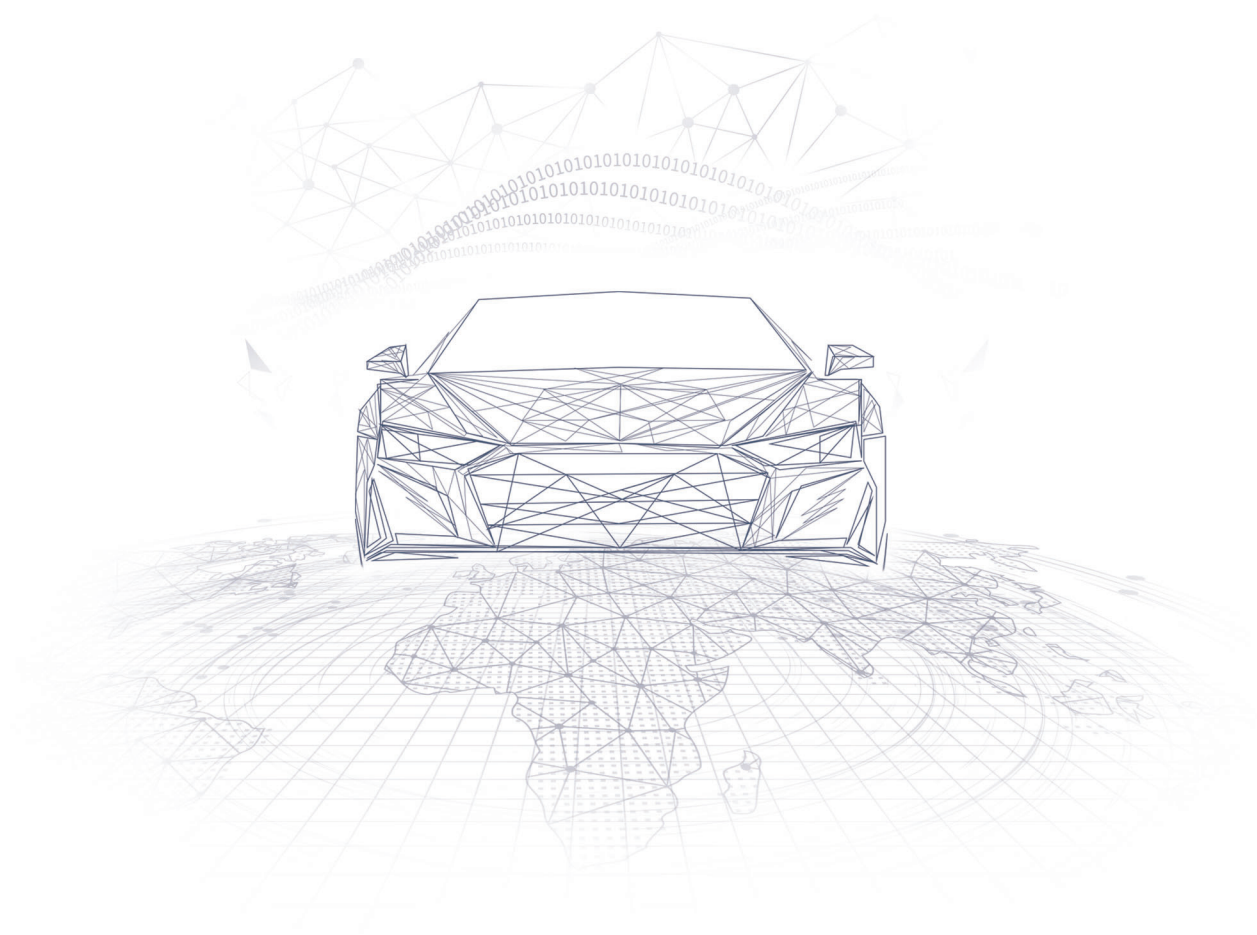


RESEARCH ON THE INTERNATIONAL DEVELOPMENT OF CHINA'S NEW ENERGY VEHICLES

中国新能源汽车国际化发展研究



关于车百智库

车百智库是中国电动汽车百人会联合权威机构、产业链头部企业共同发起成立的专业研究机构。自成立以来，车百智库坚持“面向政府和行业，服务战略与决策”的宗旨，围绕汽车电动化、智能化、网联化、绿色化以及能源变革、交通变革、城市变革等多个方向开展研究，支撑政府、企业政策制定和战略决策，致力于打造服务政府、服务行业、服务企业、服务社会的权威智库，努力推动汽车产业高质量可持续发展。

课题组

首席专家

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

车百智库

张 健、曾玮良、吴依静、唐高凤

加州大学尔湾分校 (University of California, Irvine)

牛泓博

(排名不分先后)

鸣 谢

上汽集团、长城汽车、长安汽车、北汽集团、比亚迪、华晨宝马、
奇瑞汽车、合众汽车、高合汽车、蜂巢能源、中创新航、欣旺达、
奥动新能源、火山引擎、地上铁、麦格纳

(排名不分先后)

摘要

在全球碳中和行动愈发坚定的形势下，全球各国将发展新能源汽车作为应对气候变化、构建清洁能源体系、推动交通绿色转型的重要战略方向，并通过设定具有雄心的发展目标、财税补贴、产业政策等多种方式支持产业转型，全球新能源汽车发展进入全面加速阶段，未来发展空间广阔。

中国已连续九年成为全球最大的新能源汽车市场，建立起涵盖关键材料、动力电池、电机电控、整车、充电基础设施、制造装备、回收利用等在内的全球最完整的新能源汽车产业链条。中国汽车企业正抓住这一历史机遇，通过产品贸易、海外生产、品牌打造、技术合作等多元化模式大力推动新能源汽车国际化进程，新能源汽车占汽车出口的比重从 2018 年的不足 1% 增长至当前的 25% 左右，且多以自主品牌为主，这表明我国汽车产业的国际化发展正逐步进入到以本土品牌新能源汽车出口和海外布局为主要特征的新阶段。

然而，面临复杂多变的国际形势，逆全球化思潮与大国博弈日益加剧，新能源汽车产业的国际化发展仍面临贸易打压、海外投资风险、产业基础能力及组织等多方面的问题和挑战。认清当前全球及我国的产业发展形势，研判未来可能面临的风险挑战，提前谋划如何做好战略引领和体系化统筹，建立产业组织和风险预警应对机制，显得尤为重要。

本报告全面总结当前全球新能源汽车产业发展情况及未来市场发展趋势，分析中国新能源汽车企业国际化发展的内在诉求、重大机遇及当前的发展现状，剖析新能源汽车国际化发展中面临的问题与挑战，总结汽车发达国家国际化发展经验并提出我国新能源汽车产业国际化发展的方向与路径，为政府及相关企业进行战略部署和远期规划提供参考。

第一部分系统性总结中国新能源汽车国际化发展的重大背景。深入剖析新能源汽车国际化发展对全球交流合作、汽车产业发展及产业链升级的重要意义。从外部

环境、重点区域合作情况及内部发展环境三个方面分析我国新能源汽车国际化发展面临的市场潜力、区域合作、政策支持等机遇。研究我国在新能源汽车产业链条、新能源汽车海外发展情况及多元化的海外发展模式方面的发展基础。

第二部分深入分析中国新能源汽车国际化发展面临的问题和挑战。从贸易风险、投资风险、产业发展基础问题、产业组织问题、合规及非贸易壁垒问题、国际化支撑保障问题和国际形势变化可能造成的影响出发，结合汽车及其他行业、国内及国外的发展经验教训和当前我国产业发展过程遇到的实际问题，总结我国新能源汽车产业国际化发展的风险与挑战。

第三部分重点总结日、韩汽车产业及我国家电产业的国际化发展历程及经验，并从国际化发展的整体战略、市场及产品选择、企业经营能力、国际化发展模式、品牌及生态体系建设、绿色发展等方面剖析我国新能源汽车产业国际化发展的方向与路径。

第四部分结合当前我国汽车国际化发展的形势、风险及未来方向，从解决产业发展重点问题、提高发展效率、支撑产业高水平国际化发展的角度出发，提出加快推动我国新能源汽车国际化发展的政策建议及企业发展建议。

此外，本报告对泰国、欧洲等重点区域的市场、合作基础及未来发展情况进行了具体的分析，并形成了相应的专题报告。

本研究报告为 2023 年度中国电动汽车百人会《中国新能源汽车国际化发展研究》重大课题成果，后续百人会将持续跟踪中国新能源汽车产业国际化发展形势与最新变化，深化在重点地区的发展及合作、产业发展路径及优秀企业经验实践总结等方面的研究，并及时发布相关研究成果，以期更好地支撑中国新能源汽车产业和企业高水平国际化发展。

目 录

一、中国新能源汽车国际化发展的重大背景	1
(一) 推动中国新能源汽车国际化发展的重大意义	3
(二) 中国新能源汽车国际化发展迎来重要机遇期	5
(三) 中国新能源汽车国际化发展已形成良好基础	24
二、中国新能源汽车国际化发展需要关注的风险与问题	39
(一) 随着出口规模扩大，产业遭受贸易打压的风险加剧	41
(二) 海外投资过程中可能出现受阻甚巨额投资无法收回的风险	44
(三) 企业海外经营经验与能力不足将可能引发“自毁长城”的风险	48
(四) 因缺乏组织协同导致“内仗外打”、“海外内卷”的风险	50
(五) 高度关注海外合规及非贸易壁垒等问题	51
(六) 新能源汽车国际化发展支持保障体系仍待完善	57
(七) 产业全球博弈及因国际形势变化引发的产业链、供应链波动	59
三、中国新能源汽车产业国际化发展的方向及路径	61
(一) 产业国际化发展路径及模式经验借鉴	63
(二) 中国新能源汽车产业国际化发展的主要路径	72
四、推动新能源汽车国际化发展的政策建议	79
(一) 明确新能源汽车发展的国家战略，强化顶层设计和战略统筹	81
(二) 积极作好反补贴、反倾销等贸易限制性措施的应对	81
(三) 全面提高汽车海外投资环境评估、安全预警及风险应对能力	81
(四) 全面提升新能源汽车产业的国际综合竞争力	82
(五) 推进汽车产业全球化发展和项目合作	82
(六) 推动建立汽车企业海外发展的协同机制	83
(七) 构建支撑新能源汽车国际化发展的物流、金融配套保障体系	83
(八) 加快推动国际间汽车标准互认	84

图表目录

图表 1 中国新能源汽车国际化发展的 SWOT 分析	4
图表 2 主要国家新能源汽车发展目标及市场规模预测	5
图表 3 2022 年特定国家全球电动汽车平均购买财政补贴	6
图表 4 2018-2023 年全球新能源汽车销量（万辆）及渗透率（%）	7
图表 5 全球新能源汽车销量预测	8
图表 6 全球动力电池需求量预测	9
图表 7 2022 年欧盟消费群体的汽车购买意向调研	10
图表 8 欧洲国家在碳中和目标下提出的新能源汽车发展规划及政策措施	12
图表 9 欧洲部分国家对新能源汽车进口及投资的优惠政策	13
图表 10 东盟十国的宏观环境	14
图表 11 东盟主要汽车市场的新能源汽车产业发展目标及推广激励政策	16
图表 12 东盟主要汽车产销国关于电动汽车外资准入及车辆进口的税收优惠政策	17
图表 13 拉美地区主要国家对电动汽车的支持政策	19
图表 14 拉美地区主要国家的关键矿产资源及贸易政策	20
图表 15 我国在汽车产业全面对外开放方面的相关政策	21
图表 16 我国中央及地方政府在支持汽车产业开放发展方面的政策举措	22
图表 17 2023 年全球动力电池装机量 TOP10（GWh）	24
图表 18 2022 年中国新能源主要汽车生产企业出口情况	26
图表 19 我国部分自主品牌新能源车型出口销售国家及售价情况	27
图表 20 中国新能源汽车出口规模及预测	28
图表 21 近年我国汽车及新能源汽车出口金额变化	29
图表 22 2019 年 -2023 年中国新能源汽车出口区域市场与技术路线分布	30
图表 23 2023 年自主品牌新能源汽车出口区域市场分布（万辆）	30
图表 24 我国自主品牌车企的海外产能布局情况（不完全统计）	31
图表 25 我国部分自主品牌车企在欧洲的业务布局情况（不完全统计）	33
图表 26 我国动力电池企业的海外产能布局情况（不完全统计）	35

图表 27 我国车辆及其零部件进出口贸易金额变化 41

图表 28 2023 年月我国汽车对主要国家和地区的进出口贸易金额 42

图表 29 美国 IRA 法案内容梳理 43

图表 30 中国汽车企业在海外主要区域投资情况 45

图表 31 上汽集团海外布局情况 49

图表 32 汽车企业不同标的物碳排放核算范围 52

图表 33 全球主要国家级地区整车认证标准及法规概况 53

图表 34 全球主要充电标准情况 55

图表 35 主要国家出台的数据安全法律法规 55

图表 36 全球滚装船寿命及运力情况统计 58

图表 37 汽车国际化发展金融服务需求分析 59

图表 38 1950-1990 年世界汽车产量在核心国家的分布 64

图表 39 日本汽车产量全球分布 65

图表 40 韩国汽车产业国际化发展历程 68

图表 41 中国动力电池市场消费及家电全球生产占比情况 70

图表 42 中国新能源汽车出口情况测算 72

图表 43 中国新能源汽车海外区域发展模式分析 73

图表 44 汽车企业国际化发展阶段及模式变化 75

图表 45 新能源汽车品牌管理体系 77

图表 46 新能源汽车企业绿色低碳发展框架 78

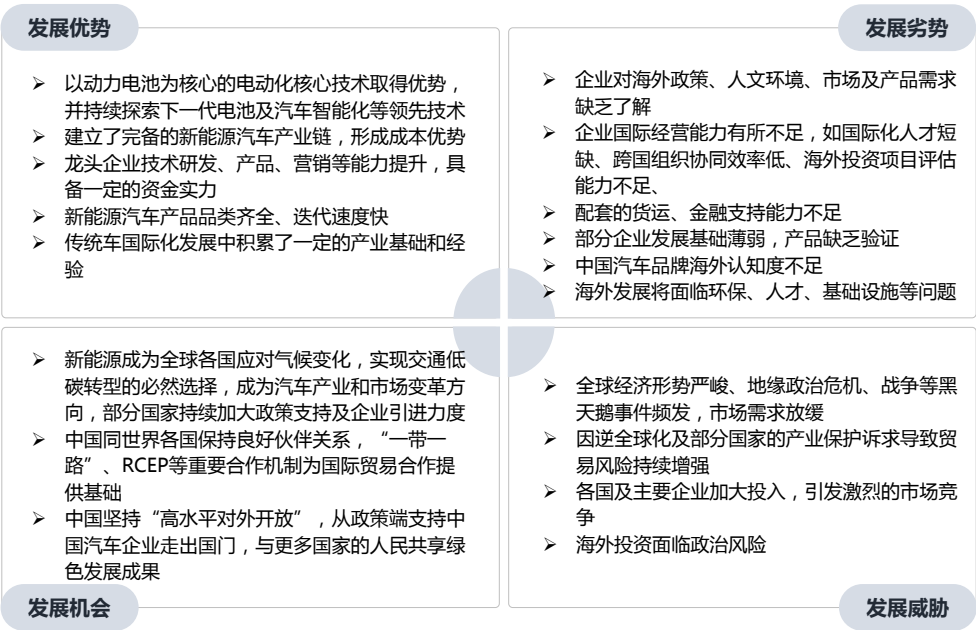
中国新能源汽车国际化发展的重大背景

全球汽车产业正处于深度变革期，也是产业格局重塑的关键期，产业绿色转型发展持续提速。中国新能源汽车市场规模巨大、产业链条完整、产业国际竞争力持续提升。国内企业通过产品贸易、海外生产、品牌打造、技术合作等多元化模式同东盟、欧洲、拉美等区域建立起良好的合作关系。面向未来，中国新能源汽车国际化发展将进一步成为全球交流、合作的重要环节，并有效带动汽车产业发展及产业链升级。

（一）推动中国新能源汽车国际化发展的重大意义

新能源汽车国际化发展成为促进气候背景下国际交流、合作、贸易的必由之路。全球 GDP 占比超过 75%、覆盖全球碳排放总量 85%以上的国家和地区已经提出碳中和目标，交通运输领域作为资源消耗和碳排放的大户，其碳排放量约占全球的 24%，减碳潜力巨大。新能源汽车可以实现道路交通领域移动终端的零碳排放，且与可再生能源之间具有互动与增强效应，加快新能源汽车普及应用、构建可再生电力体系、增加车网互动也已成为全球主要经济体加快交通、能源部门脱碳的关键举措。新能源汽车产业具有高技术含量、高附加值以及绿色、低碳属性，将成为全球经济、贸易、技术、供应链与服务市场等各领域交流、合作的重要载体。于我国而言，坚定地推进市场开放，吸引外资并主动扩大进口，对于促进世界先进技术、管理模式和价值链网络落地中国，带动中国相关产业升级有重要作用；另一方面，随着新能源汽车产业的规模出海，将进一步提高我国汽车产业的国际分工地位，并为推动全球低碳转型、构建人类命运共同体持续贡献中国智慧。

新能源汽车产业国际化发展是实现我国汽车强国目标的必由之路。汽车产业是国民经济战略性、支柱性产业，2023 年我国汽车制造业营收约 10.1 万亿元，同比增长 11.9%，占规模以上工业企业营收总额的比重为 7.6%，其中新能源汽车及其相关的制造业投资维持较高的增速，汽车消费与出口延续增长态势，有望成为未来几年拉动经济的核心动能。汽车产业的国际化水平是一个国家汽车产业竞争力的重要体现，如日本 2021 年汽车产业（包括摩托车、汽车零部件等）出口额达 14.7 万亿日元，占其出口总额的 17.7%，而美、德、日、韩等传统汽车产业发达国家的汽车海外生产比重长期在 50%或以上。当前，电动化、智能化的浪潮正推动新一轮全球汽车产业竞争格局重塑的窗口期到来，我国在新能源汽车整车及零部件领域已具备一定的国际竞争力，2023 年我国新能源汽车销量占全球份额接近 65%，新能源汽车、锂电池等出口的全球份额持续提升。随着我国新能源产业国际化战略从出口贸易向海外生产的不断推进，将带动自主品牌产品竞争力不断提升，预计 2030 年海外生产与销售的总量将达到 500 万辆，为汽车产业高质量转型发展提供重要支撑。



图表 1 中国新能源汽车国际化发展的 SWOT 分析

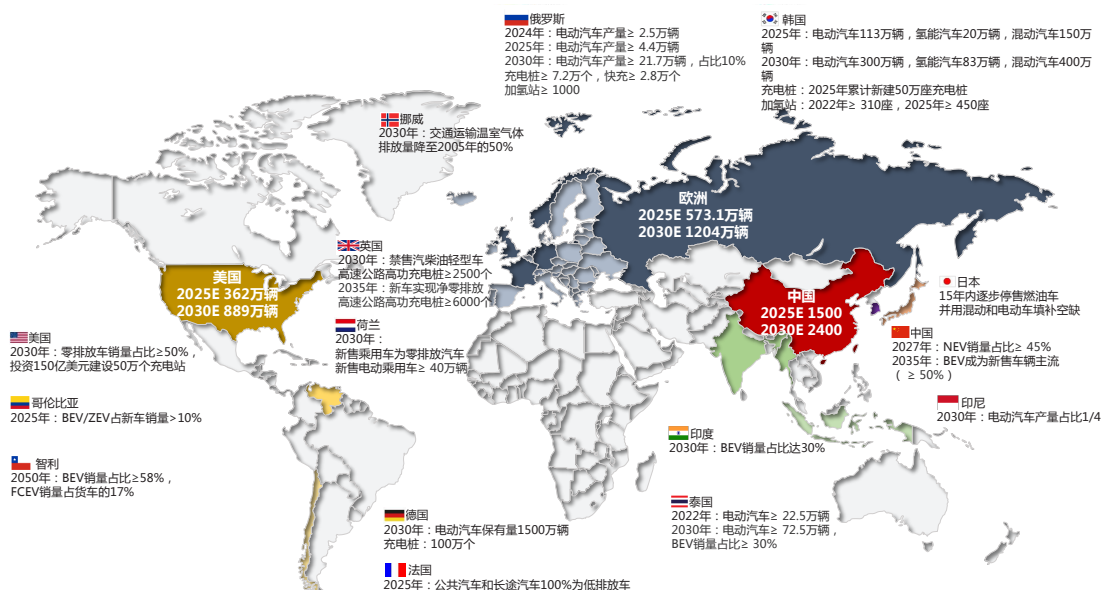
资料来源：车百智库整理

新能源汽车国际化发展是推动我国产业向全球价值链中高端环节攀升必由之路。新能源汽车产业链长、覆盖面广，可拉动新能源、新材料、信息通讯、芯片、装备制造等多个战略性新兴产业的技术迭代、产品落地及产业化发展，创造巨大的市场规模。以汽车芯片行业为例，预计随着智能汽车的快速发展，到2030年我国汽车芯片市场规模将达到约300亿美元，每年的需求量在1000-1200亿颗。通过国际化发展可以推动产业融入全球分工，推动产业升级转型，根据国际经验，日韩两国通过推行出口导向战略完成了汽车产业竞争水平的进一步跃升，丰田、现代等巨头车企的海外产销占企业总产销的比重均超50%，并充分带动本国机床、机器人、电子电器等多个产业链条的现代化。当前，如能把握新能源汽车海外发展和国际战略新兴市场崛起的重要机遇，拓展产品贸易、本地化发展、合资合作、生态及服务体系建设等多样化的发展模式，将有力带动我国制造业及相关产业链条向绿色、高效、可持续、高价值的方向发展。

(二) 中国新能源汽车国际化发展迎来重要机遇期

1、从外部环境看，全球低碳转型加速为新能源汽车提供巨大市场空间

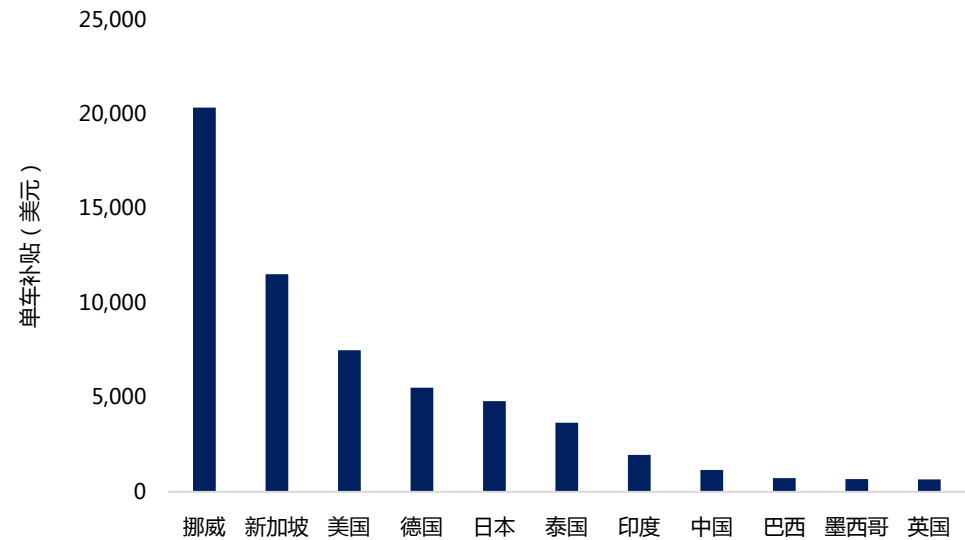
全球主要国家均将发展新能源汽车作为应对气候变化、构建清洁能源体系、加强绿色交通的重要战略方向。为加快实现交通领域减碳目标，推动汽车产业电动化转型升级，多国制定了零排放汽车推广、产量及基础设施建设等目标，并加大财税支持力度，推出绿色货运补贴、通行路权、用电优惠、低/零排放区等多项支持政策。欧盟计划 2035 年开始全面停售燃油乘用车和小型客货车，2050 年乘用车保有量和新增重型车辆实现零排放，德国、法国、挪威等国家也分别制定了推广目标；美国为加强其在清洁汽车领域领导地位，设定了到 2030 年零排放汽车销量超过 50%的目标，并计划投资 150 亿美元建设 50 万个充电桩；中国出台《中共中央国务院关于全面推进美丽中国建设的意见》，提出 2027 年新增汽车中新能源汽车占比力争达到 45%的发展目标；英国、俄罗斯、韩国等也提出阶段性发展目标，全球新能源汽车迎来新一轮加速发展期，市场前景广阔。



图表 2 主要国家新能源汽车发展目标及市场规模预测

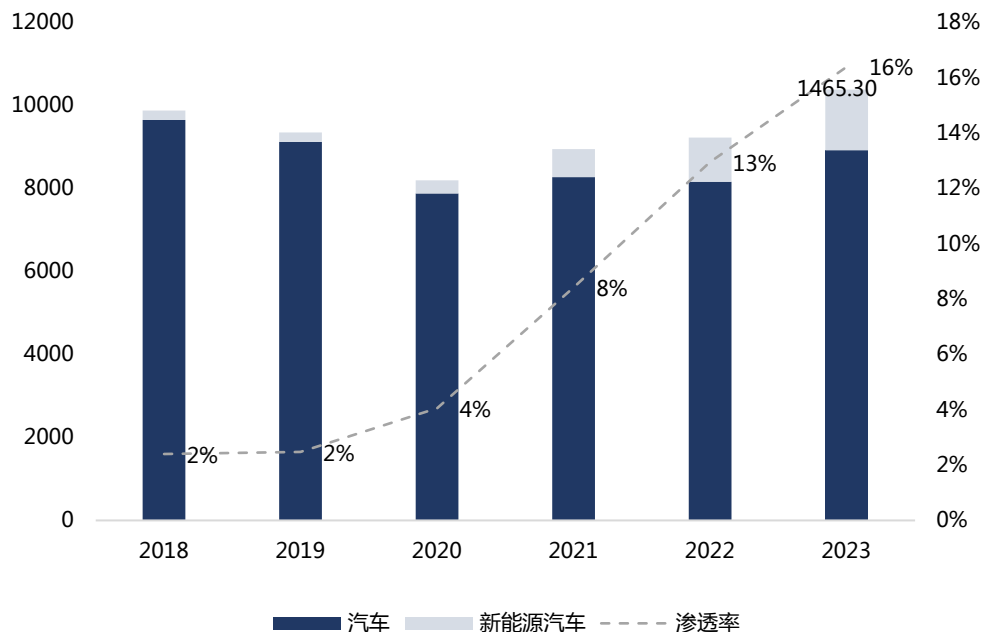
资料来源：公开资料，车百智库

全球主要经济体为新能源汽车提供高额补贴，极大刺激了市场增长。自 1970 年以来，全球交通运输部门的温室气体排放量增长超过 1 倍，其中约 80% 的增长量来自道路车辆，目前交通部门的二氧化碳排放量约占全球的 24%，而且随着全球经济与贸易发展、城市人口增加、客运货运量提高等，预计全球汽车保有量仍将继续增长。欧盟、美国在社会总体碳达峰后，其交通领域排放仍然处在持续上升或波动增长的阶段，2019 年两者的交通碳排放均已上升达到峰值的 97%。目前我国交通碳排放在全社会碳排放占比约 10%，但汽车保有量未来还有较大的增长空间，交通减碳仍将面临较大压力。新能源汽车、可再生能源等新技术的发展，将有助于交通部门零排放转型与可持续发展的平衡，联合国有关研究表明，到 2050 年若实现在道路上运行的车辆 60%采用纯电动与插电式混合动力汽车，则道路交通运输领域将可累计碳减排超过 600 亿吨。当前，欧盟、美国、德国、日本等主要经济体在碳中和目标框架下均提出了交通领域零排放转型的战略方针和政策措施，其中包括为新能源汽车提供高额的购买补贴或税收优惠，据调研，挪威购买电动汽车的平均财政补贴高达 20360 美元/辆。全球新能源汽车发展进入全面加速阶段，2023 年全球新能源汽车销量 1465.3 万辆，同比增长 37.6%，渗透率达到 16.4%，丰田、通用、大众等传统汽车巨头已加快电动化智能化的转型，预计全球新能源汽车发展将保持增长态势。



图表 3 2022 年特定国家全球电动汽车平均购买财政补贴

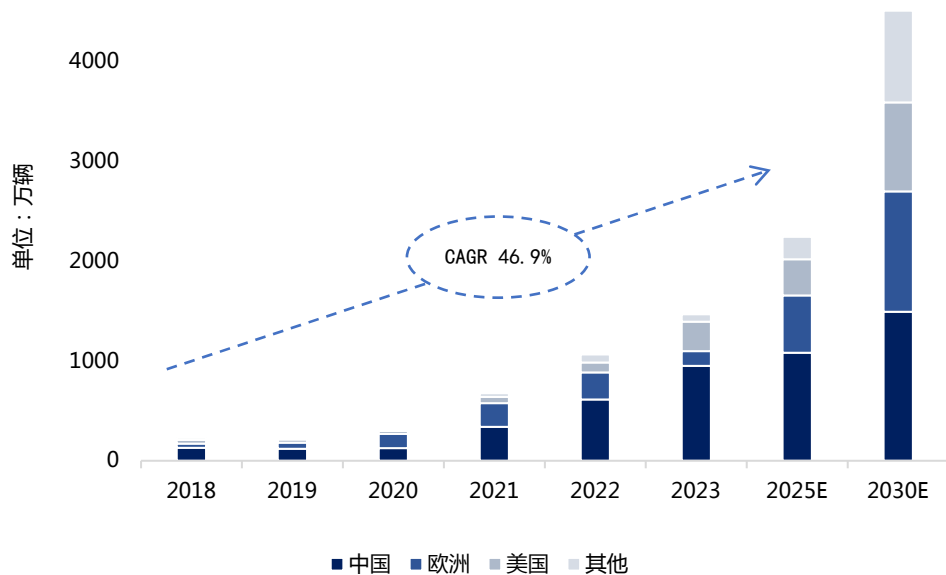
数据来源：全球电动汽车准备指数-GEMRIX 2022，车百智库整理



图表 4 2018-2023 年全球新能源汽车销量（万辆）及渗透率（%）

数据来源：乘用车信息联合会，IEA，OICA

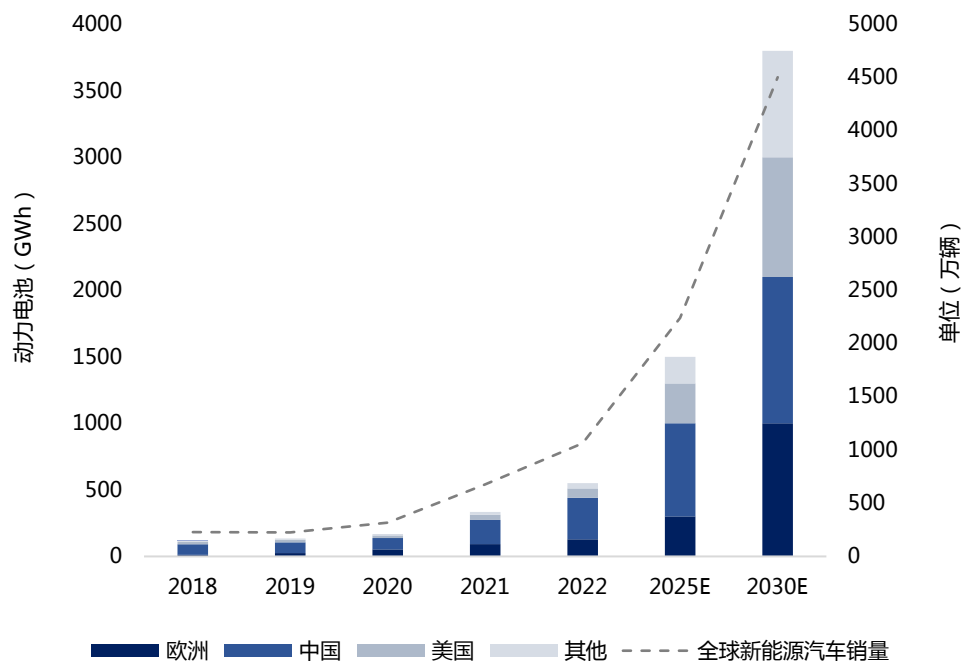
电动汽车延续高速增长态势，预计 2030 年全球新能源汽车销量超 4000 万辆。全球电动汽车市场格局将在规模增长的过程中加速重塑，据 IEA 预测，2025 年以前中国新能源汽车销量的全球比重将保持在 50%左右，2025 年开始占比下降至 2030 年的 33.1%，仍是全球的主导性力量；随着欧洲汽车企业巨头加速电动化转型和市场需求持续释放，叠加 2035 年禁燃令，欧洲将迎来高速增长阶段，销量稳居全球第二；美国在《通胀削减法案》的补贴政策刺激下，2025、2030 年销量预测可达 362.8 万辆、889 万辆，全球销量占比将从 2022 年的不到 10%分别增长至 16.2%、19.7%。以日韩、东南亚为主的全球其他地区销量也将迎来规模化增长期，预计将从 2023 年的 74.2 万辆增长至 2030 年的 917.5 万辆，全球销量占比从 2022 年的 5.1%增长至 20.4%。



图表 5 全球新能源汽车销量预测

数据来源：IEA，车百智库整理

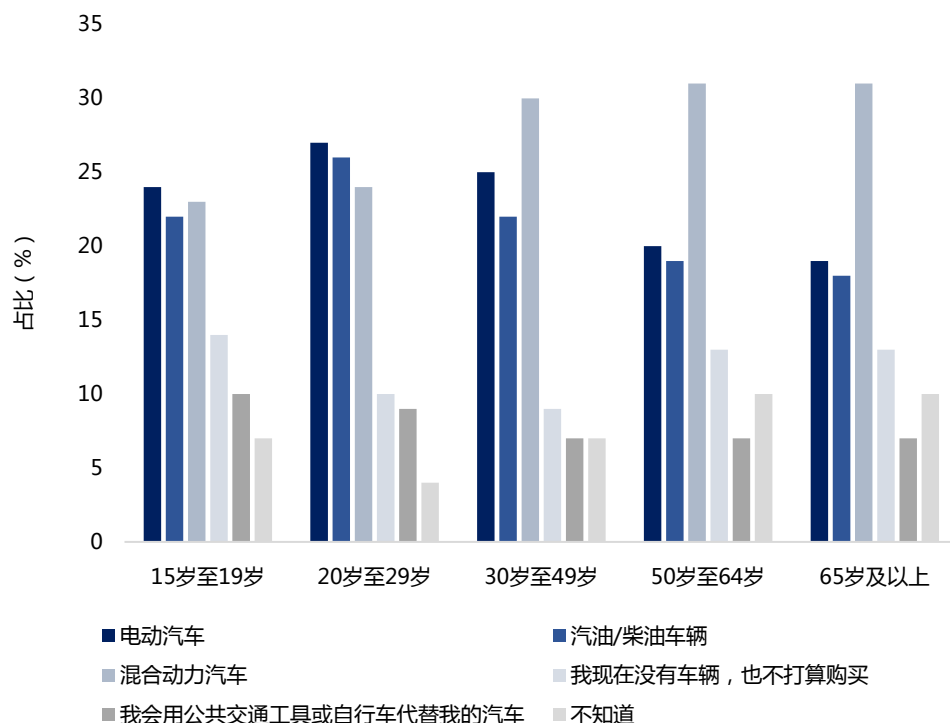
新能源汽车市场发展将拉动动力电池需求持续增长，新格局正在形成。随着各国新能源汽车销量增长，动力电池需求将进一步释放，预计到 2030 年，全球动力电池总需求量将达到 3800GWh，其中，中国、欧洲和美国分别占 28.9%、26.3%和 23.7%。而各国政府为争取新一代汽车核心零部件产业竞争优势，纷纷加强对电池行业的部署。一方面，通过出台各种保护或扶持政策，以期建立自主可控的电池供应链，扶持本土企业成长，如欧盟《新电池法》和美国《通货膨胀削减法案》针对扶持本土产业链制定了一系列法规政策。另一方面，通过制定战略目标、设立专项基金等方式，重点布局新一代电池技术，以期利用颠覆性技术改变现有行业格局，赢得未来发展的领先优势，如日本《蓄电池产业战略》、韩国《2030 二次电池产业（K-电池）发展战略》、中国《节能与新能源汽车技术路线图 2.0》等均将 2030 年设立为实现全固态电池商业化应用的关键节点。与此同时，各国强化在锂电子电池行业绿色发展、退役动力电池梯次利用及管件材料回收、电池安全保障等方面的布局，将带动整个行业业态和发展模式的多样化。



图表 6 全球动力电池需求量预测

数据来源：IEA，车百智库整理

消费环境将更加趋向电动化、智能化、低碳化。在气候变化问题日益凸显的当下，年轻消费者普遍更关注产品的环保性能，他们倾向于选择电动汽车以降低碳排放，实现更为绿色的出行。同时，对于生活在信息化社会的年轻人来说，智能化不仅仅是一种科技体验，更是生活的组成部分，因而未来汽车将不仅是一种出行工具，更是一个可以交流、学习和娱乐的智能空间，因此，具备自动驾驶、语音交互、智能导航等功能的汽车将更具竞争力和吸引力。如欧洲投资银行在一项对超过 2 万人的调查中发现，超过 20 岁以上的消费者中，20-29 岁的年轻一代相比 30 岁以上的消费群体更加愿意选择电动汽车；15-19 岁的群体约有 10% 考虑采用公共交通工具或自行车出行。这将极大地推动未来产业的技术和模式创新，并深化生活方式、价值观念的变革。



图表 7 2022 年欧盟消费群体的汽车购买意向调研

数据来源：欧洲投资银行，车百智库整理

全球汽车工业加速变革，为中国新能源汽车国际化提供重要窗口期。纵观全球汽车工业的变革浪潮，美国、德国、日韩等国汽车品牌的全球化发展均与宏观环境波动、技术及生产方式创新突破以及消费价值观变革紧密相关。当前，全球经济疫后复苏缓慢、国际局势紧张、地缘政治冲突频现，叠加气候危机、能源危机的影响，全球汽车产业及供应链面临的不确定性与挑战大幅提高，但也给我国汽车品牌的国际化发展提供了重要窗口期。尤其是我国新能源汽车产业在国家战略与政策的有力支持下，电动化智能化核心技术、产品质量和品牌影响力均已达到国际先进水平，具有明显的竞争优势，同时我国较为稳健的经济环境与强调开放的产业贸易体系，为新能源汽车国际化发展提供了坚实基础。

2、从重点区域看，产业国际投资与贸易新环境正在形成，合作机会广阔

全球不同国家和地区新能源汽车发展速度有所差异，国际产业版图加速重

构。中国、欧洲及北美市场是全球新能源汽车最为集中的三个市场，合计销量占到全球新能源汽车销量的95%，但各市场的具体规模及渗透率情况不尽相同，就新能源乘用车市场来看，2023年全球新能源乘用车销量1397万辆，其中中国市场新能源乘用车销量份额达63.5%，渗透率达35.9%；欧洲、北美的市场销量份额分别为20.6和11.4%，挪威市场电动汽车普及程度领先，渗透率达80%以上。从发展技术路线来看，纯电动仍是新能源乘用车市场的主体，2023年占比71.5%，插电式混动车辆占比28.5%，但其发展也在持续变化中。如欧洲PHEV比例由2022年的46.7%下降至目前的34%左右，同比下降7%，主要由于德国自2023年起取消了对PHEV车型的高额补贴；而中国，随着比亚迪DM-i等自主品牌新一代插电混动技术的大范围应用，PHEV销量占比由2021年的17.2%提升至约29.5%。

（1）欧洲：新能源汽车及产业链海外发展的主要区域

欧洲在碳中和框架下加速交通零排放转型，新能源汽车市场培育较为成熟，部分渗透率较高的国家进入补贴退坡阶段，并逐渐加强碳排放与激励政策的联系。欧盟正在加速向零排放交通转型，在2021年7月推出“Fit for 55”一揽子计划，明确2030年轻型汽车和货车的排放量较2021年将分别下降55%和50%，2035年仅销售零排放汽车。在补贴、税收和路权优惠等支持政策下，欧盟新能源汽车市场快速发展，2023年新能源乘用车销量达234万辆，渗透率达22.3%，进入市场化阶段。挪威、瑞典、芬兰、英国等新能源汽车渗透率较高的国家已经实施补贴退坡政策，部分国家的补贴重点由购买转向使用环节，如瑞典计划2023-2025年通过Klimalivet（气候生活计划）共14亿瑞典克朗扩充全国充电基础设施；挪威当地可再生电力占比达到90%以上，电价便宜，且电动汽车在多个城市可享受免费停车、使用公交专用道等多种特权。一些欧洲国家把新能源汽车激励措施与碳排放直接挂钩，如法国从2024年起增加碳足迹积分系统，只有经过法国生态转型署认证达到60分的车型才能获得补贴。整体上看，欧洲消费者环保意识较强，补贴政策基本不对生产地做限制，叠加政府对停车预充电环节的激励措施，消费者对新能源汽车的接受度较高，但支持政策挂钩碳足迹的趋势逐渐显现。

图表 8 欧洲国家在碳中和目标下提出的新能源汽车发展规划及政策措施

国家/地区	碳中和目标	规划目标	激励政策/投资计划
欧盟 GDP：15.2 万亿美元 人口：5.1 亿 人均 GDP：3 万美元	2030 年温室气体排放比 1990 年下降 55% 2050 年实现温室气体净零排放	2035 年新车销售 100% 零排放车辆 2030 年乘用车、厢式货车相比 2021 年减少 55%、50%，2035 年实现 100%减排	清洁能源汽车 400~600 亿欧元 充电基础设施投资额增加 1 倍
德国 GDP：3.8 万亿美元 人口：0.83 亿 人均 GDP：4.6 万美元	2030 年温室气体排放比 1990 年下降 65% 2045 年实现温室气体中和目标	2030 年电动汽车保有量 1500 万辆，新增 50 万辆电动卡车以及 30 万个充电桩	电池领域 15 亿欧元，充电基础设施 63 亿欧元 电动汽车购车补贴最高为 4500 欧元，9 月 1 日起商业买家（占比 2/3）将不再获得补贴，2024 年 1 月起补贴金额将降至最高 3000 欧元
英国 GDP：2.7 万亿美元 人口：0.67 亿 人均 GDP：4 万美元	2050 年温室气体净零排放	2030 年禁售燃油乘用车及货车新车，2035 年禁售混合动力汽车	对支持汽车供应链电气化建立超级工厂、加速充电基础设施建设分别投资 10 亿、13 亿英镑，近期考虑向电动汽车补贴基金投数亿英镑
挪威 GDP：4822 亿美元 人口：540.8 万 人均 GDP：8.9 万美元	2035 年前实现碳中和	2025 年新车销售 100% 零排放	1 亿克朗（约 980 万欧元），用于支持“电池价值链可持续材料”研究项目，建立可持续电池供应链
瑞典 GDP：6357 亿美元 人口：1042 万 人均 GDP：6.1 万美元	2045 年温室气体净零排放	2030 年禁止销售新的燃油汽车	计划 2023-2025 年通过 Klimalivet（气候生活计划）共 14 亿瑞典克朗扩充全国充电基础设施
西班牙 GDP：1.3 万亿美元 人口：0.47 亿 人均 GDP：1.3 万美元	2030 年温室气体排放比 1990 年下降 23%，2050 年碳中和	2040 年非商业用途车和轻型商用车新车市场 100%零排放，2050 年实现乘用车和轻型商用车车队 100%零排放	购买新能源汽车个税减免 15% 并给予 8000 欧元补贴 承诺投资约 20 亿欧元增加电动汽车生产
法国 GDP：2.6 万亿美元 人口：0.67 亿 人均 GDP：3.9 万美元	2030 年化石燃料消耗量较 2012 年减少 40%，2050 年净零排放（《能源与气候法》2019 年颁行）	2030 年电动汽车产量 200 万辆，2040 年禁止销售化石燃料汽车	投资 40 亿欧元发展电动和混合动力汽车 从 2024 年 1 月起实施新的现金补贴政策，购买碳足迹积分达到 60 分的电动汽车可获 5000 欧元“生态奖金”

数据来源：公开材料，车百智库整理

整体来看，欧洲新能源汽车政策预期较为稳定，对海外投资者持友好态度，并提供良好的营商环境。欧盟当前在 2035 “禁燃” 目标下对新能源汽车购买提供了系列税收优惠与免费停车、充电等优惠措施，并对新能源汽车进出口采取了较为宽松的政策，如挪威政府与蔚来、比亚迪等企业建立了战略合作关系，免除电动汽车的购置税和进口税等，为中国新能源汽车在当地的销售提供了公平的环境。另一方面，匈牙利、西班牙等政府对吸引中国新能源汽车产业链企业的投资也给予了财税性与非财税性政策的支持。蔚来、比亚迪、亿纬锂能、恩捷集团等整车与零部件企业已经在匈牙利投资建厂，其中蔚来在匈牙利的首个海外工厂，从宣布建厂到首座换电站运营只用了 7 周时间，充分说明了匈牙利政府对大型外商投资项目的开放态度和快速响应能力；匈牙利政府为蔚来项目拨款约 416 万欧元，建成后将成为蔚来在欧洲的制造中心、服务中心和研发中心，主要业务包括换电站制造与售后服务、蔚来欧洲充电业务培训以及充电产品的研发。西班牙提出的经济复苏和转型战略项目投资资金，其中新一轮由欧盟资助的电动和网联汽车发展计划也吸引了比亚迪、远景动力等企业的关注。

图表 9 欧洲部分国家对新能源汽车进口及投资的优惠政策

国家	补贴或减税政策
挪威	购买电动汽车免征购置税和进口税，免征 25%的增值税，免收年度道路税，公司车税减少 50%，租赁免征 25%的增值税；电动汽车在收费公路或渡轮上不收费，市政停车场停车免费，2017 年后减半收费；竞争环境相对公平
匈牙利	针对赴匈投资和在和匈扩大投资企业提供退还和非退还补贴，对外资实行国民待遇，无特殊补贴政策；根据不同投资项目，补贴形式主要有现金补贴、税收优惠、低息贷款，其中现金补贴来源为匈政府或欧盟基金
西班牙	计划投资 43 亿欧元（合 331 亿元）支持电动汽车和电池的生产，补贴范围包括从钾的提取到电动汽车生产制造的整个供应链，其中 10 亿欧元用于改善电动汽车的充电基础设施
捷克斯洛伐克	对包括新能源汽车在内的制造业生产、启动新技术中心和战略服务中心等投资活动提供支持，支持形式为提供最多 10 个纳税期（免税期）的企业所得税减免或现金补贴，减免或补贴金额取决于投资规模；对从事研发活动的公司提供研发津贴，从事研发活动的公司通过降低纳税申报表的税基申请特别免税额
波兰	投资区内新设工厂或与现有工厂相关的投资（不限于新能源汽车）最长可以获得 15 年的企业所得税减免；对研发投资、战略性生产投资等进行补贴

数据来源：毕马威，公开材料，车百智库整理

由于整体的税收优惠、补贴、宽松的进出口政策和其他投资激励措施的有效落实，欧洲成为当前中国新能源汽车最主要的出口市场。据海关数据统计，2023 年，比利时、英国、西班牙、荷兰位列出口市场前十，向四国合计出口量相较去年增长 233.7%，占出口总量的 28.6%。欧洲电动汽车销售中的中国制造车辆的比例已由 2021 年的 4%提升至约 8%，主要出口产品包括特斯拉及名爵、极星、达契亚等中国制造的欧洲品牌。以配套为主的中国动力电池企业加快欧洲建厂步伐，宁德时代、远景动力、蜂巢能源等企业合计投资超 147.4 亿欧元，布局电池产能超 200GWh。

(2) 东南亚：新能源汽车产业链海外拓展的重要基地

东南亚地区加速向绿色低碳转型，具备良好的人口及资源要素以及政治经济环境。东盟十国经济发展将在未来较长时间内保持快速增长，国际货币基金组织预计到 2045 年其 GDP 增速将保持在 5%以上。东盟拥有大量的劳动力资源，高度依赖外商的直接投资，是中国“一带一路”倡议、美国“印太战略”等推进的核心地区，是中国重要的贸易伙伴。中国与东盟在绿色能源、低碳交通等方面具有较大的合作空间，双方自 2009 年首次发布《中国-东盟环境保护合作战略》以来，已经在环境与气候领域建立了成熟的政策对话机制，并开展了诸多合作。当前东盟计划到 2025 年将可再生能源在能源消费中的占比从 2015 年的 10%提升至 23%，以降低对进口原油的依赖度和能源体系的碳排放，这也为中国与东盟提供了新的合作契机。

图表 10 东盟十国的宏观环境

GDP	2022 年 GDP 超 3.3 万亿美元，增长 5.7%，预计 2023 年增长 4.7%，2024 年增长 5.0% 文莱、新加坡人均 GDP 近 8 万美元，马来西亚人均 GDP 达 1.2 万美元
贸易	2022 年贸易额 3.8 万亿美元，增长 14.9% 中国继续为东盟第一大贸易伙伴，双边贸易额 7222 亿美元，占东盟贸易总额 18.8%
政治	中国“一带一路”倡议、美国“印太战略”等推进的核心地区，外商直接投资额保持高速增长，对美、对中关系均采取谨慎平衡态度
人口	约 6.6 亿，小于 20 岁人口年龄占比 34.5%，位于 20-54 岁之间的劳动力集中人口,占比达到 50.0%

低碳转型目标	新加坡：2030 年碳达峰，2050 年减排一半，并在本世纪下半叶尽快实现碳中和
	越南：2050 年碳中和
	泰国：2030 年碳达峰，2065 年碳中和
	菲律宾：2030 年碳达峰
	老挝：2050 年碳中和
	印度尼西亚：2030 年碳达峰，2060 年碳中和
	马来西亚：2050 年碳中和
	缅甸：2030 年碳达峰
可再生资源	越南：2020 年光伏总装机量超过 16.5GW，已超过泰国成为东盟首位
	泰国：2022-2030 年计划按照上网电价机制采购 5.2GW 可再生能源电力，加快建设智能电网
	马来西亚：可再生能源发电占比 17%左右，以水电、太阳能发电、生物质发电为主
	菲律宾：地热风能与光伏发电潜力较大

数据来源：公开材料，车百智库整理

东南亚加速向新能源转型，泰国、印尼、马来西亚等国成为中国新能源车企的重要目标市场。根据东盟汽车联合会（AAF）数据，2023 年东盟汽车产销量分别达到 430.1 万辆和 335.5 万辆，同比下降 1.9%和 2.1%，是全球第六大汽车市场，其中菲律宾、马来西亚的市场需求因经济复苏和消费刺激而大幅回升。当前，为应对全球气候变化的挑战和落实国家减碳目标，印尼、泰国、马来西亚、菲律宾等东南亚主要汽车市场已经提出了加快新能源汽车发展的目标，并制定了多种推广激励措施，吸引整车组装和零部件制造投资。例如，泰国近期将 2030 年电动汽车产量在汽车总产量的占比目标提升至 50%，致力于成为东南亚电动汽车生产中心，并为新能源汽车、关键零部件、充电站等投资建厂的企业提供企业所得税减免政策；印尼利用其丰富的镍矿资源，通过金融和税收优惠吸引投资，发展本地电动汽车及动力电池产业链；马来西亚通过免征进口关税和销售税等税收减免政策，积极推动电动汽车产业的发展。这些举措不仅有助于东南亚国家缩短新能源汽车产业的盈利周期，还为中国汽车品牌“走出去”提供了重要的目标市场，尤其是在新能源汽车领域，中国企业可以利用东南亚市场的潜力和政策优势，加速在全球市场的扩张，据统计东盟的纯电动汽车市场中国品牌市占率已经超过 80%。

图表 11 东盟主要汽车市场的新能源汽车产业发展目标及推广激励政策

国家	2022 年汽车销量（万辆）/东盟市场占比	新能源发展目标	产业政策
印度尼西亚	100.6/30.0%	2025 年电动汽车产量达到 40 万辆，2030 年达到 60 万辆，2035 年达到 100 万辆	针对本土生产的电动汽车产品提供单车最高 8000 万卢比补贴，2030 年零部件本地化率至少达到 80% 才能获得补贴
马来西亚	80.0/23.8%	到 2030 年电动汽车将占汽车销量的 15%，2025 年提供 9000 座交流电式与 1000 座直流电式公共充电设施	电动汽车最高可获 100% 道路税减免，购买、安装、租赁、订阅电动汽车充电设施，最高可获 2500 马元（折合约 3861 元人民币）个人所得税减免
泰国	77.6/23.1%	到 2030 年电动汽车将占汽车产量的 50%，充电桩 2025 年 1 万个、2030 年 8 万个；到 2035 年从目前的传统汽车生产中心转变成东南亚电动车生产中心	投资促进委员会(BOI):对电动汽车生产的激励措施，为各种类型电动车辆的供应方提供最高 8 年的免征企业所得税优惠，针对部分项目在期满后可以再享受最高 3 年的企业所得税减半优惠；对于进口机械设备和原材料在一定年限内免征关税 财政部：以纯电动乘用车为例，对于建议零售价≤200 万泰铢，电池容量≥10kWh 且<30kWh 的车型，每辆新车补贴金额为 7 万泰铢（约 1.4 万人民币）；对于建议零售价≤200 万泰铢，电池容量≥30kWh 的车型，每辆新车补贴金额为 15 万泰铢（约 3 万人民币）
菲律宾	43.0/12.8%	暂无	《电动汽车产业发展法》生效后八年内，完全进口建成的充电站免征关税，使用纯电动汽车和混合动力汽车的机动车使用费、车辆登记和检验费分别享受 30% 和 15% 的折扣
越南	30.2/9.0%	2025 年起，100% 替代或新投资的公交车将使用电力和绿色能源 2030 年起，电动汽车和绿色能源汽车使用率至少达到 50%，100% 替代或新投资的出租车使用电力和绿色能源	越南交通运输部拟出台电动汽车补贴政策，拟对电动汽车整车、生产设备和成套零部件进口予以免税或降税，提出免征和降低电动汽车注册费、牌照费，每台车拟补贴购买者 1000 美元

国家	2022 年汽车销量（万辆）/东盟市场占比	新能源发展目标	产业政策
新加坡	3.9/1.2%	2030 年起所有新登记汽车都是清洁能源车型，部署 6 万个充电桩	计划在 5 年内为电动汽车提供 3000 万新元（折合约 1.45 亿元人民币）的补贴资金，并将电动汽车道路税率降低 40% 从 2021 年 1 月至 2023 年 12 月，注册纯电动汽车的车主将获得额外注册费 45% 的折扣，上线 2 万新元

数据来源：东盟汽车联合会，公开材料，车百智库整理

东南亚国家为吸引海外新能源汽车产业投资及本地化建厂提供了一系列税收优惠政策。印尼、泰国、马来西亚等国家对于整车直接进口（CBU）、全散件进口（CKD）等进口车辆普遍采取高昂的征税，如印尼一辆以 CBU 方式进口的传统燃油车征税高达车辆售价的 97.5% 以上。当前，中国与东盟自由贸易区的进一步整合以及《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的实施极大地促进了中国新能源汽车产业向东南亚扩张。在此背景下，泰国、印尼、马来西亚等东南亚国家政府相继推出了一系列政策，以吸引新能源汽车产业的投资，并推动本国电动汽车产业的发展。泰国政府为了引入新竞争者并刺激新能源汽车市场，出台了一系列税收优惠政策，包括减免进口关税和消费税、减免新能源汽车制造外资企业所得税以及提供财政补贴等，总投入将高达 400 亿泰铢，不仅针对本土制造的电动汽车，进口车型也能享受到不少优惠，并致力于逐步增强本土生产能力。印尼政府强调提高纯电动汽车零部件公司在国内的生产比例，提供了一系列财政和非财政激励，CKD 及本地化生产的新能源汽车征收税率相对 CBU 进口税率降低 65% 以上。

图表 12 东盟主要汽车产销国关于电动汽车外资准入及车辆进口的税收优惠政策

	印度尼西亚	马来西亚	泰国
外资企业准入	新能源汽车生产属于优先发展业务，批发和零售 100% 向外资开放，但零售业务不允许从海外进口（包括 CBU、CKD 等）	外国投资者可以 100% 持有从事新能源汽车制造、汽车批发和零售的马来西亚公司的股权，如欲从事下列业务之一且外资拥有公司 50% 以上的股份需申请批发零售贸易许可证：1) 零售、进出口贸易、分销贸易；2) 餐饮业；3) 特许经营；4) 服务与咨询	生产制造不属于受限业务，批发、零售、售后服务等均取得外商经营许可证 满足下列条件之一，可只申请外商营业执照：1) 符合泰国签署的国际条约的保护条件；2) 获得投资委员会授予的投资促进权益；3) 位于工业园区，并获得泰国工业区管理局批准的运营许可证

印度尼西亚		马来西亚	泰国
产品准入	事先进行认证检验/试验，电动汽车及零部件制造公司须取得组装和生产电动汽车的只在业务许可证	需事先向国家型式批准委员会申请车辆型式认证；从事制造业的公司，其股东资金为 250 万令吉及以上，或其全职受薪雇员超过 75 的，须向国际贸易及工业部下辖的马来西亚投资发展局申请工业执照	需事先向泰国工业标准协会申请型式认证和生产工业产品的许可证；视具体情况还可能还需要申请制造业有害健康业务许可证和工厂许可证，并向道路交通部办理车辆登记
税收优惠政策			
进口税	CBU: 50% CKD: 10%	CBU: 30% CKD: 10% 2024 年底前 CBU 进口的纯电动汽车 0%，2025 年底前 CKD 本地组装的纯电动汽车 0%	CBU: 40% CKD: 10% 于 2018 年 1 月 1 日起对中国进口电动汽车实施零关税 针对电动汽车，2022-2023 年期间，售价不超过 200 万泰铢减免整车进口关税最高达 40%，售价为 200-700 万泰铢的减免整车进口关税最高 20%；针对 BEV 零部件，2022-2025 年期间，进口的零部件如果用于 BEV 的本地制造获得免税
消费税	20%	依据排量 60%~105% 2024 年底前 CBU 进口的纯电动汽车 0%，2025 年底前 CKD 本地组装的纯电动汽车 0%	8% 2022 年 6 月到 2025 年期间，电动乘用车的消费税下调至 2%；电动皮卡车的消费税降至 0%，2026 年至 2035 年将降至 2%
销售税 (增值税)	11% 电动汽车国产化率到达 40%降至 1%，国产化率 20%~50%的为 6%	10% 2025 年底前 CKD 本地组装的纯电动汽车 0%	7%
道路税	1.5%	2025 年底前纯电动汽车免征	2022 年 10 月 1 日至 2025 年 9 月 30 日注册的电动汽车道路税减免 80%
其他	奢侈品销售税 15%~70%（依据燃油效率和排放水平） ——国产化率 40%以上的免征	/	/

数据来源：公开材料，车百智库整理

整体来看，东盟地区成为中国新能源汽车发展的新热土。依靠一带一路、RCEP 等区域合作机制及东盟地区国家对新能源汽车免除关税及补贴等政策支持，2023 年中国出口东盟 10 国电动载人汽车达 31.9 万辆，同比增长 102.3%，占出口总量的 18%¹，其中泰国已成为我国第二大新能源汽车出口市场。我国整车企业相继在泰国投资建厂，通过设立研发中心、搭建销售网络等方式不断完善产业及服务生态布局，并将其作为面向周边经济体的生产和分销基地，我国汽车企业在泰国布局的汽车产能已超过 50 万辆/年²。

(3) 拉美：中国新能源汽车面向美洲市场的桥头堡

墨西哥、巴西等当地政府加大对能源和交通转型的重视。拉丁美洲地区 2022 年 GDP 达到 5.22 万亿美元，巴西、墨西哥 GDP 占比分别为约 35%、27%，是拉美地区最大的两个经济体。在全球低碳转型趋势下，拉美地区多国政府结合自身汽车产业基础与出口贸易的特点，提出促进电动汽车本地生产与出口的激励计划。但巴西等国对电动化的定义并不限定在纯电动、插电式混合动力等技术路线范围内，普通混合动力汽车等其他可实现减碳的技术路径也纳入激励计划中。

图表 13 拉美地区主要国家对电动汽车的支持政策

国家	电动汽车发展目标/支持政策
巴西	2015 年，政府决定对续航里程至少为 80 公里的全电动车型免征 100%的进口税；根据混合动力车型的气缸容量和能效，征收 0%至 7%的关税 2018 年，政府降低混合动力汽车和电动汽车的工业化产品税
墨西哥	新销售汽车中电动汽车占比到 2030 年 5%，到 2040 年提高到 50%，2050 年达到 100% 到 2024 年临时豁免电动汽车进口税（燃油汽车进口关税 8%-20%）；免除电动汽车注册税；免除检查和维护计划
智利	2035 年城市公共交通 100%电动化、中小型客车新车销售 100%为电动汽车；2045 年新售货运客运车辆 100%为电动汽车；2035 年新售农矿机械（560kW）100%电动化、2040 农矿机械（19kW）100%电动化 2022 年 10 月通过《促进电力储存和电能移动法案》，未来新购电动汽车头两年免缴通行许可费，头两年后起则可再享连续六年减免；并允许电动汽车加入国家电网作为供电来源，获取电力相关优惠

数据来源：公开材料，车百智库整理

¹ 根据海关总署出口数据整理。
² 根据公司公告情况统计（不完全统计），包括上汽、长城、比亚迪、合众、长安，包含拟投建部分，主要为新能源汽车产能。

墨西哥、巴西等拉美国家在关键矿产资源储备、地理位置、国际贸易环境等方面均有较大优势。根据美国地质调查局 2022 年公布的数据，阿根廷、玻利维亚、智利、墨西哥、巴西、秘鲁等拉美六国的锂储量在全球锂储量的占比约 60%，其中玻利维亚、智利和阿根廷的锂储量全球份额达到 56.2%，也被称为“锂三角”，开发潜力巨大，还具有较高的可开采性。除智利以外，玻利维亚、阿根廷两国开始强调与中国合作的重要性，赣锋锂业、青山集团、紫金矿业、西藏珠峰等多家中国电池原材料企业正在加快阿根廷多个盐湖提锂项目开发建设，2023 年 1 月宁德时代牵头多家企业联合帮助玻利维亚开发锂资源。除上游材料以外，整车企业充分利用巴西、墨西哥的贸易政策和补贴政策，一方面加大新能源汽车的出口，比亚迪、江淮汽车等加速在拉美区域布局；另一方面加大当地投资建厂，辐射拉美地区周边国家和北美地区，如长城、比亚迪、奇瑞等多家车企已在巴西当地建立海外生产基地。

图表 14 拉美地区主要国家的关键矿产资源及贸易政策

国家	关键矿产资源	贸易政策
巴西	镍、稀土储量分别占全球总量的 17.02%、17.5%	2022 年起满足最低能效目标的车企享受工业化产品税减免
墨西哥	锂矿资源储量 170 万吨，排名全球第十	《美墨加协定》：许多产品从墨西哥出口美国、加拿大可享受极低关税甚至零关税，汽车制造商至少购买来自美墨加三个国家 70%的钢铁和铝原料 美国《通胀削减法案》：至少 40%用于电池的关键原材料是在美国或与美国有贸易协定的国家提取的，2027 年将提高到 80%；至少 50%的电池组件是在美国、加拿大和墨西哥制造或组装的，2029 年将提高到 100%
智利	铜、锂、钼等资源储量分别占全球总量的 22.99%、11%和 7.78%	启动锂矿国有化战略 开采和销售许可需向政府申请，并缴纳特权使用费 与阿根廷、玻利维亚计划建立“锂三角欧佩克”，在锂矿价值波动的情况下达成“价格协议”
阿根廷	锂矿和金矿全球储量份额分别为 23%和 3.02%	允许企业在符合特定规则的前提下通过永久特许权的方式勘探和生产锂
玻利维亚	锂、锡、锑储量的全球份额分别为 24%、9.3%和 16.32%	希望成为“世界锂业之都”，到 2030 年占全球锂供应的 40% 2023 年 1 月选择由中国企业宁德时代牵头的企业联合体，强调与中国在锂开发方面的合作

数据来源：公开材料，车百智库整理

拉美地区在汽车工业基础、资源要素、贸易政策等方面的优势，为中国新能

源汽车产品及产业链提供了巨大空间。2023 年，中国向巴西、墨西哥出口新能源汽车分别为 7.3 万辆、1.98 万辆，同比分别增长 7.58 倍、5.7 倍³。另一方面，两国作为全球第七、第八大汽车生产大国，拥有良好的产业基础、人工和矿产资源及面向北美广阔的出口市场。为特斯拉等配套的新泉、敏实、万丰奥威、均胜电子等零部件企业与面向北美市场的北汽、上汽、奇瑞、长安等整车企业均已或筹划在当地建厂。

3、从内部环境看，中国汽车产业已全面对外开放，多项政策支持国际化发展

中国汽车产业全面对外开放，为产业提供了良好的国际化发展氛围。我国自 2001 年 12 月正式加入世界贸易组织后，汽车产业与市场的对外开放程度逐年增大，分领域、分步骤扩大开放。2018 年 4 月习近平总书记在博鳌论坛讲话中称，汽车行业将尽快放宽外资股比限制，并降低进口汽车关税。同年国家发改委披露了中国汽车产业对外开放的时间表：自 2018 年 7 月 28 日起取消专用车、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，整个过渡期长达 5 年；国务院关税税则委员会发布公告，中国汽车整车关税由 25%降至 15%，相关零部件关税降为 6%。中外合资企业和外资企业大量进入我国汽车市场，如特斯拉独资建立上海超级工厂、宝马将其在华晨宝马的持股比例提升至 75%等。全球化的市场环境为车企提供了充分的市场竞争环境，推动汽车企业在新能源技术、电池技术、智能驾驶等方面取得了重要的突破，并在市场竞争中不断扩大自身的发展水平和品牌影响力。

图表 15 我国在汽车产业全面对外开放方面的相关政策

政策名称	发布时间	发布单位	相关规定
《汽车产业发展政策》	2004 年	国家 发改委	与 1994 年《汽车工业产业政策》相比，取消发动机制造的外资股比限制
《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2018 年版）》	2018 年	国家 发改委	2018 年 7 月 28 日起取消专用车、新能源汽车外资股比和家数限制； 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，同时取消合资企业不超过两家的限制

³ 根据海关总署出口数据整理。

政策名称	发布时间	发布单位	相关规定
《国务院关税税则委员会关于降低汽车整车及零部件进口关税的公告》	2018 年	国务院 关税税则委员会	自 2018 年 7 月 1 日起，将汽车整车税率为 25% 的 135 个税号和税率为 20% 的 4 个税号的税率降至 15%，将汽车零部件税率分别为 8%、10%、15%、20%、25% 的共 79 个税号的税率降至 6%

数据来源：政府官网，车百智库整理

近年来，中央与地方政府多次出台政策支持汽车企业与产品的出口。中央层面，自 2022 年起，我国针对金融稳外贸推出了系列政策，国务院办公厅、商务部、公安部等提出要鼓励二手车出口，并在物流运输、金融服务及海外售后体系等环节加强支持，2023 年以来，商务部例行新闻发布会多次提出要促进新能源汽车的出口，完善国际营销和售后服务体系。地方层面，深圳、广东等率先出台具体办法解决汽车企业出海的关键问题，如《深圳金融支持新能源汽车产业链高质量发展的意见》提出支持新能源汽车产业链高质量发展的 12 条金融支持办法，不仅鼓励新能源汽车和零部件的协同发展，加强与产业链的互动，还提倡供应链金融的数字化转型，增强供应链韧性；针对跨境业务，鼓励银行利用境内外资源，助力企业拓展海外市场，同时构建多层次融资渠道，优化知识产权融资，并利用保险降低风险。

图表 16 我国中央及地方政府在支持汽车产业开放发展方面的政策举措

日期	会议发布/政策名称	相关内容
2023 年 12 月	《安徽省新能源汽车产业集群发展条例》	中国（安徽）自由贸易试验区将发挥制度创新优势，服务新能源汽车开放发展，围绕新能源汽车及零部件产业国际化发展，布局智能网联、新能源电池、电机电控等配套项目，构建智能网联汽车技术创新和推广应用体系
2023 年 9 月	《汽车行业稳增长工作方案（2023-2024 年）》	推动汽车出口提质增效 鼓励汽车企业加快研发和生产面向国际市场的汽车产品，建立和完善国际营销服务体系，加强与航运企业、国内外金融机构合作，巩固扩大重点国家和地区市场汽车出口，加大“一带一路”沿线国家和新兴市场开拓力度 指导行业机构组建汽车企业国际化发展创新联盟，促进企业间共建共享。研究建设海外政策、法规、标准等信息共享服务平台，推动与主要出口目的国检测认证标准的统一。加强与重点国家和地区的全产业链低碳发展合作，推动形成互相认可的碳排放、碳足迹核算体系

日期	会议发布/政策名称	相关内容
2023 年 12 月	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，健全国际物流体系、加强金融支持、优化贸易促进活动、营造良好的贸易环境、增强风险防范能力六个方面提出 18 项政策措施，同时明确了相关单位的具体分工，积极构建公平、稳定、包容、便利的贸易环境。
2023 年 8 月	商务部例行新闻发布会	将陆续出台提升加工贸易发展水平、促进新能源汽车贸易合作等专项政策措施，全力推动进出口促稳提质
2023 年 5 月	商务部例行新闻发布会	鼓励航运公司加快建设滚装船队，扩大汽车出口运力，鼓励汽车企业与国内外金融机构合作，支持汽车企业完善国际营销和售后服务体系
2023 年 4 月	商务部例行新闻发布会	引导企业深入开拓发展中国家市场和东盟区域市场，进一步支持汽车企业建立和完善国际营销服务体系，培育汽车出口优势
2023 年 3 月	《广东省促进汽车出口若干措施》	支持发展汽车出口龙头企业及服务机构；支持汽车企业开拓海外市场，汽车出口企业在海外推广自主品牌、收购知名汽车品牌，广东省按实际支出不超过 50%的比例给予支持，单个企业每年最高资助 500 万元；完善汽车出口基础设施；提升汽车出口运输能力；加大财政金融支持力度
2023 年 4 月	《深圳港汽车出口资助方案（征求意见稿）》	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，2023-2024 年每辆分别资助 800-1200 元、600-1000；2023-2024 年，该资助项目资助金额分别不超过 1.2 亿元和 2.5 亿元
2023 年 2 月	《深圳金融支持新能源汽车产业链高质量发展的意见》	12 条具体金融支持举措，优化面向新能源汽车全产业链全生命周期的金融服务，到 2025 年逐步形成“零部件原材料—整车生产—终端应用”全产业链金融布局
2022 年 11 月	《商务部 公安部 海关总署关于进一步扩大开展二手车出口业务地区范围的通知》	开展二手车出口业务的地区要结合本地特点，培育二手车出口相关的维修整备、检测认证、仓储物流、金融信保等配套服务体系；支持企业加快国际营销网络建设，为企业拓宽市场渠道搭建交流合作平台；指导企业通过自建、资源共享或多渠道合作等方式，建立与出口规模相适应的售后服务体系，保障售后配件供应，提供维修技术支持，建立投诉处理和售后服务快速响应机制，提升售后服务专业化水平
2022 年 9 月	《商务部关于印发支持外贸稳定发展若干政策措施的通知》	新增一批可开展二手车出口业务的地区；优化海关备案流程，加强中欧班列运输组织，支持海外仓出口货物运输
2022 年 5 月	《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》	支持国外消费者购买中国品牌汽车，支持更多地区开展二手车出口业务，鼓励创新、绿色、高附加值产品开拓国际市场

数据来源：公开材料，车百智库整理

（三）中国新能源汽车国际化发展已形成良好基础

1、我国已初步建立适应国际化发展的新能源汽车产业链条

积极布局新能源汽车核心技术，部分技术指标已达到国际领先水平。在政府的战略领导下，汽车产业抓住燃油车向电动化、智能化、绿色化转变的关键机遇期，集中财政与科研力量，加强高比能量与高安全电池、高效率高密度驱动电机、人工智能芯片、智能座舱等关键核心技术攻关，统筹推进锂、钴、镍等战略性资源支撑，带领我国新能源汽车产业链上升至国际分工体系的中高端。2017年，三元锂和磷酸铁锂电池最高能量密度仅在 140Wh/kg 和 120Wh/kg 左右、系统成本为 1.5 元/Wh，电池成本占整车成本 40%以上。到 2021 年，动力电池单体比能量最高达到 300Wh/kg，系统成本降到 1 元/Wh 以内，电池占整车成本降低到 1/3 左右。动力电池产业和技术创新继续领跑全球，电池比能量和寿命不断提升上限，目前国产高镍三元正极材料和硅/碳复合负极材料已成功开发和验证，实现300Wh/kg动力电池量产装车，全球首款量产无钴电池循环寿命达3000次以上，带动了新能源汽车的快速普及。

以动力电池为主的关键零部件产业链条不断完善，并加速向海外拓展。我国新能源汽车产业链条完备，已建成涵盖动力电池、电机电控、整车及充电设施、制造装备、回收利用等在内的全球最完整的新能源汽车产业链，生产供应了全球85%的正极材料、70%的负极材料、66%的隔膜以及62%的电解液，拥有基于自主创新成果的新能源汽车供应链体系。2022 年全球动力电池配套中，我国企业的市场规模超过了60%，以宁德时代为代表的头部企业生产的动力电池已进入宝马、大众等国际知名整车企业配套体系。2023 年，以动力电池为主的锂电池产品成为上海、福建、浙江、广东等多个地区的“新三样”出口亮点之一。

图表 17 2023 年全球动力电池装机量 TOP10(GWh)

序号	企业	1-12 月装机量	同比增幅	1-12 月全球市场份额
1	宁德时代	259.7	40.8%	36.8%
2	比亚迪	111.4	57.9%	15.8%
3	LG 能源	95.8	33.8%	13.6%

序号	企业	1-12 月装机量	同比增幅	1-12 月全球市场份额
4	松下	44.9	26%	6.4%
5	SK On	34.4	14.4%	4.9%
6	中创新航	33.4	80.9%	4.7%
7	三星 SDI	32.6	36.1%	4.6%
8	国轩高科	17.1	23.1%	2.4%
9	亿纬锂能	16.2	129.8%	2.3%
10	孚能科技	10.5	15.4%	1.5%

资料来源：SNE Research，车百智库

汽车智能化发展持续提速，为产业国际化发展增添新动力。智能汽车已成汽车产业转型变革下半场的战略方向，近几年，中国强化顶层设计，加速道路测试、产品管理、道路交通、地理测绘、数据安全等多方面的政策法规和管理体系建立，营造了良好的产业发展环境。整车及芯片、软件、通信等科技企业跨界融合，带动智能化技术及产品快速落地、持续迭代，包括智能辅助系统、智能座舱、车载人机交互信息娱乐系统、驾驶员安全智能监测等功能趋向成熟。智能化的应用及服务将汽车与人及其社会生活相连接，也为中国产品赢得了越来越多的国际声誉和认可。

整车与零部件企业主动拥抱国际化，具有良好的探索实践基础。改革开放以来，大量整车、零部件的外资企业在我国建立合资企业，带动我国汽车工业水平与制造能力的快速提升，在全面放开外资股比限制后特斯拉上海工厂成为首家外商独资汽车企业。当前跨国公司、合资企业也成为我国新能源整车出口的重要组成部分，2022 年外资出口、合资品牌返销在新能源汽车出口的占比约 55%，利用中国国内的成本优势和产业链优势，在中国生产并通过整车贸易出口至欧美等海外市场。同时，我国自主品牌整车与零部件企业在电动化、智能化领域的竞争优势与合资企业、外资企业基本齐平甚至领先超越，在海外市场的影响力快速提升。一方面，自主品牌整车企业如比亚迪、蔚来、小鹏等的新能源车型在海外市场销量规模持续扩大，2023 年 8 月比亚迪出口 2.5 万辆，超过当月特斯拉出口量（1.9 万辆）。另一方面，以动力电池为主的电动化零部件企业进入特斯拉、宝马等跨国汽车巨头公司的供应链，宁德时代、国轩高科、亿纬锂能、蜂巢能源、孚能科技等多家电池厂商在德国、匈牙利、美国、英国、印尼等国家通过参股、投

资建厂等方式加速在全球的产能布局。

图表 18 2022 年中国新能源主要汽车生产企业出口情况

企业名称	出口量（万辆）	同比增长	所占比重
新能源汽车总计	67.7	120.2%	100%
特斯拉（上海）有限公司	27.1	65.9%	40%
上海汽车集团股份有限公司	16.5	204.5%	24.4%
东风汽车集团有限公司	8.1(6.3)	116.1%	11.9%
比亚迪股份有限公司	5.6	937.5%	8.3%
华晨宝马汽车有限公司	3	37.5%	4.4%
浙江吉利控股集团有限公司	2.4	1538%	3.5%
大庆沃尔沃汽车制造有限公司	1.1	-23.6%	1.7%
长城汽车股份有限公司	0.7	614.1%	1.1%
安徽江淮汽车集团有限公司	0.6	299.5%	0.9%
南京金龙客车制造有限公司	0.4	646.9%	0.5%
前十合计	65.5		96.8%

红色数据是合资品牌返销/外资出口数量：37.5 万辆

数据来源：中国汽车工业协会，车百智库整理

2、产业国际竞争力显著提升，带动新能源汽车出口市场快速增长

新能源汽车出口产品价格与质量稳步提升。我国新能源汽车出口产品的平均单车价格大幅提升，2019 年均价为 3.67 万元，2022 年上涨到 15.44 万元，年均复合增长率达到 61.4%，2023 年平均单车出口价格进一步增长至 16.62 万元⁴。我国自主品牌加快新能源汽车车型的投放，上汽名爵 MG 4 已出口至德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时等近 20 个欧洲国家；比亚迪元海外版 ATTO3 已进入澳大利亚和新加坡市场；蔚来多款轿车 ET5、ET7 以及 SUV ES8、EL7 在挪威、德国、荷兰、丹麦、瑞典等欧洲国家售

⁴ 根据海关总署出口数据整理。

卖，并开启了短期及长期的订阅制车模式。大部分自主品牌的新能源车型在海外市场的售价相比国内均有较大幅度的溢价。我国汽车出口产品由原来的低售价、低技术含量、低利润、以东南亚发展中国家为主要市场的低端传统燃油车型向高质量、高技术水平、高附加值、瞄准发达国家市场的高端新能源车型转变。

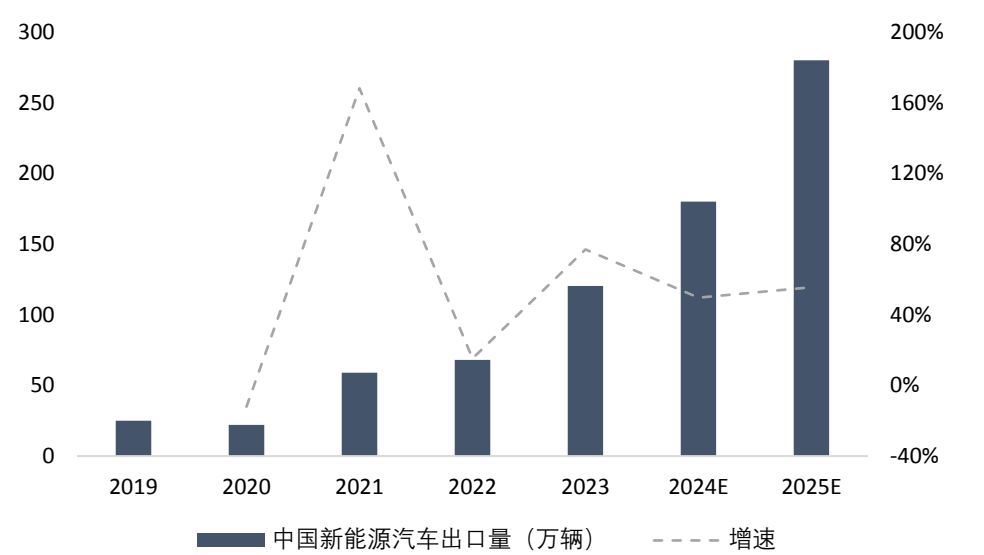
图表 19 我国部分自主品牌新能源车型出口销售国家及售价情况

品牌	主要销售国家	车型	国内市场售价 /万元	海外市场售价 /万元	溢价 (%)
上汽 MG	德国、法国、英国、意大利、西班牙、挪威、瑞典、丹麦、荷兰、比利时等近 20 个欧洲国家	MG 4	12.98 ~ 18.68	21.18 ~ 25.67	47.98
	英国等	MG 5	6.79~9.99	25.26 ~27.30	213.2
	澳大利亚、美国、泰国、印度、中东利等超 36 个国家和地区	MG ZS SUV	11.98~14.98	23.03~28.11	89.72
	英国、德国、西班牙	MG MARVEL R	22.98 ~ 26.98	28.57 ~ 34.29	25.83
比亚迪 汽车	挪威、德国、荷兰	Tang	27.98~33.98	41.57	48.58
	蒙古、日本、泰国、印度、荷兰、英国、法国、德国、澳大利亚	Yuan PluVATTOS	11.78 ~16.88	20.8	50.91
	匈牙利、澳大利亚、荷兰	ETP3	14.99	16.16	7.77
蔚来 汽车	挪威	NIO ES8	49.6 ~ 65.6	41.41~46.17	-23.97
	荷三、丹麦、瑞典、挪威	NIO ET7	45.8 ~53.6	49.94	9.05
	挪威	Euniq 5	16.58 ~21.57	28.51	71.95
	挪威	Euniq 6	15.98 ~ 20.28	34.19	68.61
大通	英国、爱尔兰、挪威	Maxus • Deliver 3	13.38~ 14.38	19.56	46.18
	英国、爱尔兰、挪威	Maxes e Deliver 9	23.9 ~ 34.9	35.72	49.48
	泰国、菲律宾	Maxus V80	10.88 ~ 25.26	14.56~20.43	-3.18
小鹏 汽车	挪威	XPeng G3	16.89 ~ 20.19	24.34	44.13
	挪威、瑞典、荷兰、丹麦	XPeng PS	17.79~ 24.99	25.84	45.25
	挪威	XPeng P7	23.99~42.99	29.91~40.79	5.56
岚图 汽车	挪威	FREE	31.36-41.99	48.89	66.91

数据来源：乘联会，车百智库整理

新能源汽车出口规模及金额持续增长。从汽车出口量看，2023 年我国累计

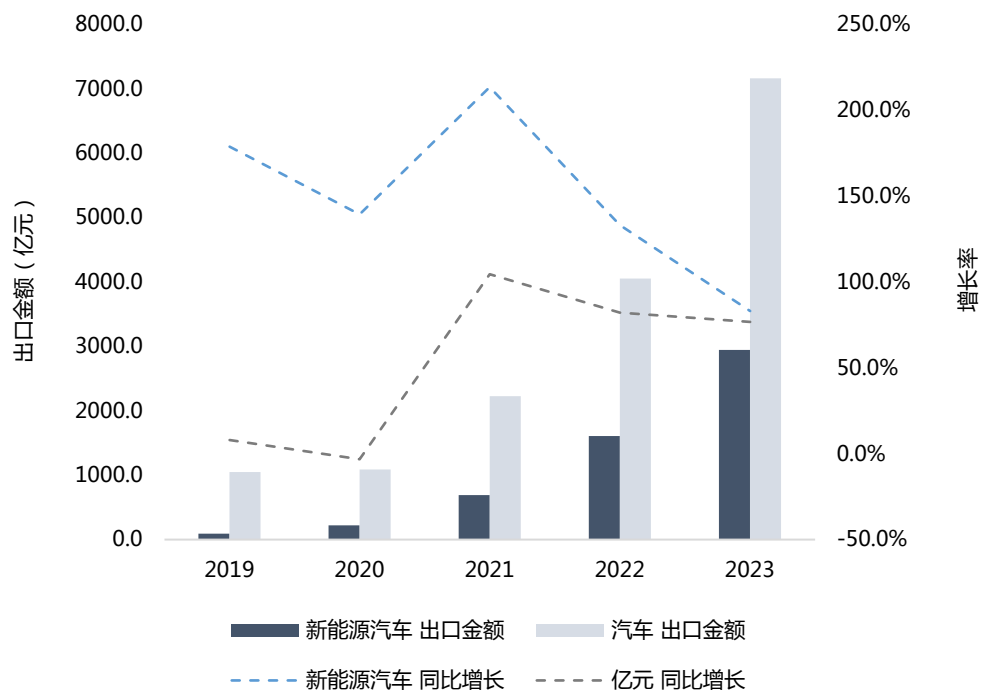
出口汽车 491 万辆，同比增长 57.9%，其中新能源汽车是重要的拉动力量，新能源汽车出口量在汽车出口总量的占比从 2019 年的不到 5%快速增长至当前约 25%。新能源汽车出口市场增长态势延续，2023 年新能源汽车累计出口 120.3 万辆，同比增长 77.6%，超过同期汽车出口总量的增速（61.9%），预计 2024 年新能源汽车海外销售规模将突破 180 万辆，增速达 50%，占整车出口的比例达 30%。



图表 20 中国新能源汽车出口规模及预测

数据来源：中国汽车工业协会，车百智库整理

从出口金额看，新能源汽车成为中国出口产品增速最快的品类之一。2023 年中国出口总额 23.77 万亿元，同比增长 0.6%，汽车（含底盘）出口总额达 7165.11 亿元，同比增长 76.8%，其中电动载人汽车出口总额 2946.50 亿元，同比增长 80.2%，增速超我国同期商品出口总额及汽车整体出口总额，占汽车整车出口金额的比重从 2019 年的 8.8%提升至 41%。

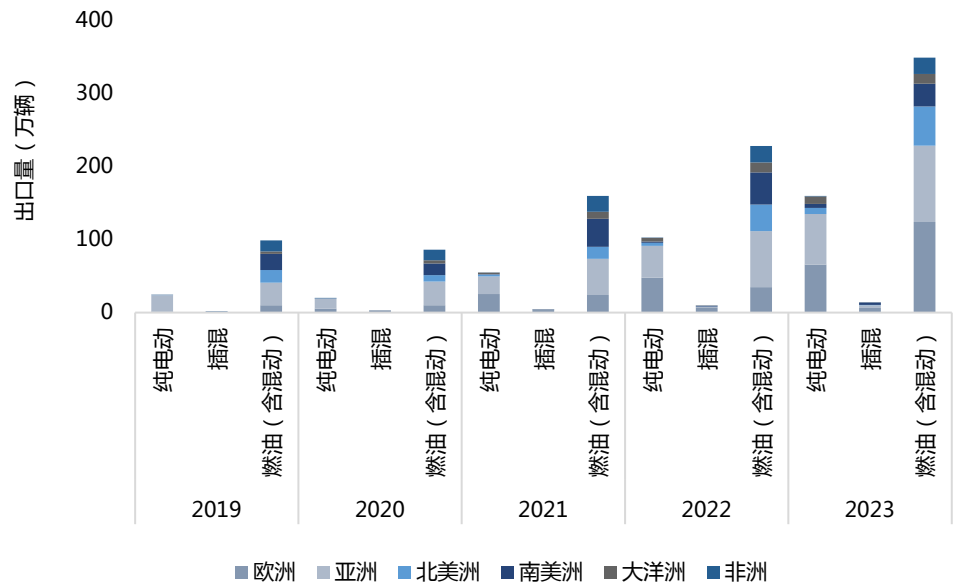


图表 21 近年我国汽车及新能源汽车出口金额变化

注：新能源汽车出口金额统计范围包括纯电动乘用车、插电式混合动力乘用车、纯电动客车（10 座及以上）

数据来源：海关总署，车百智库整理

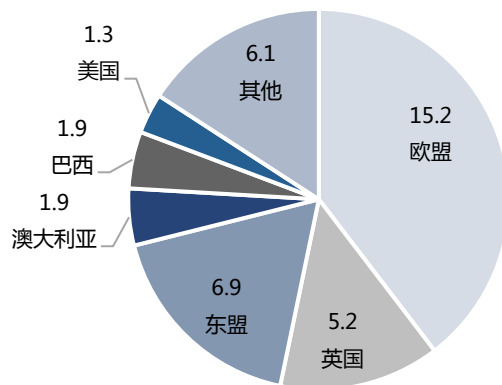
从细分市场看，自主品牌纯电动汽车将是拉动新能源汽车出口市场增长的主力军。根据乘联会的统计，2023 年纯电动汽车占新能源汽车出口总量的 92%，其中欧洲、亚洲区域市场分别占比 41%、43%，将持续走强。2023 年新能源汽车出口总量中，自主品牌出口占比提升至 50%以上，尤其是比亚迪累计出口量 25.2 万辆，同比增长 3.3 倍，并在泰国、巴西等地取得 2023 年累计新能源汽车销量 Top1 的位置。



图表 22 2019 年-2023 年中国新能源汽车出口区域市场与技术路线分布

数据来源：中国汽车工业协会，车百智库整理

新能源汽车出口向海外中高端市场拓展。燃油车出口阶段我国主要面向东南亚、南美、非洲等发展中国家市场，车型主要是中低端传统燃油车。新能源汽车出口逐步向英国、比利时、德国、澳大利亚等高收入国家拓展，欧洲国家在我国新能源汽车出口中占比快速提升，由 2019 年的不足 10% 增至当前已超 40%。尤其是我国自主品牌新能源汽车出口至欧洲的销量从 2022 年下半年开始呈现爆发式增长的态势，2023 年在欧盟和英国地区的销量已超过 20 万辆，在自主品牌新能源汽车出口中占比达到了 53%。



图表 23 2023 年自主品牌新能源汽车出口区域市场分布（万辆）

数据来源：乘联会，车百智库整理

3、多元化的海外贸易与投资模式不断涌现

自主品牌车企出海模式正从单一的整车出口，拓展为海外建厂、技术与品牌合作、全球化供应链与业务服务网络完善等多种模式并行。随着新能源汽车贸易出口规模的增长，我国整车企业纷纷抓住海外市场需求，通过跨国并购、海外生产基地建设等途径加快产能布局，如上汽从 2013 年起就陆续在泰国、印度、印度尼西亚、巴基斯坦规划建厂，目前其海外规划年产能已超过 20 万辆；比亚迪也与泰国伟华集团合作，计划在 2024 年启动首个海外乘用车工厂，年产能达到 15 万辆。同时，更多车企建立了全球研发中心，扩展销售网点和品牌宣传渠道，研究当地消费者的用车习惯与用车场景，研发生产更加贴合当地市场的车型产品，并完善其售后体系以更好地服务当地用户。如上汽集团、广汽、蔚来和小鹏等均在欧洲建立了研发中心，与当地供应商和经销商建立合作关系；五菱在印尼与渣打银行合作研究当地用车需求，并考虑文化差异，其新能源车型 Air EV 在 2022 年成为印尼市场最畅销的新能源车型。

图表 24 我国自主品牌车企的海外产能布局情况（不完全统计）

企业	国家	车型品牌	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式	工厂类型
上汽集团	泰国	MG	一期 5 万辆，二期 10 万辆	一期 2015 年，二期 2017 年	一期投资额 100 亿泰铢，二期投资额 10 亿美元	与正大集团合资	整车
	巴基斯坦	MG	2025 年将达到 10 万辆	2021 年	未公布	与 JW-SEZ 集团合资	KD
	印度	MG	8 万辆	2019 年	300 亿卢比（约合 31.56 亿元人民币）	全资自建	整车
	印度尼西亚	上汽通用五菱	15 万辆	2017 年	7 亿美元	全资自建	整车
	俄罗斯	哈弗	15 万辆	2019 年 6 月	5 亿美元	全资自建	整车
长城汽车	泰国	哈弗、坦克	12 万辆	2022 年	累计投资 120 亿泰铢（约合人民币 22.6 亿元），计划总投资 226 亿泰铢（约合人民币 42 亿元）	收购通用泰国罗勇工厂	整车

企业	国家	车型品牌	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式	工厂类型
	巴西	长城汽车	10 万辆	2024 年 5 月	超 100 亿雷亚尔 (约合人民币 115 亿元)	收购巴西伊拉塞马波利斯工厂	整车
	马来西亚	长城汽车、GWM	10 万辆	2018 年	38 亿人民币	与 Go Automobile 公司合资	整车
	巴基斯坦	哈弗	未公布	2022 年 9 月	未公布	未公布	KD
	保加利亚	哈弗、长城汽车	5 万辆	2012 年	未公布	与泰克斯汽车合资	KD
	厄瓜多尔	哈弗、长城汽车	3 万辆	2013 年	未公布	未公布	KD
	突尼斯	哈弗	1 万辆	2019 年	未公布	未公布	KD
长安汽车	巴基斯坦	长安汽车	1 万辆	2020 年	未公布	与完全零散部件 (CKD) 合资	KD
	马来西亚	长安汽车	未公布	未公布	10 亿林吉特 (约合 15.28 亿元人民币)	与 Fieldman Sdn Bhd 合资	KD
	泰国	长安汽车	一期 10 万辆，二期 20 万辆	2024 年	88 亿泰铢 (约合 18.3 亿人民币)	全资自建	整车
比亚迪	泰国	比亚迪	15 万辆	2024 年	179 亿泰铢(约合 34 亿元人民币)	与 WHA 伟华集团大众有限公司签署了土地购买及厂房建设协议	整车
	巴西	比亚迪	15 万辆	2024 年	30 亿雷亚尔 (约合 45 亿元人民币)	全资自建	整车、KD
蔚来	匈牙利	未公布	未公布	2022 年 9 月	未公布	未公布	电池工厂
哪吒	泰国	哪吒	2 万辆	2024 年 1 月	10 亿泰铢 (约合 2 亿元人民币)	全资自建	整车

企业	国家	车型品牌	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式	工厂类型
广汽集团	泰国	广汽埃安	未公布	2024 年 6 月	60 亿泰铢	未公布	整车
奇瑞	巴西	奇瑞	一期 5 万辆，二期 15 万辆	2014 年 11 月	4 亿美元（约合 24 亿元人民币）	全资自建	整车

数据来源：公开材料，车百智库整理

值得注意的是，蔚来、小鹏、比亚迪、领克等自主品牌在进入欧洲市场时采用了创新的订阅模式，完善充换电网络，更加侧重于品牌向外输出。与传统燃油车的出口不同，新能源车企更加重视和用户的关系，比较关注销售和售后服务环节，如小鹏采用直营+区域授权的模式，将在 2023 年底实现（直营和授权）门店、服务中心数量分别达到 17 和 15 家；领克已在欧洲设立 11 家线下用户体验中心；蔚来则根据市场特点差异化采取创新策略，在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国，由于公司用车需求大且高端车市场租赁服务占 60%，因而采取“长租+短租”的订阅模式，而针对挪威市场税收优惠较大且用户接受度高的特点则采用预订销售的模式。同时，车企还把充换电服务与个性化服务作为其竞争力，如蔚来计划在 2023 年底通过自建方式在欧洲布局 120 座换电站、38 万根充电桩，并在挪威与当地充电供应商 Plugsurfing 合作；比亚迪与壳牌合作建设超过 27.5 万个充电终端，为会员用户提供车队解决方案和专属充电服务，并有意向合作共建比亚迪—壳牌电动汽车服务中心。

图表 25 我国部分自主品牌车企在欧洲的业务布局情况（不完全统计）

业务类型	车企	国家	时间	进展情况
直营	蔚来	挪威	2021 年 9 月	开设欧洲首家直营店和换电站
		德国	2022 年 12 月	开设德国首家用户中心，计划在德国法兰克福、杜塞尔多夫和汉堡等地开设更多蔚来中心
	小鹏	瑞典	2022 年 2 月	开设首家直营店
	上汽名爵	欧洲 28 国	2023 年 7 月	品牌销售与服务网点已从 2020 年的 65 家，快速扩张到超过 830 家，计划 2022 年底达到 650 家
代理 & 经销	吉利 Polestar	西班牙	2022 年 7 月	开设线下体验空间，针对中小企业等特定团体开展在线销售等直营方式

业务类型	车企	国家	时间	进展情况
	小鹏	荷兰	2022 年 3 月	首家小鹏零售体验店由当地合作伙伴 Emil Frey 负责零售和服务网络
		瑞典	2022 年 2 月	首家零售体验店由当地合作伙伴 Bilja 利用瑞典 58 个经销商和 66 个服务中心网络来负责零售和服务
		瑞典	2022 年 8 月	计划与 Hedin Mobility 集团合作将在多个城市开设线下门店
	比亚迪	德国	2022 年 8 月	计划与 Hedin Mobility 集团合作，甄选本地多个优质经销商，覆盖德国多个区域
		西班牙	2023 年 3 月	与 Quadis、Caetano Retail Espana 和 Astara 合作，签订分销协议，预计 2023 年将在西班牙开设 8 家先锋店
		德国	2022 年 9 月	与欧洲充电园区运营商 Sortimo 合作，在德国的首座换电站开始运营，每天最高可提供 312 次换电服务
充换电服务	蔚来	挪威、德国、瑞典、丹麦、荷兰	2022 年 12 月	累计上线 10 座换电站，计划 2023 年底布局 120 座换电站
		挪威	2022 年 5 月	与 Plugsurfing 达成协议，为其欧洲用户提供 Plugsurfing 充电网络的访问权限，包括 30 万个充电点
	比亚迪	欧洲	2022 年 3 月	与壳牌签署全球战略合作协议，壳牌将为比亚迪的个人和商业客户提供会员服务，覆盖其充电网络上超过 27.5 万个充电终端；壳牌和比亚迪共同为比亚迪在欧洲的客户开发车队解决方案和专属充电服务

数据来源：毕马威，公司官网，车百智库整理

多家上下游产业链企业已宣布海外投资建厂。国内动力电池企业为巩固产业地位、与车企等客户形成更加紧密的合作关系，加速布局欧洲和东南亚市场。依托国内动力电池、原材料及充电桩企业的技术和成本优势，通过出海有助于消化部分过剩产能。尽管在海外的人力、建设成本较高，但可以节省国际物流运输成本，并有利于产业链上下游协同降低成本，建立更为稳固的产业合作关系。

图表 26 我国动力电池企业的海外产能布局情况（不完全统计）

企业	国家	产品	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式
宁德时代	匈牙利	电池	100GWh	2025 年	73.4 亿欧元 (约合 535 亿元人民币)	全资自建
	德国	锂电子 电池电芯	14GWh	2022 年 12 月	2.4 亿欧元 (约合 18.7 亿元人民币)	全资自建
	印度尼西亚	动力电池 产业链	未公开	2024 年	59.68 亿美元 (约合人民币 380.2 亿)	与 PT Aneka Tambang (ANTAM)、PT Industri Baterai Indonesia (IBI) 合作
	美国	磷酸铁 锂电池	35GWh	2026 年	35 亿美元	宁德时代提供技术支持和专利许可支持，福特出资
蜂巢能源	德国	电芯	16GWh	2025 年	未公开	从风力涡轮机制造商维斯塔斯 (Vestas) 手中接管了劳赫哈默工厂
	德国	电池	24GWh	2022 年	20 亿欧元	全资自建
	泰国	模组 PACK	6 万套	2023 年底	3000 万美元	Banpu NEXT 入股蜂巢(泰国)公司
亿纬锂能	美国	磷酸铁 锂电池	21GWh	2026 年	26.4 亿美元 (其中亿纬锂能 1.5 亿美元)	与 Electrified Power (康明斯子公司)、戴姆勒卡车及北美卡车公司帕卡合资
	匈牙利	动力 电池	20GWh	2026 年	99.71 亿元人民币	与匈牙利德布勒森市政府子公司签署意向书，购买土地
	马来西亚	圆柱 电池	40GWh	2025 年	4.22 亿美元 (约合 30.55 亿元人民币)	与 PEMAJU KELANG LAMA SDN.BHD. 合资
中创新航	葡萄牙	零碳 电池	15GWh	2025 年底	65 亿元人民币	与葡萄牙政府签署合作备忘录
	德国	动力 电池	20GWh+	未公开	未公开	与德国迪索公司签署《CALB 欧洲锂电池工厂建设项目》协议

企业	国家	产品	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式
国轩高科	美国	电池	40GWh	2030 完工	20 亿美元 (约合 147 亿元人民币)	全资自建
	欧洲（国别未知）	动力电池	40GWh	未公开	未公开	与欧洲电池制造商 InoBat 合资
	德国	电池	18GWh	2025 年	未公开	分棕地工厂和绿地工厂两期建设
	越南	磷酸铁、锂电池	5GWh	2023 年底	6.33 万亿越南盾（约合 2.75 亿美元）	与越南集团 Vingroup、研发公司 VinES 合资
	泰国	锂电池、PACK 生产线	未公开	2023 年底	6 亿泰铢 (约 1.2 亿元人民币)	与 Nuovo 合资
	摩洛哥	电池	100GWh	未公开	63 亿美元	未公开
	阿根廷	电池级碳酸锂生产线	一期 1 万吨，二期 5 万吨	未公开	未公开	与阿根廷胡胡伊省能源矿业公司合资
	法国	动力电池	24GWh	2024 年	20 亿欧元	与法国雷诺战略合作
	英国	动力电池	25GWh	2025 年	4.5 亿英镑	与日产深化战略合作
	西班牙	电池	25GWh	2025 年	未公开	与西班牙政府战略合作
远景动力	美国	电池	25GWh	2012 年	未公开	未公开
	美国	电池	30GWh	2025 年	20 亿美元	与德国梅赛德斯-奔驰达成战略合作
	美国	电池	30GWh	未公开	未公开	未公开
	日本	动力电池	18GWh	2024 年	9.12 亿美元	与日产汽车合资
恩捷股份	匈牙利	锂电池隔膜	4 亿平方米	2023 年	1.83 亿欧元	资金通过公司自有资金及自筹资金等方式解决
	美国	锂电池隔膜	10 亿-12 亿平方米	未公开	9.16 亿美元（约合 60.62 亿元人民币）	未公开
格林美	韩国	新一代超高镍多元前驱体（PCAM）	一期 4.3 万吨	2023 年	1.21 万亿韩元 (约合 64 亿元人民币)	与 SK On、ECOPRO 合资

企业	国家	产品	规划年产能	投产时间	投资金额	建设方式
科达利	欧洲（国别未知）	废旧动力电池循环回收	未公开	未公开	未公开	未公开
	德国	电池结构件	未公开	2021 年	6000 万欧元（约合 4.7 亿元人民币）	全资自建
	瑞典	电池结构件	未公开	2021 年	5000 万欧元（约合 3.94 亿元人民币）	全资自建
	匈牙利	电池结构件	未公开	2021 年	3000 万欧元（约合 2.33 亿元人民币）	全资自建
天赐材料	捷克	电池电解液	10 万吨	2020 年	2.75 亿元人民币	全资自建
诺德股份	比利时	锂电铜箔	3 万吨	未公开	5 亿欧元	与比利时瓦隆州外贸暨外国投资总署签订战略合作备忘录
华友钴业	匈牙利	高镍三元正极	2.5 万吨	未公开	12.78 亿欧元	未公开
容百科技	韩国	高镍三元正极	2 万吨	2023 年	19.93 亿元	全资自建

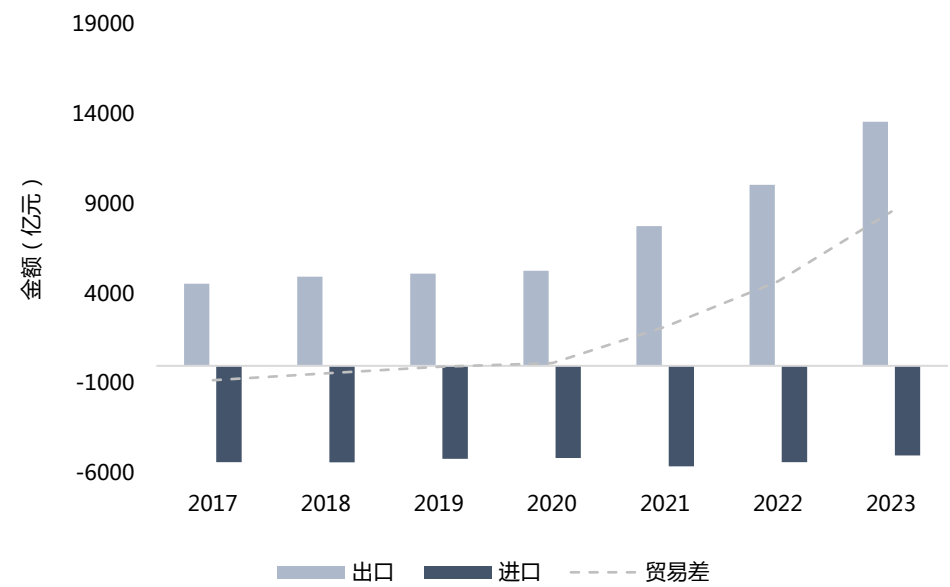
数据来源：公开材料，车百智库整理

中国新能源汽车国际化 发展需要关注的风险与 问题

汽车产业国际化发展面临的形势与问题错综复杂，对外需要应对国际贸易环境不确定性因素、国际多重认证法规与标准、海外市场配套体系等挑战，对内则对产业综合竞争力、国际经营能力、品牌建设体系、后市场服务生态等多方面有较高要求。应充分认识我国新能源汽车国际化发展仍处在起步阶段，提前研判产业国际化发展过程中可能遇到的诸如高科技竞争打压遏制、非贸易壁垒、供应链冲击等风险与挑战，做好防范与应对。

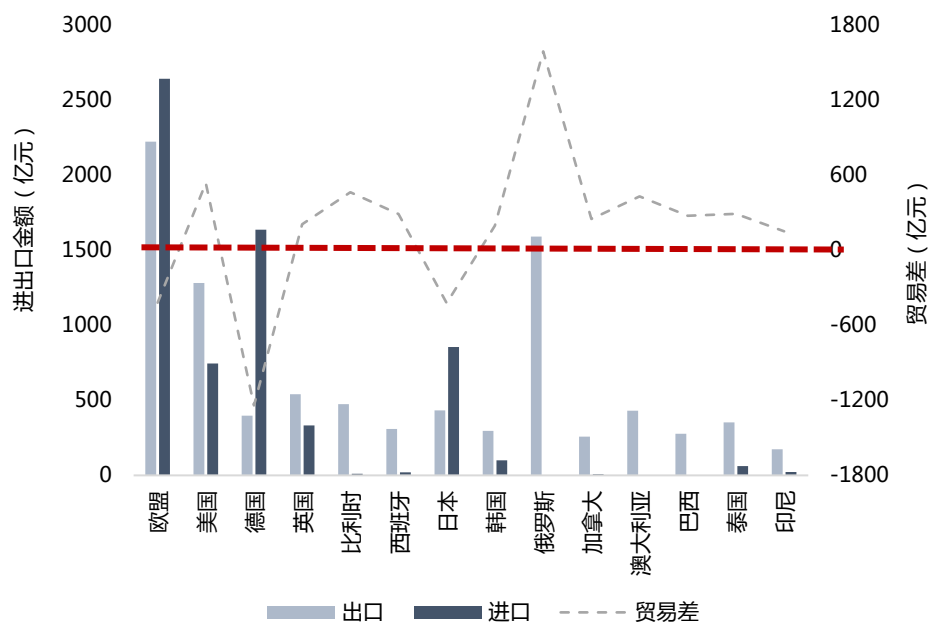
(一) 随着出口规模扩大，产业遭受贸易打压的风险加剧

中国新能源汽车国际化发展将加速改变世界贸易及产业格局。从贸易规模来看，近几年中国汽车及其零部件产品出口金额持续扩大，尤其是 2021 年以来，随着新能源汽车及相关零部件的快速发展出口金额出现快速增长，2022 年出口金额提升至 1.01 万亿人民币，较 2020 年提升 90.7%。这也带动我国汽车及零部件领域贸易地位的转变，2023 年汽车及零部件板块贸易顺差已经达到 8572.54 亿元，其中对欧美、俄罗斯、东南亚等出口市场持续走强。从产业格局来看，中国市场中自主品牌在电动汽车市场中占比已超 80%，凭借技术创新及产业整合所带来的系统性成本优势，中国新能源汽车企业将在全球市场竞争中抢占先机并逐步改变当前以传统强势汽车品牌为主的格局。据海外机构预测，到 2030 年中国汽车制造商的全球份额将从 17%增至 33%，传统整车厂的全球市占率可能从 81%下降到 58%，东南亚、欧洲、中东和拉丁美洲是中国汽车制造商的关键市场。



图表 27 我国车辆及其零部件进出口贸易金额变化

资料来源：海关总署，车百智库整理



图表 28 2023 年月我国汽车对主要国家和地区的进出口贸易金额

资料来源：海关总署，车百智库整理

产业国际化发展引起欧美等国的关注，未来遭受贸易打压的风险仍将持续加剧。各国已开始出于产业及贸易保护的目的采取反补贴及反倾销手段限制我国新能源汽车进入，美国《2022 年通胀削减法案》规定享受 7500 美元税收抵免优惠的电动汽车组装制造、上游关键矿产须来源于美国及与其签订自由贸易协定的国家，中国企业被排除在外；欧盟在延续自身补贴的同时，提出对中国新能源汽车发起反补贴调查，其调查对象包括特斯拉等在内的所有在中国生产的车企，并涉及到企业过去五年间消费侧补贴及企业获得的低息贷款、低价土地等相关支持，可能导致征收高关税或要求车企做出价格承诺，长城、吉利因在俄罗斯销售被乌克兰列为“战争资助商”，或成为被欧、美制裁的依据；东盟地区汽车产业长期受日韩企业主导，中国产品进入时可能面临他国对手利用政商资源及产业影响力进行非常规竞争；土耳其已宣布单独针对中国新能源汽车加征 40% 关税，不排除其他国家采取相应措施的可能性。可以预见，随着中国新能源汽车产业国际化发展的进一步深化，各国多种类型的贸易打压将持续加剧，这可能严重影响中国汽车在海外的价格竞争力，甚至造成区域出口直接停滞的被动局面。

图表 29 美国 IRA 法案内容梳理

指标内容	初版	细则最新版
IRA 法案	2022 年 8 月，美国政府通过“通胀削减方案”10 年内为气候和能源相关项目提供 3690 亿美元资金，以及延长和改善电动汽车税收减免。	2023 年，美国财政部发布电动汽车电池生产地相关指南
适用时间	2031 年开始退坡、2032 年底截止	2023 年 4 月 18 日后，新能源汽车需要符合规定的相关矿物和电池组件要求，2032 年 12 月 31 日后新注册车辆无税收抵免
补贴金额	满足关键矿产和电池组件两项要求，补贴上限为 7500 美元，满足一项要求，补贴上限为 3750 美元	
产品价格限制	零排放 SUV 和卡车，价格低于 80000 美元；电动乘用车低于 55000 美元	
车企销量限制	取消对车企的 20 万辆上限要求	
消费者收入要求	适用于个人收入在 15 万美元以下；30 万美元以下的联合申报	
最终组装地	北美	制造商生产车辆地，可以是工厂所在地，或是其他交付给经销商或进口商地点
关键矿产 (3750 美元)	产地要求：一定比例在北美或者自由贸易协定国家（FTA）提取或者加工，2025 年起若关键矿物在“受关注国家（FEOC）”开采加工或回收的，不可获得抵免 比例要求：2023 年 40%；24 年 50%；25 年 60%；26 年 70%；27 年后 80% 组成材料：锂、镍、钴、锰、石墨、铝等	确定步骤： 1.确定采购链 2.确定合格关键矿物 3.计算合格关键矿物含量 包括但不限于正负极活性材料；箔、粘结剂、锂盐、添加剂等
电池组件 (3750 美元)	产地要求：电池组件需一定比例在北美制造或组装 比例要求：2024 年前 40%；24-26 年 60%；26 年 70%；27 年 80%；28 年 90%；29 年后 100%。2024 年后，若相关组件来自“受关注国家”制造或装配的，不可获得抵免 具体分类：未明确定义含有关键矿物并直接用于电池组件的材料是否属于电池组件	确定步骤： 1.北美制造或者组装 2.确定每个组件增量值，包括北美电池组件 3.确定电池组件总增量值 4. 确定合格的电池组件含量组件比例：北美电池组件总增量值÷所有电池总增量值 包括但不限于正负极、固体金属电极、隔膜、电解液、电芯和电池包。含有关键矿物并直接用于电池组件的材料不被认定为电池组件，如活性材料、箔、粘结剂、锂盐、添加剂等

指标内容	初版	细则最新版
自由贸易协定 (FTA) 国家	澳大利亚、巴林、加拿大、智利、 哥伦比亚、哥斯达黎加、多米尼加 共和国、萨尔瓦多、危地马拉、洪 都拉斯、以色列、约旦、韩国、墨 西哥、摩洛哥、尼加拉瓜、阿曼、 巴拿马、秘鲁、新加坡	新增日本
外国敏感实体 (FEOC)	1) 被指定为外国恐怖组织的外国实 体；2) 进入美国 SDN(特别管制个 体)名单；3) 受覆盖国家（中俄朝 伊朗）的政府拥有、控制或受其管 辖或指示的个体；4) 受间谍法定罪 的个体；5) 有损美国国家安全或外 交政策的未经授权行为。	未给出明确清单

资料来源：公开信息，车百智库整理

(二) 海外投资过程中可能出现受阻甚巨额投资无法收回的风险

国际化发展模式转变带动海外投资规模快速扩大。出于挖掘海外市场潜力、满足海外法规及政策要求、本地化配套、降低成本等目的，中国新能源汽车相关企业不断扩大海外投资版图。企业紧密结合海外国家产业环境和政策动态，其投资行为呈现区域集聚性和投资体量大的特点。目前主要集中在三个区域，一是以配套为主的动力电池企业加速进入德国、匈牙利、西班牙等欧洲国家，宁德时代、远景动力、蜂巢能源等企业合计投资超 147.4 亿欧元，规划产能超过 200 GWh；二是上汽、长城、比亚迪等整车企业结合东盟各国在税收、补贴政策及当地良好的市场潜力持续扩大布局，其中在泰国建厂投资已超 200 亿人民币；三是墨西哥、巴西成为中国新能源汽车面向美洲市场的桥头堡，由于享受北美关税优惠等政策，特斯拉等新能源车企巨头已宣布在墨西哥当地建厂，带动新泉、敏实、万丰奥威、均胜电子等供应链零部件企业在墨西哥布局生产基地，同时北汽、上汽、奇瑞、长城、比亚迪等整车企业为了开拓北美市场选择在巴西等拉美地区建厂。

图表 30 中国汽车企业在海外主要区域投资情况

企业	国家/地区	建设内容	投资金额及产能情况	开始/投产时间
宁德时代	德国 图林根	建设西欧首个大批量电池生产项目，为宝马等欧洲汽车制造商提供电池	规划产能 14GWh，投资 2.4 亿欧元，满足约 20 万辆电动汽车的需求	2023 年 1 月投入运营
	匈牙利德布勒森	在海外最大的单笔投资的电池工厂，占地 221 公顷，靠近奔驰、宝马、Stellantis、大众等客户的整车厂	规划产能 100GWh，投资 73.4 亿欧元	2022 年底前开工
远景动力	西班牙纳瓦尔莫拉德拉马塔	在西班牙建设欧洲大陆首座零碳产业园，同时布局动力电池超级工厂、零碳数字创新中心、智慧绿氢和智能风电等业务	规划产能 50GWh，	2025 年建成投产
	法国杜埃	建设数字化、绿色的动力电池工厂，雷诺及其他品牌的电动车型提供动力电池	规划产能 24GWh，投资 20 亿欧元	2024 年基本建成，最迟 2025 年投产
欧洲	蜂巢能源	在德国萨尔州建设首座海外工厂，主要生产电池包	投资 20 亿欧元	电芯模组工厂于 2023 年年底建成投产模组 PACK 工厂最早可在 2022 年年中投产
	孚能科技	德国萨克森-安哈尔特州 建立电动车电池厂，负责生产动力电池电芯及电池模块、电池包	投资 6 亿欧元，首批产能预计为 6GWh	计划 2022 年末完工
	亿纬锂能	匈牙利德布勒森 投资建设电动乘用车大圆柱电池生产项目，主要为宝马集团供货	投资 10 亿欧元	2026 年前分批建成
	国轩高科	德国哥廷根 在欧洲正式投产的首个生产基地，其产品覆盖商用车和乘用车动力电池、储能系统及户储解决方案等	规划产能 20GWh	2022 年底启动
	中创新航	葡萄牙 与葡萄牙的投资机构 AICEP Global Parques 签订谅解备忘录，计划在葡萄牙购入土地使用权，建设零碳电池工厂	规划产能 15GWh	预计 2025 年底投产
		德国 与德国迪索公司签署了《CALB 欧洲锂电池工厂建设项目》协议，规划建设动力电池项目	规划产能 20GWh	2021 年 12 月 21 日签约

企业	国家/地区	建设内容	投资金额及产能情况	开始/投产时间
长城汽车	泰国罗勇	2023 年欧拉好猫将在泰国工厂投产，并计划将其子公司曼德、蜂巢、诺博等引入该工厂，以生产汽车电子、动力总成和座椅等汽车关键部件；同泰国三家电力能源机构签署合作协议,长城汽车已接入近 600 个充电站,覆盖超过 50%的泰国公共充电网络	截至9月已累计投资 120 亿泰株（约合人民币 22.6 亿元）,计划总投资 226 亿泰株（约合人民币 42 亿元）；泰国罗勇工厂，设计年产能 13.5 万辆	2020 年收购
上汽集团	泰国春武里府	2023 年 4 月与泰国正大集团签约,在泰国合资建立新能源产业园区，占地 12 万平方米，聚焦新能源汽车关键零部件的本地化生产，整体项目将于 2025 年建成	春武里府工厂投资 10 亿美元（约合人民币 72 亿元）；新能源产业园初始投资约为 5 亿泰株（约合人民币 1.04 亿元） 与正大集团合资建厂和研发中心 2014 年建成，一期产能 5 万台；第二座春武里府工厂产能 10 万台，2017 年投产	与正大集团合资建厂和研发中心 2014 年建成；第二座春武里府工厂 2017 年投产；新能源产业园于 2023 年 4 月签约，整体项目将于 2025 年建成
比亚迪	泰国罗勇	建设比亚迪首个海外乘用车生产基地，产品将主要投放泰国本土市场，同时辐射周边东盟国家及欧洲；与泰国经销商 ReVER Automotive 合作卖车；预计 2023 年底将建成 60-70 家经销店	建厂投资 179 亿泰株(约合人民币 34 亿元)；计划投资 38.9 亿泰株（约合人民币 7.98 亿元）用于生产电动汽车电池 新建泰国工厂，预计 2024 年开始运营，年产能 15 万台	预计 2024 年开始运营
哪吒	泰国曼谷	在泰国正式开建首个海外生产工厂-泰国生态智慧工厂；与泰国 PTT 公司在充电桩生产、安装、服务及未来意向生产战略规划等方面开展合作	建成后年产能 2 万辆，预计 2024 年 1 月底投产	2023 年 3 月启动，预计 2024 年 1 月底投产
长安汽车	泰国春武里府	2023 年 4 月，泰国投资委员会确认长安汽车在泰国建立一家电动汽车制造工厂	初始投资 88 亿泰株（约合人民币 18.3 亿元） 预计首期产能 10 万辆/年，二期提升至 20 万辆/年	2023 年 4 月启动

企业	国家/地区	建设内容	投资金额及产能情况	开始/投产时间
广汽埃安	泰国	已向东部经济走廊（EEC）政策委员会递交了投资意向书；右舵版海外车型 AION Y Plus 等车型出口；计划在泰国建立不少于 30 个经销网点，覆盖主要区域市场	2023 年 4 月已向东部经济走廊（EEC）政策委员会递交了投资意向书，筹备中	2023 年 4 月递交投资意向书
比亚迪	巴西巴伊亚州	在巴伊亚州建设大型生产基地综合体，包括电动客车和卡车底盘的生产工厂、新能源乘用车整车工厂、磷酸铁锂电池材料加工工厂	总投资额达 30 亿雷亚尔（约合人民币约 45 亿元）；新能源乘用车整车生产产线涵盖纯电动和插电式混动车型，计划年产能达 15 万辆	计划于 2024 年下半年投产
长城	巴西伊拉塞马波利斯工厂（原戴姆勒工厂）	接收巴西伊拉塞马波利斯工厂（原戴姆勒工厂），该工厂将进行智能化和数字化改造升级后	未来 10 年将投资超 100 亿雷亚尔（约合人民币 115 亿元），年产能 10 万台	2023 年下半年投产
拉丁美洲	奇瑞	巴西圣保罗州雅卡雷伊市独资建设奇瑞巴西工业园	该项目总投资额达 4 亿美元(约合 24 亿元人民币)，工厂规划先期建成年产 5 万辆；随后二期建设包含研发中心、部分供应商在内的奇瑞工业园，使之年产能达到 15 万辆整车的规模	2010 年 9 月签约；2014 年 11 月已投产
	新泉股份	墨西哥建设墨西哥工厂，仪表板、座椅等	2021 年 7 月对墨西哥子公司增资 3000 万美元，2023 年 2 月增资 5000 万美元规划仪表板总成 25 万套，座椅背板 170 万套	-
	银轮股份	墨西哥生产基地建设，主要生产供北美战略客户的电动车热管理模块和油冷器产品	投资约 2.7 亿元	预计 2023 年投产，2025 年全部达产
	旭升集团	拟建立子公司投资建设墨西哥生产基地，计划购置 31 公顷（约等于 31 万平方米）土地，进行三大工艺（压铸、锻造、挤压）全产业链布局为北美及全球客户提供先进的产品和优质的服务	总投资额不超过 2.76 亿美元	-

企业	国家/地区	建设内容	投资金额及产能情况	开始/投产时间
拓普集团	墨西哥	在墨西哥建厂，主要生产轻量化底盘、内饰系统、热管理系统等	拟投资不超过 2 亿美元	-

资料来源：公司公开、公开信息（不完全统计），车百智库整理

集聚性、大体量的海外投资可能面临环保、政策及供应链不确定性等风险。

欧洲在环保、生产要素供给、用工等问题存在不确定性，如特斯拉德国工厂因环保组织提出其对周围的环境造成破坏、引发地下水枯竭等问题导致投产延期近一年，投产后由于工人不足等问题目前产能利用率仅达 50% 左右；目前部分国内电池企业也面临因政府审批、环保人士抗议导致建设进度延期。东盟国家存在国家政局动荡与自然灾害频发等风险，如泰国 2011 年洪灾对工业造成 132 亿美元的直接损失，汽车及相关零部件产业受灾最重，停产超两周；2014 年泰国政变导致本田等日系车企减产 40%；印尼违反世界贸易组织（WTO）规定通过矿石出口禁令迫使企业在印尼境内建设精炼加工厂。墨西哥虽然作为北美自由贸易区及《美墨加三国协议》的参与国享受美国的免除关税政策，但相关企业也可能遭受美国新的“实体清单”制裁风险，同时其国家政策多变，近期墨西哥单方面提出撤销赣锋锂业九个锂矿的特许权。企业海外投资过程中可能因为诸如此类的投资环境、政策等各方面的变化导致投资受阻甚至巨额资金无法收回。

（三）企业海外经营经验与能力不足将可能引发“自毁长城”的风险

汽车产业国际化需要考虑内外部多重因素，对企业的综合优势和应对多元化挑战的能力提出较高要求。国际化是企业在拥有一定比较优势的基础上，为开拓市场、优化资源配置、降低成本、满足利润最大化目标而进入国际市场的行为。从内部来说，这要求企业在技术、组织、人才、资金等方面建立起竞争优势，并从整体战略、适应性产品开发、跨国组织调度、要素支持等各方面做好准备。从外部来说，全球政治经济形势、各国的政策及投资环境、市场需求及投资者偏好、产业资源及发展能力、人文环境及价值观、传统习俗均存在差异，企业需综合考量选择“最佳”模式及“最优”市场。同时，企业的国际化发展需要长期的

投入，随着国际化程度的加深及模式的多元化，如何维持同海外政府及合作伙伴的关系、如何迭代更新产品、如何搭建海外品牌、如何做好售后维保及服务保障等问题都将影响海外发展的可持续性。

涵盖汽车研发、制造、营销、物流、售后金融的全链条布局



完整的产品体系，覆盖各技术路线多类型车型



图表 31 上汽集团海外布局情况

资料来源：公开信息，车百智库整理

新能源车海外扩张过程中容易因自身能力或经验不足而过于冒进，或损害中国品牌形象。一方面，目前走向海外的新能源汽车企业良莠不齐，部分企业国内发展基础薄弱，部分企业出口产品并未经过国内市场充分验证。当电动汽车在海外出现自燃等严重问题，很可能因企业产品技术、售后服务、品牌公关等能力不足无法处理得当，进而引发其他竞品的攻击和信任危机，严重影响中国新能源汽车的整体形象。另一方面，部分领先企业也存在海外战略规划不足、因长期战略不足忽视品牌体系建设、售后维保体系不健全、国际化人才缺乏等问题。尤其是新能源汽车涉及的充电、售后、维修等环节，部分国家产业基础仍较薄弱，如泰国仍面临电网脆弱、工业用电用水成本较高、充电基础设施薄弱、自然气候及道路条件较差等问题，截至 2022 年底，泰国公共充电桩数量为 3739 个，车桩比仅为 20:1。企业如未能充分考虑因当地基础配套能力不足而导致在本地化生产、产品销售、售后服务环节面临的问题和风险，将可能引发“自毁长城”的风险。

（四）因缺乏组织协同导致“内仗外打”、“海外内卷”的风险

从国内产业国际化发展的经验来看，企业间各自为战、恶性竞争等现象屡屡出现。一方面，企业对外无序竞争、各自为战，导致产业缺乏定价权和话语权，以钢铁产业为例，中国钢产量占全球的 50% 以上，铁矿石进口量占全球的 60% 以上，但在对外的价格谈判中出现小企业为获得矿石私下同海外公司谈判拉高价格⁵及大企业的“官倒现象⁶”，导致国内铁矿石价格虚高，在国内企业到国外收购铁矿石矿山时，又相互抬价，造成不应有的“中国溢价”。另一方面，因企业间恶性竞争、相互内斗，导致企业利润微薄或行业整体极为负面的国际形象，如中国制造摩托车最初开拓越南时市场占有率曾达到 80%，但因无序盲目进入、恶性压价竞争，甚至降低产品质量等问题最后被整体淘汰出东南亚市场；2012 年汽车出口也曾突破 100 万辆，但由于中国汽车品牌在海外的同质化恶性竞争，给海外消费者留下“低质低价”的印象，后续销量不断下滑。

专栏：中国摩托车产业进军越南失败事件

上世纪 90 年代末，政府开始考虑环保问题，国内市场竞争形势也日趋激烈，以力帆、宗申、豪爵、新大洲和五羊为代表的中国摩托企业进入越南市场；中国摩托车产品价格竞争力强，125cc 产品基本批发价在 700 美元，售价 1200 美元，较日系同级别车型低 80% 以上；依靠价格优势，在越南的市场占有率一度达到 90%。

随着越南加强对进口摩托车的管制，众多中国企业本地建厂。但企业为抢占市场份额，利用利润空间恶意压价，最低时其利润下降到 30 元/台，同时为了降低成本，偷工减料，大肆使用质量更差价格更低的零件。钢梁大架要“轻量化”、刹车系统不迷信大牌、减震装置杆的加工痕迹清晰可见、轮毂则用回料铝轮等等，导致质量问题频出，口碑严重下降；完全忽视售后服务，大量裁

⁵ 其价格确定采取“首发-跟风”模式，即矿山公司同来自不同国家的不同企业同时谈判，一旦谈判成功，则形成“首发”价格，所有交易都“跟风”这一定价。

⁶ 个别有长期协议的钢铁企业与贸易商在低价进口铁矿后，转手高价倒卖给没有长期协议资格的小企业，造成了“一种产品，两种价格”，导致铁矿石市场价格被整体抬高。

撤售后服务人员。

最终，中国摩托车占有率从 90%降到 1%，给消费者留下“中国摩托车质量低劣、骑中国摩托车很丢人”的印象。

新能源汽车海外投资热潮可能引发低价恶性竞争、项目烂尾等严重问题。从产业内部的竞争和协调角度看，新能源汽车作为新兴产业，企业的海外业务发展及投资项目更容易出现盲目跟风的问题，目前在东南亚、欧盟已出现聚集性的投资，动力电池企业在欧洲的规划产能超过 200GWh，已公开的累计投资达到 175 亿美元。相对集中的市场导致竞争愈发激烈，未来如不能做好协调组织、引导和行为规范，可能引发盲目投资失败、企业恶性竞争等不良后果。

（五）高度关注海外合规及非贸易壁垒等问题

1、国际间碳排放、产品认证、充电、数据等标准尚未统一

碳排放核算领域，尚未形成全球通行的核算标准及数据库。汽车行业根据标的物（汽车企业/产品/服务/活动等）的不同，需要采用不同的核算方法和标准对其碳排放进行核算。目前汽车行业尚无统一的碳排放核算标准，我国在汽车企业组织层面的碳排放量化核算方法主要参考 ISO 14064-1、GHG 协议企业核算标准、GB/T 32150 等标准开展核算；汽车产品层面主要参照 ISO 14067、GHG 协议产品生命期核算标准、PAS 2050 产品生命周期碳足迹标准进行核算。具体以汽车产品碳足迹核算为例，中汽中心发布《乘用车生命周期碳排放核算技术规范》，并依据国标 GB/T 24040-2008、GB/T 24044-2008 以及 ISO 14067 的要求，基于中国汽车行业的特点，开发了汽车生命周期评价模型（CALCM），覆盖车辆周期和燃料周期在内的全生命周期阶段，但由于不同的国际组织制定的碳核算标准面向对象不同，相关标准也存在差异，无法实现完全互认。在数据收集和数据库方面，各国际标准均对碳排放核算的数据收集过程提出要求，规范数据质量，国内如中汽数据依据生命周期评价理论，开发了中国汽车生命周期数据库（CALCD），但当前各数据库在建设过程中通常具有本土化特色，未考虑到其他数据库格式、标准统一等问题，难以实现协同及互认。

图表 32 汽车企业不同标的物碳排放核算范围

标的物	范围	碳排放类型	碳排放源	核算结果的用途
汽车企业组织层面	基准年 (范围 1)	能源载体直接碳排放（化石燃料（天然气、汽油、柴油、煤等）燃烧产生的碳排放）、制程直接排放由化学反应产生的碳排放、逸散直接排放	实体拥有或控制的直接、辅助、附属生产系统排放源所产生的碳排放，也称为直接排放	用于碳排放权交易等
	基准年 (范围 2)	能源载体间接碳排放（电、冷冻水、热水、压缩空气等）、外购蒸汽、其它等	动力站房、四大工艺、其它车间、其它（生活、办公等）	
汽车整车产品	全生命周期	整车原材料获取阶段（含循环材料使用）、整车生产阶段和使用阶段、燃料周期（生产+使用）阶段的化石能源、外购电力等	原材料生产、零部件生产、整车生产、整车使用、再生阶段的直接碳排放和间接碳排放	主要用于同类产品之间技术优劣的比较，或者不同企业之间、不同国家的企业之间整车产品的环境优劣比较，并基于此建立低碳采购机制，鼓励更低碳的产品有更好的消费市场
汽车部件产品	生命周期/部分碳足迹	汽车部件原材料获取阶段、零部件生产阶段、使用阶段、再生阶段的化石能源消耗、外购电力等	原材料获取、运输、零部件生产、使用、再生阶段的设备等	可以根据“B-B”、“B-C”类型差异，核算“摇篮-大门”、“大门-大门”或“摇篮-坟墓”范围的碳足迹，以便在采购商选购或消费者使用时可以清晰了解产品的碳足迹
汽车服务层面	服务周期	化石能源、外购电力等，依据不同服务类型而异	服务所使用的用能设备、车辆等	主要用于减少单次行为的碳足迹
大型活动	活动全过程	化石燃料、购入电力、交通差旅、住宿餐饮、会议用品、废弃物处理	活动筹备、举办和收尾全过程的交通设备、餐饮设备等	

资料来源：公开信息，车百智库整理

汽车产品认证领域，主要以欧美标准为标杆，存在地域差异化特征。目前国际关于整车产品认证方式主要分为以欧盟为代表的型式认证结合自愿召回制度和以美国为代表的自我认证结合强制召回制度，多数国家均在此基础上结合本国具体的使用环境、政策法规等形成各自的管理体系。欧洲的认证体系包括整车形式

认证（WVTA：Whole Vehicle Type Approval）及根据欧洲经济委员会标准及欧盟 ECDirection 指令为依据 E/e-MARK 对产品安全、环保、技术、性能的强制认证要求。美国认证制度包括美国联邦交通部（US DOT）涉及汽车安全、节能、防盗领域的 DOT 认证，美国环境保护署（EPA）根据《清洁空气法》的排放及环保相关认证及州政府层面如加州大气资源局开展的 ICARB（加州）认证。日本根据日本工业标准（JIS）验证汽车产品的符合性等。

图表 33 全球主要国家级地区整车认证标准及法规概况

地区	汽车认证标准/相关法规
北美自贸区	·美国：DOT(安全类)、EPA(环保类)、CARB(排放认证，加州实行) ·加拿大：CDOT(安全类认证) ·墨西哥：NOM 认证(汽车官方标准)
欧盟地区	·整体：WVTA(整车认证，欧盟统一)、E/e-MARK 认证等 ·德国：德国 KBA 每年处理新车认证及老车新改进认证达 14000 多个，欧洲之最 ·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
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)
南美	·巴西：LCVM(环保类)、CAT(安全类)、INMETRO(能耗标签及零部件认证)，排放法规阶段已升级至 L7 ·阿根廷：LCM(汽车产品合格认证) ·秘鲁：058 号最高法令(秘鲁国家车辆法规) ·智利：3CV(安全类报告/声明+排放当地试验)
中东及海湾地区	·伊朗：VOC 认证，主要依赖于 ECE 欧盟认证的部分标准； ·沙特：需满足 GSO 和 SASO 标准 ·以色列：强制性认证，提供所需测试的报告或证书 ·海湾七国和伊拉克北部均认可 GCC 的认证，GSO 法规在海湾地区六国范围内强制执行；
非洲	·如埃及、阿尔及利亚、尼日利亚、苏丹等：提供所需测试的报告或证书即可，另尼日利亚要求每年提供一次 COC 证书

地区	汽车认证标准/相关法规
RCEP 东盟成员国	·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
	·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
	·新加坡：可在国际通用的汽车安全认证体系中任选一项，进行要求的全部型式认证试验即可注册
	·印尼：需本地进行检测与认证
	·越南：对进口每批次每车型检查，文件+实车+检车测试
	·菲律宾：ICC 认证
RCEP 其他成员国	·澳大利亚：VSS 的整车认证(取得符合性铭牌 Identification Plate)
	·韩国：由 MOT、MOE 和 MOI 归口管理的安全、环保和油耗标签三方面认证，电动汽车需通过 Appraisal Test
	·日本：JIS 认证

资料来源：《中国汽车出海研究报告》，艾瑞咨询，车百智库整理

充电基础设施领域，车辆出口面临充电标准与接口不统一的问题。汽车工程师协会(SAE)和电气电子工程师协会(IEEE)的充电和电网集成标准化被广泛应用于电动汽车导电充电系统，不同国家和地区由于在电网配套、电动汽车发展阶段、标准执行等方面的差异采取了不同的充电标准。北美地区主要使用 SAEJ1772 标准、欧洲使用 IEC62196-1,2,3 标准、中国使用标准 GB/T20234.1,2,3-2011、日本的电动汽车直流充电是使用 CHAdeMO 标准、特斯拉采用北美充电标准(NACS)。不同充电标准的差异主要包括充电接口类型、充电协议(充电流程、通讯方式)、充电功率等方面存在差异，如美国和日本使用 J1772 标准的五孔交流充电口，而欧盟和中国采用七孔充电口，导致充电设备无法互通。

充电类型及名称	充电标准				
	中国	美国	欧洲	日本	特斯拉
AC					
参考标准	GB/T 20234	J1772	IEC62196	J1772	NACS
DC					
参考标准	GB/T 20234	J1772	IEC62196	CHAdeMO	NACS

图表 34 全球主要充电标准情况

资料来源：公开资料，车百智库整理

数据管理及数据安全领域，新能源汽车海外市场拓展还将受到全球各国数据安全法规的影响。全球已有 100 多个国家出台了数据安全法律法规，对数据安全、隐私保护等相关问题进行严格规范，汽车作为重要的数据载体被囊括其中。欧盟以适用于汽车领域的《一般数据保护条例》（GDPR）为基础，构建了“外严内松”的数据监管体系，其适用范围覆盖所有对欧盟内数据主体的个人数据进行处理主体；美国发布《澄清境外合法使用数据法案》（CLOUD Act），以维护产业竞争优势为主旨，构建了数据跨境自由流动与限制选择性政策其中针对个人数据以双边或多边谈判方式，并规定如美国政府索取，所有美企必须将存储在境外的数据交给政府；中国出台《数据安全保护法》明确指出中国境外开展数据处理活动。但各国数据安全监管政策“碎片化”，各国监管侧重点不同且对于数据安全保护评估标准并不统一，例如，国内外对于汽车行驶过程中的路径、里程等信息的定义和管理存在差异，部分国内认定的一般数据在国外被作为敏感数据。

图表 35 主要国家出台的数据安全法律法规

国家/地区	法律名称
欧盟	《数据通用保护条例》（GDPR）
中国	《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》

国家/地区	法律名称
俄罗斯	《俄罗斯联邦个人数据法》
美国加州	《消费者隐私法》(CCPA)
	《澄清境外合法使用数据法案》(CLOUD Act)
美国内华达州	《内华达州数据隐私法》(SB 220)
新加坡	《个人信息保护条款》(PDPA)
日本	《个人信息保护法》(PIPA)
德国	《联邦个人信息保护法》(BDSG)
英国	《数据保护法》(DPA2018)
瑞士	《联邦资料保护法》(DPA)
印度	《个人数据保护法草案》
韩国	《个人信息保护法》(PIPA)

资料来源：北京信百会信息经济研究院，车百智库研究院整理

2、重视因合规要求导致成本增加及相关限制性壁垒的风险

新能源汽车出口需符合多领域国际标准，将增加企业合规成本。以较严格的欧洲为例，产品层面，需通过欧盟 WVT A 与 E/e-MARK 对产品安全、环保、技术、性能的强制认证要求，符合欧洲的充电规范及用户习惯；数据层面，要满足《数据通用保护条例》(GDPR) 及《数字服务法》(DSA) 对数据存储、传输、访问等功能和行为的规定；及其它法令如《欧盟电池法令》对动力电池进行强制碳足迹申报、限制及电池护照的要求等。这将增加企业成本，如单一车型需要根据各国具体要求进行认证，存在认证项目重复、认证费用高等问题；在数据方面，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，当合规要求调整，企业还需及时进行产品变更并付出额外的认证时间及费用。

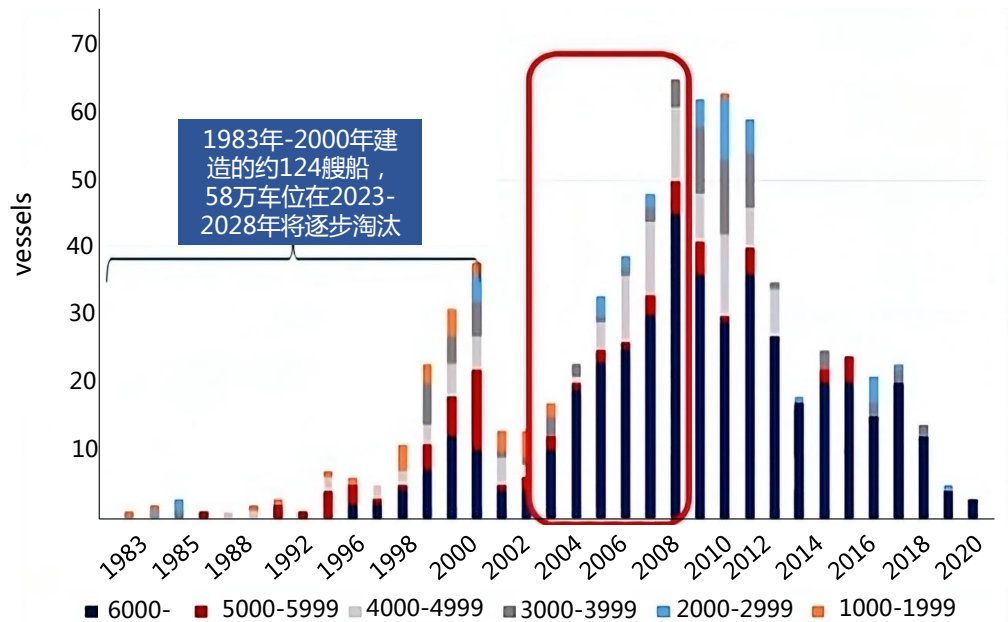
与此同时，应高度重视以安全、环保、人权等合规要求为名推出的出口数量限制、技术性壁垒、绿色壁垒等非贸易性壁垒。如欧盟电池法从绿色发展的角度对产业提出要求，其规定的碳足迹披露范围包括产品从原材料的开采、制造、运输、分销、使用到最终废弃阶段全生命周期所产生的温室气体排放量，为满足其要求我国动力电池的潜在碳成本或将达到约 100 元/kWh；法国近期调整“绿

色奖金”政策，要求获取 5000 欧元购车补贴的整车生命周期碳排放需符合法国政府设定的标准，大部分欧洲以外生产的电动汽车因用能清洁化程度低将被排除在外。

（六）新能源汽车国际化发展支持保障体系仍待完善

适应大规模汽车出口的运输保障体系尚未建立。一方面，汽车出口快速增长引发运力供求失衡。汽车出口主要运输方式包括远洋海运（滚装船、集装箱船）、铁路（中欧班列）及陆路运输，其中滚装船海运运输占比约 80%。2021-2023 年，我国汽车出口量年均增长约在 100 万辆，但目前全球滚装船数量约 750 艘（其中 4000 车位以上 600 艘），其中部分已临近服役年限。当前快速增长的出口规模与新运力补充长周期的矛盾凸显，这也使得滚装船运费相较于 2021 年低点翻升 8-10 倍，价格达到 70-130 美元/立方米，普通 A 级轿车运费达到约 1500 美元/辆，对车企带来较大的成本压力；集装箱运输成本相对较低，但也面临装箱作业复杂、易发生磕碰货损等问题。另一方面，在铁路运输中，2023 年 1 月中国发布《关于支持新能源商品汽车铁路运输服务新能源汽车产业发展的意见》，明确新能源商品汽车不按危险货物管理，但根据《国际海运危险货物规则》中明确，常见的锂电池新能源汽车属于第 9 类危险货物，目前在运输中仍存在危险货物瞒报、海运装箱安全技术标准不完善、危机事故防范及处理能力欠缺等问题⁷，严重影响海上运输的安全性。

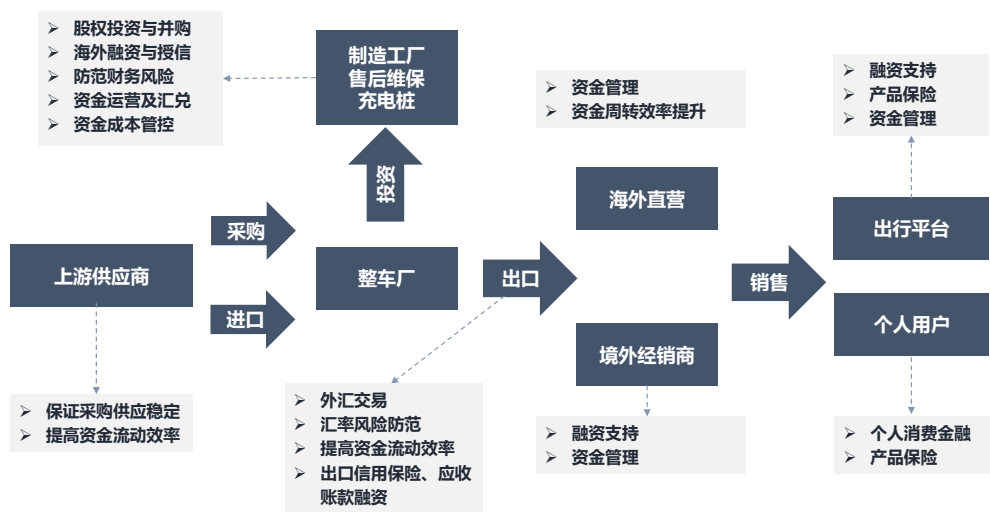
⁷新能源汽车海上集装箱运输难点及对策，《世界海运》2023 年 09 期，赵国强等（宁波海事局）



图表 36 全球滚装船寿命及运力情况统计

数据来源：FEARNLEYS、长久物流，车百智库整理

支撑新能源汽车深度国际化发展的金融服务体系仍待完善。随着新能源汽车海外业务拓展及深度本地化发展，其对海外融资、外汇交易、结算及保值、出口信用保险、供应链金融、个人消费金融等方面的金融服务需求愈发突出，美日德等国以政策性金融和商业性金融机构为主体，通过知识产权质押融资、出口项目重点融资专项、中小企业定向融资支持、出口信用保险及融资担保等多样化的金融工具支撑企业的海外发展。但目前我国的金融服务体系还存在金融产品不完善、海外支撑能力较弱等问题，针对新能源汽车企业的金融产品尚未成熟，海外消费信贷等业务缺乏相应的资质，企业主要选择通过海外合作伙伴推荐或本地的龙头企业进行合作的方式获取金融支持，相应资金成本和效率无法保障。



图表 37 汽车国际化发展金融服务需求分析

数据来源：车百智库

（七）产业全球博弈及因国际形势变化引发的产业链、供应链波动

因中国新能源汽车产业对原有国际市场及产业链格局的冲击将可能引发新的竞争问题。在当前新能源汽车国际化面对的主要市场中，东盟地区传统汽车市场、产业链及配套服务体系主要由日本企业主导，如泰国本地产能中日本企业占比超 80%，积累了深厚的用户基础和政商资源，泰国有意通过引入外部先进企业，以重新布局调整和市场竞争带动产业发展；欧洲作为汽车发源地，传统汽车工业基础良好，本地品牌优势突出，中国自主品牌在欧洲的销量主要为名爵、极星等中国制造的欧洲品牌产品；美、日、韩、欧主流车企长期在墨西哥、巴西布局，全球前十企业在墨均有产能。在国际化向纵深发展的过程中，中国向全球价值链中高端攀升对美欧日韩等发达国家现有的产业体系的冲击将持续加剧，企业进入时不可避免地面临同外国主流企业的全面竞争，可能出现他国竞企利用政商资源及产业影响力进行非常规竞争的情况。如中日在东盟基建领域的竞争中，日本曾通过构建排他性海外基建投资联盟及推广自身所谓“高质量基础设施原则”的方式同中国企业竞争。应充分考虑竞争对手在政策执行、标准、产业链配套、金融服务、舆论等环节采取的影响竞争公平性的行为。

因国际形势变化可能对新能源汽车供应链产生冲击。全球政治、安全经济形式变动加剧，新冠疫情、俄乌冲突爆发冲击国际经济秩序、引发全球能源、资源及战略格局重塑，各国进一步加强供应链本地化建设及核心技术自主可控；美国采取多维度的对华遏制政策，尤其是在产业和技术领域，通过《芯片与科学法案》推动芯片制造产业链向美国转移，并限制企业同中国开展正常的经贸与投资活动，制定“小院高墙”的封锁政策，严密管控两国间的技术交流与合作；全球资源争夺日益加剧，美国积极推行全球矿产资源联盟、建立由西方国家组成的“矿物安全伙伴关系”以增强其矿产资源保障能力，发展中国家通过出口禁令等方式加强对矿产资源的把控。我国在芯片等关键部件与动力电池关键上游资源领域基础薄弱，芯片研发技术知识产权主要集中在美、日、荷兰等国家，在汽车相关的计算、控制芯片领域国产化率不足 5%。我国锂资源储量占全球的 6%左右，但禀赋较差、开发成本高，对外依存度超过 70%；镍和钴资源储量均仅占全球的 2%左右，对外依存度长期在 80%以上。随国际形势变化，可能出现跨国公司出于政治和安全因素调整对华投资及合作策略、中国汽车产业及企业对外经济和科技信息交流受阻、汽车关键零部件与关键原材料保障困难，甚至供应链的“断链”等风险。

中国新能源汽车产业 国际化发展的方向及 路径

产业国际化发展是涉及面广、综合性强、复杂度高的系统工程和长期战略，应充分吸收日韩与我国其他产业在国际化发展中的经验与教训，从战略、市场、经营、模式、品牌、绿色发展等方面出发，坚持深度本地化的发展战略，深度融入全球产业体系，加快我国新能源汽车国际化发展进程。

（一）产业国际化发展路径及模式借鉴

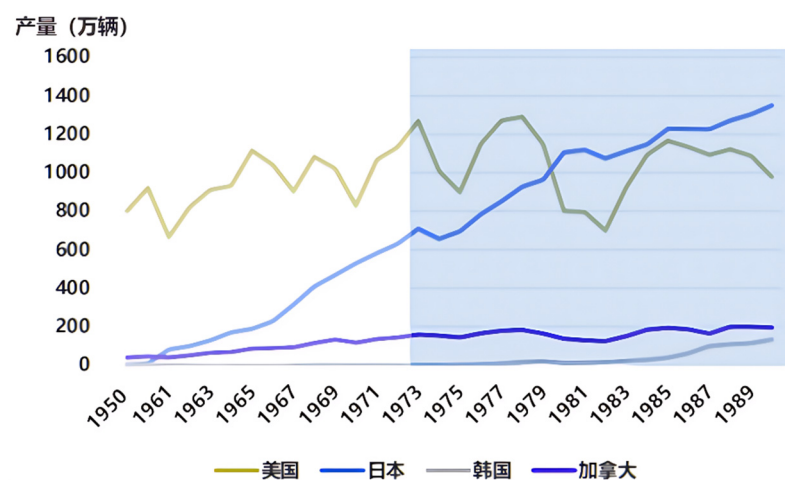
1、日本汽车产业国际化发展经验

（1）日本汽车产业国际化发展历程

上世纪五十年代，日本经济逐步复苏，汽车工业也开始起步。日本结合本国资源匮乏的国情，主推高质量、低能耗、经济实惠型汽车，随着国内市场的不断扩大，日本汽车制造商开始将目光转向国际市场。1953 年，日产汽车公司推出了第一款出口到美国的车型——Datsun（达特桑），标志着日本汽车工业开始走向国际化。

从上世纪 60 年代开始，凭借对产业质量及生产成本的把控，日本汽车产销规模快速增长，1961 年日本汽车年产量超过意大利位居世界第五位，1965 年超过法国居第四位，1966 年超过英国居第三位，1968 年超过德国居第二位，同时在海外，日本汽车产品逐步获得美国市场的认可，1960 年代初，丰田、日产、本田等日本汽车制造商开始在美国建立生产基地，进一步拓展海外市场。

直到 20 世纪 70 年代中后期，随着石油危机的爆发和环保要求的提高，欧美大功率、大型汽车受到重创，低排量、省油省钱、高性价比的日系车抓住这一机遇，迅速推出了一系列具有竞争力的产品，如丰田的 Camry 和本田的 Accord，大规模进入海外市场。1977 年，日本汽车的出口量首次超过了本土市场销量。1980 年日本汽车年产量首次突破 1000 万大关，一举超过美国成为世界第一汽车制造国，同年，日本出口美国汽车达到 192 万辆，占了美国进口汽车的八成，日本汽车占美国汽车市场的份额高达 20%。



图表 38 1950-1990 年世界汽车产量在核心国家的分布

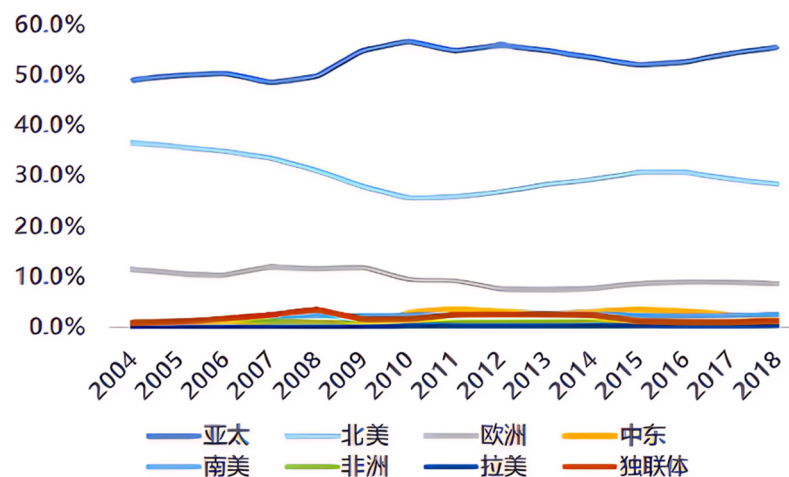
数据来源：日本汽车工业会调查、东吴证券研究所，车百智库整理

但日本汽车全球化的快速发展也引发了其它国家的限制和打压。美国三大汽车公司要求对日本汽车实施进口限制，1981 年两国签署的《日美汽车贸易协定》将日本对美出口量限制在 168 万辆以内。面对巨大的国际市场蛋糕，日本汽车企业采用赴目的地投资建厂的应对方式，丰田与通用、马自达与福特、三菱与克莱斯勒相继在美国联合建立装配厂。1987 年日本汽车年产量占世界汽车总产量的 26.6%。日本汽车工业经历了从生产到研发、从销售到供应链全球化的转变。通过目的地建厂生产，日本汽车规避了关税问题，2009 年日系车在本土外的产量达到 1011.8 万辆，首次超过当年本土市场的产量。

21 世纪以来，随着全球市场竞争加剧和技术创新加速，日本汽车工业面临来自各方面的挑战。为了保持竞争优势，日本汽车制造商开始加大研发投入，推动技术创新和产品升级换代。同时，逐步加强了与其他国家和地区的多元合作，如与欧美汽车制造商合作开发新能源和智能汽车技术。此外，日本汽车制造商还开始向其他领域拓展业务，如向服务领域发展，提供汽车金融、二手车交易等服务。

从海外市场结构来看，北美市场尤其是美国市场是日系车早期最大的海外市场，而后日本汽车制造商逐步加大对其他国家和地区的汽车出口和产业链布局力度，包括欧洲、中国，东南亚、澳大利亚等。2011 年，亚洲市场的产量占比达到了 56.4%，同期北美市场和欧洲市场的比重分别下降到 23.1%和 10.5%。

总的来说，日本汽车产业在全球市场通过长期的探索和发展取得了显著的成功，1985 年，日本汽车出口量为 685 万辆，2022 年出口量为 356 万辆。虽然出口量下降，但 2022 年日系汽车在全球销量占比 25.3%，位居全球第一。当年，日本车企海外汽车产量达 1695 万辆，本土产量仅为 784 万辆。其产品在质量、可靠性和创新方面得到广泛认可，通过建立全球化供应链、生产基地和研发中心，不断扩大其国际影响力，海外生产战略取得较大成果，带动日本成为全球最具竞争力和影响力的汽车工业国。



图表 39 日本汽车产量全球分布

数据来源：日本汽车工业会调查、东吴证券研究所，车百智库整理

(2) 日本汽车产业国际化发展启示

重视技术创新和研发，并借此形成产品、品牌优势。日本汽车国际化发展中，高度重视技术创新、产品研发、精益生产方式。在技术和产品方面，日系车以低油耗、高性价比为战略方向开展技术研发，丰田公司在以高效、环保、节能为方向于 1966 年推出的全球首款商用混合动力汽车——普锐斯（Prius），标志着动力系统和电池技术的重大突破，并在后续持续推出了高精度燃料喷射系统、可变气门正时技术、双离合变速器技术等等，为其产品的性能和燃油经济性提供了重要支持。在精益生产方面，日本企业为解决大批量生产中出现的库存堆积与产品质量难以把控等弊端，通过准时化与自动化的理念来进行优化。尤其是在国际化发展的过程中，将精益生产作为提高效率、减少浪费、提高质量的重要方式，采用单件流及拉动式等生产方式，提高了整个制造流程的效率和效益，根据日本学者大鹿隆著作的记录，1985-1996 年期间，丰田每台车生产时间是通用的二分

之一，人均产值从相当到是通用的 1.8 倍，大大提高了其产品的国际竞争力。

强化产业组织，推动产业链协同发展。日本企业抱团发展方面，日本各大汽车品牌与零部件企业彼此合作，深度绑定，如五十铃与日野共同组建了客车合资事业部，日野接受丰田 50.1% 的出资控股并与其开展技术合作，同时丰田为马自达提供混合动力技术许可，形成了一个完整的协作闭合链，这既有利于高新技术及管理经验在产业内部的传递从而提高行业整体竞争水平，又可以增强企业抗风险能力进而保障整个行业的危机应对水平。而当个别企业出现危机时，其他企业对其施以援手，利用并购重组的形式拯救弱势企业，如 2016 年三菱因数据造假问题陷入生存性危机后，日产集团迅速反应，借助资本合作、提供人才与技术等手段力挽狂澜拯救了三菱集团。

加强同东道国企业合作，实现本地化发展。日本汽车企业积极同国际集团合作，大举参与海外重组，注重在海外的本地化发展。同欧美国家开展资本参与、技术合作、共同研发等业务，在东南亚地区以提供技术、安全生产等技能的方式与当地汽车厂商建立合作关系。如在美国，丰田与特斯拉共同开发电动汽车，在欧洲，日本日产、法国雷诺和德国戴姆勒相互出资，在中国，丰田为天津一汽夏利出资并提供生产技术。这一方面为日本的汽车海外投资业务开辟了通道，有效地绕开了东道国外资引进的产业壁垒；另一方面日本汽车企业融入当地经济建设中，与当地重点企业形成“一荣俱荣、一损俱损”的产业格局。

从国家和企业层面高度重视国际化发展中的人才培养和管理。国家层面，将教育作为促进经济增长和赶超欧美国家的一大着力点，强化职业教育及培养技能型人才的重要性。企业层面，如丰田基于海外人才培养战略，制定涵盖普通员工、本部外派人员、优秀管理者的“丰田人才发展体系”，每年派出大量的员工进入海外区域，并培养本土人才担任中高级领导职位，发挥本地化管理优势。在资金及金融支持方面，

2、韩国汽车产业国际化发展经验

(1) 韩国汽车产业国际化发展历程

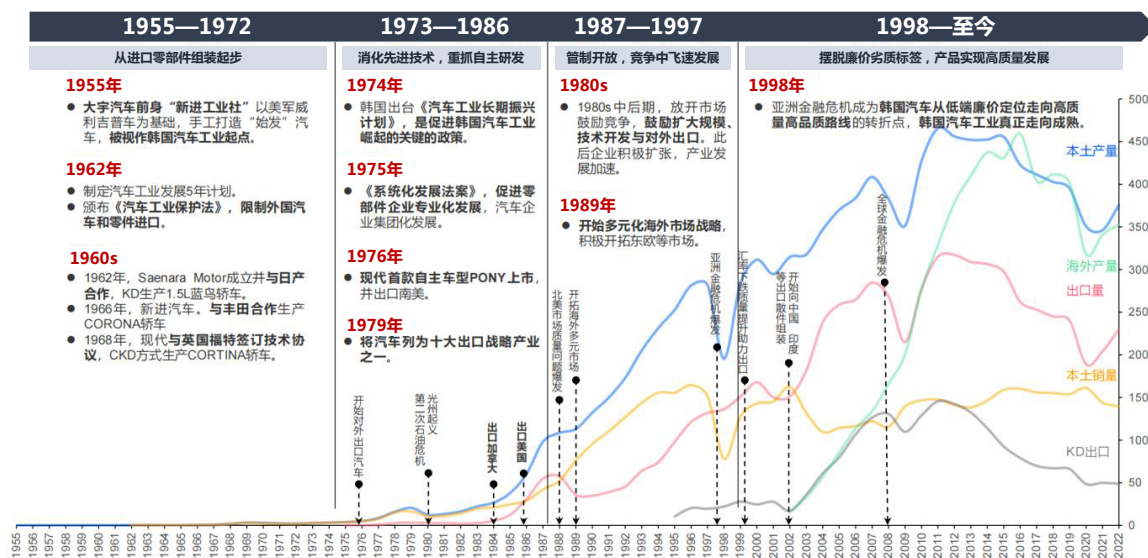
20 世纪 50 年代至 60 年代初期，韩国政府为促进国内经济增长，满足国内市场需求，开始推动汽车工业的发展。初期韩国汽车制造商主要生产模仿自其他国家的產品，如大宇汽车前身“新进工业社”以美军威利吉普车为基础，手工打

造“始发”汽车，其产品的技术水平和产品质量相对较低。

1962 年，韩国颁布《汽车工业保护法》，制定了汽车工业发展 5 年计划，一方面通过进口许可制定保护国内汽车工业，另一方面通过整合国内汽车企业为实现汽车国产化做好铺垫。大宇、起亚等企业通过同丰田、日产、马自达等日本企业合作，主要以 KD 方式实现本地化的汽车生产。进入七十年代，韩国制定发展汽车工业基本计划推动汽车国产化发展，1974 年，韩国现代推出自主研发的第一个车型现代 Pony，使韩国成为世界第 16 个能独立生产轿车的国家。同时，韩国汽车制造商也开始注重提高产品质量和技术水平，以满足国内市场需求和出口到其他国家，1979 年，韩国汽车产量突破了 20 万辆大关，出口达 3 万辆。

20 世纪 80-90 年代，韩国放开市场，鼓励扩大规模、技术开发与对外出口，带动企业积极扩张。由于韩国本土汽车市场空间有限，韩国政府实施汽车出口导向型战略。现代、起亚从 20 世纪 90 年代以低价策略重点突破北美和欧洲市场，出口规模不断扩大，其产品线涵盖了小型轿车、SUV 和商用车等多个领域。其他如双龙汽车和雷诺三星等企业也积极寻求海外合作伙伴，以扩大市场份额和提高品牌知名度，1997 年，韩国汽车产量突破了 300 万辆，出口 131.7 万辆。

但同年，韩国汽车工业受到亚洲金融危机的冲击，其海外的低价低质的产品形象也对其海外发展造成了严重影响。为应对危机，韩国汽车产业进行了更大规模的调整，现代汽车收购起亚汽车成立现代-起亚汽车集团，其他主要企业纷纷兼并重组，企业进一步加大在产品质量把控和品牌提升方面的投入，企业逐步把生产线向海外转移，在美国、中国、伊朗等国家投资建厂，带动韩国汽车工业真正走向成熟。2004 年，韩国汽车出口数量达到 232 万辆，国内外总销量突破了 400 万辆。



图表 40 韩国汽车产业国际化发展历程

数据来源：KAMA 韩国汽车工业协会，《中韩汽车产业出口比较研究》田明拜，《战后韩国汽车工业政策研究》邵志勤，《走近韩国汽车工业》柯晓岸，《从日韩汽车产业国际化经验看中国汽车出口》李婷，国海证券研究所，车百智库整理

整体来看，韩国汽车工业在海外以 KD 生产、零部件起步，靠质量、产品提升逐步实现突破，通过全球化的品牌营销和本地化战略巩固发展优势。现代、起亚、大宇、双龙等整车企业与摩比斯等零部件企业全球竞争力稳步提升，成为全球重要的汽车生产国，也对韩国本土的制造业发展起到了支柱作用。

(2) 韩国汽车产业国际化发展启示

充分发挥国家政策的引导及支撑作用。韩国在汽车产业自身及国际化发展中，实现政府的发展计划和产业目标与市场中企业力量的有机结合。从起步期开始，通过《汽车工业保护法》、《汽车工业育成计划》等规划与政策，重点推动本国产业能力建设，提升自主化率；在形成了一定产业基础之后，通过《长期汽车工业振兴计划》、振兴出口综合政策、汽车工业合理化措施及汽车进口自由化方案，实现由支持企业自主研发，开展出口业务；后期加大支持力度，对出口产业实行外汇贷款、设备融资、援助技术引进等优惠措施；再到逐步放开汽车市场，解除国内整车企业和市场的政策及关税限制的阶段性跨越。

稳扎稳打布局海外本地化生产、研发及供应链体系。韩国汽车产业的发展过程中面临日本、美国等企业的激烈竞争，因而其企业在推进过程中循序渐进，依

靠良好的根基开展全面的体系布局。现代自上世纪 70 年代开始出口，通过长期的市场拓展及技术积累，培养企业自身能力，直至海外主要市场基本稳定，1997 年出口和内销规模相近时才在土耳其落成海外第一座工厂。在海外布局时除产能外，重视通过建立全球化的研发中心跟踪、洞察各地技术趋势和市场动向，支撑其全球化发展战略。在供应链方面，在培养本土零部件企业生产能力，攻克关键零部件技术的基础上，推进同整车配套出海，这也同时促进了零部件企业的国际发展，2021 年世界汽车零部件百强企业排名（以销售额计）中，韩国现代摩比斯、威亚等 9 家零部件企业入围。

重视产品质量与品牌培育的重要作用。韩国汽车企业在发展初期主要面向美国市场，1986 年，现代 EXCEL（千里马）车型进入美国，凭借低廉的价格迅速抢占市场，但随后其产品制动力不足、变速箱锁死等质量问题持续爆发，市场口碑持续恶化，销量从巅峰时 27.6 万辆跌至 11 万辆，并严重影响了韩国汽车企业整体形象。此后，韩国企业从粗放型发展转向以质量为重点的发展模式，通过持续的技术积累提升产品性能，强化产品质量管理，提升品牌认可度，2006 年在 J.D.POWER 进行的新车质量调查中，现代汽车获主流车第一名。产品质量和品牌口碑有力支撑了企业的海外销售与发展。

因地制宜选择适宜的产品。韩国汽车产业在国际化发展过程中经历了由从欠发达地区起步，到高度依赖北美市场，再到市场及产品多元化发展的转变。这一过程中韩国企业高度重视市场研判，开发和选择适宜的产品，如在美国市场，受通胀影响美国上世纪八十年代汽车价格高企，现代凭借低价中配的策略，以同级别更大的空间和更低的价格同丰田及雪佛兰竞争；在中国市场，现代凭借伊兰特、福瑞迪、瑞纳、ix35、索纳塔等适配中国市场的入门级车型迅速打开局面；在印度市场，重点以 SANTRO 为代表的小型车爆款抢占市场。

3、中国家电产业国际化发展经验

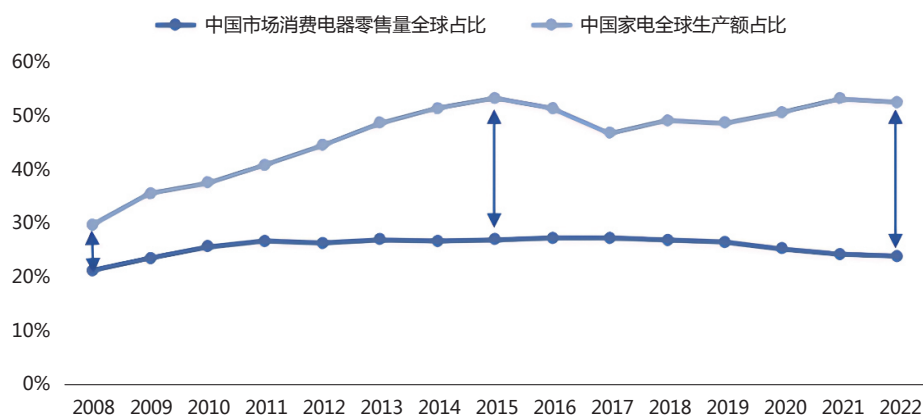
（1）中国家电产业国际化发展历程

20 世纪 80 年代初期，中国家电产业开始起步，国家确立了“鼓励引进先进技术和装备”的行业发展战略，依靠引进外资和技术，合资建立家用电器及零部件厂，生产黑白电视机、电冰箱、洗衣机等产品，提高了中国家电产业的技术水平和生产能力。

20 世纪 90 年代起，随着中国经济的快速发展，国内市场需求不断增长，同时国家对家电产品的相关优惠和保护政策基本取消，中国家电企业开始注重自主创新和品牌建设，一批中国家电品牌开始逐步在国内市场占据主导地位，不断推出具有自主知识产权的新产品，如海尔冰箱、格力空调。同时，中国家电企业开始通过兼并收购等方式与国外企业展开合作，引进更多先进技术和设备，并逐步将产品出口到东南亚、中东、非洲等地区，进入追求出口订单和贴牌生产的 1.0 时代。

2001 年，随着中国加入世界贸易组织（WTO），中国家电企业一方面以高性价比作为“杀手锏”，另一方面通过海外并购、自建基地等方式，打开了更加广阔的国际市场，2001 年至 2005 年，中国家电出口额平均增长率为 29.8%，比入世前 5 年提高 10.4 个百分点，产业逐步进入海外创牌和战略收购的 2.0 时代。

2008 年全球金融危机之后，全球家电格局变革加速，韩国企业保持一枝独秀的姿态，欧美企业主要通过业务整合维持局部优势，日本企业在竞争中处于劣势，占比逐步下降，中国企业则凭借产业链和制造能力优势稳步发展，2008 年至 2017 年间，电视、洗衣机、空调及彩电产量分别增长 78.1%，68.7%，119.2%，73.4%。同时中国家电企业持续加大对外投资力度，在全球范围内建立生产基地和销售网络，强化品牌建设和市场拓展，逐渐获得全球消费者的信任。



图表 41 中国家电市场消费及家电全球生产占比情况

数据来源：欧睿国际，车百智库整理

目前，中国的家电产品覆盖全球主要国家和地区，服务全球超 20 亿的用户家庭，自有品牌和技术获得广泛认可。据统计，2021 年，中国家用电器出口额为 987.2 亿美元，出口规模和增速创近十年新高，2022 年中国家电空调、冰箱、

洗衣机外销出货量占比分别为 43%、46%、41%，有超过四成的产能用于供应海外家电市场，中国家电产业进入企业海外本土化生产和运营的新时代。

（2）中国家电产业国际化发展启示

依托国内超大市场优势，打通产业链上下游。在家电行业的全球竞争之中，中国家电企业背靠中国这个全球最大的需求市场，不断开展产品、技术、商业模式的创新与迭代，为提升产品档次及品牌价值提供基础；同时，以国内市场作为后盾为中国企业提供了并购的资本和资金。头部企业注重布局上下游产业链，覆盖除整机以外如电机、压缩机、液晶面板等关键部件资源，建立了良好的成本管控及抗风险能力。

高度重视海外本土化发展。中国家电企业将海外市场本土化设计、生产、运营、销售作为规避贸易壁垒和贴合本地消费者需求的重要手段，通过代工生产、海外收购逐步过渡到海外创牌，有效地提升自身全球化发展的竞争力。如海尔集团坚持“三位一体”本土化战略，即“本土化研发、本土化制造、本土化营销”，其 2009 年在泰国正式投产的空调工厂，已发展成为年产量百万套的制造中心；美的集团早期依靠 OEM 模式进入国际市场，从 OEM、ODM，到 OBM，逐步转向“本地运营”；海尔在海外并购整合过程中，充分结合当地的企业文化和工作习惯，坚持海外团队本土化运营，最大程度保留原有组织框架。

拓展多样化的营销模式。随着近几年家电线上销售渠道和规模的快速发展，众多家电品牌就及时“搭上顺风车”，通过线上渠道向海外销售产品，通过更直观、便捷、高效的购物和支付方式满足消费者需求。在渠道拓展方面，在传统的亚马逊、Lazada 为主的跨境电商渠道之外，企业也同国内的互联网企业孵化的新平台合作，如京东全球贸、字节 Tik Tok、拼多多 Temu 等，共同探索跨境电商海外销售新模式。

（二）中国新能源汽车产业国际化发展的主要路径

1、战略层面：高度重视新能源汽车国际化发展，明确长期发展路线

习近平总书记强调，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，要深化新能源汽车产业交流合作，让创新科技发展成果更好造福世界各国人民。从经济发展来看，中国新能源汽车发展走在世界前列，不但是稳就业、促创新、高质量发展的压舱石，也是中国产品和品牌海外发展的新名片。预计2030年，中国汽车出口量将超1000万辆，其中新能源汽车占比将超过一半。

应从战略高度明确新能源汽车国际化作为系统工程和长期战略的复杂性和重要性，树立国际化发展理念，统领产品、技术、服务、经营等各个领域。深度调研海外市场环境和消费需求，根据自身情况选择差异化发展路径，带动产业链联合出海，共享国际资源，逐步从出口贸易为主向投资、技术、管理等深度合作模式转变，实现产品、服务、技术和标准协同“走出去”，深度融入全球汽车产业新格局。

图表 42 中国新能源汽车出口情况测算

测算项	2022	2030E
全球：汽车销量（万辆）	8163	8800
全球：新能源汽车销量(万辆)	1082	4500
全球：新能源渗透率	13.3%	51.1%
中国：汽车销量（万辆）	2686	3000
中国：新能源汽车销量（万辆）	688.7	1800
中国：新能源渗透率	25.6%	60%
中国：汽车出口量	311.1	800-1000
中国：新能源出口量	67.90	400-500
中国：新能源出口占比	21.8%	50%

数据来源：IEA、EVsales、OICA，车百智库（2030年汽车出口量预测值含海外生产部分）

2、市场层面：因地制宜、因企施策选择市场及产品

中国汽车企业在选择国外市场时，应该详细了解并研究当地的地缘政治环境、政策法规、市场竞争情况、交通情况和文化偏好等基本信息，并根据企业自身特点来选择适合的目标市场，避免盲目选择开发热点。在海外开展业务时，应根据市场情况进行不同的战略规划，充分研究和了解个体发展的优劣势以及对目标市场的适应性，重视开展贸易、出口、对外投资和战略合作，注意多元化发展。

在产品选择方面，不同区域消费者的需求类型、价格接受度都有不同。如欧洲消费者对产品性能及环保要求较高，亚太市场消费者对价格敏感度较高，新兴市场消费者对适合短途出行、公共出行的车型偏好较强，需要根据不同市场的需求和消费者偏好综合选择合适的产品类型。企业应结合自身的产品布局和优势综合选择产品类别，确定相应的价格区间及相应的推广策略。

图表 43 中国新能源汽车海外区域发展模式分析

地区		整车布局重点及模式	零部件布局重点及模式
亚洲	泰国	利用市场潜力强化贸易出口，深度本地化生产	三电核心部件，投资建厂
	印度尼西亚	-	矿产资源与动力电池领域，合资+并购
	印度	本地化生产(收购工厂或自建)	跟随车企出海
	沙特	贸易出口，资本合作	-
	中亚五国	贸易出口	-
欧洲	西欧&北欧	贸易出口逐步过渡本地化建厂，技术合作	动力电池投资建厂、技术合作
	俄罗斯	贸易出口+KD 生产	产业链协同出海
美洲	美国	新能源，贸易出口+墨西哥生产辐射北美	技术输出等新型合作模式
	墨西哥	贸易出口+KD 生产	配套特斯拉及国内主要企业，在三电、传统领域投资建厂
	巴西		矿产资源，合资+并购
澳洲	澳大利亚、新西兰	新能源汽车贸易出口、政策及模式借鉴	矿产资源，合资+并购

资料来源：结合海外市场基础、企业行动、贸易情况整理，车百智库

3、经营层面：培养全方位的国际化经营能力

产品和技术水平是企业综合能力的最终呈现，新能源汽车行业作为技术密集型行业，持续强化产品研发、技术创新及质量把控能力是企业获得国际竞争力的核心。企业应结合行业发展和客户需求，组建科学、合理、高效的研发组织体系，加强企业主导的产学研深度融合，积极关注国际前沿技术和发展趋势，持续推动产业技术创新。在质量把控方面，充分认识到产品质量的重要性，在国内已建立的质量管理体系与流程的基础上，加大对海外产品及海外生产、海外原材料等方面的过程质量把控。

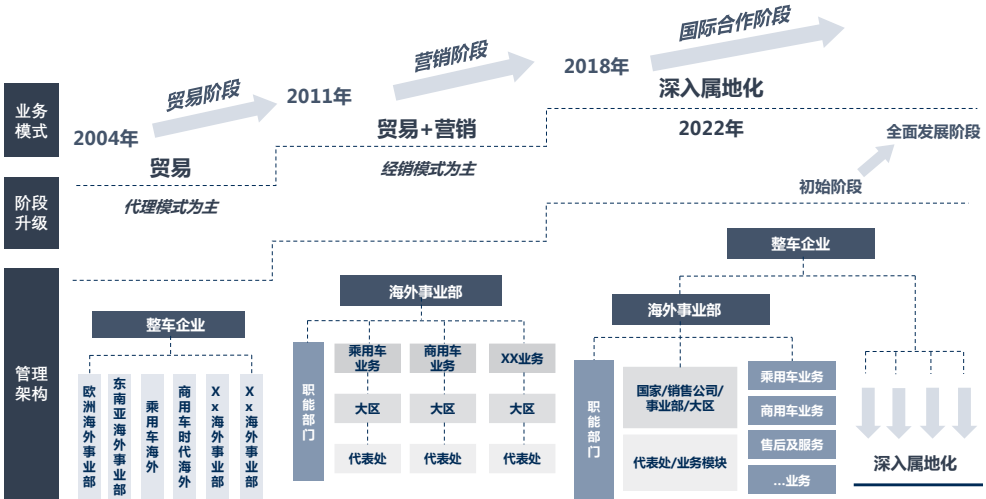
组织结构的优化和改进是提高企业经营效率的重要基础。目前部分新能源汽车企业发展时间较短，组织架构和流程管理体系仍在建设之中，在海外发展中，更应重视企业组织架构设置、职能划分、流程规划的合理性，通过配套的组织架构来实现战略的“解码”落地，避免出现因流程、组织效率问题影响企业决策，错过海外商机的情况，促进“全球一张办公桌”的高效运作。对集团类的企业而言，应重视集团内不同企业的市场划分、资源共用、信息共享，建立完备的组织管理机制。

企业在国际化发展中将面临政治、经济、法律等各个层面的不确定性和风险。应通过建立健全风险管理机制，对相应的风险提前预判，及时预警，制定相应的应对预案，确保国际化经营的稳健发展。同时，企业应主动融入海外与汽车行业的机构与组织，参与相关国际法规的制修订，推进与重点国家技术法规与产品互证互认，着重做好海外政治、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，开展高效的海外合作，做到“防患于未然”。

国际化经营需要具备全球化视野和跨文化沟通能力的人才，目前海外业务的爆发式增长导致现有人才无法满足需求，据汽车人才研究会统计，国内主流车企国际化相关人才占比不足全员的 2%。应做好国际化人才发展的前瞻性、长期性规划，打造具有较强竞争力的国际化人才队伍，努力提升产品、品牌、研发、生产、渠道建设等国际化业务以及组织、流程、管理体系等内部人力资源储备；推进建设本地化人才团队，学习借鉴当地的用人风格，更好地与当地人文环境相交融，提高团队协作和执行力，为国际化经营提供有力的人才保障。

4、模式层面：推动发展模式多样化

纵观汽车发达国家及其他产业的国际化发展，通常将经历产品贸易、海外组装、本地化生产、海外品牌及生态打造等阶段，采用货物贸易、投资建厂、合资合作、全球化研发、技术合作等多种方式。应坚持稳扎稳打、循序渐进原则，拓展多样的合作模式，结合自身产业发展基础、发展诉求和海外国家政策、市场情况，选择重点市场进行突破，积累经验和资源，并根据市场需求和反馈不断调整和优化商业策略，并进一步拓展其他市场。要坚持深度本地化的发展思路，匹配当地政府对产业和经济发展的诉求，与当地企业、研究机构共同研发新技术和新产品，开发本地化的供应商和物流企业，提高生产效率和降低成本，同时规避被打压的风险。



图表 44 汽车企业国际化发展阶段及模式变化

数据来源：企业调研，车百智库整理

充分发挥中国新能源汽车产业链的成本、组织优势，形成上下游企业协同出海的新模式。加强整车同产业链上下游企业在国际化发展方面的沟通协作，通过建立供应商和客户之间的长期合作关系，开展资源、信息、技术共享，协同开展市场调研、市场策略制定、生产计划协调等工作，实现供应链的稳定和高效运转。

在市场推广及商业模式层面，可将已经过国内市场创新、探索及验证的模式推广到海外。例如目前中国在重卡换电和电池银行等领域进行了实践探索并取得

了初步成效，可通过智能化管理、优化配置，解决新能源重卡成本高、续驶里程不足等问题，而国外市场如欧洲、中亚、中东等地有巨大的需求。在海外市场实际推广过程中，需要持续关注市场反馈和运营数据，根据市场变化及时调整商业策略，以适应不断变化的市场环境。

5、品牌层面：高度重视品牌和生态体系建设

品牌和服务生态体系的搭建是新能源汽车行业国际化发展的重要环节。汽车作为居民重要的大宗消费品，其产品品牌形象、历史及服务体系对用户选择至关重要，目前部分国际市场消费者，仍存在“中国制造”就是“低质低价”的刻板印象，中国新能源汽车品牌在海外认知度仍然不高。例如在 2023 年慕尼黑车展中，个性化、智能化的中国新能源汽车产品吸引了广泛的关注，但从实际情况来看，欧洲消费者对“中国制造”仍存在固有印象，根据英国民调机构 YouGov 的调查，目前大多数欧洲消费者并不是很了解中国汽车品牌。从销量来看，2023 年上半年欧洲新能源汽车品牌销量排行榜中，只有原本为英国品牌的名爵与由沃尔沃背书的极星进入销量前 20，分别为第 8 名和第 18 名。

车企需要运用产品、用户和竞品多维度策略，提升自身的国际形象和品牌认知度，培育国际化品牌战略。可采用共用销售网络、打造独立品牌、直销、直销+代理模式等多种经销方式推动新能源品牌快速进入新的市场，获得更广阔的销售渠道和更多的商机。利用独立网站、新型社交媒介、本地媒体等多元化的渠道开展全媒体传播，提高品牌的曝光度和影响力，增强消费者对新能源产品和服务的信任度。利用科技实力和社会责任感，将社会责任感融入品牌核心价值，打造值得信赖的产业品牌，赢得消费者的信赖。



图表 45 新能源汽车品牌管理体系

数据来源：企业调研，车百智库整理

在服务生态层面，相较于传统燃油车，新能源汽车涉及到充电基础设施服务、动力电池回收利用、维修保养体系、OTA 升级等诸多新领域。应根据海外市场的实际情况，通过自建或本地化合作的方式，优化充电网络布局，更好满足不同领域、不同场景充电需求，不断提高充电服务经济性和便捷性。对海外市场的维修保养服务要更加重视，提升服务人员安全服务意识，完善新能源汽车专用检测工具与设备，确保服务网点具有必要的售后服务和应急处理能力。在维修保养时重点加强动力电池关键零部件的质量检测，及时发现产品安全隐患并妥善处理。要加强动力电池再生循环利用，根据海外的政策法规要求及产业诉求，依托国内动力电池及回收企业，推动建立动力电池回收利用体系。

6、绿色发展层面：坚持绿色低碳与可持续发展的方向

全球应对气候变化形势空前紧迫，各国加紧重视汽车产业的绿色低碳发展，通过推动汽车全生命周期减碳、探索建立汽车产业碳足迹核算体系、拓展电池梯次回收利用体系等多样化的方式提升产业的绿色发展水平，国家间也出现了覆盖材料、制造、产品、回收等产品全生命周期的法规要求。低碳化和可持续发展已由理念层面转变为具体的发展任务和要求，尤其是在国际化发展的过程中，围绕着汽车的供应链实施低碳化、可持续发展的战略，愈发成为决定企业成败的关键

环节。

未来要以低碳为核心，构建覆盖产品全生命周期的绿色低碳发展体系，培育企业的国际绿色竞争力。从领先企业的行动来看，近期奔驰宣布在中国 2030 年实现生产过程碳中和，新车产品全生命周期碳排放较 2020 年减少至少 50%，实现整个供应链的绿色可持续成为其核心价值主张和战略方向。从国内企业发展来说，应尽快梳理和掌握自身碳排放的整体情况，逐步建立全链条的数字化管理系统，构建适用于企业跨国经营及运营的全生命周期碳排放数据库，研究制定切实可行的脱碳目标与中长期计划，强化绿色产品和技术布局，通过提升用能效率、工艺优化、清洁能源替代、资源循环利用、绿色供应链资源开发、创新绿色商业模式等举措实现产品全生命周期的绿色低碳，打造低碳竞争力与低碳品牌形象。应顺应全球经济社会趋势，积极践行以可持续发展为核心的 ESG（环境、社会 and 治理）理念，制定可持续发展的整体战略，明确在环境保护、社会责任和公司治理方面的目标、具体措施和时间表，为深度融入全球投资、治理体系，争取全球消费者的认可建立基础。



图 46 新能源汽车企业绿色低碳发展框架

资料来源：车百智库

推动新能源汽车国际化发展的政策建议

在中国新能源汽车国际化发展持续提速的背景下，应从行业顶层规划、风险防范、竞争力提升、国际合作、产业组织协同、支撑体系、国际标准互认等方面着手，解决产业发展重点问题，提高发展效率，支撑产业高水平国际化发展。

（一）明确新能源汽车国际化发展的国家战略，强化顶层设计和战略统筹

从国家层面高度重视和支持新能源汽车产业的全球化发展，研究制定新能源汽车产业国际化发展战略与中长期规划，明确具体发展目标，并提出长短结合、具体务实的政策方案。健全产业国际化发展的管理机制、配套法规制度的建设，积极搭建高效交流平台，及时针对产业国际化发展面临的瓶颈展开研究并发布相关信息。坚持高水平对外开放和海外发展并举，抓住新能源汽车参与国际市场的关键问题，有针对性地开展国际贸易谈判、政策协调、政企交流等，多措并举鼓励支持各类车企、零部件企业开拓国际市场。

（二）积极作好反补贴、反倾销等贸易限制性措施的应对

建立常态化贸易应对体系，针对已经实施反补贴、反倾销措施的国家，灵活运用谈判、法律等手段，推动双边贸易关系的缓和，减低反补贴、反倾销措施的连锁反应。加强商务部、海关总署等政府部门与进出口商会、行业协会、企业的沟通机制，鼓励涉案企业联合进行合理应诉程序，争取自身合法权益。对与我国保持良好汽车进出口贸易关系的国家和地区，要做好事前沟通和长期关系维护，减少其反补贴、反倾销的可能。持续跟踪欧美等国在汽车产业环保法规、原材料管控等方面的关键法案，研判可能带来的风险，健全我国相关法规条例。

（三）全面提高汽车海外投资环境评估、安全预警及风险应对能力

由政府主管部门牵头行业组合和企业成立汽车产业国际化风险评估中心，定期发布欧洲、美国、东南亚、南美等重点投资地区和国家的政治、社会及安

全风险评估报告。建设政府部门、汽车及零部件企业、民营资本、多边金融机构、法律机构等有效衔接的国际投融资平台，加强企业对海外投资、兼并或合并的风险识别，加深对当地复杂的政治、文化因素的了解，降低海外投资的盲目性。建立事后跟踪和突发事件联合应对机制，严密跟踪企业海外投资后产生的汇率波动、地缘政治冲突、经济低迷、市场竞争等多重问题，提升海外黑天鹅事件的应对能力。

（四）全面提升新能源汽车产业的国际综合竞争力

在关键技术领域，积极开展现有电池体系的技术迭代升级，重点推动下一代动力电池、芯片等前沿技术突破，加快钠离子电池、固态电池、锂硫电池、金属空气电池等的研发及产业化应用，夯实新能源汽车产业的底层技术和基础创新能力。在矿产储备领域，成立国际层面的战略性矿产资源委员会，加大国内相关资源的勘查开发力度，在资源配置、财政收入、重大项目、矿业用地等方面加强引导和差别化管理，构建自主可控的海外矿产资源运输体系，确保关键矿产供应安全。产业布局层面，提升整车规模和零部件供给能力，在持续加强国内新能源汽车全产业链的盈利能力、综合竞争力的同时，逐步加大国际化战略转型与行动力度。

（五）推进汽车产业全球化发展和项目合作

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的契机，完善中欧、中国东盟、中泰、中墨等多、双边高层合作机制，将推动新能源汽车贸易、海外投资等作为合作的重点内容，提升研发、市场、供应链国际化重构过程中中国的参与度。支持整车企业与零部件企业协同建设海外重点区域的汽车产业园区，展开国际产能合作，推动一批重点示范项目建设。

（六）推动建立汽车企业海外发展的协同机制

由工信部、商务部等政府部门牵头，联合上汽、广汽、比亚迪、长城、蔚来、宁德时代等在国际化市场开拓布局较领先的企业，组建中国汽车企业海外协同发展与合作平台，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。强化政府部门对汽车企业海外协同发展与合作平台的指导，支持平台对成员企业的监督协调机制，加强在海外销售网络建设、售后服务体系建设、物流及其他资源共享等方面的沟通协调和共建共享，共同维护行业秩序和对外良好形象。

（七）构建支撑新能源汽车国际化发展的物流、金融配套保障体系

充分调研企业进出口贸易、物流计划、出口车型配置、境外金融服务需求等情况，持续优化海关服务流程，畅通新能源汽车出海通道，拓展铁路、陆路运输渠道。针对当前滚装船运力不足及“滚改集”的新业态，优化监管模式，通过信息化平台和 24 小时服务等方式，确保企业“提前申报、抵港直装、按时发运”。针对新能源汽车重点地区，支持地方海关同本地企业建立合作交流平台及信息共享机制，结合本地运输情况及运力规模，匹配企业的具体业务需求，共享海关最新政策、预警信息、国际贸易规则及市场情况等。将新能源汽车、动力电池等作为海关通关重点保障产品，重点开展新能源汽车贸易规则和政策解读，加强对新能源汽车企业 AEO 高级认证证书等方面的申报指导。加大对新能源汽车相关企业走出去的金融支持力度，鼓励中资银行境外机构、多边金融机构、专项基金等通过银团贷款、科创贷款、国内信用证等多样化的方式支持企业的海外业务发展。

（八）加快推动国际间汽车标准互认

遵照国际标准制定规则，充分借助国际标准化组织、国际电工委员会、联合国世界车辆法规协调论坛等平台，研究制定符合新能源汽车国际化发展需求的标准和规范，推动国内外标准的通用和兼容。在充电领域，优先在“一带一路”国家推动充电接口及标准互认。在碳排放领域，参考国外要求制定法规标准，加快完善国内整车及原材料碳排放数据库及核算标准，推动国内针对整车及零部件制造形成的碳排放核算结果能与欧洲、亚洲等地区互认。在数据领域，借鉴欧美推动跨境数据流动协议做法，以“一带一路”沿线及 RCEP 成员国为重点，围绕数据传输、交易、共享和利用环节建立数据对等互信及“白名单”机制。



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）