

全球第一是中国汽车出海的新起点

2023年，在新能源汽车的助力下，中国汽车出口491万辆，首次超越日本，问鼎全球第一。站在全球第一的起点上，中国车企出海的步伐加快。

2024年，中国汽车出口依然保持同比百分比两位数增长。与此同时，中国汽车产业出口的挑战逐渐明朗，关税风险加剧，车企谋求产能出海、价值链全面出海等新模式成为另一趋势。

中国汽车出口量和单价实现突破

近年来，我国汽车产业链和供应链不断完善，产业结构不断调整升级，汽车出口规模日渐扩大。在汽车出口销量一路狂飙的同时，汽车出口价格逐步走高，呈现出“量价齐升”的特点。此外，随着我国汽车产业新旧动能切换，新能源汽车出口成为不可忽视的黑马。

根据海关总署披露的数据，2023年我国汽车（包括底盘）出口数量为522.1万辆，同比增长57.4%。2024年1-10月，我国汽车（包括底盘）出口数量为528.5万辆，同比增长24.8%。

除了出口销量爆发之外，我国汽车出口产品逐渐呈现出中高端化趋势。在2024汽车技术与装备发展论坛上，工业和信息化部装备工业发展中心装备研究四处高级工程师王芳披露数据，“2019-2023年，我国汽车出口均价从0.5万美元提升到2.4万美元，实现了380%的增长。”整车出口价格的提升，意味着出口车型从中低端向中高端跃升。

我国汽车出口的另一大特点是新能源汽车成为新增长曲线。凭借完整、高效且具有成本优势的新能源汽车产业链，中国制造的新能源汽车开始向欧洲等电动汽车消费市场出口。

乘联会秘书长崔东树指出，随着中国新能源汽车市场从补贴驱动向市场驱动转型，中国新能源汽车的市场竞争力大幅提高。中国新能源汽车出口在2021年实现爆发式增长，随后进入持续的高增长区间。虽然今年受到欧盟进口新能源汽车关税政策干扰，但2024年1-10月中国新能源汽车出口数量仍达到172万辆，同比增长15%。

根据中汽协的统计数据，2023年，新能源汽车出口120.3万辆，同比增长77.6%，创历史新高。2024年1-10月，新能源汽车出口105.8万辆，同比增长6.3%。

海外市场仍有广阔空间

从燃油车到新能源汽车时代，中国车企的“出海梦”始终不变，中国汽车的海外市场究竟在哪里？面对国内车市日益激烈的存量竞争，海外淘金是否走得通？

从世界范围来看，海外市场整体发展处于成熟期。根据崔东树披露的数据，2023年世界汽车销量达到8901万辆，同比增长13%。2024年1-10月，世界汽车销量为7421万辆，同比增长2%。

乘联会秘书长崔东树指出，2016-2018年中国汽车销量占世界汽车销量的30%左右，2019年下降到29%。2020-2021年，市场份额回升到32%，2022年、2023年分别为33%和34%。

以当前我国汽车市场的出口表现来看，2024年1-10月，中国整车出口总量排名前十的国家市场是：俄罗斯（957304辆）、墨西哥（386545辆）、阿联酋（261615辆）、比利时（246896辆）、巴西



（217591辆）、沙特（216945辆）、英国（166926辆）、澳大利亚（149727辆）、菲律宾（138131辆）、土耳其（114517辆）。

上述排名前十的海外市场，比利时、英国均位于欧洲。其中，比利时更是一度被多家车企视为进军欧盟市场的重要桥头堡。

近年来，欧盟车市的一大特征是纯电动车市场强势发展，纯电动车销量从2019年的35万辆增长至2023年的196万辆。值得一提的是，欧盟将纯电动车与插电混动车区别对待。此外，欧盟的电动化战略较为激进。

在欧盟纯电动车市场的竞争格局中，中国品牌表现逐步走强。2020年，中国品牌市场份额突破2%，2021-2023年分别为2.2%、6.5%、9.2%。

崔东树指出，欧盟市场表现突出的纯电动车品牌主要是大众、特斯拉、Stellantis、宝马，以及吉利旗下的沃尔沃等。而中国的上汽、比亚迪、小鹏、蔚来，以及长城汽车等企业也有一定的表现，但中国品牌总体规模相对较小。

今年1-8月，欧盟电动车市场销量排名前五的车企为大众（23.34万辆）、特斯拉（19.8万辆）、Stellantis（15.31万辆）、宝马（10.97万辆）、吉利集团（10.61万辆）。中国车企中，上汽集团销量为6.04万辆，比亚迪销量为2.36万辆，小鹏汽车销量为3256辆，长城汽车销量为1376辆，蔚来销量为1152辆，与前述车企还存在差距。

除了欧盟以外，东南亚也是中国纯电动汽车和混合动力汽车出口的重要市场。2024年1-10月，中国新能源汽车出口总量排名前五的国家市场中，东南亚占据了两个席位，分别是泰国（97379辆）和菲律宾（94138辆）。

构建出海新模式

世界各国汽车市场呈现出不同特点，中国车企根据自身情况并因地制宜将出海的蓝图铺就。奇瑞在2001年走出国门，产品出口到中东市场；上汽通过收购MG品牌叩开欧洲市场大门；考虑到挪威市场纯电车型的高渗透率，蔚来将出海的第一站选在欧洲的挪威；成为全球新能源汽车销量第一的比亚迪陆续在全球建厂……

在中国车企孜孜不倦地努力下，多家车企的海外出口业务实现正增长。今年1-10月，奇瑞成为整车出口第一的车企，销量为94.1万辆；上汽紧随其

后，销量为75.7万辆；长安位列第三，实现46.7万辆出口量。从增速上看，比亚迪增速最快，1-10月出口33.2万辆，同比增长79.6%；北汽出口21.8万辆，同比增长63.2%；长安出口增速亦超过60%。

当前，汽车出海不再局限于整车出海，产业链的集体出海正在成为趋势。从汽车出海路径来看，从KD组装走向本地化生产，“技术出海”“生态出海”是汽车出海的题中之义。

而从外部环境来看，关税风险成为中国新能源汽车出口的障碍之一，中国车企纷纷选择产能出海以应对上述挑战。目前，多家中国车企已经在东南亚、拉美、欧洲、中东等海外市场规划建厂或启动投产。其中，比亚迪预计其在匈牙利的工厂将于2025年末开始投产。此外，除了利用本地化生产规避关税影响外，吉利计划通过沃尔沃、LEVC和路特斯汽车利用其在欧洲的生产能力，并愿意与当地企业建立联盟。

零跑汽车则通过反向合资，以轻资产模式与Stellantis集团合作成立零跑国际，催生出海新模式。零跑汽车将借助Stellantis集团分布于全球的渠道网络、售后服务体系等商业资源，加速扩张零跑汽车产品在全球的销售。零跑汽车提供产品技术，扮演主导技术研发、提供具备国际竞争力产品的角色。

不难看出，面对当前的出海壁垒，中国汽车“走出去”“走上去”的决心不变。“做全球化一定要有耐心，而且一定要多方共赢。”在小鹏AI科技日上，小鹏汽车董事长何小鹏多次强调出海多方共赢的重要性。哪吒汽车表达了类似的观点：推动产业链上下游、零部件配套体系协同出海，通过“一车出海带动全链”“技术出海”的中国模式，把中国领先的电动汽车技术、供应链、制造能力带到当地，更好地培育并服务当地市场，带动当地产业快速发展，实现互利共赢。

此前，比亚迪曾表示，比亚迪持续在泰国本土招募和培养相关领域的人才，以面对跨文化的协调与管理中遇到的挑战；适应当地消费者的习惯和偏好，实现本地化运营。

可以看到，汽车出海不再仅仅与“汽车”或“零部件”某一种产品相关，如何实现技术的交流、文化的共振非常重要。

路漫漫其修远兮，面对广阔的海外市场，中国车企展露出勃勃雄心。站在全球第一的新起点远眺，中国汽车扬帆出海将成为未来汽车市场的主旋律。（文章来源：时代财经）