



2025年 新能源汽车出口行业词条报告

头豹分类/制造业/汽车制造业/电车制造

绿色驱动力——中国新能源汽车出口的战略布局与全球视野 头豹词条报告系列



作者：崔泽昊、钟泓、程星月、杨晗、陈斯涵

2025-07-11 未经平台授权，禁止转载

行业分类：制造业/电车制造

摘要

新能源汽车出口是指将中国生产的新能源汽车销往海外市场。2024年，中国新能源汽车出口量达128.4万辆，同比增长6.7%，得益于技术创新、产业链整合及政策支持。比亚迪、蔚来等企业突破关键技术，提升竞争力。同时，中国车企加速拓展亚洲、中东、拉美等新兴市场，应对欧美政策调整挑战。政府通过补贴、信贷支持等措施降低企业出口成本。随着国际市场需求多元化，中国新能源汽车出口结构更趋稳定，市场规模持续扩大，出口均价与出口量共同推动行业增长。

行业定义

新能源汽车出口是指将在中国境内生产的新能源汽车通过整车、散件（CKD/SKD模式）及相关技术服务的形式销售至海外市场的行为。作为中国汽车制造业国际化的关键分支，该行业涉及产品交易、海外建厂、本地运营、品牌输出及售后服务体系建设。其兴起主要受全球绿色出行与碳排放目标的驱动，同时伴随中国国内产能过剩及头部车企全球化战略提速等多重因素。在全球汽车产业电动化转型趋势下，中国企业凭借完整的产业链、规模优势和技术突破，快速实现产品与品牌出海。新能源汽车出口以国内大循环为基础，通过技术与模式创新，将产业链优势向全球溢出，推动行业从“产品出口”向“标准出口”升级。

行业分类

新能源汽车出口的行业分类主要基于出海方式分为整车出口、零部件出口、投资并购以及产业链出口。

根据出海方式分类

新能源汽车的出口方式主要包括整车出口、零部件出口、投资并购以及产业链整体输出。

整车出口

整车出口，即将完整新能源汽车直接销售到海外市场，此方式能够快速响应海外消费者对新能源汽车的需求，提升品牌在国际市场的知名度。

零部件出口

零部件出口，即侧重于向海外供应新能源汽车的关键零部件，如电池、电机、电控系统等，这有助于利用在零部件制造领域的成本和技术优势，深度融入全球新能源汽车产业链。

投资并购

投资并购，即在新能源汽车领域，企业通过收购海外新能源车企股权，或对其直接注资，以此实现市场版图扩张，在当地建立生产基地开展本地化生产。

产业链出口

产业链出口，即在新能源汽车领域，企业将涵盖生产制造、销售推广、售后服务等各环节的完整产业链布局至海外市场。

行业特征

新能源汽车出口的行业特征包括商业模式多元化、技术与成本优势推动市场集中度提升、全球市场分化加剧，全球化发展任重道远。

1 商业模式多元化

中国新能源汽车出口已形成以整车出口为主、产业链协同出海为辅的多元化商业模式。2024年，中国新能源汽车出口128.4万辆，同比增长6.7%。其中整车出口量达101.2万辆，同比上涨17.9%。在商业模式上，企业不仅通过整车出口，还采用零部件出口、海外建厂、技术授权、合资运营等多元化方式。例如，吉利通过收购沃尔沃实现技术反哺，长城汽车在德国建立研发中心，宁德时代在匈牙利投资73亿欧元建设100GWh电池工厂。

2 技术与成本优势推动市场集中度提升

在2024年全球新能源汽车市场快速发展的背景下，中国头部车企凭借技术创新和产业链整合使其在品牌质量、成本控制和出口竞争力方面得到显著提升。比亚迪、蔚来等头部企业在电池能量密度、充电速度以及自动驾驶辅助系统等关键技术领域取得突破，特别在超充网络上的布局，使得充电速度进入“分钟时代”，采用高压平台的车型可以在10—15分钟内完成从10%到80%的电量补能。同时，借助规模效应和产业链整合，头部企业与供应商深度合作，确保原材料供应的稳定性并有效控制成本，进一步巩固其在全球市场的竞争优势。据公开数据显示，2024年前十名车企将占据全球新能源汽车市场85%以上的份额，行业集中度的提升使得中小车企的生存空间受到进一步挤压。在此趋势下，中国头部车企正加速拓展海外市场，凭借技术和成本优势提升中国新能源汽车在全球市场的影响力。

3 全球市场分化加剧，全球化发展任重道远

在欧美国家阶段性调整新能源战略背景下，亚洲、中东、拉美和非洲等市场成为中国新能源汽车主要出口地。根据公开数据显示，截至2024年，亚洲市场占中国新能源汽车出口总量的超过40%。受益于东南亚、中东等区域政策支持与产品价格接受度，中国品牌加速在印尼、泰国、阿联酋等市场布局，并实现销量突破。然而，传统贸易保护主义的频繁出现以及全球主要国家集体加强对新能源汽车贸易的保护措施，对中国新能源汽车出口构成严峻挑战。其具体表现为，英国将燃油车禁售时间推迟至2035年，德国取消购车补贴，美国放宽尾气排放及电动汽车销量目标，以及欧美车企也纷纷暂缓电动车生产计划。面对这些挑战，中国新能源汽车企业需精准布局海外市场，持续提升竞争力，积极构建国内外合作伙伴关系，并通过差异化战略拓展多元市场，以推动产业的可持续发展。

发展历程

新能源汽车出口行业的发展历程涵盖萌芽探索阶段、启动成型阶段、高速发展阶段和动荡调整阶段。2010-2015年为萌芽阶段，中国政府对新能源汽车产业支持政策的持续实施，以鼓励中国新能源汽车的发展，随着新能源客车出口的增加，海外市场对中国新能源汽车的认可逐渐提升。2016-2020年为启动成型阶段，中国政府展开私人购买新能源汽车的补贴试点工作。新能源汽车技术不断进步，海外市场不断扩大，出口市场从欧洲扩展到东南亚和中东地区。2021-2023年为高速发展阶段，得益于新能源汽车出海的推动，中国汽车出海快速发展，2023的新能源汽车市场得到爆发式增长。2024年至今处于动荡调整阶段，新能源汽车出口数量达新高，欧美等主要国家提出贸易保护政策，限制中国品牌的全球化发展。

萌芽期 · 2010-01-01~2015-01-01

新能源汽车出口开始逐渐起步，这一阶段的出口量较低，但为后续国际化全面发展奠定基础。2010年，比亚迪提出“城市公共交通电动化”计划并开始在全球范围内推广新能源公交车、出租车，同年6月，财政部、科技部、工业和信息化部、国家发展改革委开展私人购买新能源汽车补贴试点工作。2013年，中国政府发布《新能源汽车产业发展规划》，明确新能源汽车产业发展的目标和政策措施。该阶段的出口多集中于商用车领域，例如比亚迪、宇通等车企少量电动公交车出口至东南亚、中东等地，初步试水海外市场。此阶段技术水平尚不成熟，企业“出海”意识较弱，新能源汽车出口主要依赖政府项目援外或样车试点模式，缺乏市场化运营能力，尚未形成产业规模。2010-2015年期间，中国新能源汽车年出口量不足1万辆。

处于产业初期探索阶段，整体出口体量极小；大量资金涌入新能源汽车产业，促使企业加大研发投入，完善产业链，为后续大规模出口奠定坚实基础；新能源客车在海外的运营，让更多国家和地区的消费者、企业以及政府部门直观解到中国新能源汽车的性能与优

势；出口尚未形成规模，市场化路径模糊；企业以试探性姿态参与国际市场，缺乏持续能力；政策驱动特征明显，商业模式依赖政府合作。

启动期 · 2016-01-01~2020-01-01

新能源汽车技术进步，海外市场扩大，出口量快速增长，技术逐步成熟，产品竞争力提升，开始进入更多国际市场，出口市场从欧洲扩展到东南亚和中东地区。2017年4月，中国政府发布《汽车产业中长期发展规划》，提出以新能源汽车和智能网联汽车为突破口，推动汽车产业转型升级，为新能源汽车产业发展提供明确的方向和指导。2020年，国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》，明确发展目标和政策支持。国家加大补贴支持，推动动力电池、电控、电驱等技术体系完善；比亚迪e6、江淮iEV等纯电动车型实现小批量出口；宇通客车成为中国电动公交海外项目中标主力；企业逐步建立海外销售网点与售后服务网络。2018年中国新能源汽车出口量突破1万辆，2020年出口量达到10万辆。

随着技术升级与产品质量提升，中国新能源汽车在海外逐渐树立起良好的品牌形象；产业带动效应增强，出口的增长带动国内新能源汽车产业链上下游协同发展；新能源汽车出口量增加，市场认可度提高；这一阶段新能源汽车出口量显著增加，市场份额逐步扩大；出口车型从单一商用车向乘用车延伸，产品结构多元化；市场由政策主导逐渐转向市场导向，海外本地运营意识增强；企业具备基础的合规与认证能力，国际化能力初步建立。

高速发展期 · 2021-01-01~2023-01-01

全球疫情推动各国电动化加速，中国作为制造中心保持供应链稳定；比亚迪、上汽大规模出口至欧洲、东南亚；中国品牌进入挪威、法国等欧洲主流市场。中国新能源汽车具备全产业链的国际竞争优势，在整车出口快速增加的同时，相关零部件和配套设备对外贸易也实现快速发展。2021年11月，中国国务院出台的《新能源汽车产业发展规划(2021~2035年)》明确提出要培育新能源汽车产业新优势。2021-2023年期间，新能源汽车出海推动中国汽车出海快速发展，2023年新能源汽车出口量占比达到四分之一。出口量高速增长，市场份额扩大，技术不断创新，品牌影响力提升。2021年新能源汽车出口量达到31万辆，同比增长345%；2023年出口量突破120万辆，同比增长80%。

新能源汽车出口量大幅增加，成为中国汽车出口的重要力量；推动国内新能源汽车产业规模进一步扩张，在国际上，提升中国新能源汽车产业的话语权与影响力，改变全球新能源汽车产业竞争格局；出口市场从新兴经济体延伸至高标准市场，推动产品标准与国际接轨；技术进步推动产品竞争力提升，如宁德时代等企业在电池技术上取得显著进展；中国新能源汽车逐步形成全球价格与产能优势。

震荡期 · 2023-01-01~至今

2024年1-12月，新能源汽车出口128.4万辆，同比增长6.7%，增速放缓。产业链协同发展，从“产品出海”转向“生态共建”，比亚迪在泰国构建“电池-整车-充电网络”闭环，宁德时代德国工厂采用可再生能源生产，华为“车路云一体化”方案落地中东，形成技术、产能、标准全链条输出。欧美市场政策趋紧，英国将禁售燃油车时间推迟至2035年，德国取消电车补贴，美国调整2030年电动车目标；众多中国新能源车企开启海外投资建厂步伐，比亚迪在匈牙利建厂，奇瑞、吉利、上汽加快本地化投资与研发；企业普遍放缓盲目扩张节奏，关注海外盈利模型与长效机制。

2023年~至今，中国新能源汽车出口从高速扩张转向结构性调整，依托全产业链技术优势，加速向“生态共建”转型，通过本地化生产与低碳技术突破应对欧盟反补贴税等贸易壁垒，实现从“规模驱动”到“技术标准引领”的高质量跃升；出口形态从“数量驱动”转向“体系竞争”，本地制造、本地营销成为新方向；国际市场政策不确定性提升行业风险溢价，出口布局趋于审慎与分散；行业集中度提升，头部企业持续扩大海外市占率，马太效应加剧。

新能源汽车出口产业链的发展现状

中国新能源汽车出口行业产业链上游为电池供应商、零部件供应商和智能驾驶相关供应商，主要作用是提供新能源汽车所需的关键原材料和零部件；产业链中游为新能源汽车组装制造及整车出口，主要作用是完成整车的研发、设计、组装与测试环节以及出口与海外市场拓展，并对出口目标市场的准入认证进行合规化适配，是产业链的核心控制节点；产业链下游为海外市场的渠道端，主要作用是推动产品销售、建立用户体验体系并拓展品牌认知度，将新能源汽车销售给海外消费者。

新能源汽车出口行业产业链主要有以下核心研究观点：

行业上游原材料供应波动与下游贸易壁垒相互影响作用

新能源汽车出口的上游关键原材料如锂、镍、钴等大宗商品受全球供需和地缘政治影响大，价格波动频繁。以碳酸锂为例，2021年碳酸锂价格从年初的6.8万元/吨，在2022年一度飙升至58万元/吨。由于库存的持续累积以及终端车企增速放缓，2024年，碳酸锂均价下落至9.1万元/吨，价格涨幅相对稳定。但仍有部分关键材料的供应不稳定，中游企业成本压力不减。上游原材料供应的不确定性叠加国际贸易政策的波动，给中国新能源汽车产业带来严峻挑战。2024年10月，欧盟对中国产电动汽车加征为期五年的反补贴关税，税率高达40%。此外，美国将新能源电动车关税税率从25%提高至100%。这些措施使得中国新能源汽车进入欧美市场的难度提升，以及抬升中国车企出口成本、延长通关周期、增加认证负担。上游资源约束通过成本传导链挤压利润空间，致使下游贸易合规成本耐受阈值击穿，最终引发市场份额系统性流失。

全球化布局与本地化运营是新能源汽车出口的必然趋势

全球化布局是中国新能源汽车企业拓展市场的重要战略。随着全球对新能源汽车需求的持续增长，中国新能源汽车出口市场不断拓展。东南亚、中南美、中东等地区已成为中国新能源汽车的核心出口市场。2024年，中国新能源汽车至东盟、中南美以及中东的出口量分别为33.8万辆、19.9万辆和20.2万辆，2024年三个地区出口量占2024年中国新能源汽车总出口量的57.6%，未来还将在非洲等地区进一步拓展。同时，海外市场的本地化运营则是企业提升全球竞争力的关键策略。越来越多的车企通过海外建厂、品牌并购、渠道共建等方式，实现本地化生产与服务。例如，比亚迪在匈牙利建设工厂，上汽集团和长城汽车也纷纷在欧洲选址建厂。这种本地化运营模式不仅能够有效规避贸易壁垒、降低运输成本，还能更好地适应当地市场需求，提升品牌影响力。

产业链上游环节分析

生产制造端

新能源汽车产业链上游零部件行业集中度高，头部企业虽量产能力强，但出口受限于技术封锁与认证障碍。

上游厂商

宁德时代新能源科技(CATL)

比亚迪(BYD)

AESC(日产汽车与NEC的合资公司)

中创新航

国轩高科股份有限公司

惠州亿纬锂能股份有限公司

欣旺达动力科技股份有限公司

宁波拓普集团股份有限公司

中伟新材料股份有限公司

江西赣锋锂业集团股份有限公司

广州天赐高新材料股份有限公司

上游分析

头部企业主导行业高集中格局，动力电池材料出海加速

动力电池作为新能源汽车产业链核心环节，其技术水平与产能供应直接影响整车性能和成本，尤其是三元正极材料与电解液板块，行业呈现出高集中度与出海趋势并存的竞争格局。三元正极材料是制作锂离子电池的必需材料，是目前应用较为广泛的电池种类。2024年，中国三元正极材料产量65.2万吨，其中，中伟股份依靠构建的“多级共沉淀+结构工程+梯度掺杂”为特征的前驱体创新平台实现大规

模量产能力，并且其市场占有率达到20.3%，但产品出口仍面临欧美技术封锁与认证周期长等障碍。电解液领域天赐材料、比亚迪和新疆宙邦为行业三巨头，占据中国市场份额超过60%，产品同时出口至韩国、日本和欧洲市场，用于配套宁德时代、LG、新能源海外装车项目。竞争格局上，行业集中度高，头部企业议价能力强、产能扩张迅速，但中小企业受制于价格下行和出口壁垒，出现盈利能力持续下滑现象。与此同时，上游企业纷纷“出海”建厂，以规避贸易壁垒，如赣锋锂业在阿根廷、天赐材料在摩洛哥投建项目，意在贴近下游出口车企的生产终端，强化供应链安全性。

技术突破提升出口核心竞争力

新能源汽车技术的快速发展带动相关零部件产业的同步进步，中国在动力电池、电机、电控等“三电”核心部件以及芯片、激光雷达等关键技术领域取得实质性突破。2024年，中国量产的三元电池单体能量密度达到300瓦时/公斤，以及采用5nm车规工艺制造并拥有超500亿颗晶体管的高阶智能驾驶芯片神玑NX9031。这一系列技术提升使零部件产业逐步从满足中国国内市场转向具备国际出口优势，推动出口结构从整车延伸至零部件。宁德时代钠离子电池能量密度达到175Wh/kg，可实现零下40℃至零上70℃的全温域适配，这使其安全性和循环寿命等方面具备显著优势，并与多家全球主流车企建立合作关系，其产能扩张与技术创新正成为中国新能源汽车产业持续发展的重要支撑力量。例如，大众汽车集团（中国）与宁德时代签署战略合作备忘录，深化新能源汽车锂电池研发与产品开发合作。

新能源汽车出口上游环节



产业链中游环节分析

品牌端

新能源汽车产业链中游整车企业通过技术创新和成本控制提升产品质量与效率，核心零部件进一步增强竞争力。

中游厂商

- 比亚迪
- 特斯拉
- 吉利汽车
- 蔚来控股有限公司
- 北京理想汽车有限公司
- 广州小鹏汽车科技有限公司
- 小米汽车有限公司
- 赛力斯汽车有限公司
- 广汽埃安新能源汽车股份有限公司
- 智己汽车科技有限公司
- 飞凡汽车科技有限公司

中游分析

整车制造企业进行对技术创新和渠道拓展的融合提升市场力

新能源汽车出口产业链中游涵盖整车制造与出口，其盈利与渠道建设对企业出海至关重要。企业通过技术创新、成本控制及多元化盈利模式实现盈利，如比亚迪凭借垂直整合产业链优势，针对1000V高压系统及兆瓦闪充需求，开发推出1500V大功率SiC芯片。依托技术优势，2024年比亚迪毛利率提升至22.3%，同比提升1.3%。渠道方面，企业多采用经销商、线上平台与直营店相结合的方式，经销商模式虽费用较高，但能激励经销商积极拓展市场，比亚迪与经销商6:4的分成比例；而特斯拉的直营模式则有效降低成本，增强渠道控

制力。此外，企业还积极探索“订阅”模式等新出海方式，以满足消费者个性化需求，并积极在海外建设工厂进行市场扩张。这种多元化的渠道策略有助于企业更好地适应不同市场的需求，提升市场竞争力。

中游企业呈现快速增长的态势，国际市场不断拓展

中游企业呈现快速增长态势，背后是其在全球产业链体系中的战略位置持续强化，主要得益于核心技术集成能力增强、产品出口结构升级及整车品牌全球化所带动的配套需求外溢。从产业链视角看，中游企业（如电驱系统集成商、域控制器制造商、智能座舱与热管理系统供应商）正从“配角”逐步向价值中心转变。例如，2024年，德赛西威与和硕两家智能座舱制造商的智能座舱装机量达到174.6万套。随着整车厂商加快海外建厂、出口销量攀升，同时以应对中贸易保护主义，应建立更加完善的本土化服务生态系统，推动中游企业走出国门，拓展欧洲、南美洲、东南亚等市场。2024年1-5月，新能源汽车出口至比利时、巴西分别为32.3亿美元和27.2亿美元，分别占新能源汽车贸易出口总额的15.7%和13.2%。在比亚迪、奇瑞、上汽等车企加速“整车+配套”一体化出海背景下，具备技术自主化、规模制造能力及本地服务体系的中游厂商成为出海链条中的核心环节。总体来看，国际市场需求推动中游环节加速外溢，并逐步实现从“附属配套”向“全球合作伙伴”的身份跃升，强化其在全球新能源汽车产业链中的地位。

新能源汽车出口中游环节



产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

新能源汽车出口产业链下游是市场转化与全球落地的关键，通过优化渠道、提升服务质量和完善基础设施，促进海外市场推广和用户接受度，推动行业持续发展。

渠道端

- 消费者
- 渠道端

下游分析

服务生态构建是“扎根”海外市场的核心支撑

中国新能源车企通过“本土化网络渗透+场景化服务增值”实现从“产品输出”到“生态融入”的跨越。例如，蔚来在欧洲投建43座智能换电站，将补能时间压缩至3分钟，破解充电网络覆盖不足的痛点，形成“车-站-网”一体化补能生态；小鹏与网联汽车和定位服务供应商Telenav联合推出“VIVID”车载个性化信息娱乐系统，提供与充电站搜索功能相结合，允许用户在沿途搜索充电站信息，并在车体电量水平低于阈值时，对车主发出提醒并标识出充电站位置。因此，渠道与服务的在地化改造应以文化洞察为核心，通过了解目标市场用户的消费习惯、生活方式与价值偏好，将新能源汽车的产品功能转化为契合当地使用场景的生活解决方案。通过本地化服务改造，2024年中国制造的电动汽车将占据欧洲市场25%的份额。这一过程不仅包括语言、交互界面的本地化，还涉及服务标准、销售沟通方式、售后流程、金融支持等全链路体验的适配。

核心消费人群崛起驱动新能源汽车出口需求持续增长

新能源汽车出口产业链下游的用户需求呈现出快速增长的趋势，核心消费人群的崛起成为市场扩张的重要驱动力。据公开数据显示，2024年全球新能源汽车销量达到1,700万辆，同比增长25%。其中，环保意识强的年轻消费者和家庭用户是新能源汽车的主要购买群体。年轻消费者对新能源汽车的智能化配置和品牌形象有较高要求，2024年57%的欧洲年轻消费者表示愿意为具备自动驾驶功能的新能源汽车支付更高价格。家庭用户则更关注车辆的安全性和性价比，70%的家庭用户表示车辆的安全配置是其购车的首要考虑因素。随着消费者环保意识的提升和新能源汽车技术的不断进步，核心消费人群对新能源汽车的需求将持续增长，推动市场进一步扩张。

新能源汽车出口下游环节



行业规模

新能源汽车出口行业规模的概况

2020–2024年，中国新能源汽车出口保持持续快速增长。2021年中国新能源汽车出口量为31万辆，占全球比重的30%，随着产能扩张和品牌出海持续推进，2024年累计出口达128.4万辆，同比增长约6.7%。出口地区呈从欧美向拉美、东南亚、中东、独联体等多极化扩展趋势，出口均价稳定在2.3万美元，结合单价与数量，2024年市场规模约为235亿美元。2025年新能源汽车出口预计达140万辆，年增率近10%。若保持此增速，出口量将从128.4万辆逐年递增至2029年约207万辆；同期出口市场规模将突破400亿美元。中国新能源汽车出口行业未来五年仍保持快速增长，中游与下游环节协同优化、服务本地化、技术路径突破、渠道渗透和应用多元共同驱动行业整体价值攀升。从产业链视角看，未来空间投资机会集中于三电一体化模块、智能化集成平台与本地化交付服务体系，三者将成为推动新能源汽车出口体系完善与全球竞争力提升的核心力量。

新能源汽车出口行业市场规模历史变化的原因如下：

全球需求拉动与供给能力提升驱动出口增长

多国居民环保及能效意识提升，使新能源汽车逐步由消费“备选项”转变为“首选项”，消费端需求结构发生明显转向，成为中国新能源汽车出口规模扩大的核心拉动力。同时，受发达国家本土电动车价格水平偏高影响，性价比优势显著的中国车型获得较强市场接受度，欧洲与美国新能源汽车均价分别为5.9万美元和6.4万美元，而中国新能源汽车均价则降至3.3万美元。在这个优势下，2024年，中国新能源汽车在巴西、英国、澳大利亚等重点市场出口量保持高增速，出口量合计占比超过30.0%，持续释放海外新增市场红利。中国新能源汽车出口全产业链日趋成熟，并依托电池、电控、电驱等核心零部件国产化率提升带动制造成本降低。同年，中国新能源汽车电驱动系统装机量达到775.8万套，同比增长41.7%。比亚迪、奇瑞等头部车企通过扩大海外订单产线、推行多平台共线生产模式。例如，比亚迪在新能源汽车领域构建覆盖电池原材料、三电系统、整车制造、回收利用与汽车服务的全产业链闭环布局。

消费观念转变与政策环境支持强化出口基础

全球能源结构优化与碳中和目标持续推进，欧洲、南美等地区相继发布燃油车禁售时间表、购车补贴政策及电动车推广计划，带动新能源汽车渗透率持续上升，2024年全球市场新能源乘用车渗透率达19.2%。此外，政策环境优化亦为出口创造有利条件。政府建立龙头企业与国家科研平台联合攻关机制，多路径提升关键共性技术供给能力。同时，政府也通过出口退税、电动汽车出口通关便利化等措施为企业“走出去”提供支持。全

链路数智化供应链的应用，通过AI算法整合历史数据、港口动态、展会信息，同时，部署5G+AGV智能码头，配合恒温运输集装箱，使滚装船滞港时间缩短60%。全国多地开通新能源汽车出口定制化班列运输通道，进一步压缩物流周期，降低出口边际成本，增强中国新能源汽车的国际市场竞争力。

新能源汽车出口行业市场规模未来变化的原因主要包括：

政策支持与技术进步推动出口增长

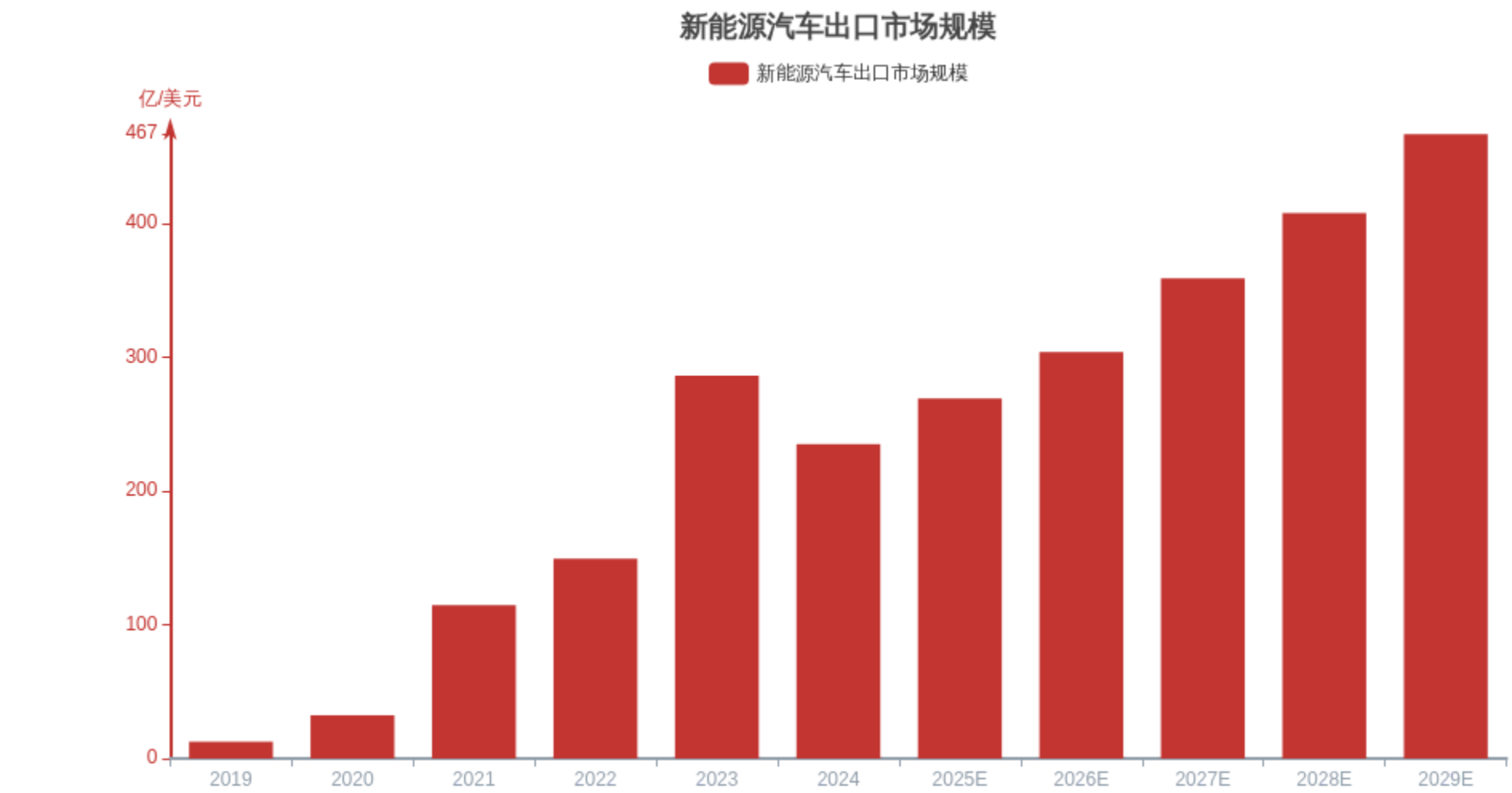
中国政府持续加大对新能源汽车产业的支持力度，延续购车补贴、以旧换新等政策，刺激国内外市场需求。例如，2024年财政部为新能源企业下发节能减排补助资金，其中比亚迪获得新能源汽车补贴总额79.3亿元、占总补贴金额的34.6%。政策持续加力为出口增长提供制度保障和发展空间，政府高度重视新能源汽车“走出去”战略，陆续出台多项支持政策，包括出口信贷支持、外贸通关便利化、海外售后网络建设补贴等，显著降低企业出口边际成本。技术方面，中国在电池、电机、电控等核心技术领域取得突破，产品竞争力得以提升。以动力电池为例，2024年中国磷酸铁锂系统能量密度已普遍突破160Wh/kg，系统成本降至85美元/kWh，支撑整车制造端实现降本增效。同时，随着智能驾驶、车载操作系统、热泵系统等技术的成熟与出口车型快速配置，产品附加值显著提升。在强政策护航与持续技术迭代背景下，中国新能源汽车具备在全球市场保持增长惯性的坚实基础。

国际市场需求多元化带动出口结构优化

早期中国新能源汽车出口市场高度集中于欧洲、北美等成熟市场，对单一地区政策变动的依赖度较高，出口结构存在“集中度风险”。随着全球电动化进程加快以及欧美政策收紧的冲击，东南亚、拉美、中东、非洲等新兴市场逐步释放新能源汽车需求，国际市场进入“多极化增长”阶段。2024年上半年，中国新能源汽车在巴西进口电动车市场中的份额已达91.4%，出口额超过12亿美元，同比增长超70%。巴西已超越比利时成为中国新能源汽车第一大出口国。如阿联酋、埃及等国推出电动车发展战略和基础设施建设计划，预计2025年起将形成新增出口增长极，出口结构将继续由欧美向非传统市场转移。国际市场的多元化演进不仅扩大中国新能源汽车出口的空间边界，更在结构层面提升其出口的稳定性与可持续性。据公开数据显示，欧洲有41%的民众对中国新能源汽车展现出积极态度，美国高达76%的年轻人有购买中国新能源汽车的意向。

规模预测

新能源汽车出口行业规模



数据来源: 新能源汽车出口市场规模 = 新能源汽车出口量 * 新能源汽车出口均价
中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、新华网、中国电动汽车百人会

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《节能与新能源汽车产业发展规划（ 2012—2020年 ）》	国务院	2012-06-01	3
政策内容	该规划提出要坚持产业转型与技术进步相结合，加快培育和发展新能源汽车产业，以整车为龙头，培育并带动动力电池、电机、汽车电子等零部件产业链的快速发展，同时加快建设充电设施，形成完备的配套体系。目标指出，中国的新能源汽车、动力电池及关键零部件技术整体上需要达到国际先进水平，并掌握包括混合动力、先进内燃机。			
政策解读	政策对我国新能源汽车产业发展提出八年规划，提出要坚持产业转型与技术进步相结合，加快培育和发展新能源汽车产业，以整车为龙头，培育并带动动力电池、电机、汽车电子等零部件产业链的快速发展，同时加快建设充电设施，形成完备的配套体系。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《汽车产业中长期发展规划》	工业和信息化部、发展改革委、科技部	2017-04-01	6
政策内容	核心要义是要做大做强中国品牌汽车，培育具有国际竞争力的企业集团。路线上要以新能源汽车和智能网联汽车为突破口，引领整个产业转型升级；措施上主要包括优化产业发展环境，推动行业内外协同创新，推动全球布局和产业体系国际化。			
政策解读	该规划明确提出要加快基础零部件、基础工艺和关键配套产品的研制及产业化，有助于指引汽车离合器制造企业加大对新型材料、高效传动、智能控制等关键技术的研发投入，提升产品的技术含量和附加值。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	2024年促进汽车出口工作方案	深圳市人民政府	2024-03-31	7
政策内容	该方案从增加本地汽车制造厂出口车型产量、提升汽车出口运输保障能力、增强汽车出口配套综合服务能力等方面提出24条具体举措，旨在进一步抢抓汽车出口发展机遇，纵深推动汽车“产运贸”一体化发展，加快打造“新一代世界一流汽车城”。			
政策解读	该政策围绕提升本地制造能力、拓展海外市场、优化二手车出口、强化出口运输与服务保障等六大方面提出24条具体举措，旨在推动深圳汽车产业“产-运-贸”一体化发展。该方案通过支持整车和二手车出口、加强产贸协同、完善配套物流与金融服务体系，全面提升深圳汽车出口效率和国际竞争力，助力打造“新一代世界一流汽车城”。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	商务部等9单位关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见	中华人民共和国中央人民政府	2023-12-07	8
政策内容	该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、营造良好贸易环境、增强风险防范能力等六个方面提出 18 项政策措施。如鼓励企业设海外研发中心，开展海外合规培训，加强与海外企业技术合作；优化运输管理，参与国际运输标准制定；优化信贷支持，提升企业汇率避险意识等。			
政策解读	政策通过构建全链条支持体系，系统性破解新能源汽车出口的结构性瓶颈，为产业国际化发展注入持久动力。在研发创新领域，强化顶层设计引导企业加大海外研发投入，支持建立海外技术合作中心，聚焦电池安全、智能驾驶等核心领域开展联合攻关，推动技术标准与国际接轨，提升产品技术附加值与差异化竞争力。在合规管理层面，建立跨国政策动态跟踪机制，编制发布重点市场合规指引，帮助企业精准对接欧盟碳关税、数据安全法等规则要求，完善合规管理体系，有效防范政策风险与贸易壁垒。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）	国务院办公厅	2020-11-02	10
政策内容	该规划指出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，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。我国新能源汽车发展也面临核心技术创新能力不强、质量保障体系有待完善、基础设施建设仍显滞后、产业生态尚不健全、市场竞争日益加剧等问题。为推动新能源汽车产业高质量发展，加快建设汽车强国，制定本规划。			
政策解读	该政策强化关键零部件国产化、智能化升级和出口导向，显著提升产业链自主可控能力，带动出口规模持续扩大，对比亚迪、上汽、奇瑞等龙头企业“走出去”起到重要推动作用。同时，规划为企业提供清晰的中长期预期，利于形成全球化品牌战略与技术壁垒。其对提升中国新能源汽车国际竞争力、支撑绿色转型目标、优化产业结构起到系统性引导作用，是引领行业迈向智能化、国际化发展的核心政策基础。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

新能源汽车出口竞争格局概况

中国新能源汽车出口行业竞争格局日趋明朗，呈现出“头部集中、梯队分化”的发展态势。当前竞争已由单一价格优势转向以技术能力、产能布局、品牌认知与渠道体系为核心的综合实力竞争。行业中，第一梯队包括比亚迪、上汽集团，具备完整产业链协同与海外本地化能力，2024年合计出口占比超过50%；第二梯队包括奇瑞汽车、长城汽车，依靠性价比优势快速拓展拉美、中亚等新兴市场，但海外产能布局尚在建设中；第三梯队包括吉利、江淮、零跑等企业，出口以CKD或渠道出海为主，仍处于品牌培育与产能爬坡阶段。整体来看，行业正步入“品牌+产能+渠道”三轮驱动的新周期，龙头企业全球化布局加速，行业集中度持续提升。

新能源汽车出口行业竞争格局的历史原因

政策支持与市场需求增长促进企业扩张

政策支持与市场需求的快速增长也是新能源汽车出口行业竞争格局形成的重要原因。各国政府纷纷出台扶持政策，如购车补贴、税收减免、充电桩建设补贴等，以推动新能源汽车市场的发展。例如，欧洲议会提出“2026年在主要道路上每60公里至少设一个充电桩”，美国自2021年起以税收抵免支持充电基建。这些政策不仅降低消费者的购车成本，提高新能源汽车的市场接受度，还为企业提供良好的发展环境。同时，随着消费者对环保和智能出行的需求增加，新能源汽车的市场需求持续增长。2025年3月，新能源乘用车出口14.3万辆，同比增长6.4%，环比增长21.2%。这种市场需求的增长促使企业不断扩大生产规模、提升技术水平，进一步加剧行业的竞争程度。

技术与产业链优势推动行业集中度提升

中国新能源汽车企业通过持续技术研发，在电池、电驱、电控等核心系统上实现关键突破，显著提升整车性能与安全可靠性。以动力电池为例，中国企业在高能量密度、快充倍率、长循环寿命等指标上持续领先。2024年，中国动力电池累计装车量达到548.4GWh，同比增长41.5%。其中，磷酸铁锂电池累计装车量409.0GWh，占总装车量的74.6%，同比增长56.7%。零跑汽车基于“电驱一体化”平台集成化优势，将整车的自研自造比例达到成本的65%。同时，中国已构建出全球最完整的新能源汽车产业链，涵盖上游锂钴镍资源开发、电池材料制造、中游三电系统集成，到下游整车制造与出口通关服务，形成高度协同的产业生态。这些技术与产业链优势使得头部企业能够快速扩大市场份额，形成行业集中度较高的竞争格局。

未来，中国新能源汽车出口行业的竞争格局将持续演变，表现为行业集中度提升与市场结构分层并行发展。头部车企凭借强大的技术集成能力与海外本地化运营布局，占据出口主导地位；而中部企业则更多依赖渠道出海或聚焦新兴市场，形成梯队化分布。随着欧洲等主力市场强化本地制造比例、碳足迹与数据合规要求，行业从“成本驱动”逐步转向“品牌+合规+服务”综合能力竞争，未来出口市场将呈现“头部集中、区域分化、生态化运营”的趋势。

新能源汽车出口行业竞争格局未来变化原因

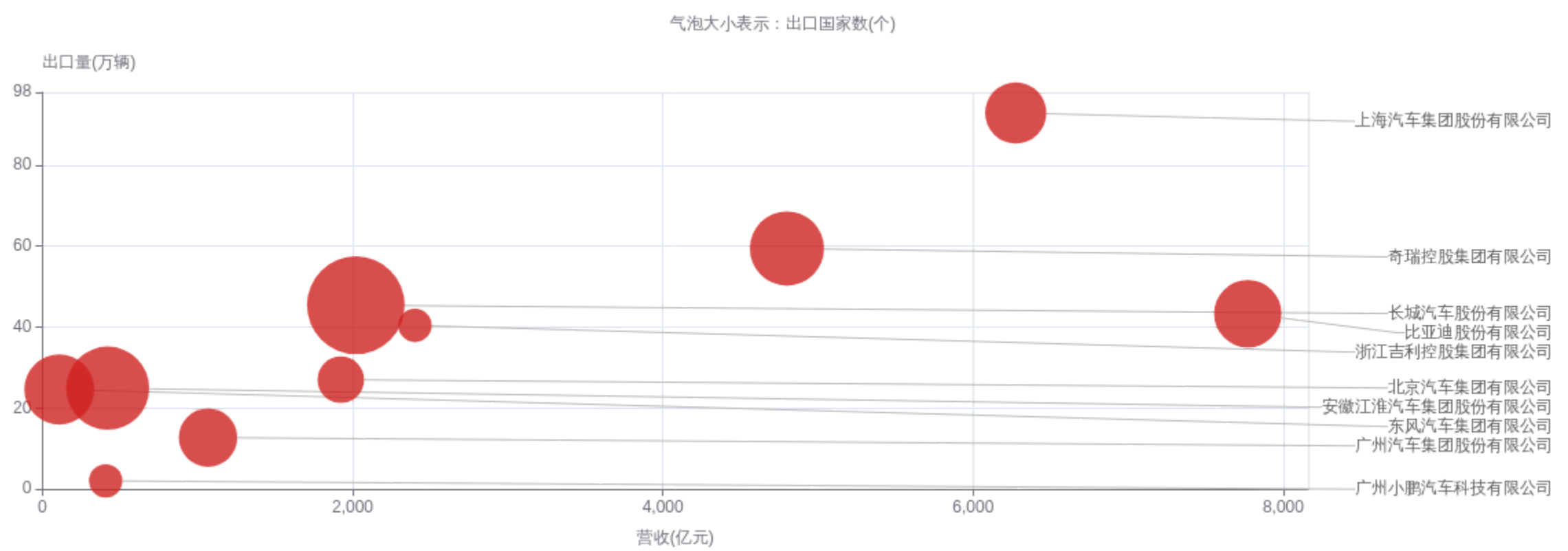
龙头企业市场份额持续上升，出口话语权增强

中国新能源汽车出口集中度正在进一步提升。2024年，中国新能源乘用车在全球市场中占到70.4%的份额。其中，比亚迪、吉利、奇瑞等企业，三强合力控制全球新能源市场36.3%的份额。这种集中度已形成明显市场垄断趋势，小型车企难以插入欧美及标准较高市场。同时，车企海外布局持续强化，2025年底前，预计有10%以上出口量将通过当地工厂交付，提升海外供应链与品牌本地化能力。这种产能外溢使头部企业海外议价权显著增强，小型车企难以形成有效抗衡。

政策壁垒推动中国新能源车企多元化市场布局

2024年7月5日起，欧盟对中国电动汽车征收临时反补贴税，其中上汽被征收高达45.3%的关税。这一贸易保护主义举措显著提升中国新能源汽车的出口成本，削弱其在国际市场的竞争力。然而，该政策也促使中国新能源汽车企业积极拓展其他市场，推动行业的多元化发展。与此同时，全球新能源汽车市场需求呈现显著增长态势。2024年，全球新能源汽车市场规模超1,700万辆，预计2025年销量将超2,000万辆，占新车总销量的25%。在这一背景下，欧洲市场对中国新能源汽车的需求依然保持旺盛，这种市场需求的增长为中国新能源汽车的出口提供广阔的市场空间。

中国新能源汽车出口集中度持续上升，头部企业掌握近50%全球市场份额，形成垄断趋势，挤压中小车企进入欧美高标准市场的空间。头部车企通过海外建厂强化本地化能力，提升议价权。反观中小企业则面临成本、合规双重压力，难以应对欧美贸易限制。国内产能过剩，行业出清趋势加速，预计60–70%中小企业将被兼并或淘汰。



上市公司速览

比亚迪股份有限公司（002594）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.2千亿元 >	57.8	19.8

吉利汽车控股有限公司（00175）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
893.6亿 >	1.8千亿 >	21.1	-

上海汽车集团股份有限公司（600104）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.2千亿元 >	-	10.0

长城汽车股份有限公司（601633）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	428.6亿元 >	47.6	20.0

北京汽车股份有限公司（01958）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
668.2亿 >	424.4亿 >	-8.8	-

广州汽车集团股份有限公司（601238）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	981.8亿元 >	22.2	6.9

安徽江淮汽车集团股份有限公司（600418）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	339.8亿元 >	23.1	11.4

小鹏汽车有限公司（09868）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
2.8千亿 >	79.4亿 >	-46.7	-

东风汽车股份有限公司（ 600006 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	91.7亿元 >	-	4.6

埃夫特智能装备股份有限公司（ 688165 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.3亿元 >	44.5	15.9

企业分析

1 比亚迪股份有限公司【002594】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	303906.5855万人民币
企业总部	深圳市	行业	电气机械和器材制造业
法人	王传福	统一社会信用代码	91440300192317458F
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、 上市)	成立时间	792345600000
品牌名称	比亚迪股份有限公司	经营范围	^锂离子电池以及其他电池、充电器、电子产品、仪器仪表、柔性线路板、五金制品、液晶显示器、手机零配件、模具、塑胶制品及其相关附件的生产、销售；3D眼镜、GPS导航产品的研发、生产及销售；货物及技术进出口（ 不含分销、国家专营专控商品 ）；作为比亚迪汽车有限公司比亚迪品牌乘用车、电动车的总经销商，从事上述品牌的乘用车、电动车及其零部件的营销、批发和出口，提供售后服务；电池管理系统、换流柜、逆变柜/器、汇流箱、开关柜、储能机组的销售；汽车电子装置研发、销售；新能源汽车关键零部件研发以及上述零部件的关键零件、部件的研发、销售；轨道交通运输设备（ 含轨道交通车辆、工程机械、各类机电设备、电子设备及零部件、电子电气件、轨道交通信号系统、通信及综合监控系统与设备 ）的研发、设计、销售、租赁与售后服务（ 不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项管理的商品，按国家有关规定办理申请 ）；轨道梁柱的研发、设计、销售；自有物业租赁（ 物业位于大鹏新区葵涌街道延安路一号比亚迪工业园内及龙岗区龙岗街道宝龙工业城宝荷路3001号比亚迪工业园内 ）；广告设计、制作、代理及发布；信息与技术咨询、技术服务。

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	0.85	0.89	0.8	0.84	0.89	0.94	0.97	0.95	1	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	61.8053	66.3348	68.8063	68.002	67.9361	64.7562	75.4202	77.8585	74.6363	/
营业总收入同比增长(%)	29.323	2.3627	22.7919	-1.7809	22.5924	38.024	96.195	42.0352	29.0192	/
归属净利润同比增长(%)	78.9361	-19.51	-31.6314	-41.9303	162.273	-28.0823	445.8595	80.7243	33.9989	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	110.0951	159.1512	140.0124	131.3533	97.874	64.5139	31.8689	30.0922	28.7603	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	0.999	0.978	0.9883	0.9902	1.0486	0.9697	0.7224	0.666	0.7471	/
每股经营现金流(元)	-0.6765	2.3341	4.5903	5.4033	16.6387	22.4883	48.3788	58.3019	45.872	/
毛利率(%)	20.3625	19.0146	16.4003	16.2944	19.3785	13.0214	17.0365	20.2148	19.4383	/
流动负债/总负债(%)	87.3482	88.8735	87.0716	81.2002	77.935	89.437	89.4955	85.7454	84.832	/
速动比率	0.72	0.6627	0.5975	0.6681	0.6664	0.7166	0.4851	0.4727	0.5132	/
摊薄总资产收益率(%)	4.2064	3.0429	1.9085	1.086	3.0323	1.5971	4.4864	5.3424	5.6857	/
营业总收入滚动环比增长(%)	10.1406	10.6819	17.924	7.2041	15.8479	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-17.6729	19.2805	47.7234	-133.1108	-70.7799	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	12.91	7.76	4.96	2.62	7.43	3.73	16.14	24.4	/	/
基本每股收益(元)	1.88	1.4	0.93	0.5	1.47	1.06	5.71	10.32	13.84	3.12
净利率(%)	5.2962	4.6424	2.7344	1.6587	3.8404	1.8355	4.177	5.2039	5.3517	/
总资产周转率(次)	0.7942	0.6555	0.698	0.6547	0.7896	0.8701	1.0741	1.0266	1.0624	/
归属净利润滚动环比增长(%)	-1.1679	19.3278	19.5798	-66.4609	-53.1336	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	8.9701	8.971	8.9894	8.9917	9.0533	20.8877	21.1964	21.3118	20.8573	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	72.3691	78.1725	76.4916	87.3744	81.2201	84.8216	73.9356	68.544	59.7421	/
营业总收入(元)	103469997000	105914702000	130054707000	127738523000	156597691000	216142395000	424060635000	602315354000	777102455000	170360448000
每股未分配利润(元)	5.9521	7.0509	7.5136	7.7182	8.9645	9.0878	14.0643	23.0576	33.9081	/
稀释每股收益(元)	1.88	1.4	0.93	0.5	1.47	1.06	5.71	10.32	13.84	3.12
归属净利润(元)	5052154000	4066478000	2780194000	1614450000	4234267000	3045188000	16622448000	30040811000	40254346000	9154985000
扣非每股收益(元)	1.73	1.01	0.13	-0.01	1	/	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	-0.6765	2.3341	4.5903	5.4033	16.6387	22.4883	48.3788	58.3019	45.872	/

公司竞争优势

▪ 竞争优势

比亚迪作为中国新能源汽车出口领域的龙头企业，凭借全产业链垂直整合、技术研发实力、全球化战略布局和品牌规模优势，构建强大的综合竞争力。首先，在产业链整合方面，比亚迪掌握包括电池材料、电芯、电机、电控系统、整车制造以及电池回收在内的核心环节，形成上下游闭环体系。这种自研自供模式不仅有效控制成本、保障产能稳定，也显著增强供应链风险抵御能力，使其具备大规模稳定交付海外市场的能力。比亚迪积极推进海外本地化战略，构建全球供应与服务网络，提升出口稳定性与本地政策适配能力。

比亚迪股份有限公司2024年年度报告

2 上海汽车集团股份有限公司【600104】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	1157529.9445万人民币
企业总部	上海市	行业	汽车制造业
法人	王晓秋	统一社会信用代码	91310000132260250X
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	450892800000
品牌名称	上海汽车集团股份有限公司	经营范围	汽车，摩托车，拖拉机等各种机动车整车，机械设备，总成及零部件的生产、销售，国内贸易（除专项规定），咨询服务业，以电子商务方式从事汽车整车，总成及零部件的销售，从事网络科技领域内的技术服务，经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外），本企业包括本企业控股的成员企业，汽车租赁及机械设备租赁，实业投资，期刊出版，利用自有媒体发布广告，从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
销售现金流/营业收入	1.19	1.12	1.12	0.84	0.88	0.85	0.74	0.75	0.82	
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
资产负债率(%)	60.1955	62.3921	63.6266	64.5793	66.2784	64.1441	66.034	65.9358	63.774	
营业总收入同比增长(%)	12.8225	15.1009	3.6243	-6.5252	-11.9992	5.0818	-4.5885	0.0863	-15.7264	
归属净利润同比增长(%)	7.4338	7.5132	4.6465	-28.8977	-20.2018	20.0776	-34.3028	-12.4795	-88.1869	
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
应收账款周转天数(天)	14.4713	13.7059	15.168	17.7425	21.1464	23.4342	30.1169	36.164	44.6277	
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
流动比率	1.1125	0.9974	1.0943	1.1045	1.1082	1.1343	1.0702	1.1318	1.1762	
每股经营现金流(元)	1.0319	2.08	0.7682	3.9605	3.2112	1.8501	0.8135	3.6234	5.9841	
毛利率(%)	12.867	13.473	13.2534	12.1508	10.7591	9.629	9.61	10.189	9.3839	
流动负债/总负债(%)	83.6722	86.6081	83.1891	84.3771	83.8376	81.6934	83.2011	82.4777	83.8667	
速动比率	0.5986	0.5186	0.5509	0.5723	0.5443	1.0164	0.9075	0.9517	1.0253	
摊薄总资产收益率(%)	7.9767	7.1705	6.4269	4.3243	3.3004	3.6967	2.3956	2.0093	0.5941	
营业总收入滚动环比增长(%)	24.6868	24.0719	8.3687	23.4049	13.2839	/	/	/	/	
扣非净利润滚动环比增长(%)	2.3096	10.7347	-12.0241	-56.2443	-68.0444	/	/	/	/	
加权净资产收益率(%)	17.53	16.87	15.67	10.53	8.02	9.19	5.84	4.98	/	
基本每股收益(元)	2.903	2.959	3.082	2.191	1.752	2.12	1.4	1.226	0.145	
净利率(%)	5.8912	5.4915	5.4533	4.2695	4.0368	4.4665	3.1682	2.7624	0.9499	
总资产周转率(次)	1.354	1.3057	1.1785	1.0128	0.8176	0.8493	0.7803	0.7459	0.6392	
归属净利润滚动环比增长(%)	11.0273	12.5717	-4.0696	-31.5505	-54.1618	/	/	/	/	
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
每股公积金(元)	3.6104	4.6962	4.7352	4.756	4.881	4.8393	4.9554	4.9168	4.8939	
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
存货周转天数(天)	20.5638	21.114	25.4773	28.0973	34.5337	33.0336	40.0962	51.6477	56.8936	
营业总收入(元)	756416165065.29	870639427000.07	902194064732.24	843324372577.26	742132450370.73	779845786393.56	744062883284.04	744705132922.2	627589946567.69	14
每股未分配利润(元)	8.779	8.9609	9.8513	10.7229	11.5517	12.7324	13.4299	14.334	14.2423	
稀释每股收益(元)	/	/	/	/	/	/	1.4	1.226	/	
归属净利润(元)	32008610688.65	34410339492.71	36009210583.83	25603384202.16	20431037479.76	24533097943.83	16117549650.39	14106165142.98	1666376761.07	30
扣非每股收益(元)	2.751	2.831	2.774	1.847	1.522	1.605	0.781	0.873	/	
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
经营现金流/营业收入	1.0319	2.08	0.7682	3.9605	3.2112	1.8501	0.8135	3.6234	5.9841	

公司竞争优势

竞争优势

上汽集团作为中国汽车行业的龙头企业，在新能源汽车出口领域具备显著的竞争优势，主要体现在整车研发制造能力、全球化经营布局、强大合资体系支撑与自主品牌出海四个维度。首先，依托其强大的整车设计与制造体系，上汽已建立覆盖传统燃油车与新能源车的双向研发能力，具备丰富的产品矩阵与平台开发能力，在纯电、插混等多个技术路径上同步推进。在全球化战略方面，上汽是最早系统化推进海外市场布局的中国车企之一。

上海汽车集团股份有限公司2024年年度报告

3 浙江吉利控股集团有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	103000万人民币
企业总部	杭州市	行业	汽车制造业
法人	李东辉	统一社会信用代码	91330000747735638J
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1048435200000
品牌名称	浙江吉利控股集团有限公司	经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动；汽车新车销售；汽车旧车销售；电力电子元器件制造；电池制造；电动机制造；汽车零部件研发；汽车零配件零售；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；工程和技术研究和试验发展；电机制造；集成电路芯片及产品制造；工业设计服务；专业设计服务；企业管理；企业管理咨询；技术进出口；货物进出口；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：道路机动车辆生产(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。

公司竞争优势

竞争优势

吉利汽车作为中国领先的汽车制造商之一，在新能源汽车出口领域正逐步构建起差异化竞争优势，主要体现在技术协同、品牌全球化、多品牌战略及海外并购整合四个方面。首先，吉利具备强大的技术整合能力，其依托吉利控股集团内部资源，在动力电池、电驱动、智能座舱、自动驾驶等核心技术领域不断推进自主研发与模块化平台构建。吉利在品牌全球化战略上优势明显。其不仅出口自主品牌吉利，还通过收购国际高端品牌建立起多品牌出口体系，实现从入门级到豪华品牌的全覆盖。通过海外品牌背书，有效突破欧美等高标准市场的品牌壁垒，提升出口车型的国际认可度。

浙江吉利控股集团有限公司2024年年度报告

附录

法律声明

权利归属

头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创

头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布

的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

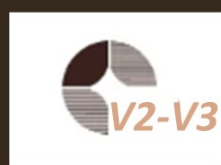
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588